

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente

Reconocimiento de validez oficial de estudios de nivel superior según acuerdo secretarial 15018, publicado en el Diario Oficial de la Federación del 29 de noviembre de 1976.

Departamento del Hábitat y Desarrollo Urbano
Maestría en Diseño Estratégico e Innovación Social



Innovación social en la industria de tatuaje en Jalisco.

TRABAJO RECEPTACIONAL para obtener el **GRADO** de
MAESTRO EN DISEÑO ESTRATÉGICO E INNOVACIÓN SOCIAL

Presenta: **LUIS DAVID REYES HERNÁNDEZ**
Tutora **DRA. MARTHA LETICIA SILVA FLORES**

Tlaquepaque, Jalisco. Julio de 2022.

Contenido

Abstract	4
1. Introducción y fundamentación del trabajo	6
1.1 Antecedentes históricos tatuaje en México	6
1.2 Panorama actual de la industria del tatuaje en México & Jalisco	7
1.3 Estructura de la industria del tatuaje	10
1.3.1 Escenarios	10
1.3.2 Actores	13
1.4 Normativas vigentes que rigen la actividad del tatuaje	14
1.4.1 Capítulo VIII de la Ley General de Salud y Tatuajes en México	14
1.4.2 Artículo 268 Bis de la Ley General de Salud y Tatuajes en México	15
1.4.3 Artículo 268 Bis-1 de la Ley General de Salud y Tatuajes en México	15
1.5 Análisis de la problemática	17
1.5.1 Descripción de la problemática percibida que justifica el proyecto	17
1.5.2 Pregunta de investigación	19
1.5.3 Objetivo general	19
1.5.4 Validación de las condiciones de la investigación.....	19
1.6 Justificación y pertinencia de la investigación	20
2. Marco conceptual o de referencia	20
2.1 Innovación Social	21
2.1.1 Antecedentes del concepto de Innovación Social	21
2.1.2 Elementos Clave para la conceptualización de Innovación social para esta investigación	25
2.2 Diseño Estratégico	26
2.2.1 Antecedentes del concepto de Diseño Estratégico	26
2.2.2 Elementos Clave para la conceptualización del Diseño Estratégico para esta investigación	30
3. Marco metodológico	31
3.1 Recolección de Información	32
3.2 Técnicas de Recolección Información	33

3.3 Cronograma de Actividades	35
3.4 Consideraciones de la estrategia	37
3.5 Riesgos	37
4. Exposición de hallazgos	38
4.1 Sistematización y aplicación de escalas de medición de resultados	38
4.1.1 Categorías de Análisis	39
4.2 Organización de la información obtenida	43
4.2.1 Categoría Buenas Prácticas	43
4.2.2 Categoría Intereses de colaboración entre actores	52
4.2.3 Categoría Áreas de oportunidad para incrementar la actividad del Tatuaje.	56
5. Propuesta de Diseño a partir de los hallazgos de la investigación	60
5.1 Conformación del colectivo	64
5.1.1 Generalidades de la conformación del colectivo	64
5.1.2 Cronograma para la conformación del colectivo:	65
5.1.3 Diseño del colectivo	66
5.1.4 Ejecución de la estrategia para la conformación del colectivo	68
5.1.5 Resultado de la estrategia para la conformación del colectivo	81
5.1.6 Aprendizajes conformación del colectivo	84
6. Impactos sociales, económicos y ambientales de la propuesta de diseño	85
6.1 Impacto social	85
6.2 Impacto económico	87
6.3 Impacto ambiental	88
Conclusiones	91
7. Bibliografía	95
8. Anexos	98
8.1 Anexo - Sociograma	98
8.2 Anexo - Ejercicio Lógica Fluida.	98
8.3 Anexo - Locación sesión co-creación	99
8.4 Anexo - Asistentes confirmados sesión co-creación:	99

8.5 Anexo – Estructura de diseño para la sesión de co-creación	100
8.6 Insumos para la identidad del colectivo/comunidad	101

Abstract

La industria del tatuaje en Jalisco -cada vez más aceptada en la cultura local, se ha desarrollado de manera notoria en los últimos 10 años gracias a la demanda de la misma. Sin embargo, a pesar de las actuales regulaciones por parte del Gobierno del estado se presentan algunas problemáticas y necesidades sin resolver en las diferentes actividades del tatuaje con los actores y escenarios que conforman dicha industria. En este contexto, la presente investigación busca desarrollar un instrumento para promover la profesionalización de la industria del tatuaje en el estado de Jalisco, mediante el diseño estratégico desde un paradigma de la innovación social. Ya que, gracias al análisis del corpus empírico se reconoció que, más que una regulación se tenía que profesionalizar la práctica del tatuaje.

El análisis cualitativo de la investigación permitió determinar las categorías de datos para guiar la implementación de la estrategia de diseño y profesionalizar la práctica de la industria del tatuaje. Las categorías de análisis obtenidas fueron tres: buenas prácticas, interés en la colaboración y áreas de oportunidad de la industria del tatuaje.

La herramienta propuesta fue el diseño de un colectivo dentro de la industria, cuyos ejes de acción están determinados por los hallazgos en las categorías de análisis de esta investigación, y con ello se busca la implementación de aquellos valores y competencias necesarias, que los actores refieren son las que podrían profesionalizar la industria del tatuaje en Jalisco. En este sentido la conformación del colectivo tendrá un impacto positivo, que repercute en la mejora de la calidad de la práctica, cuidando aspectos sociales, económicos y

ambientales, lo que beneficia a la industria y su comunidad, aportando al crecimiento de la cultura del tatuaje en México.

Palabras clave:

Tatuaje, Jalisco, Profesionalización del tatuaje, Innovación Social, Diseño Estratégico.

1. Introducción y fundamentación del trabajo

1.1 Antecedentes históricos tatuaje en México

En la antigüedad muchas culturas importantes en todo el mundo realizaban la práctica del tatuaje en la piel atribuyéndoles significados muy distintos, como lo era las jerarquizaciones o fines de estigmatización. Esto nos muestra como todas las sociedades a lo largo de la historia han generado modificaciones con diversos énfasis culturales en el cuerpo de sus integrantes. La necesidad de marcar el cuerpo, rituales de paso, primeras formas de expresión, agradar al entorno social, inclusión / exclusión social, rebelarse ante alguna autoridad, transmitir un mensaje. En definitiva, estético o no, siempre posee una simbología, siento esto posiblemente el motivo por el que el tatuaje es una de las prácticas más longevas, puesto que desde la prehistoria comenzó a desarrollarse de forma independiente en diversas culturas (Rivas Martinez, 2016).

Durante el siglo XIX se convirtió en una manera de diferenciarse de manera voluntaria en algunos circos ambulantes en América, donde las mujeres y hombres exhibían sus tatuajes. Una vez creada la primera máquina eléctrica para tatuar en 1891, el tatuaje comenzó a convertirse en un símbolo de identidad grupal en distintas culturas. Surge como una idea de pertenencia a un grupo, un tipo de diferenciación sobre el resto de la sociedad (Rivas Martinez, 2016).

En México la aceptación por parte de la sociedad es reciente. En los años ochenta ser tatuador o estar tatuado no significaba bajo ningún concepto tener un alto nivel jerárquico, por todo lo contrario todo aquel que tuviera alguna marca en el cuerpo era señalado como un exconvicto. En la sociedad civil esto era considerado un asunto relacionado directamente con

la delincuencia. A finales del siglo XX, la actividad del tatuaje era considerada en todo México como algo clandestino, precario, antihigiénico y discriminatorio (Rivera, 2020).

Se reconoce por parte de un conocido tatuador longevo en la ciudad de México “El socio”, que el inicio del tatuaje contemporáneo se dio en Guadalajara, Jalisco. En donde se puede rastrear los primeros tatuadores del país y cómo se fueron extendiendo a lo largo del territorio nacional. Reconoce que en 1970 el padre del tatuaje en México era un señor de Guadalajara que le decían “El Ruco Tattoo”. El tatuaba con palitos de paleta y amarraba las agujas a los palitos, era un artista, un artesano, afirma el socio. A pesar de todo lo estigmatizante, problemático y estrafalario del tatuaje, existieron, por supuesto, los pioneros, quienes de manera sigilosa realizaban esos trabajos (Rivera, 2020).

Desde muy jóvenes los integrantes de diversos barrios en la Ciudad de México buscaron encontrar significados y estilos a través de sus obras plasmadas en la piel, sin saber que se convertiría en un trabajo donde encontrarían una remuneración económica, dando así inicio a lo que hoy en día es una de las profesiones más representativas en la cultura urbana en el país.

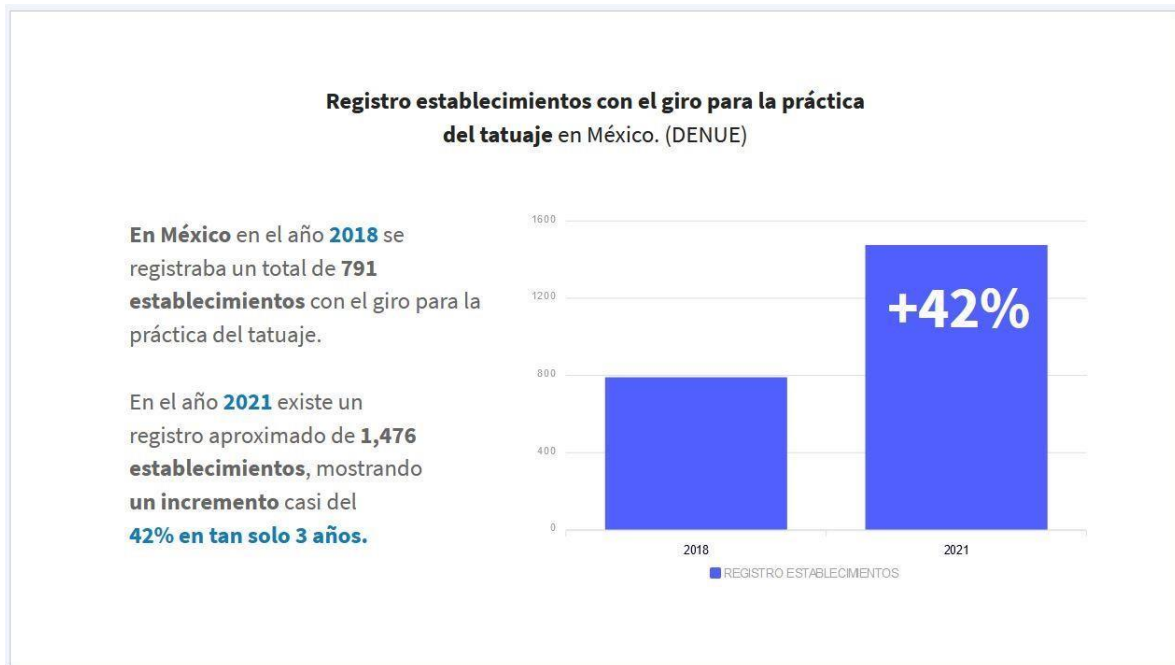
1.2 Panorama actual de la industria del tatuaje en México & Jalisco

En México en el año 2018 se registraba un total de 791 establecimientos con el giro para la práctica del tatuaje, cuando hoy en día en el año 2021 existe un registro aproximado de 1,476 establecimientos, mostrando un incremento casi del 42% en tan solo 3 años (Denué, 2021).

Ver Figura 01.

Figura 01

Establecimientos Económicos Tatuaje / DENUE.



Nota: Elaboración propia con datos DENUE, 2021

En la actualidad la oferta del mercado incorpora otras alternativas en la aplicación del tatuaje, como lo es el tatuaje cosmético que se especializa en la pigmentación de cejas, ojos y labios, simulando de esta manera el maquillaje. Cabe resaltar que estos fines no son juzgados ni rechazados, por lo contrario, son aceptados de una manera muy diferente al tatuaje tradicional. Sin embargo, el sector del tatuaje tiene muchos retos, principalmente por la falta de profesionalidad y seriedad de los que laboren en él, autodenominándose profesionales del tatuaje y algunas veces no cuentan con el conocimiento, experiencia ni preparación adecuada, así como los permisos y credenciales requeridas para la práctica de esta actividad. Es posible encontrar a personas aplicando tatuajes en las calles, mercados municipales y así innumerables espacios insalubres.

Ante el crecimiento de esta industria en México las estadísticas muestran que se estima que un poco más del 10% de la población total del país tiene un tatuaje (Conapred, 2016). A nivel mundial nuestro país se coloca como líder en Latinoamérica con ingresos superiores a los 450 MDD (Ibis World, 2019). En este proceso se identifica un notable incremento de practicantes, usuarios y comerciantes de esta actividad, lo que se atribuye a los tabúes de los tatuajes se han ido relajando gracias a su popularización mediante las redes sociales y la valoración positiva sobre esta actividad (Medina, 2019), generando un mayor interés hacia esta práctica como una actividad bien remunerada económicamente y con un nuevo significado ante la sociedad.

The Wall Street Journal calificó a la Industria del Tatuaje como un negocio muy impresionante reportando un crecimiento a nivel internacional, solamente en EU se estima una derrama económica cercana a los 1,600 MDD (Global Tattoo Ink Market Insights, forecast to 2025, 2019).

Ante el crecimiento de la Industria del Tatuaje a nivel mundial, en Jalisco se vive la popularización e incremento de esta actividad, reflejando problemas divergentes de carácter social y económico que impactan en la profesionalización de los actores que se desenvuelven en este sector, afectando la consolidación y el desempeño de esta práctica.

Actualmente en Jalisco se cuenta con un registro de 77 micro establecimientos con la actividad de aplicación de tatuajes, según el Directorio estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Sin embargo, el cruce de estadísticas obtenidas por parte de la Unidad de transparencia del Gobierno del estado de jalisco, se observa una irregularidad en cuanto al registro de dichos establecimientos, ya que la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios

arroja un registro de 150 establecimientos registrados en su banco de información. No obstante, y a pesar de las inconsistencias de información se puede apreciar un importante crecimiento en la industria del tatuaje en Jalisco.

1.3 Estructura de la industria del tatuaje

La estructura de la Industria del tatuaje en Jalisco está conformada por diversos escenarios y actores que interactúan entre ellos. A continuación, describo cada uno de estos escenarios y menciono a los actores que interactúan correspondientemente:

1.3.1 Escenarios

1.3.1.1 Estudios de Tatuajes

Los estudios de tatuaje en Jalisco pueden considerarse formales e informales, esto dependiendo si se cumple con los requisitos estatales de registro ante COFEPRIS, así como también en públicos y privados, siendo estos últimos una opción para muchos artistas consolidados y de renombre.

1.3.1.1.1 Estudios Formales.

Los estudios formales ofrecen principalmente servicios de tatuaje y de modificaciones corporales, contando con especialistas tatuadores y modificadores corporales con un amplio conocimiento y experiencia. Se aprecia una serie de conceptualización en las propuestas de espacios buscando hacer del tatuaje una experiencia única entregando al consumidor aspectos claves por parte de los artistas del tatuaje como experiencia y dominio de las múltiples técnicas del tatuaje, cuidados ante los riesgos sanitarios y procedimientos de asepsia, uso de insumos especializados y autorizados por las leyes, autorización sanitaria para desempeño de

labores de pigmentación, uso de mobiliario e instalaciones adecuadas para la práctica de esta actividad y finalmente e igual de importante, el talento.

Actualmente en Jalisco se cuenta con un registro de 77 micro establecimientos con la actividad de aplicación de tatuajes, según el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI. Se estima que un 26.95% de estos establecimientos trabajan bajo el registro correspondiente en COFEPRIS y los demás de manera informal.

1.3.1.1.2 Estudios Informales

Los estudios informales generalmente son espacios habilitados en casas particulares o locales comerciales que no cuentan con las adecuaciones necesarias para desempeñar esta actividad, no cuentan con las instalaciones ni mobiliario formal. Representan un alto grado de peligro en cuanto a la protección ante riesgos sanitarios y afectan el prestigio de la buena práctica del tatuaje. De acuerdo con las primeras aproximaciones al campo se pudo reconocer que se tienen entre 15 a 20 establecimientos informales en Jalisco¹.

1.3.1.2 Convenciones / Festivales de Tatuajes

En México han incrementado la cantidad de eventos anuales de Tatuajes en los últimos 10 años, a nivel nacional existen alrededor de 50 eventos registrados en el año 2019 en toda la república mexicana (Tattoofilter, 2020), siendo el Estado de México, Puebla, Toluca, Jalisco las principales sedes de los eventos más representativos. Un festival de tatuaje consiste en la

¹ Datos obtenidos en distintas indagaciones de campo para esta investigación en un periodo de tiempo entre 2020 y 2022.

exposición del trabajo realizado en vivo de artistas nacionales e internacionales, los cuales pagan una cuota aproximada desde los \$2,000 hasta los \$6,000 MXN por día por su participación una vez seleccionados por el comité de cada evento. Es importante mencionar que uno de los atractivos principales de estos eventos son los concursos realizados para premiar a la mejor pieza en cada una de las categorías que se definen en diversos estilos, así como al mejor tatuaje del día y del evento, siendo seleccionados los ganadores por un jurado conformado por especialistas del tatuaje. A estos eventos asisten usuarios del tatuaje que aprovechan la oportunidad de tatuarse una pieza por artistas reconocidos, así como también tatuadores locales que buscan aprovechar los seminarios que generalmente son impartidos por los artistas especializados invitados como parte de las actividades en estos eventos. La participación de comercializadores y distribuidores de insumos para el tatuaje, marcas de ropa urbana y algunos otros expositores son también parte elemental en la variedad de atracciones dado su papel de suministro para el tatuador en el ámbito donde se desenvuelven.

1.3.1.3 Establecimientos Comerciales de venta de Insumos para el Tatuaje, micropigmentación y Piercing (Tattoo Supply)

Dado el incremento de la actividad del tatuaje en Jalisco, el mercado ha crecido de acuerdo con la demanda de todos los suplementos necesarios para la aplicación del tatuaje. Esto se ha visto reflejado en el nacimiento de puntos de venta de pequeño, mediano y gran distribución, la mayoría establecido dentro de la zona metropolitana de Guadalajara donde los practicantes acuden a comprar de manera física y/o en línea, puesto que es aún difícil encontrar abastecimiento en zonas exteriores de la ciudad. La mayoría de los productos que se

encuentran en estos establecimientos son de importación, manejando precios de mayoreo y menudeo.

1.3.2 Actores

1.3.2.1 Tatuadores

Un tatuador graba diseños e imágenes de manera permanente en los cuerpos de las personas utilizando sus habilidades artísticas y técnicas de representación gráfica en la piel de las personas. Los tatuadores se pueden identificar según su nivel de experiencia reflejada en el tiempo, calidad en el tatuaje, conocimiento sobre técnica, conocimiento sobre los riesgos sanitarios, el tipo de escenario donde se desenvuelven y el estilo de tatuaje que pueda definir la propuesta que tiene para los clientes.

