

Evaluación prospectiva del Diseño Industrial y de producto en países representativos de Latinoamérica

Tesis Profesional que para obtener el Título de Diseñador Industrial presenta:

Andrea Navarrete Rigo

en colaboración con:

**Ingrid Rendón de la Torre
Juan Carlos Barriopedro Cruz**

Con la dirección de:

M.D.I. Mauricio Moysén Chávez

y la asesoría de:

**D.I Jorge A. Vadillo López
D.I Héctor López Aguado
M.D.I. Enrique Ricalde Gamboa
Mtro. Fidel Monroy Bautista**

Declaramos que este proyecto de tesis es totalmente de nuestra autoría y que no ha sido presentada previamente en ninguna otra Institución Educativa. Y autorizamos a la UNAM para que publique este documento por los medios que juzgue pertinentes.



CENTRO DE INVESTIGACIONES
DE DISEÑO INDUSTRIAL



Facultad de Arquitectura





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



Coordinación de Exámenes Profesionales
Facultad de Arquitectura, UNAM
PRESENTE

EP01 Certificado de aprobación de
impresión de Tesis.

El director de tesis y los cuatro asesores que suscriben, después de revisar la tesis del alumno

NOMBRE NAVARRETE RIGO ANDREA No. DE CUENTA 303697745

NOMBRE DE LA TESIS EVALUACIÓN PROSPECTIVA DEL DISEÑO INDUSTRIAL Y DE PRODUCTO EN
PAISES REPRESENTATIVOS DE LATINOAMERICA

OPCIÓN DE TITULACIÓN TESIS Y EXAMEN PROFESIONAL

Consideran que el nivel de complejidad y de calidad de , cumple con los requisitos de este Centro, por lo que autorizan su impresión y firman la presente como jurado del

Examen Profesional que se celebrará el día de de a las hrs.

Para obtener el título de DISENADORA INDUSTRIAL

ATENTAMENTE
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"
Ciudad Universitaria, D.F. a 27 de febrero de 2013

NOMBRE	FIRMA
PRESIDENTE M.D.I. MAURICIO MOYSSEN CHAVEZ	
VOCAL D.I. HECTOR LOPEZ AGUADO AGUILAR	
SECRETARIO D.I. JORGE VADILLO LOPEZ	
PRIMER SUPLENTE M.D.I. ENRIQUE RICALDE GAMBOA	
SEGUNDO SUPLENTE MTRO. FIDEL MONROY BAUTISTA	

ARQ. MARCOS MAZARI HIRIART
Vo. Bo. del Director de la Facultad

Queremos agradecer a nuestras familias por su amor y apoyo incondicionales durante la realización de nuestra carrera universitaria, quienes han determinado en gran parte las personas que somos. Agradecemos su persistencia en impulsarnos para cumplir nuestras metas; por hacernos críticos, responsables y emprendedores.

A nuestros maestros y todas las personas dentro del CIDI que contribuyeron en nuestro crecimiento personal y profesional. Hacemos un reconocimiento especial a nuestros asesores de tesis quienes desde el principio creyeron en nuestro proyecto, a pesar de las críticas y cuestionamientos.

A nuestros amigos por hacer de estos años los mejores de nuestras vidas y a la Universidad Nacional por hacernos parte de esta comunidad y darnos las herramientas para ser agentes de cambio en la sociedad.

Juan, Andrea e Ingrid

La asesoría para este proyecto de investigación de tesis estuvo a cargo de:

M.D.I. Mauricio Moyssén Chávez. Director de la tesis quien orientó la investigación en general, ofreciendo sus valiosos comentarios y observaciones a fin de acotar por una parte, el alcance general de la investigación, especialmente tratándose de un tema tan ambicioso como el que se planteó inicialmente y por otra, guiando los requerimientos y el rigor analítico necesario para llevar a buen término nuestro esfuerzo.

D.I. Jorge Vadillo López. La aportación y apoyo del Profesor Vadillo fue fundamental para el proyecto de investigación al orientarnos con sus valiosas observaciones de carácter metodológico, en relación con el análisis y la estructura del documento y su visión de conjunto.

D.I. Héctor López Aguado. Intervino a lo largo de la investigación aportando su experiencia y valiosos comentarios sobre la estrategia del Diseño Industrial y el impacto de la profesión en otros ámbitos.

M.D.I. Enrique Ricalde Gamboa. Nos orientó especialmente en los aspectos relacionados con la relevancia de la vinculación entre el Diseño Industrial y los diferentes agentes económicos.

Mtro. Fidel Monroy Bautista. Las aportaciones del Maestro Monroy resultaron fundamentales en la discusión general de la investigación. Su experiencia desde el enfoque de la cultura y el diseño fue relevante para el desarrollo del proyecto.

