

Aprender de joyería con TANE



Karla Pérez | Campus Guadalajara

Además de ser el campus Guadalajara el único en ofrecer la **Concentración en Diseño, Producción y Comercialización en Joyería**, es el primero en brindar esta opción para los alumnos durante un **Semestre i** (o Semestre de la Innovación); donde 15 jóvenes fueron seleccionados para resolver los retos que lanzó este periodo y contar con la asesoría y visión de expertos en la materia como lo otorgó el socio-formador TANE y los profesores vinculados.

La convocatoria para seleccionar a los estudiantes que podrían participar en este programa se abrió para todos los campus del Tecnológico de Monterrey, donde los chicos debían de postularse, tener buen promedio y entregar su portafolio. Así se consideraron a los 15 que finalmente fueron admitidos y donde se contó con la participación de otros estados de la República como: **Monterrey, Puebla, Ciudad de México** y por supuesto, **Guadalajara**.

Una vez inmiscuidos en este Semestre i, los alumnos debían de resolver 2 retos que les fueron asignados, todos de manera individual:

1. **Hacer un sistema de forja** que sirviera para hacer manufactura de piezas en serie, que permitiera al menos realizar 15 copias, al utilizar los fundamentos de la foja que aprendieron.
2. Realizar 2 **propuestas de diseño para una colección de entre 5 a 8 piezas**, que mantuviera el ADN de la marca.



/>>

Diseñar para TANE

TANE es una marca joyera que existe en el mercado desde hace más de 75 años, cuenta con presencia internacional y nacional, y ha logrado su reconocimiento y estancia a través de sus diseños en plata y oro de 18 quilates que se mantienen a la vanguardia.

Ricardo Domingo Nicolás es el director creativo de TANE y quien se mantuvo en constante comunicación con los alumnos para brindar su experiencia y hacer de este ejercicio un acercamiento real a la profesionalización que se maneja en esta industria.

Para permitir a los jóvenes involucrarse con la marca, Ricardo Domingo les entregó **2 brief** –uno de diseños en plata y otros en oro- para que pudieran analizar las tendencias que busca la marca. Tras realizar una **primera propuesta** el grupo viajó a México para recibir una retroalimentación particular y directa de Ricardo y su equipo creativo.



/>>

Además, los jóvenes tuvieron la oportunidad de visitar la tienda de TANE ubicada en el Palacio de Hierro de Polanco, que es la tienda considerada como bandera para la compañía.

“Es el local que está representando su nueva imagen y ahí también se involucró la gerente de la tienda y se les permitió a los muchachos ver, tomar, ponerse, mover y pesar las piezas, porque el ADN de TANE es muy particular, son piezas pesadas y sólidas”.- **Alejandra Alfaro**, coordinadora de la Concentración.

3 semanas después Ricardo regresó a Guadalajara para realizar una segunda retroalimentación, pero ahora de la colección completa de cada alumno. Para que estuvieran listos para su entrega final.

Los resultados

Sobre los 2 retos que enfrentaron los 15 alumnos los resultados que se obtuvieron fueron:

El proceso de forja llamó la atención porque presentaba el proceso completo, no sólo el objeto. El espectador podía ver los pasos por los que había pasado **de ser un pedazo de metal, hasta convertirse en un objeto**. En vez de solamente ver el objeto terminado, cuestión muy diferente a lo que se presenta normalmente en el **Open Room**, comentó Alejandra Alfaro.

De las propuestas finales Ricardo Domingo seleccionó 8, las cuales serán consideradas al momento de armar un grupo completo. Además se seleccionaron 2 colecciones de la alumna **Mariana Sponda**, las cuales ya se encuentran en revisión para comenzar su producción en

septiembre.

“Ricardo se fue súper contento y ya está haciendo planes para el siguiente año, porque quiere seguir trabajando con nosotros”.- Alfaro.