1.3.2.2 Clientes

Actualmente sin un rango de edad promedio oficial, ni clase social definida, los clientes buscan en cada artista un estilo que atienda las necesidades de sus ideas y proyectos personales. Existen de manera general tres tipos de usuarios: Los que se encuentran en la búsqueda de diseños personalizados o diseños originales por parte del artista en particular, los que proporcionan una idea inspirada en algo que ya existe y por último los que desean algún arreglo, corrección y/o restauración (Cover ups).

1.3.2.3 Comerciantes

Los comerciantes y distribuidores de los insumos para el tatuaje son parte muy importante en la estructura de esta Industria, dado a la relevancia que tiene su labor al proporcionar las

herramientas de trabajo para los tatuadores. Se pueden encontrar comerciantes formales que cuentan con puntos de venta físico y mayor variedad de productos, así como los comerciantes informales, quienes cubren la necesidad consumo de los clientes fuera del área metropolitana.

1.4 Normativas vigentes que rigen la actividad del tatuaje

Es de suma importancia conocer los derechos y obligaciones que existen en el ámbito del Tatuaje, a continuación, la Ley General de Salud y los tatuajes en México:

1.4.1 Capítulo VIII de la Ley General de Salud y Tatuajes en México

Todo lo que refiere a las modificaciones corporales se encuentra en el capítulo VIII, en donde se habla sobre equipos médicos, prótesis, ortesis, ayudas funcionales, agentes de diagnóstico, insumos de uso odontológico, materiales quirúrgicos, de curación y productos higiénicos. Este capítulo abarca desde el artículo 262 al 268 pero en realidad lo que refiere meramente a las modificaciones corporales se expresó solo en el último de estos 7.

Entre los artículos 262 y 267 se habla entre otras cosas de los diferentes términos que se utilizan en la propia ley y se explica el significado de cada uno de ellos. También se habla del uso y mantenimiento de los equipos médicos y los materiales quirúrgicos, pero no es hasta los artículos 268 Bis y 268 Bis-1 en donde se tratan los temas que a nosotros nos interesa.

1.4.2 Artículo 268 Bis de la Ley General de Salud y Tatuajes en México

Este artículo hace referencia a todos aquellos que se dedican al arte de la modificación corporal, a los requisitos y a qué refieren algunos términos esenciales. En él se señala:

“Los tatuadores, perforadores o micropigmentadores, deberán contar con autorización sanitaria de acuerdo con los términos del Capítulo I del Título Décimo Sexto de esta Ley y las demás disposiciones aplicables.” Se

entenderá por:

Tatuador: Persona que graba dibujos, figuras o marcas en la piel humana, introduciendo colorantes bajo la epidermis con agujas, punzones u otro instrumento por las punzadas previamente dispuestas.

Perforador: Persona que introduce algún objeto decorativo de material de implantación hipoalergénico en la piel o mucosa con un instrumento punzo cortante.

Micropigmentador: Persona que deposita pigmentos en áreas específicas de la piel humana, bajo la epidermis, en la capa capilar de la dermis con agujas accionadas mediante un instrumento manual o electromecánico.

1.4.3 Artículo 268 Bis-1 de la Ley General de Salud y Tatuajes en México

El artículo 268 Bis-1 por su parte, refiere a las obligaciones de cada uno de ellos. En él se señala que:

“No se pueden tatuar, micropigmentar ni perforar a menores de 18 años de edad ni tampoco a aquellas personas que se encuentren en pleno goce de sus facultades mentales. Con la excepción de aquellos que estén acompañados por uno de sus padres (o tutor), por una acreditación previa o bien en los casos en los que se cuente con una autorización escrita adecuadamente.”

Además, se expresa que en el caso en el que no se cumpla con estos puntos es posible sancionar al responsable con los términos que se prevean en el artículo 419 de la propia Ley de Salud General e incluso revocar de forma definitiva la autorización al desarrollo de la actividad. Las sanciones se encuentran en el artículo 419 de la Ley de Salud General. En ella se expresa lo siguiente:

“Se sancionará con multa hasta dos mil veces el salario mínimo general diario vigente en la zona económica de que se trate, la violación de las disposiciones contenidas en los artículos 55, 56, 83, 103, 107, 137, 138, 139, 161, 200 bis, 202, 263, 268 bis 1, 282 bis 1, 346, 350 bis 6, 391 y 392 de esta Ley.”

Otra de las regulaciones existentes que vale la pena mencionar es la de la Ley federal para prevenir y eliminar la discriminación. En ella se señala que la gente que tenga tatuajes o perforaciones en el cuerpo no puede ser discriminada de ninguna manera, entre otras cosas al momento de conseguir empleo.

La Ley federal para prevenir y eliminar la discriminación en los puntos III, IV y V señala que entre otras cosas se considera una práctica discriminatoria:

- Prohibir la libre elección de empleo, o restringir las oportunidades de acceso, permanencia y ascenso en el mismo.
- Establecer diferencias en la remuneración, las prestaciones y las condiciones laborales para trabajos iguales.
- Limitar el acceso a los programas de capacitación y de formación profesional.

1.5 Análisis de la problemática

Mediante el Diseño estratégico y con un enfoque de innovación social se buscará la colaboración de los distintos actores de la industria del tatuaje para generar sinergias que permitan caminar hacia una profesionalización de dicha industria.

1.5.1 Descripción de la problemática percibida que justifica el proyecto

Según las estadísticas presentadas en este documento, la industria del tatuaje en Jalisco se ha desarrollado de manera notoria en los últimos 10 años a partir de las regulaciones que se introdujeron por parte del Gobierno del Estado con el objetivo de crear un Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios de la Ley General de Salud que estableciera la regulación, control y fomento sanitario en servicios y prácticas de tatuajes, micropigmentaciones y perforaciones, con la finalidad de prevenir transmisión de enfermedades. Es a partir de estas medidas que comenzaron a darse los cambios necesarios para que Jalisco tuviera el crecimiento hacia un mejor modelo de la Industria del Arte Corporal con una estructura que permitiera la formalización de las actividades por parte de los actores de este sector, permitiendo el posicionamiento de artistas locales a nivel nacional e internacional, abriendo camino hacia una evolución sustancial y decisiva de la Industria del tatuaje.

Los pioneros del tatuaje se convirtieron en líderes que marcan la referencia en cuanto a la calidad y trascendencia inspiracional para las nuevas generaciones, dando pie a la creación de nuevos conceptos en el ámbito del tatuaje inspirados en las grandes influencias de los países precursores, dando como resultado la fusión con otras disciplinas como lo son la barbería, el diseño gráfico, la ilustración, etc. Todo esto trajo consigo un cambio de

percepción por parte de la sociedad en cuanto al tatuaje, rompiendo algunos paradigmas y tabúes que hoy en día han sido parte esencial en el desarrollo de este sector.

Sin embargo, conforme a lo descrito en el apartado 1.3, en donde se caracterizó a los actores involucrados y al escenario a intervenir, se logra identificar que en cuanto al crecimiento de esta actividad en Jalisco se encuentra la necesidad de que se aplique una regulación de la actividad que ejerce el sector del Arte Corporal desde una lógica del diseño estratégico teniendo como base la innovación social para promover la participación de las personas de la industria del tatuaje, en donde se busca la capacidad de agencia de cada uno de ellas.

Toda vez que, el problema se ubica de manera correspondiente en cada uno de los escenarios previamente identificados en el punto 1.3.1 de este documento que conforman la industria del tatuaje, dado a que según elementos identificados en el análisis de dichas actividades se ha encontrado que no se cuenta la formalidad necesaria, y esto nos muestra la falta de profesionalización en cada elemento que conforma este contexto, esto en relación con el vínculo que existe entre los actores.

En este sentido, se parte del análisis de las bases estipuladas por el estado en la normalización definida en el decreto oficial federal omitido por la Secretaría de Salud Federal en el 2012 sobre Servicios de Tatuajes, Perforaciones y/o micropigmentaciones para entender hacia donde caminar en la profesionalización de la práctica del tatuaje.

1.5.2 Pregunta de investigación

¿Cómo promover la profesionalización de la industria del tatuaje en Jalisco mediante el diseño estratégico desde un paradigma de la innovación social?

1.5.3 Objetivo general

Promover la profesionalización de la industria del tatuaje mediante el diseño estratégico desde un paradigma de la innovación social a través de los actores de esta industria en Jalisco.

1.5.3.1 Objetivos específicos

- Mapear los distintos actores y escenarios de la Industria del tatuaje en Jalisco.
- Identificar en actores de la industria del tatuaje referentes de acciones ideales en la praxis del tatuaje en Jalisco.
- Promover en los actores la colaboración hacia prácticas que permitan la profesionalización de la industria del tatuaje en Jalisco.

1.5.4 Validación de las condiciones de la investigación

Los interesados con quien apoyaré la investigación será un grupo de tatuadores en diferentes niveles de jerarquía en el tatuaje de Jalisco, porque desde un paradigma de la innovación social se trabaja desde diferentes perspectivas multinivel y multisectorial, así mismo lo reconoce Stroh (2014) es recomendable que las personas participen desde diversas perspectivas para promover el pensamiento sistémico para el cambio social. El interés común hacia la mejora de la Industria del tatuaje ha sido identificado en las interacciones que se han logrado con algunos de los actores principales del medio, generando un vínculo para mantener la interacción deseada para avanzar en la profesionalización de la industria del tatuaje en Jalisco.

1.6 Justificación y pertinencia de la investigación

La importancia de la intervención se proyecta en la necesidad de lograr un mejor desenvolvimiento y desempeño de las actividades dentro de la Industria del Tatuaje,

otorgando nuevas visiones y alternativas que fortalezcan este sector. El beneficio impactará en generar mejoras en los actuales procesos prácticos y dinámicas de interacción entre los actores dentro de la Industria.

La participación e interacción entre actores buscará una interrelación más estrecha y esto llevará a una concientización hacia la profesionalización a corto plazo gracias a la identificación de estrategias mediante un pensamiento sistémico, construyendo una estandarización de éticas de buenas prácticas en el Tatuaje. El impacto final de este trabajo buscará una práctica profesional de esta actividad en Jalisco, una comunidad más unida y con ello incrementar e incentivar el emprendimiento a nuevos talentos gracias a las mejoras logradas en la Industria y que esto logre consolidar un modelo de práctica ejemplar replicable para otras entidades.

2. Marco conceptual o de referencia

En este marco conceptual se da una visión focalizada a esta investigación desde los principales conceptos que se involucran de acuerdo con lo escrito en este documento, los conceptos son: la Innovación Social y el Diseño estratégico, los cuales serán abordados en este apartado a fin de entender y tener referentes teóricos conceptuales que permitan analizar la problemática descrita en el capítulo anterior.

2.1 Innovación Social

2.1.1 Antecedentes del concepto de Innovación Social

Uno de los principales conceptos para comprender la perspectiva concreta en el objeto de estudio es la Innovación social, dada la necesidad de definir el enfoque de las soluciones a las necesidades a cubrir en el ámbito social que se involucra el entorno de mi investigación. Mumford, indica que las innovaciones sociales son aquellas nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que simultáneamente satisfacen necesidades sociales (de un modo más eficiente que sus alternativas) y crean nuevas relaciones sociales y colaboraciones (Mumford, 2002).

El concepto de innovación social se ha posicionado suficientemente en los debates teóricos de las ciencias sociales de principios del siglo XXI. Su importancia analítica se ha ido incrementando a partir del desarrollo más reciente de reflexiones científicas que proponen la innovación como acción y como proceso (Silva-Flores & Ríos Llamas, 2020).

Un elemento clave dentro de la innovación social es que se asume la participación de actores que ocupan diferentes roles distribuidos en múltiples dimensiones, con diferentes culturas e identidades, asumiendo un interés colectivo y público. Es importante comprender y proyectar la dimensión de actores como una nueva combinación de modelos de negocios, comenzando con una alianza entre Mercado, Gobierno y sociedad civil. Estas alianzas llaman la atención sobre la necesidad permanente de que estos actores se involucren en el proceso de toma de decisiones, tomando decisiones que faciliten los cambios requeridos (Nobrega,2016).

Una innovación social es una nueva combinación y / o una nueva configuración de prácticas sociales en ciertas áreas de acción o contextos sociales impulsadas por ciertos actores o constelaciones de actores de manera intencionalmente focalizada con el objetivo de satisfacer mejor o responder necesidades y problemas que son posibles sobre la base de las prácticas establecida (Holwaldt, 2016).

Es entonces la innovación social un proceso de creación colectiva en el que los miembros de una determinada unidad aprenden, inventan y trazan nuevas reglas para el juego social de la colaboración y del conflicto o, en una palabra, una nueva práctica social, y en este proceso adquieren las habilidades cognitivas, racionales y organizativas necesarias” (Friedberg, 1993) . Esta definición implica partir de un marco de pensamiento sistémico, caracterizado por un enfoque integral de la propuesta de solución de los problemas sociales, en donde el centro están las personas que forman parte de la estructura misma del problema (Silva-Flores & Ríos Llamas, 2020).

Sus principales características son las siguientes (Gregoire, 2016):

- Las demandas sociales se refieren tanto a las necesidades primarias necesarias para la vida humana como a las aspiraciones sociales y ambientales.
- La innovación social puede ser completamente nueva, puede consistir en mejorar las soluciones ya existentes, implementarlas en otro contexto o redescubrir soluciones.
- La innovación social radica tanto en el resultado perseguido como en los métodos llevados a cabo para lograrlo. Entre estos métodos, la participación de los accionistas a través de dinámicas participativas es crucial.
- La innovación social (o más precisamente el clúster de innovación social) es fuente de transformación social.

La innovación en el sentido de “ejecución de nuevas combinaciones” pareciera que cada vez más se han reducido a innovaciones tecnológicas (Teoría del desarrollo económico, Schumpeter 1964), el paradigma de la innovación orientada a la tecnología moldeada por la sociedad industrial es cada vez menos funcional ante los desafíos sociales, encontrando limitaciones y reconociendo la necesidad de una ampliación de perspectiva, la necesidad y las posibilidades de que las Ciencias Sociales y Humanidades encuentren nuevos roles y relevancia mediante la generación de conocimientos aplicables a las nuevas dinámicas y estructuras de las sociedades contemporáneas y futuras (Declaración de Viena, 1993).

En la Industria del Tatuaje en Jalisco se encuentran disponibles nuevas tecnologías provenientes de países con mayor avance en el rubro que aportan soluciones pertinentes para lograr mejorar de manera profesional y ética las dinámicas propias, logrando así mediante la aplicación de estas nuevas alternativas la innovación social.

La sociología constructivista se encargó de cuestionar la perspectiva schumpeteriana, con autores como *Pinch & Bijker* (1987), que ofrecen una mirada especial a la relación entre la tecnología y la economía. Esta perspectiva cambió la comprensión de lo innovador de la dinámica, donde los contenidos del conocimiento tecnológico se analizan como procesos sociales y estos procesos, como producto de una red de relaciones heterogéneas. Es entonces el conocimiento tecnológico de los tatuadores principalmente y así también de los actores involucrados en la distribución de equipo y suplementos para el Tatuaje un requisito de suma importancia para que el proceso de profesionalización pueda respaldarse con mayor fuerza.

La innovación entendida como un proceso social ha evolucionado hacia otros esquemas de innovación, como opción para aplicar el conocimiento a la solución de problemas sociales. “Mediante el cuestionamiento para resolver problemas de desigualdad y de injusticia en territorios urbanos se identifica la necesidad de que los proyectos de innovación social incorporen una dimensión territorial para realmente impactar sobre las desigualdades sociales que se entretujan con las territoriales” (Silva-Flores & Ríos Llamas, 2020).

Se debe tener en cuenta un doble proceso en la innovación. “En primer lugar, hay que asegurar la capacidad de actuación de un proyecto a partir de su institucionalización, es decir, los esfuerzos necesarios para construir un uso social de la innovación; y, en segundo lugar, hay que asegurar su difusión social y territorial, para modelar un camino en el que la innovación pueda asegurar la transformación social” (Fontan, 2008). Será de mucha importancia asegurar el alcance social de la innovación en la Industria del Tatuaje mediante su práctica, así como lograr difundirla como un modelo a replicar.

2.1.2 Elementos Clave para la conceptualización de Innovación social para esta investigación

Esta investigación se inspira en los autores revisados en los apartados anteriores, y a partir de las propuestas se establecen los siguientes elementos clave para la conceptualización de Innovación Social:

Un elemento clave dentro de la innovación social es que se asume la participación de actores que ocupan diferentes roles distribuidos en múltiples dimensiones, con diferentes culturas e identidades, asumiendo un interés colectivo y público (Nobrega Correia, 2016).

La Innovación Social se define como las nuevas respuestas que se brindan a demandas sociales insatisfechas o mal satisfechas (Gregoire, 2016).

Su importancia analítica se ha ido incrementando a partir del desarrollo más reciente de reflexiones científicas que proponen la innovación como acción y como proceso (SilvaFlores & Ríos Llamas, 2020).

“Es entonces la innovación social un proceso de creación colectiva en el que los miembros de una determinada unidad colectiva aprenden, inventan y trazan nuevas reglas para el juego social de la colaboración y del conflicto o, en una palabra, una nueva práctica social, y en este proceso adquieren las habilidades cognitivas, racionales y organizativas necesarias” (Friedberg, 1993).

Se debe tener en cuenta un doble proceso en la innovación. En primer lugar, hay que asegurar la capacidad de actuación de un proyecto a partir de su institucionalización, es decir, los esfuerzos necesarios para construir un uso social de la innovación; y, en segundo lugar, hay que asegurar su difusión social y territorial, para modelar un camino en el que la innovación pueda asegurar la transformación social (Fontan, 2008).

2.2 Diseño Estratégico

2.2.1 Antecedentes del concepto de Diseño Estratégico

Uno de los principales conceptos para comprender el enfoque desde una perspectiva concreta en mi objeto de estudio es el Diseño Estratégico, el cual surge de la disciplina del Diseño que inicia en cada país y en cada localidad de distinta manera y la misma evoluciona ante los

retos actuales que se van presentando (Díaz, 2019). El Diseño estratégico depende del contexto, del desarrollo y la influencia externa para determinar la mejor manera de abordar el diseño y su responsabilidad. Esto exige la redefinición de la disciplina misma para actualizarse y atender las exigencias de los distintos grupos sociales mediante nuevos enfoques. El diseño resuelve problemas y mejora condiciones de vida del humano, consciente del efecto que tienen en el entorno ambiental y cultural sus productos generados (Díaz, 2019).

“Ante la necesidad de definir nuevamente los objetivos y los métodos de diseño se puede reflexionar que si se considera el diseño como medio y no como fin en sí mismo para satisfacer necesidades y re- solucionar problemas en la sociedad, se requiere pensar también que el diseñador debe tener un mejor conocimiento de forma, técnica y procesos de manufactura, la comprensión de dinámicas sociales, psicológicas , culturales, económicas y ecológicas dirigiendo nuestra atención a la necesidad de una educación, una investigación y una práctica interdisciplinaria” (Flores Magón H. , 2015).

La visión de un diseño centrado en la humanización de los procesos se coloca como la principal razón de este discurso. Dicha humanización consiste en una consideración básica de la antropometría de usuarios que se relaciona con la ergonomía de los objetos, así como la comprensión de las necesidades psicológicas y culturales de las personas en los procesos de diseño mediante un abordaje sincrónico (Díaz, 2019).

“Una de las metodologías en los procesos cognitivos, estratégicos y prácticos mediante los cuales se elaboran los conceptos relacionados con el diseño es el *Design Thinking*, que es una manera de trabajar en grupo que maximizando la creatividad colectiva”. (Díaz, 2019).

El *Design Thinking* es un enfoque de innovación integral orientado al cliente que tiene como objetivo generar y desarrollar ideas comerciales creativas o modelos comerciales completos. Esencialmente, esta corriente del Diseño intenta proyectar los enfoques y métodos de los diseñadores en los procesos comerciales. En última instancia, el enfoque es aplicable a todo tipo de ideas comerciales, ya sea que tengan un carácter de producto o servicio. El primer mouse para la computadora Macintosh se creó después de un enfoque similar, o el primer cepillo de dientes con un eje ergonómico más ancho (Mueller-Roterberg, 2018).

“El mito del genio creativo es resistente: creemos que las grandes ideas surgen completamente formadas de mentes brillantes, en hazañas de imaginación que van más allá de las habilidades de los simples mortales” (Brown, 2018). Lo que se logra un equipo es el resultado de un arduo trabajo, aumentado por un proceso creativo de descubrimiento centrado en el ser humano y seguido por ciclos iterativos de creación de prototipos, pruebas y refinamiento. El proceso de diseño se describe mejor metafóricamente como un sistema de espacios en lugar de una serie predefinida de pasos ordenados (Brown, 2018).

“Los espacios delimitan diferentes tipos de actividades relacionadas que juntas forman el continuo de la innovación. El pensamiento de diseño puede resultar caótico para quienes lo experimentan por primera vez” (Brown, 2018). Pero a lo largo de la vida de un proyecto, los participantes llegan a ver que el proceso tiene sentido y logra resultados, aunque su arquitectura difiere de los procesos lineales basados en hitos típicos de otros tipos de actividades empresariales. A estas las denominamos “inspiración” por las circunstancias (ya sean un problema, una oportunidad o ambas) que motivan la búsqueda de soluciones; “Ideación”, para el proceso de generar, desarrollar y probar ideas que pueden conducir a

soluciones; e “implementación”, para trazar un camino hacia el mercado los proyectos recorrerán estos espacios (Brown, 2018).

La iteración es fundamental para un buen diseño. Repita tanto recorriendo el proceso varias veces como iterando dentro de un paso, por ejemplo, creando múltiples prototipos o probando variaciones de una lluvia de ideas sobre temas con múltiples grupos. Generalmente, a medida que toma varios ciclos a través del proceso de diseño, su alcance se reduce y pasa de trabajar en el concepto amplio a los detalles matizados, pero el proceso aún respalda este desarrollo. Para simplificar el proceso se articula aquí como una progresión lineal, pero el diseño los desafíos se pueden afrontar utilizando los modos de diseño en varios órdenes; además, hay un número ilimitado de marcos de diseño con los que trabajar. El proceso que se presenta aquí es una sugerencia de un marco; en última instancia, harás tuyo el proceso y lo adaptarás a tu estilo y a tu trabajo. Perfeccione su propio proceso que funcione para usted. Lo más importante es que, a medida que continúa practicando la innovación, adquiere una mentalidad de diseñador que impregna la forma en que trabaja, independientemente del proceso que utilice (Stanford, 2010).

La política económica define el camino y la manera para impulsar acciones para un mejor desarrollo del país, pero ¿Qué pasaría si el Diseño pudiera participar en la definición de dichas acciones de desarrollo? (Flores Magón H. , 2015). Aunque en México carecemos de apoyo parte de políticas gubernamentales y programas de desarrollo nacionales, será en conjunto de diversas disciplinas que se planean los posibles sectores de intervención del diseño y cuáles podrían ser las estrategias para el impulso de dichos sectores, donde una vez identificadas se presentan diferentes escenarios futuros con la posibilidad de actuación del Diseño para impactar de manera favorable (Flores Magón H. , 2015).

“La complejidad de la realidad que vivimos como sociedad junto a la necesidad de definir nuevamente los objetivos y los métodos del diseño, nos hace plantearnos reflexiones para extender el área de competencia como diseñadores, donde encontramos posibles sectores de interacción del Diseño y de impacto social que nos permitirán actuar a favor de la resolución de problemas” (Flores Magón H. , 2015). Esto obliga al diseño a interrelacionarse con diversas disciplinas, actores e instancias para establecer la mejor manera de abordar la problemática y definir las estrategias que deben de ser implementadas. El pensamiento estratégico puede enunciarse como el conjunto de aspectos que definen la estrategia a partir de cuatro conceptos rectores: El fin, el proyecto, los medios y la acción, por ello es importante tener el conocimiento completo de una situación dada que permitirá concretar el designio y desarrollar el conjunto de acciones (Flores Magón H. , 2015). “El diseño estratégico debe actuar en el desarrollo de las propias estrategias dentro de las organizaciones, absteniéndose de simplemente responder a estrategias predeterminadas diseñadas por otros” (Flores Magón H. , 2015).

2.2.2 Elementos Clave para la conceptualización del Diseño Estratégico para esta investigación

Con base en el análisis de las propuestas de los autores revisados previamente en esta investigación, la búsqueda de alternativas de cambio nos lleva a un enfoque de pensamiento colectivo y participativo en el diseño para definir las estratégicas desde la visión individual que tenemos hacia lo comunal. La intervención de las partes involucradas e interesadas con varias especialidades, formaciones y antecedentes genera una sinergia entorno de las acciones

realizadas en atención a las problemáticas y esto finalmente nos permite establecer acuerdos y compromisos en los diferentes niveles de tomas de decisiones, involucramiento e impacto.

El fomento de la interdisciplina y la práctica de acciones participativas favorece al trabajo de investigación que realizamos en los procesos enfocados a la solución de problemáticas actuales, beneficiándose con la visión y perspectiva de otros campos disciplinares y profesionales, logrando una mejor coordinación en la interacción natural entre las partes de un sistema (González, 2014). Dicha estrategia de articulación da como resultado grandes conexiones estratégicas de diferentes campos productivos, motivados por el valor y el impacto del concepto en común de identidad y pertenencia.

3. Marco metodológico

Esta investigación se aborda como un estudio de caso, que tiene como base metodologías cualitativas por la naturaleza del objeto de estudio, al ser una comunidad de tatuadores donde la interrelación de su práctica es compleja. Como lo comenta Creswell en su libro *“Diseño de investigación” Capítulo 9: El procedimiento Cualitativo*, la investigación cualitativa es investigación interpretativa, como tal los sesgos, valores y juicios del investigador deben ser explicitados en la investigación. El lograr el acceso al sitio de la investigación y los temas éticos que podrían surgir son elementos clave (Cresswell, 2009).

Por lo que, el proceso metodológico de investigación será mediante un modelo de análisis de necesidades basado en un paradigma de pensamiento sistémico con metodologías de diseño centrado en el usuario. A continuación, las etapas de las técnicas y procedimientos de la estrategia metodológica:

1. Aproximación:

Durante esta etapa se necesitó previamente el mapeo de los principales actores en la Industria para poder identificarlos y posteriormente se concentraron las primeras aproximaciones con los actores seleccionados estratégicamente por prioridad en cuanto a la información que deseaba obtener.

2. Observación

Mediante la participación directa como observador y participante en las dinámicas de los escenarios se registra la información a medida que la interacción fluye con cada uno de los actores.

3. Análisis Diagnóstico:

La detección de oportunidades se genera de manera inmediata mediante la interacción, dado que los actores coinciden en múltiples aspectos en su opinión personal respecto a problemáticas dentro del sector.

4. Desarrollo:

Se plantean acciones de intervención concretas donde se busca la participación de los actores mediante actividades de interés general y acceso fácil con una calendarización flexible y con tiempo de organización para asegurar la asistencia.

5. Implementación:

Las redes de colaboración serán clave para el seguimiento y ejecución de las acciones de intervención. Cuanto mayor sea el alcance de las redes de colaboración mejores resultados se obtendrán.

6. Resultados

Una vez ejecutadas las acciones de intervención será momento de analizar los resultados para entonces construir una prueba piloto y un modelo de implementación de una propuesta de solución.

7. Implementación & Evaluación.

Se aplica la propuesta de solución y se evalúa. Comienza proceso de Iteración.

3.1 Recolección de Información

Como lo estipula Robert K. Yin en su libro “Investigación Cualitativa, desde el principio hasta el final” para todo tipo de investigación la cuestión clave del control de calidad será la validez de un estudio y sus hallazgos. Un estudio válido es aquel que ha recopilado e interpretado adecuadamente sus datos, de modo que se refleja y representa con precisión el mundo real que se estudió. Se debe utilizar un diseño de investigación que fortalezca la validez de sus afirmaciones y hallazgos.

Para la realización de este trabajo se utilizaron y se utilizarán técnicas de investigación tanto cuantitativas como cualitativas destinadas a recopilar datos o información nueva acerca del entorno, la comunidad, las demandas y necesidades existentes, y los conflictos en torno a mi objeto de estudio (Yin, 2016).

La elección de los siguientes instrumentos de recolección de datos cualitativos fue seleccionada por su opciones, ventajas y limitaciones.

3.2 Técnicas de Recolección Información

- Grupos de enfoque (focus group)

Mediante este método se reunirán a varios grupos de personas con perfiles similares en cada rama de la industria del tatuaje para dialogar e intercambiar información. Lo más importante será la interacción entre todos los participantes opinando, reaccionando y respondiendo a la información que brinden los demás participantes.

- Entrevistas

Una de las herramientas más importantes, con la cual se buscará entablar un diálogo entre el investigador y el entrevistado. La entrevista tendrá un enfoque cualitativo para permitir obtener respuestas de opinión, espontáneas y abiertas. Con un tipo de entrevista semiestructurada se formularán preguntas con un guion establecido, donde será posible repreguntar en caso de ser necesario para aclarar respuestas. La aplicación de las entrevistas comenzará con los actores principales tales como los Tatuadores con mayor experiencia y renombre en la actualidad, seguido de actores recomendados por estos últimos. Posteriormente se aplicarán entrevistas especialmente diseñadas para los diversos actores en la Industria del Tatuaje, tales como tatuadores informales, tatuadores en formación, usuarios del tatuaje (clientes), vendedores de Tattoo Supply y las partes correspondientes que se desempeñan como autoridad regulatoria.

- Encuestas

Esta técnica se aplicará a una muestra de afectados por el problema de manera directa. Será utilizada con un enfoque cuantitativo con preguntas cerradas y de escala y con un enfoque cualitativo con preguntas abiertas y/o de opinión.

- Observación participante

Con esta técnica flexible de investigación se buscará recoger datos de un modo sistemático, pero no intrusivo, socializado con el grupo a investigar para luego decidir: dónde, cómo, qué se debe escuchar y observar. Como investigador y a la vez practicante del Tatuaje y participante activo en la Industria del Tatuaje se logrará una observación participante más eficiente.

- Recorrido por área de estudio

Se buscará internarse en los diversos escenarios donde se desenvuelve la industria del tatuaje para lograr identificar la realidad actual de cada uno, identificando el desempeño de la interacción entre actores.

3.3 Cronograma de Actividades

A continuación, la representación gráfica de las actividades que se van a realizar durante el desarrollo de la Investigación de mi TOG estableciendo los tiempos en semestres dentro e las tres etapas mencionadas en la sección de Metodología, sirviendo como pauta para optimizar el desarrollo de la investigación.

		O2020	P2021	V2021	O2021	P2022	V2022
	<u>ETAPA APROXIMACIÓN</u>						
	1. <u>Fundamentación del Trabajo</u>						

Procesos de Investigación	<p>1.1 Descripción del escenario que se planea intervenir</p> <p>1.2 Descripción de la problemática percibida que justifica el proyecto</p> <p>1.3 Validación de las condiciones del escenario.</p> <p>1.4 Análisis del contexto y del entorno del trabajo.</p> <p>1.5 Análisis inicial de la problemática. Primera proposición.</p> <p>1.6 Objetivos de la Intervención.</p> <p>1.7 Delimitaciones y área funcional a intervenir.</p> <p>1.8 Justificación y pertinencia del trabajo</p>						
	2. <u>Marco Conceptual</u>						
Instrumento	• Investigación documental						
	Objetivo: Definir una visión focalizada a esta investigación desde los principales conceptos que se involucran de acuerdo a lo escrito en este documento.						
ETAPA DESARROLLO							
	3. <u>Marco Metodológico.</u>						
Instrumento	• Investigación documental						
	Objetivo: Definir el enfoque, estrategias, técnicas e instrumentos						
	para definir la metodología de análisis de la problemática.						
ETAPA IMPLEMENTACIÓN							
	4. <u>Estrategia Metodológica de Intervención.</u>						
	Objetivo: Exposición detallada y coherente de los enfoques, las estrategias, las técnicas y los instrumentos seleccionados para la intervención en la problemática del TOG						

Instrumento	• Investigación documental						
	• Grupos de enfoque						
	• Entrevistas						
	• Encuestas						
	• Observación Participante						
	• Recorrido área Estudio						
		O2020	P2021	V2021	O2021	P2022	V2022
ETAPA ANALISIS DIAGNOSTICO							
	5. <u>Exposición de Hallazgos.</u>						
	Objetivo: Sistematización y aplicación de escalas de medición de resultados, organización de información obtenida y definición de impacto de la estrategia en la organización. Análisis de resultados.						
ETAPA PROPUESTA DE DISEÑO							
	Propuesta de Soluciones, diseño de prototipos.						
Instrumento	Pruebas Piloto, modelo de implementación, Implementación.						
ETAPA RESULTADOS							
	6. <u>Discusión Final.</u>						
	Objetivo: Consecuencia e la aplicación de la estrategia, Aspectos de mejora para intervenciones subsecuentes y Relevancia y trascendencia disciplinaria del caso.						

3.4 Consideraciones de la estrategia

Desde una óptica del Diseño estratégico y el pensamiento sistémico como clave para lograr la innovación social a continuación se examinan las implicaciones estratégicas que se derivan en este estudio. El propósito es analizar las interacciones del comportamiento de los actores

que se desenvuelven en la Industria del tatuaje, para posteriormente resaltar el papel de cada uno identificándolo como factor del entorno que se sitúa y así mediante evidencias valorar la viabilidad de la propuesta y sus beneficios que ofrece.

Con el objetivo de obtener los mayores y mejores resultados al menor esfuerzo invertido, se buscará lograr la mayor eficiencia técnica durante aplicación de la estrategia respaldado por motivación de mejorar las prácticas de la industria del tatuaje.

3.5 Riesgos

Durante la implementación de este proyecto es posible que debido a circunstancias externas se pueda comprometer alguna etapa del mismo. A continuación, expongo algunos riesgos a considerar:

1. Problemas en la interacción entre actores en la comunidad de Tatuadores debido a rivalidades y competitividad.
2. Disparidad en la concepción de éticas en la práctica individual de los actores.
3. Red de colaboración deficiente y no tan extensa para lograr el objetivo de profesionalización de la práctica.
4. Contravenir los intereses de las personas u organizaciones implicadas.

Para mitigar estos riesgos se considera lo siguiente:

1. Identificar los motivos que causen rivalidad y competitividad entre actores para crear dinámicas y acciones concretas que disminuyan estos inconvenientes.
2. Compartir una visión adecuada sobre las éticas dentro de la práctica del tatuaje a los actores.

3. Identificar los medios disponibles para construir una red de colaboración más eficiente.
4. Se buscará velar por los intereses de las partes involucradas para lograr una participación estable y segura.

4. Exposición de hallazgos

A continuación, se presentan los resultados generados durante la intervención y aplicación del proceso metodológico de investigación de este proyecto, así como la sistematización y análisis resultante de dicho proceso.

4.1 Sistematización y aplicación de escalas de medición de resultados

Para lograr ordenar los elementos que conforman esta investigación se toma un debate conceptual y metodológico sobre la Industria del Tatuaje mediante una categorización de análisis, asumiendo la sistematización como una herramienta para reconstruir e interpretar las experiencias, los saberes y el punto de vista de los actores que se desenvuelven en los escenarios que conforman la comunidad del Tatuaje en Jalisco.

Esta interpretación crítica descubre y explicita la lógica del proceso vivido en las experiencias, los diversos factores que intervinieron, cómo se relacionan entre sí y por qué lo viven de ese modo.

Se utilizaron escalas de medición de resultados como Likert marcando extremos de negativo a positivo para evaluar opinión y actitudes de las personas, matriz de lado a lado para evaluar importancia y satisfacción y escala ordinal para medir un orden o jerarquía.

4.1.1 Categorías de Análisis

Mediante un ejercicio de exploración previo que se realizó con algunos actores de la Industria del Tatuaje se definieron las siguientes categorías:

1. Buenas prácticas
2. Intereses de Colaboración entre actores
3. Áreas de oportunidad para incrementar la práctica del Tatuaje.

Esta categorización permite ordenar el trabajo por realizar y reducir la información recolectada durante la aplicación del proceso metodológico de esta investigación. Se cuentan con tres categorías de análisis que se desprenden directamente de la pregunta de investigación de este proyecto, buscando profundizar de manera concreta sobre los pilares que la construyen y así lograr entender con mayor claridad la visión que manifiestan los actores y a su vez la situación actual del tatuaje en la Industria local.

4.1.1.1 Buenas Prácticas

Esta categoría tiene el propósito de comprender la visión del usuario con base a su experiencia referente a las buenas prácticas dentro de la Industria del Tatuaje.

Definición Operacional:

Actividades que ejecuta el tatuador / actor y las identifica como claves para su buen desempeño en su quehacer profesional. Se describen a continuación en la tabla 1:

Tabla 1.

Categoría de análisis: Buenas prácticas. Variables y valores de las variables.

Indicador		Valores de las variables	
Variable			
Buenas prácticas	Actividad	Tipo de actividad	Salubridad Sanitización Estética Calidad Pigmentación Trato al cliente
		Frecuencia de la actividad	Siempre Casi siempre – Casi Nunca - Nunca
		Nivel de importancia	Muy importante Poco importante
	Quehacer profesional	Tipo de actor	Tatuador, comerciante, cliente.
		Escenario	- Estudios de Tatuaje - Comercios
		Nivel de experiencia	Experto – Profesional – Medio-Aprendiz
		Nivel de impacto	Alto, medio, bajo, nulo
		Tipo de impacto	Captar clientes Reputación Cobrar más

Nota: Elaboración propia.

4.1.1.2 Intereses de Colaboración entre actores

La categoría de intereses de colaboración entre actores tiene como objetivo comprender las razones que presenta el usuario en sus argumentos ante la oportunidad de colaborar e interactuar con sus pares dentro de la Industria del Tatuaje.

Definición Operacional:

Comportamiento motivado por una meta u objetivo en común con otras personas dentro de la Industria del Tatuaje. Los intereses de colaboración se describen a continuación en la tabla 2:

Tabla 2.

Categoría de análisis: Intereses de Colaboración entre actores.

Categoría	Indicador	Valores de las variables	
		Tipo de interés	Regulación de Práctica
<i>Intereses Colaboración entre actores.</i>	Reacciones por Motivación	Variable	Calidad Pigmentación Salubridad Prestigio Tatuaje Buenas prácticas Crecimiento de Industria
		Nivel de Interés	Alto, medio, bajo, nulo
	Metas / Objetivos	Tipo de Meta	- Crecimiento de Industria - Aumento de ventas / ingreso propio
		Obstáculos	- Personales - Grupales - terceros

Nota: Elaboración propia.

4.1.1.3 Áreas de oportunidad para incrementar Práctica

La categoría áreas de oportunidad para incrementar la práctica busca reconocer la visión del usuario con base a su experiencia referente a las áreas de oportunidad para incrementar la práctica del tatuaje.

Definición Operacional:

Aspectos, habilidades, capacidades y conocimientos que son necesarios mejorar dentro de la Industria del tatuaje para incrementar la práctica del tatuaje. Las áreas de oportunidad para incrementar la práctica del Tatuaje se describen a continuación en la tabla 3:

Tabla 3.

Categoría de análisis: Áreas de oportunidad para incrementar práctica

Categoría	Indicador	Variable	Valores de las variables
Áreas de oportunidades para incrementar práctica.	Competencias	Tipo de competencias	<ul style="list-style-type: none"> - Condiciones básicas para práctica ideal - Buen manejo / Calidad de técnica. - Conocimientos básicos del Tatuaje.
		Acceso a competencias	Alto, medio, bajo, nulo
		Nivel de competencias	Alto, medio, bajo, nulo
	Práctica	Tipo de práctica	<ul style="list-style-type: none"> - Tatuaje - Venta Productos Tatuaje
		Escenarios	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios de Tatuaje - Comercios

Nota: Elaboración propia.

4.2 Organización de la información obtenida

Con de la información obtenida gracias a la aplicación del proceso metodológico de investigación de este proyecto se encontraron los siguientes hallazgos en relación a las categorías descritas:

4.2.1 Categoría Buenas Prácticas

En el marco de análisis sobre las buenas prácticas dentro de la investigación realizada se describen a continuación cinco hallazgos como resultados trascendentales en la visión compartida de los actores:

Hallazgo 1:

- Las buenas prácticas y competencias más relevantes son las que tengan que ver con Salubridad.

Dentro de los resultados de la investigación se confirma ampliamente la importancia que se le da a lo que se desprende del tema de Salubridad referente a las buenas prácticas que deben aplicarse y competencias que debe cumplir un buen practicante del Tatuaje. Un resultado completamente compartido señala la relevancia de esta práctica como muy importante. Se realizó una pregunta a los entrevistados sobre cuáles eran las buenas prácticas que identificaban desde su praxis y su nivel de relevancia, buscando corroborar y construir desde su visión una lista de actividades que se ejecuten de manera clave para un buen desempeño, encontrándose lo siguiente:

“Es muy importante tener siempre presente los cuidados que debemos tener para cumplir con los requerimientos de salubridad en el estudio” Actor 01-

Tatuador

“(…) se puede medir la calidad de un estudio de tatuajes por su limpieza.”

Actor 01- Tatuador

“Lo primero que se fija la gente es si el lugar está limpio” Actor 04 -

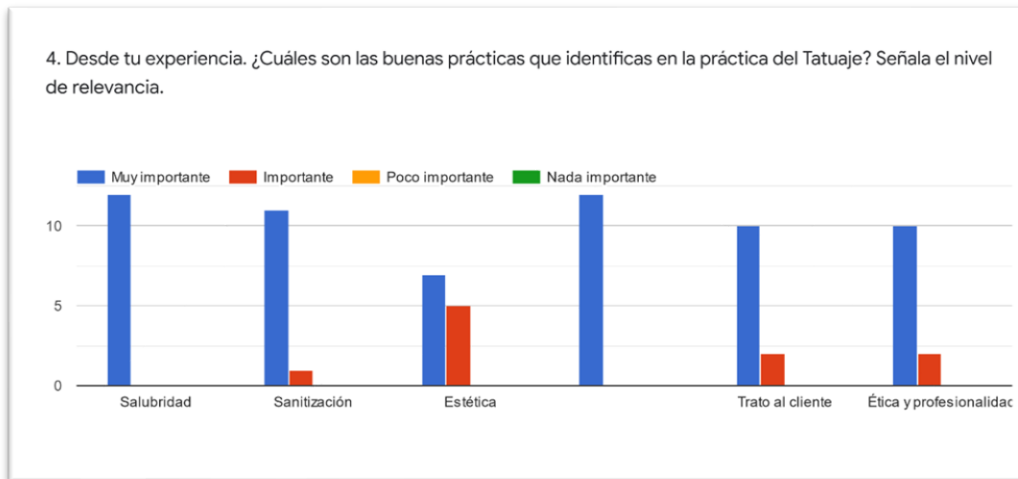
Tatuadora

“Hay gente que tatúa en su casa a un lado de donde desayunan, comen y cenan, es terrible imaginar que te tatúe alguien en el mismo lugar donde duerme el gato” Actor 05 – Cliente

En la tabla 4 encontramos el nivel de relevancia que otorgan los entrevistados en las buenas prácticas dentro de la Industria del Tatuaje, otorgando a la Salubridad el mayor nivel.

Tabla 4.

Categoría de análisis: Relevancia de buenas prácticas dentro de la Industria del Tatuaje

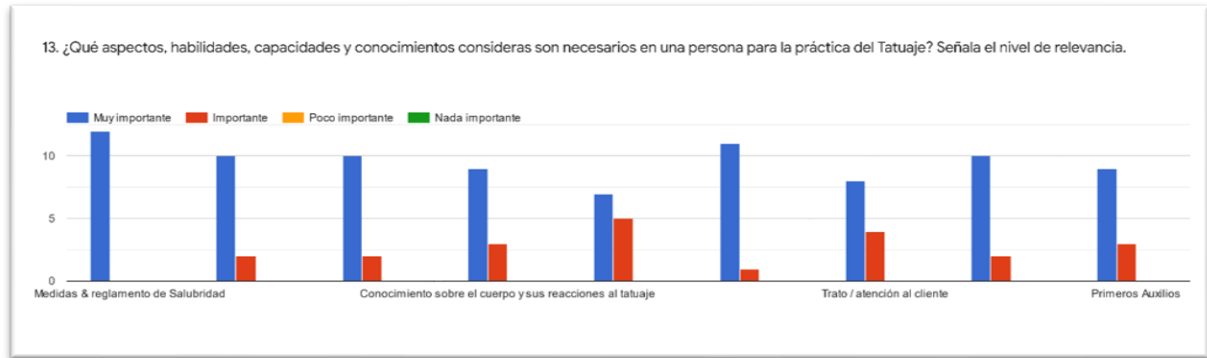


Nota: Elaboración propia

A continuación, se observa en la tabla 5 el nivel de relevancia que dan los entrevistados a las competencias que se cree son necesarios en una persona para la práctica del tatuaje, otorgando a las medidas y reglamento de Salubridad la mayor importancia:

Tabla 5.

Principales competencias consideradas necesarias para la práctica del Tatuaje



Nota: Elaboración propia

Hallazgo 2:

- Falta de comunicación e información sobre el tatuaje en la sociedad.

De manera compartida se identifica en múltiples casos la falta de comunicación e información sobre el tatuaje como uno de los principales problemas que necesitan ser resueltos desde la praxis de cada uno de los actores entrevistados. Se expone esto como una necesidad para lograr entender y así promover la cultura del tatuaje en Jalisco. Un 75% de los entrevistados coincide con la existencia de esta problemática, siendo uno de sus principales argumentos al plantear la pregunta que solicita su opinión respecto a las principales problemáticas dentro de la Industria del Tatuaje, como se puede leer en las siguientes unidades de datos:

“Informando a los clientes sobre la práctica correcta del tatuaje, la asepsia, procesos de diseño y que el arte original de los tatuadores sea adoptado por los clientes”. Actor 01- Tatuador

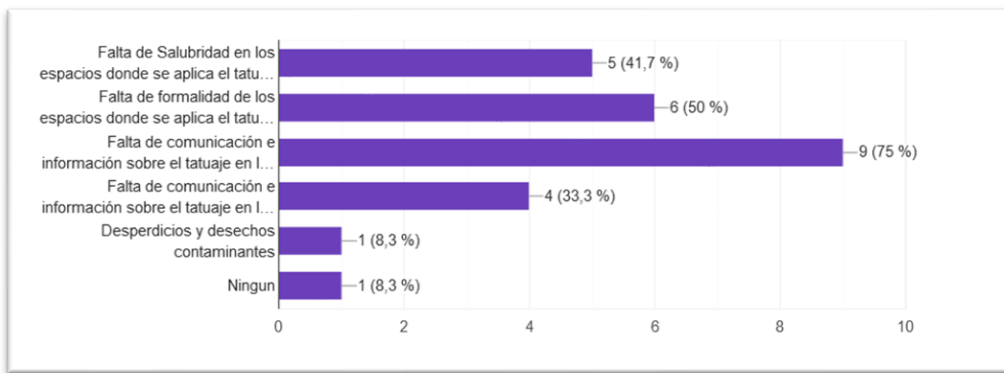
“Con la divulgación en foros y en medios de comunicación masiva, abordando la cultura del tatuaje como un arte y una forma de expresar individualidad” Actor 06 - Cliente

“Creo que la solución más viable es la educación tanto del cliente como de los artistas para crear una cultura del tatuaje responsable y profesional, tal vez por medio de canales de comunicación donde se pueda brindar información objetiva que despeje dudas y ayude al usuario a tomar buenas decisiones al elegir tatuarse” Actor 07 – Clienta

A continuación, se observa en la tabla 6 la importancia que dan los encuestados a las principales problemáticas que existen dentro de la práctica del tatuaje, siendo la falta de comunicación e información sobre el tatuaje la más importante:

Tabla 6.

Principales problemáticas dentro de la Industria del Tatuaje.



Nota: Elaboración propia

Hallazgo 3

- Estudios de Tatuaje como principal área de la Industria para consolidar buenas prácticas.

Con los resultados obtenidos mediante la encuesta aplicada se identificó que los estudios de Tatuaje son una de las principales áreas de la industria para consolidar las buenas prácticas.

Un 100% de los actores entrevistados refieren la gran importancia que debe darse a las

actividades que se desenvuelven dentro de este escenario pues es donde se concentran la mayoría de las buenas prácticas. En la información obtenida mediante la herramienta de investigación aplicada se encuentra lo siguiente:

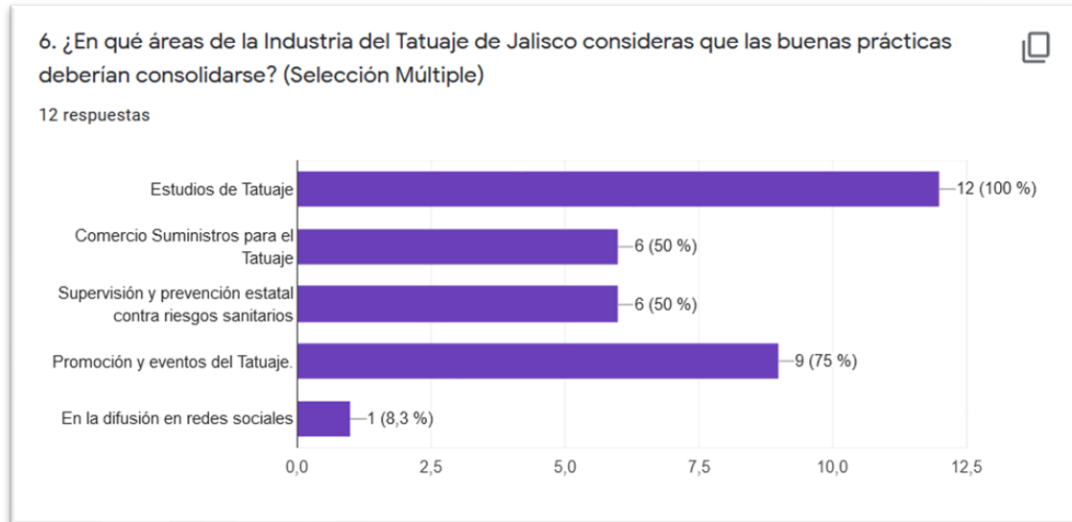
“El estudio de tatuaje resulta ser el lugar principal donde interactuamos con nuestros clientes, a muchos se les olvida la gran cantidad de horas que pasa el cliente ahí” Actor 08 - Tatuador

“La experiencia del cliente depende completamente de aquello que encuentra en un estudio, áreas debidamente acondicionadas, comodidades y sobre todo el trato que se le da, hay personas que esperan por meses ese día y nosotros podemos arruinarles su momento tan especial” Actor 03 - Tatuadora

A continuación, en la tabla 7 encontramos el resultado que dio la pregunta sobre en cuales áreas de la Industria del Tatuaje deberían de consolidarse las buenas prácticas, siendo los estudios de tatuaje el área más importante para el total de los entrevistados:

Tabla 7.

Buenas prácticas en las áreas de la Industria del Tatuaje



Nota: Elaboración propia

Hallazgo 4

- Posibles soluciones en la visión de los usuarios con base a su experiencia:

- Introspección personal en el trabajo para mejorar calidad.
- Trabajo en equipo.
- Colaboración mediante “*guest spots*” (visitas a otros estudios)
- Consolidación de una comunidad / asociación del Tatuaje en Jalisco.

Con la intención de contribuir a la construcción e identificación de buenas prácticas se presentan las posibles soluciones que los entrevistados proponen a las problemáticas que señalaron durante la entrevista. Se propone la introspección personal en el trabajo realizado como una actividad crucial para mejorar la calidad en el trabajo desempeñado. Se plantea también la colaboración entre artistas mediante una dinámica que consiste en visitar otros estudios para intercambiar y compartir el conocimiento generado por la experiencia de cada parte, fomentando una interacción clave en la comunidad. Esto último se une a una propuesta

generalizada por los entrevistados donde se idealiza la consolidación de una comunidad dentro de la Industria del Tatuaje. Resulta muy importante puntualizar que los actores manifiestan la colaboración en su opinión como principal solución a las problemáticas planteadas, como lo podemos observar en los siguientes comentarios:

“Si, considero que la colaboración de artistas locales en una asociación de tatuaje mejoraría considerablemente la industria, compartir conocimientos y experiencias, organizar eventos en conjunto y buscar la mejora continua de los artistas serían algunos de los beneficios del trabajo en conjunto con otros tatuadores.” Actor 11 - Tatuador

“Crear una comunidad de tatuadores donde se compartan conocimientos y se le dé importancia al aspecto ecológico.” Actor 02 - Tatuadora

“Eventos anuales mínimo, alguna especie de organización o alguna asociación podría funcionar.” Actor 07 - Tatuadora

“Preparándose de manera profesional con asesores y proveedores que lleven al tatuador a lograr el nivel necesario tanto como artista como con si negocio, desconozco si sea accesible.” Actor 09 - Comerciante

“Pues me parece que deberíamos de trabajar en conjunto todos para ver este trabajo completamente profesional, dejar de lado los egos y prepararnos cada vez más, no solo en técnica, sino en todo lo demás comentado, pláticas con respecto a la ÉTICA, es imposible que sigan existiendo prácticas de abuso, tanto como sexual, como en tiempos y formas de prestar el servicio.” Actor 03 – Tatuadora

Hallazgo 5

- Nuevas buenas prácticas identificadas.
- Colocación anatómica correcta del tatuaje.
- Constante actualización de innovación en tecnología y tendencias.
Manejo de dolor e intervención adecuada en reacciones físicas y psicológicas del cliente durante el tatuaje.

Durante el proceso de obtención de información de esta investigación se aplicaron herramientas especialmente diseñadas para permitir comprobar las suposiciones que se tenían previamente en cuanto a las buenas prácticas que debían de llevarse a cabo para mejorar la calidad del trabajo, pero también era una oportunidad de seguir profundizando en la opinión directa de los actores y así incrementar la información de aquello que se vive en el día a día de la Industria del Tatuaje. Se logró identificar nuevas aportaciones para construir una visión más estructurada en cuanto a las buenas prácticas, comenzando con la colocación anatómica correcta de los diseños de tatuajes en el cuerpo y la evolución del tatuaje en la piel con el paso del tiempo, esto plantea la gran responsabilidad de proporcionar al cliente un trabajo que considere la complejidad y características específicas del cliente.

“Si, conocimientos de la evolución de un tatuaje en la piel del cliente al paso del tiempo.” Actor 08 - Tatuador

“Sí, la colocación del tatuaje de manera anatómicamente correcta.”

Actor 03 - Tatuadora

Dentro de la visión de los actores se comparte la importancia que tiene mantenerse en una constante actualización de la innovación en tecnología y productos, así como las tendencias

dentro del tatuaje como estilos, técnicas y aquellas actividades que giran alrededor de la actividad del Tatuaje.

“Es importante conocer sobre nuevas tecnologías que puedan beneficiar nuestro trabajo, mantenernos actualizados es un beneficio personal”

Actor 10 - Comerciante

“Seguir a otros tatuadores de todo el mundo me ha ayudado a conocer sobre posibilidades de mejorar en mi técnica, veo qué hacen y cómo lo hacen, incluso me ha tocado ver los lugares a donde viajan y eso me motiva a seguir creciendo”

Actor 01 - Tatuador

En la opinión de los actores que trabajan la aplicación del tatuaje se señala la importancia de conocer cómo manejar el dolor en situaciones específicas, cómo se debería de intervenir y manejar las reacciones físicas y psicológicas ante una crisis, eso lo podemos observar en los siguientes comentarios:

“La atención del cliente sobre las zonas más dolorosas.” Actor 01 - Tatuador

“Con un grupo de médicos y psicólogos que nos capaciten en temas donde hay más dudas y acompañando en cursos/conferencias para tatuadores compartiendo casos reales” Actor 03 - Tatuadora

“Intervención en crisis, ya que la mayoría que se hace un tatuaje con significado, en la aplicación de su pieza pasa por un proceso

emocional que a veces exponen sus emociones en forma de ansiedad, llanto, estrés, entre otros. Lo cual influye en nuestro trabajo por los síntomas físicos que expresan.” Actor 08 – Tatuador

4.2.2 Categoría Intereses de colaboración entre actores

En el marco de análisis sobre los intereses de colaboración entre actores dentro de la investigación realizada se describen a continuación dos hallazgos como resultados trascendentales en la visión compartida de los actores:

Hallazgo 6

- Propuestas de contribución por parte de los actores.
 1. Disponibilidad de los usuarios a contribuir informando & capacitando / compartiendo experiencia.
 2. Colaboración mediante “*Guest spots*” (visitas a otros estudios)
 3. Trabajo en Equipo.

En las propuestas que señalan los entrevistados como posibles contribuciones para solucionar las problemáticas actuales en la Industria del Tatuaje resaltamos la disponibilidad de los mismos para informar, capacitar y compartir la experiencia que se tiene con otros. Una posible colaboración entre tatuadores mediante la apertura y uso de espacios para visitas (Guest Spots) promoverá una convivencia entre estudios que resulte benéfico para el intercambio de experiencias y métodos de trabajo. En la información obtenida se encuentra lo siguiente:

“Las veces que yo he ido de invitado con Guest Spots siempre aprendo un chingo de los demás tatuadores del estudio que llego, la verdad lo hago más por la experiencia que por traerme una lana.”

Actor 08- Tatuador

Y por último se propone el trabajo en equipo como parte elemental para lograr contra restar las principales problemáticas, los actores nos comparten lo siguiente:

“Pues me parece que deberíamos de trabajar en conjunto todos para ver este trabajo completamente profesional, dejar de lado los egos y prepararnos cada vez más, no solo en técnica, sino en todo lo demás comentado” Actor 03 - Tatuadora

“Será muy difícil si pocos actuamos, esto debería de ser de interés para todos dentro de la comunidad, si todos lograran trabajar en conjunto otra cosa sería” Actor 01 - Tatuador

Hallazgo 7

- Principales acciones e intereses para colaborar/trabajar/participar dentro de la Industria del

Tatuaje:

- Eventos formativos y no de exposición. (conferencias, seminarios, campañas)
- Necesidad de promoción al tatuaje y eventos para crecer.
- Colaboración entre actores.
- Consolidación de una comunidad / asociación del Tatuaje en Jalisco.

Es quizá uno de los principales hallazgos en este proceso de investigación, dado a que encontramos dentro de la opinión de los entrevistados aquellas acciones e intereses que

puedan tener para colaborar, trabajar y/o participar dentro de la Industria del Tatuaje. Un 60% de los entrevistados refieren la importancia de crear eventos formativos principalmente para los tatuadores, así como una mayor promoción al tatuaje y los eventos que se lleven a cabo dentro de la Industria. Dentro de la información obtenida encontramos lo siguiente:

“Haciendo eventos formativos más que una Expo de tatuajes, que sea un evento que ayude al aprendizaje y crecimiento.” Actor 02 - Tatuadora

“¡Me gustaría participar en eventos como conferencias, seminarios o hasta congresos! Sería increíble poder viajar y participar en eventos donde pueda conocer a otros tatuadores sin que sean expos” Actor 03 - Tatuadora

“Sería muy chido conocer sobre casos de estudio de situaciones raras que presente algún cliente para estar preparado por si algún día me toca” Actor 03 – Tatuadora

Aunque muchos de los actores reconocen que existen ya muchos eventos de tatuajes, entre ellos principalmente “expos de tattoo”, consideran que el tatuaje necesita mayor promoción e identifican que hay necesidad de más eventos para crecer, en la información que se obtuvo encontramos lo siguiente:

“Realizando foros informativos sobre el beneficio psicológico a nivel personal la práctica del tatuaje.” Actor 03 - Tatuadora

“Con la divulgación en foros y en medios de comunicación masiva, abordando la cultura del tatuaje como un arte y una forma de expresar individualidad.” Actor 05 - Clienta

“Haciendo divulgación en redes aportando información de valor para quitar mitos y prejuicios y “educar” a la sociedad sobre los tatuajes.” Actor 12 – Cliente

Se tiene muy claro que para lograr crecer se necesita la colaboración entre actores mediante un trabajo en equipo, transmitiendo claramente ideas sobre la consolidación de una comunidad mediante una probable asociación del Tatuaje en Jalisco. Ante la pregunta realizada para saber los intereses sobre trabajar, colaborar y/o participar con otras personas encontramos la siguiente información:

“Considero que la colaboración de artistas locales en una asociación de tatuaje mejoraría considerablemente la industria, compartir conocimientos y experiencias, organizar eventos en conjunto y buscar la mejora continua de los artistas serían algunos de los beneficios del trabajo en conjunto con otros tatuadores.”

Actor 01 - Tatuador

“Desconozco si ya exista, pero si hubiera como un órgano regulador/ validador de cada espacio y tatuador, que evalúe constantemente la calidad ofrecida por los practicantes y los espacios donde se practica. Entre mejor formación se tenga, mayor

profesionalismo reflejado en el servicio que en conjunto formaría un renombre a nivel nacional.” Actor 12 - Cliente

“Crear una comunidad de tatuadores donde se compartan conocimientos y tengas ayuda. “Actor 03 - Tatuadora

4.2.3 Categoría Áreas de oportunidad para incrementar la actividad del Tatuaje.

En el marco de análisis sobre las áreas de oportunidad para incrementar la actividad del Tatuaje dentro de la investigación realizada se describen a continuación tres hallazgos como resultados trascendentales en la visión compartida de los actores:

Hallazgo 8

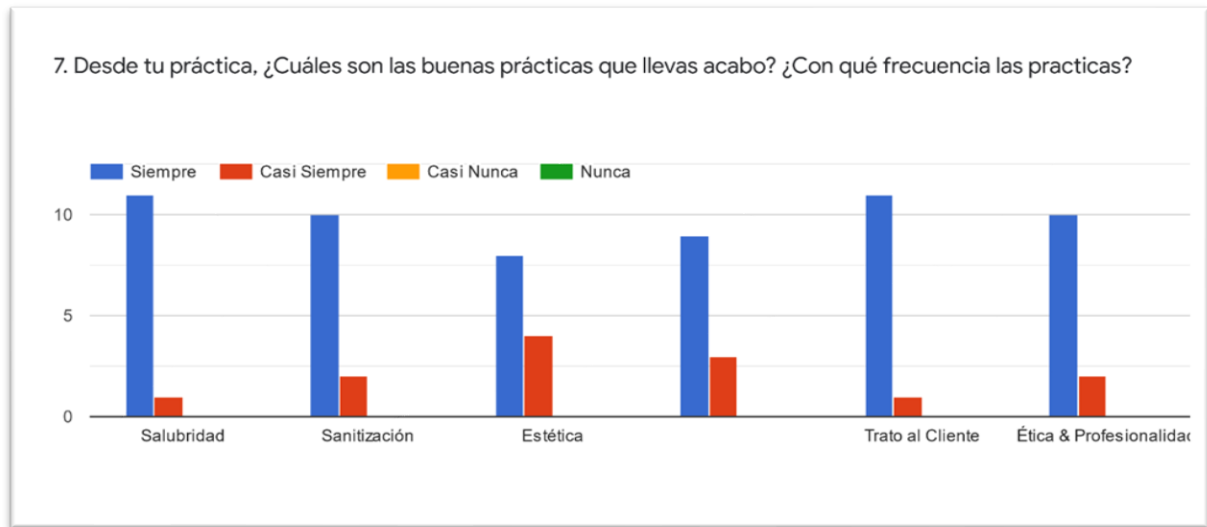
- Salubridad y trato al cliente como prácticas ejecutadas con menor frecuencia.

Es de suma importancia señalar este hallazgo, pues como se ha señalado previamente se identificó el tema de la Salubridad como uno de los principales problemas por resolver. En esta entrevista la muestra señala que tanto la Salubridad como el trato al cliente son una de las prácticas ejecutadas con menor frecuencia. La conexión entre ambos hallazgos concuerda. Es importante señalar que el que se ejecute con menor frecuencia no quiere decir que no se practique.

El hallazgo identificado en la opinión de los actores se ve reflejado en la tabla 8:

Tabla 8.

Frecuencia de aplicación de buenas prácticas dentro de la Industria del Tatuaje.



Nota: Elaboración propia

Hallazgo 9

- Estudios de Tatuaje como principal factor de riesgo para la informalidad.

Una de las principales problemáticas dentro de la Industria del Tatuaje en Jalisco es la informalidad que se da en las prácticas que se realizan dentro de la misma. En los resultados de las entrevistas encontramos que un 75% de los actores señalan que los estudios de tatuaje son una de las principales áreas donde se presenta la informalidad, siendo esta un punto muy importante de atención como área de oportunidad para incrementar la actividad del Tatuaje.

En la información obtenida encontramos lo siguiente:

“Existen muchos estudios de tatuaje que no están registrados en la Cofepris” Actor 01 - Tatuador

“He conocido estudios que trabajan a puerta cerrada y eso les ayuda a no tener que trabajar con tarjetón” Actor 01 - Tatuador “Tengo un compa

que compró sus cursos de asepsia, primeros auxilios y tarjetón con un bato que viene del DF” Actor 08 -

Tatuador

Es también muy relevante señalar que un 66.7% de los entrevistados señalan la informalidad en los eventos de exposición de tatuajes como un factor de riesgo.

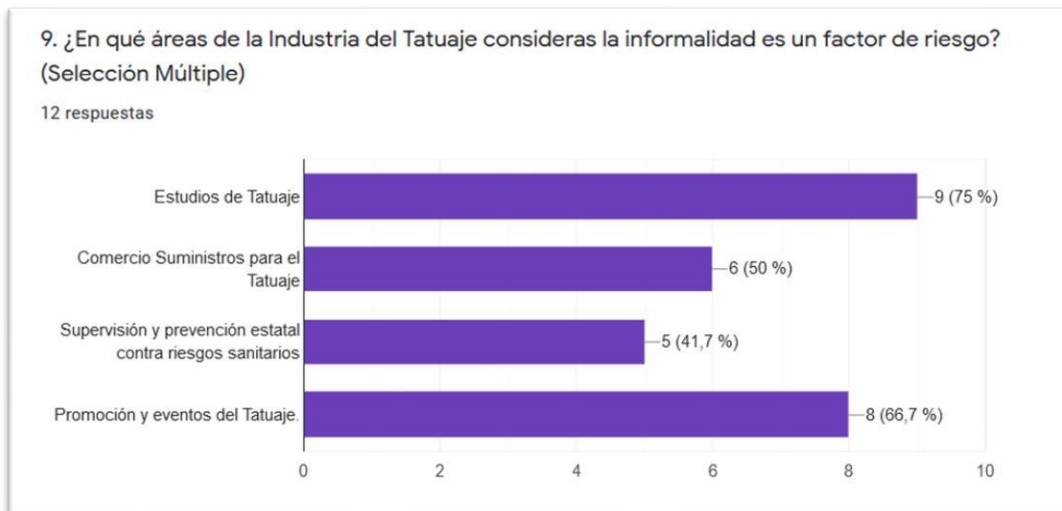
“En algunos eventos solo te rentan el espacio sin importar tu calidad de trabajo” Actor 01 - Tatuador

“Si no llevas tu mobiliario, tienes que usar la silla con tu maleta como descansa brazos” Actor 01 - Tatuador

A continuación, en la tabla 9 encontramos el resultado que dio la pregunta sobre en cuales áreas de la Industria del Tatuaje se considera la informalidad como un factor de riesgo, siendo los estudios de tatuaje el área más importante para el total de los entrevistados:

Tabla 9.

Áreas de informalidad dentro de la Industria del Tatuaje.



Nota: Elaboración propia

Hallazgo 10

Principales problemáticas / necesidades en la visión de los usuarios con base a su experiencia:

- Necesidad de promoción al tatuaje y eventos para crecer.
- Ambiente hermético en la comunidad del tatuaje.
- Manejo de desperdicios y desechos contaminantes.
- Beneficio individual y no grupal en los objetivos e intereses personales.
- Bajo desarrollo de empresas y comercios locales.
- Cursos gratuitos / pagar por cursos retrasa el crecimiento.
- Competencia desleal entre artistas. (Precios bajos, mala calidad, engaños comerciales)
- Cursos gratuitos / pagar por cursos & seminarios retrasa el crecimiento.
- Eventos formativos y no de exposición. (conferencias, seminarios, campañas)

En el proceso de aplicación de esta herramienta surgió información de suma importancia como parte de las expectativas de esta investigación, en donde los entrevistados expusieron las problemáticas que identificaron dentro de su propia experiencia. Se reafirma la necesidad de una mayor promoción al tatuaje mediante eventos y estrategias publicitarias digitales y la oferta de cursos gratuitos de carácter formativo que aporten al crecimiento profesional de los tatuadores.

Dentro de los escenarios que comparten los diversos actores en la comunidad del Tatuaje se expresa la presencia de un ambiente hermético y una competencia desleal entre artistas, lo cual se convierte en uno de los principales obstáculos para la interacción deseada. En la información obtenida se encuentra lo siguiente:

“Competencia desleal de artistas que ofrecen trabajos de mala calidad a precios excesivamente bajos” Actor 08 - Tatuador

“Dentro de la misma escena del tatuaje, no es de fácil acceso, ya que es un medio muy hermético” Actor 12 - Tatuador

Se identifica también la búsqueda de un beneficio individual dentro de los objetivos e intereses personales de los actores en la siguiente información:

“A muchos solo les importa el beneficio propio, no les interesa el crecimiento mutuo.” Actor 01- Tatuador

*“Trabajo solo para mantener mi negocio y a mi equipo de trabajo”
Actor 04 - Tatuador*

Se presenta una idea de acceder a cursos & seminarios gratuitos sobre técnicas y temas importantes en el Tatuaje, estas últimas como dos áreas importantes para intervenir en la búsqueda de incrementar y mejorar la actividad en la Industria del Tatuaje.

*“Los seminarios que llegan en cada convención son muy caros”
Actor 11 – Tatuador*

5. Propuesta de Diseño a partir de los hallazgos de la investigación

Con base en los hallazgos encontrados y en la información obtenida mediante la aplicación de las herramientas de investigación de este proyecto, se presenta la siguiente estrategia de intervención diseñada desde una lógica de participación colectiva que propone un modelo de trabajo enfocado en desarrollar soluciones donde el usuario sea el principal beneficiado.

De acuerdo con los hallazgos sistematizados de mayor relevancia en la sección anterior de este proyecto, se proponen acciones que buscarán ejecutarse de manera presencial para lograr el impacto deseado en la Industria del Tatuaje de Jalisco, enfocándose en la conformación de un colectivo como primer objetivo dada la necesidad de establecer y forjar un canal de comunicación e interacción entre los actores dentro del ecosistema de la Industria, y así de manera estratégica trabajar el desarrollo e implementación de los valores y competencias identificadas hacia las buenas prácticas y también la atención y solución a problemáticas inmediatas de esta industria.

A continuación, se presenta un resumen de los hallazgos que fueron sistematizados en la sección anterior de este documento y que son los insumos de esta estrategia de intervención:

- Hallazgo 1: Las buenas prácticas y competencias más relevantes que identifican los tatuadores son aquellas que tengan que ver con salubridad. (Limpieza, higiene y Sanitización)
- Hallazgo 2: La falta de Comunicación e información sobre el Tatuaje en la Sociedad es percibida por los tatuadores como un problema de la industria del tatuaje.
- Hallazgo 3: Las acciones para generar un mayor alcance para la profesionalización de la práctica se pueden lograr desde los estudios de Tatuaje.
- Hallazgo 4: Se identifica la necesidad de una introspección personal en el trabajo para mejorar la calidad.
- Hallazgo 5: El Trabajo en equipo es identificado como una necesidad, un esfuerzo común.
- Hallazgo 6: Mejorar el trato y atención al cliente es muy importante para respaldar cualquier acción de formalización de la práctica del tatuaje.

- Hallazgo 7: La oportunidad de crear eventos formativos y no de exposición (Conferencias, seminarios, campañas, etc.)
- Hallazgo 8: La necesidad de la consolidación de una Comunidad / Asociación del Tatuaje en Jalisco.
- Hallazgo 9: La importancia y los beneficios de erradicar la informalidad / promover la formalidad.
- Hallazgo 10: La importancia y beneficios de disminuir el hermetismo entre Tatuadores.
- Hallazgo 11: Se identifica la necesidad de disminuir la competencia desleal entre actores dentro de la Industria.
- Hallazgo 12: Comunicar los beneficios de una comunidad funcional resultará muy importante para que esta se mantenga activa y pueda crecer al mismo tiempo

Con los hallazgos anteriores se plantea una estrategia de intervención de diseño para atender las problemáticas identificadas, para ello se presentan 3 etapas:

Etapas 01: Conformación de Colectivo

En esta etapa se inicia con la conformación del colectivo mediante un acercamiento inicial con los actores de la Industria del Tatuaje en Jalisco, el cual buscará cimentar las bases estructurales del colectivo mediante acciones basadas en la colectividad y participación de las partes involucradas.

Etapas 02: Desarrollo de Colectivo

Una vez que se hayan logrado dar los primeros pasos hacia la conformación de un colectivo, será momento de pasar a la siguiente etapa que consiste en desarrollarla mediante la ampliación de su alcance, lograr un mayor número de integrantes y la ejecución efectiva de acciones estratégicas para iniciar un impacto más concreto hacia la profesionalización de las actividades realizadas dentro de la Industria.

Etapa 03: Consolidación de Colectivo

Uno de los objetivos de esta etapa es consolidar el colectivo mediante acciones diseñadas para velar por la unión e interés de los integrantes para proyectar una estabilidad que transmita solidez para los integrantes y así lograr un modelo de trabajo confiable y replicable para otras comunidades.

El alcance de realización de esta intervención será únicamente la etapa 01 por cuestiones de tiempo e implicaciones metodológicas. En el proceso de diseño de esta intervención se aplicaron las bases del pensamiento de diseño del Design Thinking que propone IDEO en su kit de herramientas de diseño y dado el enfoque que se tiene hacia el ser humano es importante recordar que la observación es el primer paso en el ciclo iterativo que propone esta metodología, para lograr entonces validar una solución humanamente deseable y entonces implementarla en las siguientes etapas de esta intervención.

5.1 Conformación del colectivo

5.1.1 Generalidades de la conformación del colectivo

De acuerdo con el kit de diseño que propone IDEO dentro de su metodología basada en el diseño centrado en personas, se utilizará un método creativo llamado “Sesión de co-creación” en la cual las personas para las cuales se está diseñando pueden proporcionarnos información

muy valiosa, es por ello por lo que se incorporan al proceso de diseño sesiones de co-creación para obtener una retroalimentación más depurada de las propuestas desde los actores. No solo se escucharán sus voces, sino que también se genera valor empoderándolos para trabajar en conjunto y simultáneamente se integran a la causa principal de esta estrategia, entendiendo de primera mano cómo funcionan las comunidades, cuál sería una solución verdadera y cómo será dicha solución.

El primer paso para la conformación de una comunidad es el acercamiento e interacción entre los actores que conforman la industria local. Los cimientos de una organización deberán construirse de manera sólida para lograr trascender con el ejemplo y testimonio de los primeros integrantes, logrando incrementar el alcance de esta iniciativa. Mediante el diseño de una sesión co-creacional se propone una serie de dinámicas creativas con la finalidad de lograr la participación colectiva de los participantes. Como parte de esta primera etapa, las sesiones se replicarán con algunos ajustes dentro de su configuración en la planeación de objetivos de acuerdo con los alcances obtenidos.

5.1.1.1 Objetivos de la sesión de co-creación:

- Diseño de Identidad Gráfica para colectivo
- Diseño y ejecución de Sesión creativa grupal
- Alta de plataforma en redes sociales para concentración de primeros integrantes
- Análisis de resultados de Sesión creativa
- Exposición de resultados y evidencias.
- Conclusiones y proyección siguiente etapa de la estrategia

5.1.2 Cronograma para la conformación del colectivo:

CRONOGRAMA ETAPA 01	
SEMANA 07 / martes 01 marzo.	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso creativo propuesta naming & Logotipo • Redacción TOG Etapa 01 Estrategia • Diseño sesión Grupal • Gestión de sesión con posibles asistentes
SEMANA 08 / martes 08 marzo	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso creativo propuesta naming & Logotipo • Plan de contenido de presentación digital y herramientas de trabajo para sesión grupal • Confirmar equipo de asistentes para sesión grupal & asignaciones de tareas para c/u. • Diseño de presentación digital y herramientas de trabajo para sesión grupal • Redacción de la estrategia en TOG de acuerdo con la revisión • Alta plataforma Red social (Grupo Facebook)
SEMANA 09 / martes 15 marzo.	<ul style="list-style-type: none"> • Sesión Co-Creacional y recolecta de datos DURANTE ESTA SEMANA • Armado de Manual básico de Identidad grafica con propuestas. • (+ mockups proyección visual)
SEMANA 10 / martes 22 marzo.	<ul style="list-style-type: none"> • Sistematización de resultados & Evidencia / Formato TOG
SEMANA 11 / martes 29 marzo.	<ul style="list-style-type: none"> • Enviar a Leticia Sistematización de resultados & Evidencia / Formato TOG
SEMANA 12 / martes 05 abril NO HAY ASESORIA	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar cambios Sistematización de resultados & Evidencia.

5.1.3 Diseño del colectivo

El objetivo principal de esta etapa es iniciar la conformación del colectivo del Tatuaje en Jalisco es construir de manera colaborativa la identidad visual que representará a dicha comunidad y delimitar los objetivos, la visión y dirección que tomará este movimiento con relación a resolver las problemáticas y aportar con acciones estratégicas dentro de la Industria en las siguientes etapas de la estrategia para lograr su profesionalización. En el anexo de esta investigación se encuentra la dirección exacta de la locación seleccionada, así como de los nombres de los asistentes.

Programa de Trabajo (tiempo estimado de sesión: 2hrs, 30 min)

- Introducción a sesión creativa / 5min
- Presentación individual de participantes INSPO NETWORKING
(Nombre, Rubro, tiempo experiencia y especialidad) / 20 min
- Creación de mesas de trabajo / Equipos / 2min

✦ **Dinámica 01** / Vinculación de conceptos clave

Sensibilización de los participantes mediante charla colectiva sobre la situación actual de la Industria del Tatuaje, logrando la vinculación hacia los conceptos clave que serán utilizados en la siguiente dinámica. En el anexo de este documento se presentan los materiales utilizados durante esta sesión.

a) Planteamiento de objetivos de dinámica 01 / 5 min

b) Desarrollo de dinámica 01 / 20min

Los participantes identificarán de manera individual mediante una charla grupal guiada por imágenes e intervenciones del mediador los elementos principales que describen la situación actual de la Industria.

c) Puesta en común de diferentes impresiones de los participantes / 15 min

✦ **Dinámica 02** / Conformación de Comunidad

Una vez identificados los conceptos clave como elementos indispensables hacia la profesionalización de la Industria del Tatuaje, se presenta la propuesta principal de este proyecto: La necesidad de consolidar una comunidad formal dentro de la Industria para promover y aplicar las soluciones hacia las problemáticas principales que se enfrentan los actores que se desenvuelven dentro de este rubro.

a) Construcción del perfil del colectivo / 15 min

Reunidos en equipos los participantes contarán con un espacio limitado a 10 min para discutir entre ellos cuáles deberían de ser las características, objetivos y lineamientos que debería caracterizar a un colectivo del Tatuaje en Jalisco

b) Construcción del Identidad del colectivo / 15 min

Con una visión más clara del perfil que debería de caracterizar a un colectivo del tatuaje en Jalisco, mediante la presentación de elementos prediseñados en un material

de apoyo impreso, se solicitará a los participantes la discusión por equipos sobre las diferentes propuestas presentadas. En el material se contará con un formato para seleccionar las opciones de mayor preferencia, así como la posibilidad de aportar nuevas ideas y sugerencias.

c) Puesta en común de resultados / 20 min

Una vez que los equipos hayan trabajado con el ejercicio anterior se pondrán en común algunos de los resultados para posteriormente realizar una charla donde se puedan intercambiar las diferentes ideas y propuestas.

✦ **Cierre de Sesión.**

Comentarios y agradecimientos / 10min

5.1.4 Ejecución de la estrategia para la conformación del colectivo

A continuación, se muestran los resultados obtenidos de la ejecución de la conformación del colectivo como parte de la propuesta que se hace de acuerdo con el trabajo de campo de esta investigación. Como se señala en el punto anterior, el diseño se hizo en una sesión de cocreación cuyo objetivo fue trabajar el inicio de la conformación de una comunidad dentro de la Industria del Tatuaje en Jalisco, donde mediante la sensibilización de los asistentes se logró interactuar mediante dinámicas estratégicas que evidenciaron y reafirmaron la necesidad de conformar dicha organización entre actores de esta Industria.

A pesar de que se tuvo un ausentismo del 48% en la asistencia convocada para esta sesión, en los asistentes finales se aprecia una aceptación general, dando esto un buen indicio sobre el nivel de interés hacia esta convocatoria. Dentro del porcentaje de los invitados ausentes un 80% de ellos expresaron después de la sesión haber tenido complicaciones para asistir por

compromisos de trabajo y el otro 20% simplemente no se conoce sus motivos para faltar a la reunión.

Es muy importante señalar que la disponibilidad de tiempo por parte de los actores que se desenvuelven en la industria del tatuaje es limitada, dada la naturaleza de la carga de trabajo y compromiso que este genera en citas que surgen de última hora.

5.1.4.1 Resultados del primer momento de análisis: Creación de objetivo común

En la primera parte de la sesión co-creacional se realizó una dinámica para sensibilizar a los actores de la industria del tatuaje hacia la construcción de objetivos y significados comunes, como lo menciona el doctor ARI Kiev, en su libro “Estrategia para la vida diaria” indica: “El establecimiento de una meta es la clave para una vida de éxito. Desde el momento que las personas deciden concentrar sus esfuerzos en el logro de los objetivos y metas comenzaron a superar los obstáculos más difíciles”. Formular y alcanzar los objetivos permite identificar el momento y hacia dónde se va, permitiendo hacer un diagnóstico sobre aspectos claves.

Una vez que se identificaron los objetivos se logró crear un enfoque grupal hacia los objetivos de esta sesión.

Utilizando como herramienta de trabajo el “Árbol de problemas”, conocido también como diagrama de causa y efectos, este esquema propone un análisis situacional para ayudar a encontrar soluciones a través del mapeo de alguno de los problemas previamente identificados (rossenberg y Lawrence posner ,1969) mediante una plática sensibilizadora donde mediante imágenes proyectadas con intención de traer a la mesa problemáticas y

situaciones actuales dentro de la práctica del arte corporal, se logró el análisis individual por cada uno de los invitados, permitiendo reconocer qué es lo que mueve a cada uno de ellos identificando objetivos comunes entre ellos.

Figura 1.

Charla sobre la Situación actual de la Industria del Tatuaje en Jalisco



Nota: Esta figura se muestra un trabajo de sensibilización entre los asistentes para lograr contextualizar y enfatizar los objetivos de la reunión.

Posteriormente a la dinámica de identificación de problemáticas, necesidades y oportunidades en la Industria del Tatuaje en Jalisco, se hizo presente la propuesta de conformar una colectivo de actores como solución ante las principales necesidades de profesionalización del Tatuaje, una vez que los asistentes coincidieron con la propuesta basado en su previo análisis, se procedió a trabajar en equipos en la elaboración y discusión de cuáles deberían de ser las características, objetivos y lineamientos que deberían caracterizar a una agrupación ideal de este tipo para ellos.

De manera grupal se discutieron los resultados y entre todos se delineó la primera visión en común sobre el perfil que debería de cumplir el colectivo, con base a las categorías de análisis que profundizan en los objetivos que se trabajan en esta investigación, a continuación, se presenta la información con una estructura en la lógica de cada una de ellas.

Buenas Prácticas

Teniendo presente el propósito de comprender la visión del usuario con base en su experiencia referente a las buenas prácticas en la Industria del tatuaje, y con la visión de conformar un colectivo se propone la oportunidad de contar con una mejor educación visual y técnica del tatuaje por personas calificadas que apoyen la profesionalización desde el inicio de la formación del practicante del tatuaje.

“A mí me hubiera servido muchísimo haber recibido consejos y recomendaciones para no equivocarme tanto cuando empecé” Invitado 04-

Tatuador

Como se señala en la viñeta anterior, es relevante enfatizar lo importante que puede ser el acompañamiento de un practicante del tatuaje al inicio de su camino por parte de personas con conocimiento y experiencia.

Sería muy importante ser evaluado en cuanto a conocimientos y habilidades básicas para la práctica del tatuaje, así aun cuando no se tenga experiencia se puede valorar el potencial que tiene el tatuador. Una de las principales funciones que se propusieron durante esta dinámica fue la de promover la ética profesional y la regulación interna de los integrantes, esto ante la latente situación de diferencias entre tatuadores y deficiencias en la atención al cliente que se

brinda al usuario. Se cree que una organización bien organizada podría mediar y aportar soluciones ante conflictos de este tipo.

“Los tatuadores conscientes y preparados en técnica y conocimientos al final progresan” Invitado 08- Tatuador

“Mediante una organización que transmita seriedad se pueden promover valores de ética en el tatuaje y atención al cliente” Invitado 05- Tatuador

Las problemáticas anteriores se pueden atender mediante la conformación de una organización que aporte de manera sustancial en el crecimiento de aquellos que inician o buscan continuar su formación. Contar con el apoyo e información directa de personas calificadas aportará de manera muy importante a la profesionalización de esta práctica desde la comprensión y aplicación temprana de buenas prácticas.

Intereses de Colaboración entre Actores

El objetivo de esta categoría fue comprender las razones que presenta el usuario en sus argumentos ante la oportunidad de colaborar e interactuar con sus pares, ahora como parte de la conformación de un colectivo los asistentes señalaron el deseo de relacionarse con otros estudios y tatuadores, connotando la interacción social como un motor hacia la colaboración.

“Se siente muy padre conocer a gente nueva que pueda aportarte conocimiento, e incluso una amistad que te motive a seguir creciendo”

Invitado 06- Tatuador

El interés que despierta la posibilidad de conocer e interactuar con otras partes de la industria en los practicantes del tatuaje es evidente, no solo por pertenecer a una comunidad sino también por aportar algo desde su experiencia.

Algunos de los participantes se propusieron como disponibles para compartir su propio conocimiento y experiencia mediante capacitaciones a tatuadores principiantes. Se refuerza la necesidad de que los integrantes de este colectivo sean practicantes activos y con compromiso.

*“No sé si mi conocimiento sea el mejor, pero sé que puede servirles a muchas personas que no tienen idea de lo que deben hacer” Invitado 03-
Tatuador*

*“Ser un tatuador activo te da esa entereza de poder estar al tanto de nuevas tendencias, aparatos y gente nueva que la anda rompiendo” Invitado 05-
Tatuador*

La colaboración entre estos actores resultó ser de gran interés, se percibe un sentimiento de empoderamiento hacia los tatuadores en el momento que se les invita a compartir sus conocimientos con los demás. Se observa una actitud energética y una atenta participación en la discusión sobre las diferentes oportunidades de colaboración. Es importante identificar que esto atiende directamente las inquietudes y necesidades de los actores, la misma primera etapa de conformación de un colectivo comienza por lograr los objetivos de esta propuesta.

Áreas de oportunidad para incrementar Práctica.

Reconociendo la visión del usuario con base en el análisis expuesto en el capítulo anterior, ahora en la intervención la experiencia referente a las áreas de oportunidad para incrementar la práctica del tatuaje es importante para la conformación de un colectivo, pues se

identificaron oportunidades de crecimiento y profesionalización mediante la creación de redes de apoyo, capacitación y promoción entre tatuadores, así como también la habilitación de canales de información accesible para cualquier actor dentro de la industria.

“Si la gente puede aprender sobre el tatuaje mediante redes sociales, puede cambiar su percepción y ayudarnos a crecer” Invitada 02- Tatuadora

“Imagínense tener a la mano información de primera mano de personas con experiencia” Invitada 07- Tatuadora

El uso de plataformas digitales se identifica como una gran herramienta para el acceso a información de aprendizaje. El actual impacto que tienen en la convivencia social y de interacción comercial en aplicaciones como Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok abren un canal completamente amplio para buscar llegar a todas aquellas personas que tengan contacto con la cultura del tatuaje. Los algoritmos que se utilizan como parámetros para la difusión del contenido con el que interactuamos favorecen la difusión del contenido idealizado para el público que interactúa dentro de la industria del tatuaje, al conectarse un usuario en sus redes sociales personales accederán a información creada específicamente para los usuarios. Se señala también la ventaja que puedan tener los integrantes de este colectivo al contar con capacitaciones y seminarios en conocimientos básicos y/o avanzados de Arte y Dibujo y cómo esto puede aportar a mejorar la calidad del trabajo por parte de los tatuadores.

“La gente me pregunta cómo logro hacer las texturas, yo siempre respondo que pintando” Invitado 01- Tatuador

Uno de los mejores aprendizajes es que existe tanto la necesidad como el interés de un aprendizaje constante para mejorar la calidad del trabajo del tatuador, el cuál pareciera

encontrarse limitado o algunas veces fuera del alcance de los tatuadores. Dejar de estudiar una vez se comienza a trabajar es un error muy común en cualquier sector: tu futuro no va a depender de lo que sabes sino de lo que aprendes, Las ventajas del aprendizaje continuo son diversas y enriquecen de forma global tanto en lo personal como en lo profesional (Broek, 2018).

5.1.4.2 Segundo momento de análisis: Desarrollo Naming

En el segundo momento de Diseño de la sesión co-creacional se llevó a cabo una dinámica consecuente a la primera acción de construcción del perfil ideal que debería de tener el colectivo de tatuadores en Jalisco, donde el objetivo era dar el primer paso hacia su conformación mediante un proceso creativo para nombrar de manera formal y adecuada a esta agrupación de personas. Como lo señala INTERBRAND una importante consultora de marcas en su publicación “What to expect when you are naming”, este proceso es de suma importancia ya que el nombre será lo primero que se conocerá de esta comunidad, y resulta clave que un mensaje de confianza, seriedad y una serie de valores de identificación sean comunicados mediante el mismo para cualquier persona que interactúe con él. Este proceso no significa elegir un nombre al azar, por lo contrario, es muy importante que se pueda profundizar lo más que se pueda en las posibilidades que este permita. El nombre debe seguir los objetivos perseguidos por el branding, este el encargado de gestionar un grupo de acciones para el posicionamiento de la marca con base a su propósito y valores.

En el diseño de esta dinámica se recurrió al uso de propuestas pre-diseñadas para marcar algunas rutas posibles para identificar un camino común hacia el nombre que debería representar a esta comunidad en proceso de construcción, mediante conceptos y palabras

claves que se desprenden del proceso de esta investigación fungiendo como detonantes de nuevas ideas para los participantes.

Figura 2.

Dinámica Naming



Nota: Esta figura se muestra el trabajo grupal realizado durante el momento de Diseño de Naming del colectivo ideal en la Industria del Tatuaje.

Con un desempeño entusiasta y de manera colaborativa durante la sesión se discutieron las múltiples propuestas que se desprendieron mediante una lluvia de ideas, colocando sobre la mesa información muy relevante que a continuación se presenta bajo una estructura enfocada en las categorías de análisis que profundizan en los objetivos de esta investigación.

Buenas Prácticas

La identidad gráfica debería de lograr transmitir un mensaje de confianza para lograr promover un sentido de pertenencia a la comunidad que ofrecerá este colectivo, y así mediante esta conexión lograr influir en la ejecución de las buenas prácticas que se promoverán dentro de la visión de esta organización.

“Si las personas que lo vean se sienten confiados y se logra una imagen formal, seria y hasta profesional, seguramente habrá mayor interés y apertura a hacer las cosas mejor” Actor 05- Tatuador

El resultado de dicha identidad deberá ser coherente con sus valores, los cuales serán contruidos en gran parte con base a las buenas prácticas que promoverán una profesionalización en la industria del tatuaje.

Interés de Colaboración entre Actores

Lograr crear una identidad gráfica que contenga elementos visuales que connoten formalidad para los integrantes resultará clave en la conexión que deberá crearse entre ellos y la organización para generar un sentimiento de seguridad de ser parte y certeza del aprovechamiento de su tiempo. Esto asegurará una mejor disposición de colaboración y participación en cualquiera de las dinámicas y actividades que se requieran de su apoyo e interacción con sus pares dentro del colectivo.

“Si los tatuadores no ven algo formal no van a colaborar, no habrá interés”

Actor 02- Tatuador

“Creo que a todos nos gustaría formar parte de algo chido, bien hecho y

que nos ayude a mejorar” Actor 06 – Tatuador

Áreas de oportunidad para incrementar Práctica.

La conformación de una comunidad integral y enfocada a cubrir las necesidades y problemáticas reales de un ecosistema tan amplio que se desenvuelve en Jalisco es en sí un área de oportunidad con mucho potencial y alto beneficio para todos. Actualmente el mercado local se encuentra en una etapa de crecimiento latente dada la alta demanda y popularidad

que presenta el tatuaje, una entidad reguladora y promotora de mejores condiciones y beneficios para los integrantes de esta resultará una acción ampliamente benefactora para incrementar la actividad del tatuaje desde una visión de profesionalización.

El éxito de la identidad gráfica motivará a más personas a pertenecer al colectivo y de manera simultánea aumentar el interés hacia la práctica del tatuaje de una mejor manera gozando de beneficios y condiciones óptimas que los acompañen en su emprendimiento de este oficio.

“Esto ayudaría a los nuevos tatuadores a iniciar su camino dentro del tatuaje con mejores bases” Actor 08- Tatuador

“...ya cuando vean que las cosas son de una manera más formal simplemente se acoplan a esa línea de cómo trabajar” Actor 02- Tatuador

“Es como en la escuela, si trabajas bajo sus las reglas y lineamientos, terminas entendiendo que es lo mejor para ti” Actor 01- Tatuador

5.1.4.3 Tercer momento de análisis: Cierre de la sesión

Al final de la sesión de trabajo una vez que se llevaron a cabo las dinámicas previamente señaladas, se inició una última charla grupal donde se expusieron las principales impresiones logradas durante la misma. Un intercambio de ideas y posturas consecuentes a la reflexión grupal sobresalieron en el cierre.

Con el objetivo de enfatizar en la información de mayor relevancia y utilizarla en la conformación, desarrollo y diseño de un colectivo a continuación se presentan los principales insights identificados basados en las categorías de análisis que dirigen esta investigación:

Figura 3.

Cierre de la Sesión



Nota: Esta figura se muestra el cierre de la sesión de trabajo grupal.

Buenas Prácticas

Una de las categorías de análisis en donde se encuentren mayores descubrimientos que puedan aportar hacia la conformación de un colectivo de acuerdo con la opinión de los participantes es sin duda los cambios y beneficios que puedan lograrse mediante las buenas prácticas. Se cree que muchos de los problemas actuales tienen que ver concretamente con la falta de información y conocimiento sobre cómo se puede mejorar la práctica del Tatuaje. Durante el cierre de la sesión se expuso que el principal responsable de que la industria del tatuaje logre profesionalizarse es el mismo tatuador, y que este pueda gozar de las mejores condiciones para desenvolver su trabajo es crucial.

Intereses de Colaboración entre Actores

Durante el cierre de esta sesión se realizó la pregunta de manera directa e individual a los invitados si después de haber conocido la propuesta de conformar un colectivo ellos estarían dispuestos a formar parte de ella, su respuesta fue positiva al señalar que existe la disposición de colaborar de manera activa, reconociendo que es así como un colectivo dentro de la industria del tatuaje tendría éxito.

Áreas de oportunidad para incrementar Práctica.

Es importante señalar que una vez que se reconoció un interés de colaboración entre actores, durante la charla grupal de cierre se presentaron algunos argumentos que pueden ser considerados como áreas de oportunidad para incrementar la práctica del tatuaje. Tales argumentos descubren la necesidad de una mayor y mejor comunicación entre los actores que se desenvuelven en la industria, así como información avalada y respaldada por profesionales que pueda ser utilizada por el colectivo, la cual comprenda desde información técnica en todas las áreas dentro del tatuaje tales como salubridad, higiene, técnicas de pigmentación, estilos del tatuaje así como también el fomento de una cultura profesional que promueva valores indispensables como la ética y el respeto.

Todo esto afirman los invitados, servirá de apoyo y asesoramiento para los nuevos talentos para que puedan formarse dentro de un modelo de aprendizaje confiable y que esto vele por el bienestar de la industria en un futuro inmediato, sirviendo incluso como un modelo de trabajo replicable para otras comunidades.

5.1.5 Resultado de la estrategia para la conformación del colectivo

Realizando una interpretación de los argumentos e información recolectada durante la sesión y las entrevistas realizadas, que se llevaron a cabo a lo largo de esta investigación y mediante las dinámicas de la sesión de trabajo, se identificaron dos opciones de diseño de identidad gráfica con la intención de construir un par de propuestas para presentarse en la siguiente fase de la estrategia para profesionalizar la práctica del tatuaje en Jalisco, esto como parte del proceso de diseño cooperativo que buscará definir una identidad que represente a la agrupación.

El nombre que se eligió es *Jal Ink*, el cual transmite de manera muy clara dos términos que trasladarán al usuario el tema y el contexto de esta identidad gráfica. Se decidió de manera grupal nombrar e identificar a nuestra agrupación social como un colectivo, dado a que este concepto respalda la intención de unir a un grupo de personas que compartan una serie de objetivos, problemas e intereses y esto los motive a trabajar en conjunto dado el objetivo común. Connota un significado de mayor apertura sin necesidad de transmitir un mensaje demasiado formal.

Figura 4.

Propuesta 01



Nota: Esta figura se muestra la propuesta 01 para la identidad de una comunidad de tatuadores.

Esta propuesta para la identidad de este colectivo de tatuadores fue creada pensando en un enfoque hacia los rasgos y elementos visuales correspondientes de una cultura del tatuaje hacia lo urbano, se busca llamar la atención de un grupo de tatuadores que sientan inclinación hacia una imagen alternativa que predomina en la industria y así lograr un sentimiento de identificación y pertenencia.

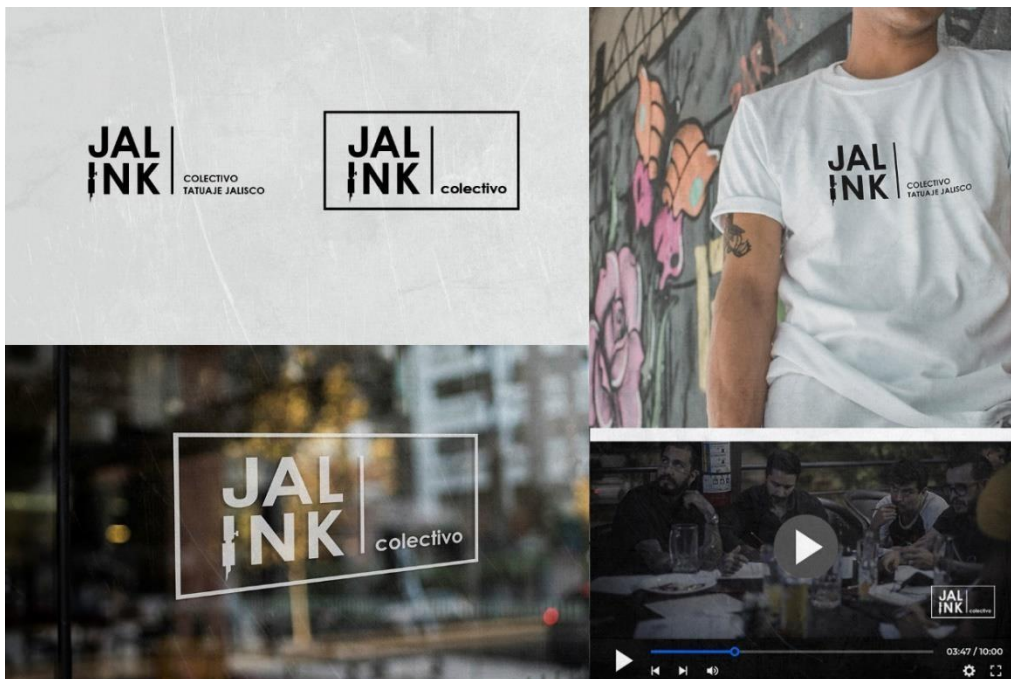
Mediante la selección de una tipografía emblemática, el uso de una paleta de colores llamativos y el uso de gráficos alusivos al tatuaje como lo son una silueta de una máquina para tatuar y un efecto de tinta derramándose en un ornamento que se extiende de una de las letras, se llega a un resultado.

Observamos en la figura 4 el logotipo aplicado en una playera que es usada por un probable miembro del colectivo de artistas del tatuaje *Jal Ink*, así como en stickers que nos ayudan a visualizar cómo esta imagen puede llegar a trascender y ser identificada dentro del contexto de la industria del Tatuaje.

Por otro lado, la segunda propuesta para la identidad grafica de esta agrupación de tatuadores se diseñó con la intención de implementar rasgos visuales que connoten formalidad y seriedad a los integrantes de este colectivo. Sin perder el enfoque hacia la industria del Tatuaje se logra vincular el concepto mediante el gráfico de una máquina de tatuar, el cual se integra dentro de la estructura de la tipografía.

Figura 5.

Propuesta 02



Nota: Esta figura se muestra la propuesta 02 para la identidad de una comunidad de tatuadores.

En la figura 5 observamos una simulación de un rótulo en una ventana de un posible estudio de tatuaje, uno de los objetivos es lograr proporcionar un elemento visual que pueda

identificarse como un distintivo que comunique la pertenencia a esta agrupación. También encontramos la simulación de un video informativo con la presencia de marca visible, donde se proyecta su aplicación en las diversas plataformas digitales que conformarán parte de la estrategia de comunicación.

5.1.6 Aprendizajes conformación del colectivo

La conformación del colectivo se inició con la gestión de actores para participar en el diseño de comunidad, mi participación como moderador y ponente de esta dinámica de co-creación, concluyo de manera muy concisa que es factible y a la vez necesario la conformación de una comunidad a través de un colectivo del tatuaje en Jalisco.

Con base en los resultados obtenidos, la disposición y entusiasmo de los participantes y la interpretación de la información obtenida y sistematizada de acuerdo a las categorías de análisis de esta investigación se identificó un éxito en el alcance logrado en la conformación de un colectivo en la industria del tatuaje en Jalisco. Se corroboraron algunas suposiciones planteadas en esta investigación que se desprendieron de la primer etapa de recolección de información en la construcción del marco metodológico de este documento, tales como los primeros hallazgos en cuanto a las prácticas y problemáticas que externaron los actores y los mismos que llevaron a la definición de las categorías de análisis, se presentan de nuevo en la mesa de discusión de esta sesión permitiendo así identificar las primeras bases que alentarán la conformación de dicho colectivo.

6. Impactos sociales, económicos y ambientales de la propuesta de diseño

En el este apartado se presentan y describen los impactos generales de la propuesta de diseño de intervención a lo largo de la aplicación de las etapas implementadas para atender los objetivos principales de esta investigación desde una visión social, económica y ambiental:

6.1 Impacto social

Uno de los principales efectos de esta intervención serán aquellos generados de manera positiva en las personas que conforman este colectivo, sobre cómo se producen esas transformaciones provocando un mejoramiento significativo para la profesionalización de la práctica y el desarrollo personal de los actores aumentando las oportunidades de las partes involucradas y así esto mejore su calidad de vida.

Nuestro colectivo propone un modelo de práctica inspirado en el Sistema B como referencia inclusiva, equitativa y regenerativa para la comunidad de personas dentro de la industria del tatuaje en jalisco, el cual otorga una estructura que permite poner en práctica las soluciones que conforman nuestra propuesta de intervención diseñada para solucionar las problemáticas identificadas y cubrir las necesidades de aquellas personas que integren el colectivo.

En el sistema B se apoya la construcción de ecosistemas favorables para empresas y otros actores que forman parte de este sistema equilibrando los propósitos y las ganancias, utilizando la fuerza del mercado para dar soluciones a problemas sociales adoptando altos estándares en prácticas responsables. Aquellas asociaciones líderes de todos los sectores de la sociedad conformada por todos los que trabajan, compran, invierten, aprenden, enseñan o apoyan el esfuerzo por crear un sistema económico inclusivo, equitativo y regenerativo para todas las personas y el planeta son poseedores de un distintivo que los categoriza por el

reconocimiento de su labor. Las agrupaciones logran su certificación midiendo sus impactos sociales y ambientales asumiendo un compromiso de mejora continua y poner su propósito socioambiental en el centro de su modelo de negocio (Sistema B, 2022).

El colectivo de tatuaje que resulta de la propuesta de diseño de esta intervención presenta una estructura de funcionamiento que podría operar como en el sistema B la cual transfiere algunos elementos como la construcción de un ecosistema favorable para todas las partes de la industria del tatuaje, la integración de altos estándares en prácticas responsables que respondan por el bienestar de todos y la obtención de un distintivo que acredite se cumpla lo anterior mediante una certificación que otorgue un compromiso de mejora continua y concientización socioambiental.

Es a través de una certificación expedida por parte de nuestro colectivo (comunidad) que cualquier agrupación y/o individuo logrará ser identificado dentro de la industria del tatuaje y ante la sociedad como un integrante oficial de nuestro colectivo, otorgando un importante beneficio como lo es un sello emblemático que acredite una práctica ética, social y ambientalmente responsable impactando directamente en la profesionalización que idealizamos en nuestra industria.

También se logrará un impacto positivo social cuidando la salud de las personas dado a la mejora y regulación de las prácticas que tienen que ver directamente con el manejo de la salud y riesgos sanitarios de manera interna en el colectivo. Cualquier integrante de esta agrupación deberá de regirse por las normas oficiales que garanticen el bienestar de los clientes, al ser un modelo aspiracional se buscará la replicación aquellas buenas prácticas que aseguren el impacto social establecido.

6.2 Impacto económico

Se logrará un impacto en la economía del sector de la Industria a través del incremento de interés por parte de visionarios inversionistas y emprendedores hacia las oportunidades que desprende la profesionalización de esta práctica. Efectos positivos se manifestarán mediante la consolidación de una comunidad que irá desarrollándose como resultado del presente aumento de demanda de esta actividad en la sociedad.

Dentro del impacto económico encontraremos un enfoque hacia la innovación frugal², esforzándose por crear mayor valor económico y al mismo tiempo hacer uso y optimización de los recursos disponibles dentro de la industria del tatuaje, maximizando el valor para todos los integrantes de dicha comunidad. Esto quiere decir que los esfuerzos irán enfocados a utilizar las herramientas y plataformas digitales disponibles como canales de difusión, el trabajo directo con los actores actuales y lograr en conjunto el incremento y valorización de cada uno de ellos.

Logrando consolidar la profesionalización en la práctica del tatuaje mediante nuestra propuesta de intervención, se abrirán nuevas oportunidades para formalizar la actividad de las diversas partes que conforman esta industria y de manera simultánea esto reflejará un beneficio económico gracias a la iniciativa de nuevas prácticas alternativas a escala local.

Como parte de los resultados obtenidos en la sesión co-creativa realizada en esta investigación los participantes señalaron que el simple hecho de trabajar en un lugar

² Se entiende como Innovación Frugal a la estrategia de diseño, producción y sostenibilidad de un producto o servicio focalizado en brindar soluciones para comunidades consideradas tradicionalmente como no-objeto de mercado. Estas soluciones parten del entendimiento profundo de las necesidades, la optimización de recursos locales, la priorización de funcionalidades, la accesibilidad económica y el alto rendimiento de un producto para lograr la sostenibilidad.

establecido que pueda garantizar mayor calidad y seguridad en el servicio para los clientes les garantiza un aumento de sus cuotas de al menos un 30% aproximadamente con relación a los precios que se manejan en un espacio informal, ya sea este un establecimiento comercial o particular. Se cree que la profesionalización de la actividad del tatuaje incentivará a los integrantes de este colectivo a cumplir la implementación de las buenas prácticas que conformarán la metodología del colectivo y esto impactará positivamente en la economía de los practicantes del Tatuaje.

Así, se identifica el impacto económico de la intervención de diseño desde una lógica de innovación social, que mira la solución del problema desde la estructura misma de la industria del tatuaje, en donde se les reconoce como actores capaces de mejorar su propia dinámica de actuación para el mejoramiento de la práctica y la profesionalización de esta.

6.3 Impacto ambiental

A lo largo de esta investigación se lograron abordar las diversas problemáticas que se desprenden de la actividad actual del tatuaje en Jalisco, y una de ellas nos llevó a reconocer la gran necesidad de atender el impacto ambiental dentro de la industria. De manera directa o indirecta encontramos el aprovechamiento de recursos naturales y la contaminación que produce el desecho de los residuos que genera esta actividad. Múltiples productos son utilizados en el proceso de la aplicación y cuidado del tatuaje, donde ellos son desechados y representan desperdicio. Las acciones de esta industria pueden tener efectos negativos en los demás, convirtiendo este efecto dañino en una externalidad negativa que recibe la sociedad.

Es por ello que en la propuesta de *conformación del colectivo* se asume un compromiso de mejora continua en aprendizaje y la ejecución de aquellas prácticas que fomenten la profesionalización del tatuaje garantizando la reducción del consumo de materiales de un solo uso y recursos perjudiciales al entorno mediante prácticas más saludables y conscientes, por lo tanto, es muy importante colocar el propósito socioambiental en el centro de la praxis de este colectivo de trabajo. Con la consolidación de este colectivo se busca reducir los impactos ambientales mediante la información y concientización de los usuarios con las diversas herramientas que se han diseñado para crear canales funcionales de interacción, difusión y comunicación que aseguren se cumplan nuestros objetivos.

En esta investigación se realizó un análisis de impacto de ciclo de vida ISO mediante un software analítico llamado SimaPRO utilizado para medir la huella ambiental de productos y servicios, en donde el objetivo principal fue medir el impacto de una sesión de tatuaje de 2 horas promedio. El cálculo de las emisiones se vinculó a la energía (Luminaria + equipo de tatuaje) y a los materiales (Sanitización y aplicación).

La siguiente figura se muestran los resultados sobre el daño ambiental que presenta una sesión de tatuaje promedio, en donde encontramos que se tiene un mayor impacto en la energía que se consume durante una sesión (la luminaria y aparatos para ventilación representan el mayor consumo equivalente a la carga de un teléfono celular inteligente al 100% por 29.5 veces) y posteriormente el impacto de efecto de invernadero que presenta el uso de los materiales para la aplicación de un tatuaje (los guantes de látex representan el mayor daño, equivaliendo al consumo de CO₂ de 2 árboles al año).

Figura 6.

Daño ambiental. Equivalencias ambientales 1 sesión de tatuaje (2hrs)



Nota: Esta figura muestra los resultados de las equivalencias ambientales que presenta una sesión de tatuaje. Elaboración propia.

Se contribuirá al crecimiento de lo ético hacia el medio ambiente, dando a conocer un modelo de funcionamiento sustentable con nuevas alternativas que se puedan aplicar y replicar tales como minimizar el desperdicio, reutilizar y reciclar materiales, ahorro en servicios básicos, adecuaciones en instalaciones como ventilación pasiva y el uso de productos veganos y/o de origen vegetal, otorgando los conocimientos necesarios sobre el impacto, las consecuencias y sobre todo las posibles medidas que puedan aplicarse en cada punto de desempeño de las prácticas que conforman esta industria.

Conclusiones

En el siguiente apartado se expone una reflexión crítica sobre los alcances y límites del trabajo de obtención de grado, resaltando los resultados y aprendizajes más importantes obtenidos durante cada una de las etapas que conformaron la investigación que derivó en el diseño de la estrategia de intervención, su aplicación y el análisis de aquellos resultados que dieron respuesta a la pregunta central de la investigación *¿Cómo promover la profesionalización de la industria del tatuaje en Jalisco mediante el diseño estratégico desde un paradigma de la innovación social?*

Al inicio de esta investigación se logró un análisis más profundo sobre la situación actual del tatuaje gracias a entrevistas semiestructuradas a actores claves de la industria y encuestas a distintos actores multinivel y multisectorial, descubriendo información trascendental que reveló las condiciones reales de la industria, logrando comprender de manera más clara el ecosistema actual con todos sus elementos que lo conforman (actores, escenarios, historia del tatuaje y las normativas actuales que rigen esta actividad en Jalisco) y así otorgar mayor relevancia y motivación personal para seguir avanzando en este proyecto. Tras esta inmersión en la industria del tatuaje se logró identificar y corroborar algunas de las problemáticas y necesidades más importantes mediante el primer contacto formal con las dinámicas dentro de la industria, tales como la necesidad de mayor regulación de la actividad del tatuaje, deficiencias en el cumplimiento y ejecución de prácticas adecuadas en cuanto a la higiene, salubridad y sanitización, falta de comunicación e información sobre el tatuaje en la sociedad, hermetismo entre actores, falta de valores éticos en la práctica, por nombrar a las principales.

En la hipótesis inicial consideró que el tatuaje en Jalisco necesitaba una mayor regulación y mejores condiciones para hacerle frente al incremento de la demanda a nivel Nacional, pero gracias al análisis de los datos recabados de las encuestas y entrevistas se reconoció que, más que una regulación se tenía que profesionalizar; buscar las condiciones ideales para que a través de la implementación de buenas prácticas la actividad de esta disciplina, se desarrollara una estructura que ayude a mejorar las habilidades y la calidad del tatuaje para entonces hacerlo más competitivo.

Fue así, que el trabajo de campo permitió determinar las categorías de análisis para guiar la implementación de la estrategia de diseño en la búsqueda de profesionalizar la práctica de la industria del tatuaje. Las categorías de análisis obtenidas fueron tres: buenas prácticas, interés en la colaboración y áreas de oportunidad de la industria del tatuaje. Y, el análisis de la información asociada a cada una de las categorías permitió avanzar en la respuesta a la pregunta.

La respuesta fue: **a través de la conformación de un colectivo que promueva buenas prácticas, este dispuesto a colaborar y asegure el incremento de la actividad del tatuaje** y se dio mediante el contraste de los datos asociados a cada una de las categorías, con el marco teórico referencial de esta investigación, de este modo los conceptos principales y las categorías de análisis fueron los instrumentos para construir la respuesta a la pregunta de investigación que logró visualizar la propuesta de diseño de intervención para dar sustento y validez a la pregunta de investigación.

No fue posible avanzar con la propuesta de diseño hasta que se delimitaron las categorías de análisis mediante los hallazgos identificados en la investigación de campo, los alcances superaron nuestras expectativas al proporcionarnos información nueva e incluso conexiones

internas con nuevos contactos dentro de la industria que facilitaron su ejecución, así como también se logró identificar los límites que tendrían nuestras acciones. Fue de suma importancia interactuar directamente con los integrantes de la comunidad actual de la industria del tatuaje, dando entonces un sentido positivo hacia el diseño y construcción de la estrategia de intervención de este proyecto.

Es gracias a todo lo anterior que este proyecto logró ejecutar una de las etapas más esperadas, la aplicación y realización de la primera fase de la estrategia de diseño como un producto especialmente preparado para lograr profesionalizar la industria mediante la conformación de una comunidad, que con el formato de colectivo buscará generar las condiciones necesarias para la integración de buenas prácticas y estatutos que promuevan la profesionalización de la práctica del tatuaje.

Con base en los resultados obtenidos en la primera sesión de co-creación se logró ver el resultado de la conformación de un colectivo, los cuales nos señalan que en la opinión de los participantes se comparte una visión que refleja la idealización de la creación de una asociación que ayude a mejorar las condiciones de la industria del tatuaje en Jalisco.

Es entonces, que la propuesta de diseño atiende las necesidades y problemáticas actuales del tatuaje y desde la estructura misma de la problemática (de todos aquellos actores que se desempeñan dentro de la industria), con la certificación que se propone otorgue este colectivo a cualquier tatuador y/o estudio de tatuajes que acrediten los estándares de buenas prácticas tanto de salubridad, conocimientos técnicos y prácticos esenciales para el tatuaje como de trato al cliente, se dará un sello que simbolice mayor distinción y al mismo tiempo asegure la práctica de aquellos lineamientos que promoverán una profesionalización del tatuaje.

Por lo que, la profesionalización del tatuaje tendrá impactos positivos que reflejen beneficios a nivel social, económico y ambiental; siendo la parte social la que genere un mejoramiento más significativo asegurando una práctica ética, social y ambientalmente responsable. Además, se encontró que dentro de la comunidad actual del tatuaje existen plataformas principalmente digitales que podrán ser utilizadas como herramientas de difusión y también como canales de comunicación para hacer efectiva la difusión de la información que complementará el éxito de la estrategia de diseño que aquí se propone.

Con la inspiración de la innovación social se logró diseñar una estructura de funcionamiento de un colectivo cuyos ejes de acción fueron determinados por los hallazgos a partir del análisis de las categorías de datos obtenidos de esta investigación y que se espera beneficie a todos los involucrados y esto finalmente aporte a una mejor calidad de vida y de manera simultánea una profesionalización general del tatuaje a nivel local y muy probablemente a nivel nacional, si se replica en otras partes de México.

Finalmente, para llegar a una conclusión de acuerdo con los resultados obtenidos y los alcances logrados con el diseño y ejecución de la propuesta que da respuesta a la pregunta de investigación se puede afirmar que la promoción de la profesionalización de la industria del tatuaje en Jalisco puede avanzar mediante el diseño estratégico conducido por el paradigma de la innovación social que lo caracteriza.

7. Bibliografía

- Broek, J. V. de. (2019). La importancia de seguir actualizando tus conocimientos profesionales. *randstad*. https://www.randstad.es/tendencias360/la-importancia-de-seguiractualizando-tus-conocimientosprofesionales/?fbclid=IwAR0GJrsoNHHW1otav1D1ct2_pEdDmi5uYL92m_IQJd3DtQjtNVIpF3zUZk
- Brown, T. (2018). *Design Thinking*. Harvard Business Review.
- Conapred. (2015). *El uso de tatuajes no debe ser motivo de discriminación: Conapred*. CONAPRED. https://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=registro_encontrado&tipo=2&id=5393
- Cresswell, J. W. (2009). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. University of Nebraska-Lincoln.
- Díaz, R. (2019). *De la Bauhaus al Design Thinking: 100 años de la profesionalización del diseño*. Magenta.
- Flores Magón, H. (2015). *El devenir del Diseño*. Editoriales e industrias creativas de México.
- Friedberg, C. &. (1993). *Die Zwänge kollektiven Handelns. Über Macht und Organisa-tion*.
- Global Tattoo Ink Market Insights, forecast to 2025. (2019). *360 Market Updates*, 20–24.
- González, E. L. (2014). *Las alternativas ciudadanas para otros mundos posibles: pensamiento y experiencias*. ITESO.
- Gregoire, M. (2016). *Exploring various approaches of social innovation: A francophone literature review and a proposal of innovation typology*. Mackenzie Management Review.

- Howaldt, Jürgen & Domanski, Dmitri & Kaletka, Christoph. (2016). SOCIAL INNOVATION: TOWARDS A NEW INNOVATION PARADIGM. RAM. Revista de Administração Mackenzie. 17. 20-44. 10.1590/167869712016/administracao.v17n6p20-44.
- L. y Temblay D., F. J. M. J. (2008). *Social innovation at the territorial level: from path dependency to path building*. Amsterdam: Techne Press.
- Macario, N. C. S. É. (2016). *Dimensions of social Innovation and the roles of organizational actor: the proposition of a framework*. RAM.
- Medina, A. (2019). Lidera México la industria del tatuaje en Latinoamérica. *Forbes México*. <https://www.forbes.com.mx/lidera-mexico-la-industria-del-tatuaje-enlatam/>
- Mueller-Roterberg, C. (2018). *Handbook of Design Thinking*. Kindle Direct Publishing.
- Mumford, M. D. (2002). Social innovation: ten cases from Benjamin Franklin. *Creativity Research Journal*, 14(2), 253-266.
- Nobrega, S. M. (2016). Dimensions of social Innovation and the roles of organizational actor: the proposition of a framework. En *Mackernzie Managemente Review*.
- Rivas Martinez, R. (2016). *El tatuaje en Occidente*. Anthropologies. <https://www.anthropologies.es/el-tatuaje-en-occidente/>
- Rivera, J. (2020). *El Tatuaje en México; Prejuicio, clandestinidad y aceptación*. La Jornada. <https://www.jornada.com.mx/ultimas/cultura/2020/01/12/el-tatuaje-enmexico-prejuicio-clandestinidad-y-aceptacion-la-semanal-6148.html>
- Silva-Flores, M. L. & Murillo, D. (2022). Ecosystems of Innovation: Factors of Social Innovation and its Role in Public Policies. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*. <https://doi.org/10.1080/13511610.2022.2069548>
- Silva-Flores, M. L. & Pedroza, A. R. (2018). *Innovación Social: Una competencia social compartida*. EKS. <https://doi.org/10.14201/eks20181924762>

Silva-Flores, M., & Ríos-Llamas, C. (2020). *Aspiraciones y desencuentros de la Innovación Social y Justicia espacial*. Carta económica Regional.

<https://doi.org/10.32870/cer.v0i127.7786>

Sistema B. (2022, julio 6). Sistema B | Sistema B América Latina. <https://www.sistemab.org/>

Plattner, H. (2010). *An introduction to design thinking: Process guide*.

<https://web.stanford.edu> › MichaelShanks

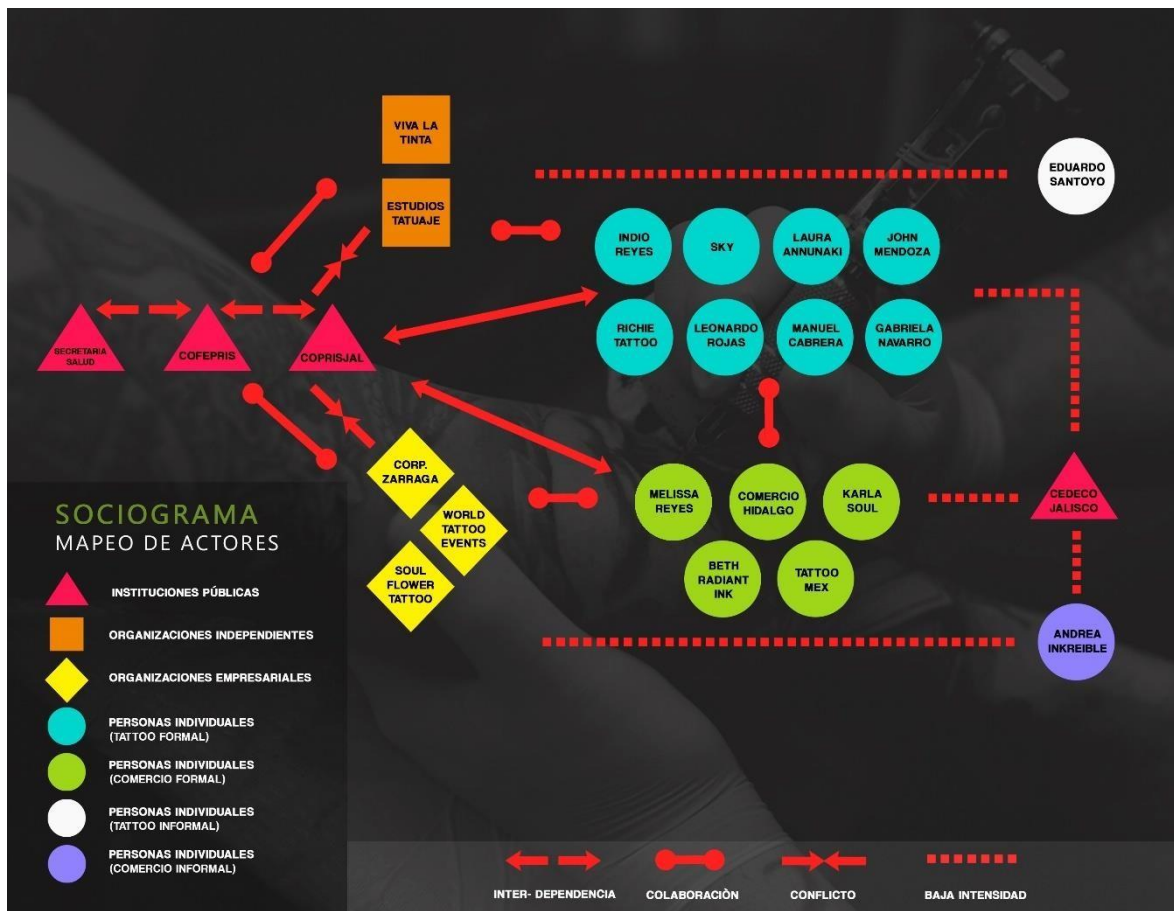
Tattoofilter. (2020). *Festivales de Tatuaje en México*. Tattoofilter.

<https://mx.tattoofilter.com/eventos-de-tatuajes>

Yin, R. K. (2016). *Cualitative Research from start to finish*. New York: The Guilford Press; Second edition.

8. Anexos

8.1 Anexo - Sociograma

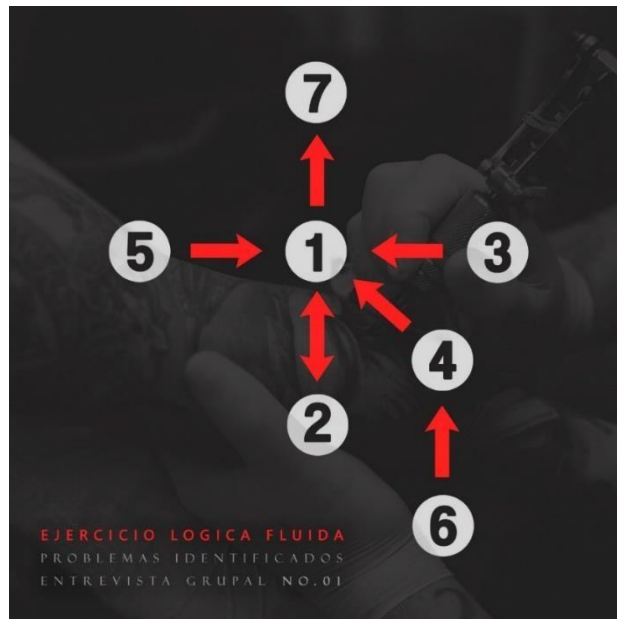


8.2 Anexo - Ejercicio Lógica Fluida.

Lista de problemas expuestos en la entrevista grupal:

1. No hay seriedad en la actividad del tatuaje.
2. Abundan materiales chinos (baja calidad).
3. No hay equipo especializado para el tatuaje.
4. Corrupción en Cofepris.

5. Desinformación en la sociedad.
6. Cualquier persona tatúa por moda y eso desprestigia a los estudios establecidos.
7. No hay productos nacionales.



8.3 Anexo - Locación sesión co-creación

Bar: Star Wings Expo

Av. Mariano Otero 1408, Jardines Plaza del Sol 24 Marzo 2022

Guadalajara, Jalisco. México

8.4 Anexo - Asistentes confirmados sesión co-creación:

- Manuel Cabrera
- Danny Mena
- Maria Herram
- Amaría

- Keto Santana
- Felipe Primitivo
- Ale López
- Chris Cárdenas
- Yisus Romo
- Caro Arteaga
- Nach Ros
- Gabriela Navarro
- Johnny Mortem
- Mario Villanueva
- Silvana Vera
- Beth Soul
- Paulo
- Andrea Inkreible
- Kerox
- Potens

8.5 Anexo – Estructura de diseño para la sesión de co-creación

Material: Hojas blancas & Lápices

Lista de documentos para sesión:

- A. Consentimiento informado sobre uso de nombres y toma de fotografías para memoria fotográfica.
- B. Diapositivas
- C. Estructura de la sesión de co-creación
 1. Bienvenidos sesión creativa / 5 min
 2. Presentación Individual (Nombre, edad, especialidad, años experiencia) / 20 min
 3. Portada Sesión (Título TOG, nombre + logo Iteso, introducción al tema) / 5min
 4. Creación Mesas de trabajo / 5min (Apuntar en hoja nombre)
 5. Mesa Diálogo / Situación actual de la Industria del Tatuaje.

- Facts Industria (5-6 imágenes detonantes)
- ¿Cuáles son los principales problemas /necesidades en la Industria del Tatuaje? / 20min
- Escribe en tu hoja al menos 4 conceptos-palabras que identifiques como principales problemáticas /necesidades. Puesta en Común / 15min

6. Título “Conformación de Comunidad”

- Justificación de Propuesta de Intervención / 5min
La necesidad de consolidar una comunidad formal dentro de la Industria para promover y aplicar las soluciones hacia las problemáticas principales que se enfrentan los actores que se desenvuelven dentro de este rubro.
- Perfil de comunidad / 10 min
Discutir por equipos cuáles deberían de ser las características, objetivos y lineamientos que debería caracterizar a una comunidad del Tatuaje en Jalisco. (Escribirlo en hojas individuales)
- Puesta en Común sobre resultados / 15 min
- Construcción de Identidad de Comunidad / 15 min
Mediante la presentación de elementos prediseñados en un material de apoyo visual, se solicitará a los participantes la discusión por equipos sobre las diferentes propuestas presentadas. En el material se contará con un formato para seleccionar las opciones de mayor preferencia, así como la posibilidad de aportar nuevas ideas y sugerencias.
- Puesta en común de resultados / 15 min

7. Título “Para cerrar”. Comentarios y agradecimientos / 10min

8.6 Insumos para la identidad del colectivo/comunidad

A. Definir tipo de organización / lluvia de ideas

- Asociación SFL
- Comunidad

- Agrupación
- Colectivo

B. Naming / Lluvia de ideas

Pensar en Acrónimos & Neologismos

POSIBLE Monograma para Acrónimos

- Asociación del Tatuaje de Jalisco
 - Asociación del Tatuaje y piercing de Jalisco
 - Asociación de Micropigmentación, Tatuaje y Piercing de Jalisco AMTP
 - Asociación de Artistas del Tatuaje de Guadalajara AATG
 - Asociación Tattoo Jalisco ATJ
 - Asociación Tatuaje Jalisco
 - Asociación Mexicana de Tatuadores AMT
 - PRO TATUAJE GDL
 - Comunidad del Tatuaje de Jalisco - Tattoo Jal
 - Artistas de la tinta en Guadalajara
 - Tatuaje Jalisco
 - Gdltattoo
 - INK GDL
 - INK JAL
 - TRUE INK GDL
 - Tinta y piel Gdl
 - 4mm (Profundidad tinta en piel)
 - Capital Tatuaje
 - Ink working
 - Tinta Gdl
 - Tatuaje en Huichol (Lengua JALISCO)
- tatú: ayotochtli tinta:
Tlili

C. Inspiración Isotipo

- Definir primero los nombres.

D. Diseño de Logotipo

- Definir primero los nombres.