La investigación de campo se llevó a cabo mediante la aplicación de cuestionarios, investigación de los planes de estudio en diferentes escuelas de diseño, así como entrevistas a connotados diseñadores industriales y personas vinculadas con el quehacer de la profesión. Realizamos para ello, visitas y estancias en los siguientes países: Argentina, Brasil, Cuba, Colombia y México.



ficha técnica

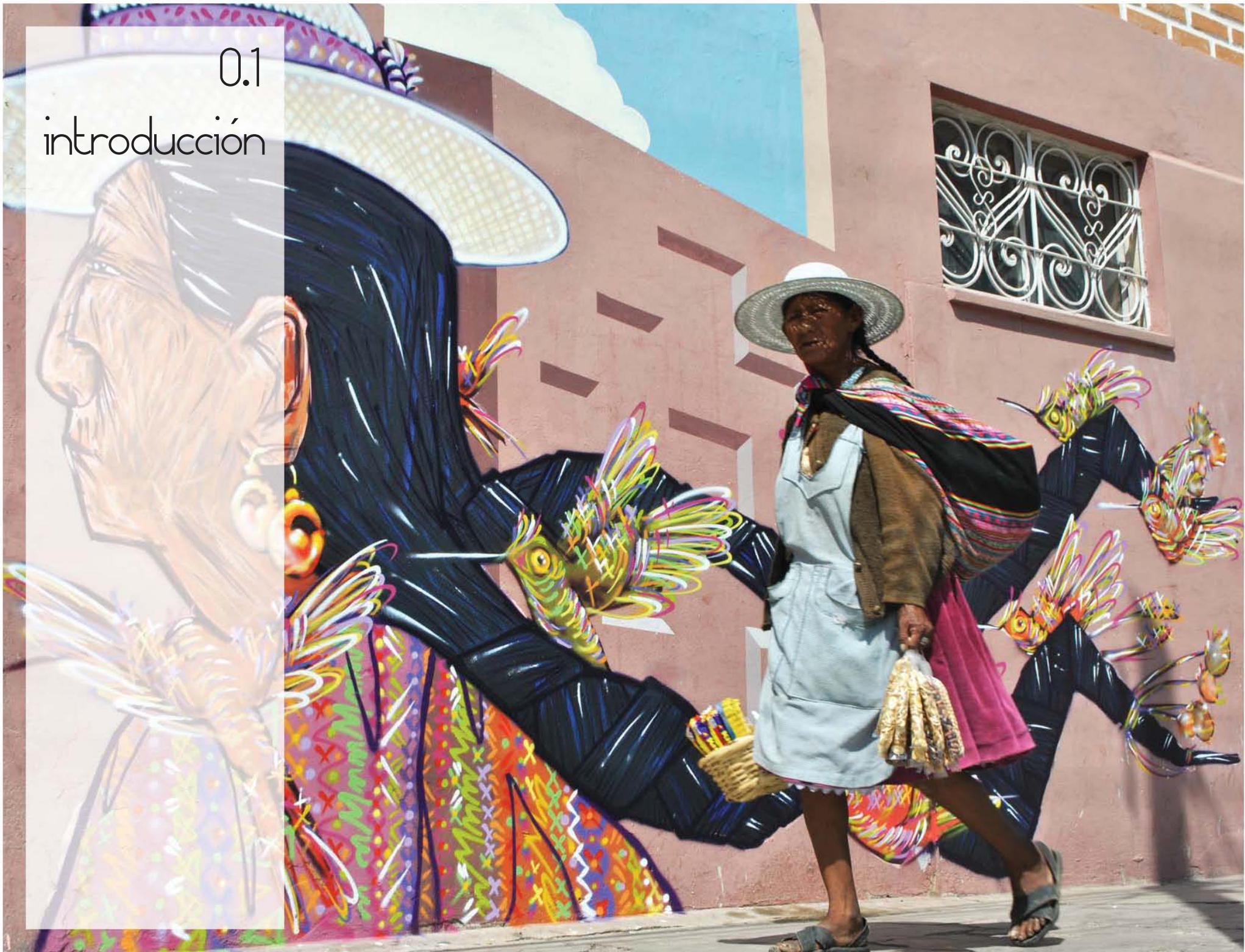


índice

0.1 Introducción	01	Cuba	74
		México	75
0.2 Objetivos	07		
0.3 Hipótesis	08	2.4 Conclusión	76
0.4 Marco teórico	09		
1. Antecedentes		3. Panorama prospectivo	
1.1 Introducción	21	3.1 Introducción	79
1.2 Líneas del tiempo	24	3.2 Panorama prospectivo	82
1.3 Conclusión	36	Argentina	86
		Brasil	87
2. Panorama actual		Chile	88
		Colombia	89
		Cuba	90
		México	91
2.1 Instituciones educativas	39	4. Conclusiones	92
2.2 Cuadros comparativos	44		
Información sobre la población	46	5. Fuentes bibliográficas	
Información sociodemográfica	48	5.1 Fuentes bibliográficas	97
Información económica y financiera	50	5.2 Fuentes electrónicas	98
Información sobre la infraestructura	54		
Información sobre el comercio exterior	56		
Información sobre la industria nacional	58		
Información sobre el territorio	60		
2.3 Análisis del D.I. por país			
Concursos	62		
Iniciativas de promoción	63		
Asociaciones de profesionales	64		
Publicaciones	65		
Asociaciones divulgando el diseño	66		
Instituciones y programas apoyando el diseño	67		
Muestras y exposiciones	69		
Argentina	70		
Brasil	71		
Chile	72		
Colombia	73		

0.1

introducción



Latinoamérica (LA) se incorpora de manera tardía al proceso de industrialización, ya que desde su pasado colonial una historia de atraso general y de dependencia tecnológica es común a todos los países. Esto representa el primer problema de la incursión del Diseño Industrial (DI) en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Cuba y México, países que decidimos elegir como muestra para esta investigación.

Los motivos que alentaron este análisis fueron la inquietud y necesidad de generar una visión crítica sobre la realidad de nuestra profesión, no sólo en el marco de la vida mexicana contemporánea sino como resultado de un proceso histórico que involucra factores sociales, económicos y políticos. Decidimos dar un paso más en este análisis y comparar el estado del DI entre países representantes de LA. La razón por la que se escogieron estos seis países radica en que cada uno constituye un caso de estudio con condiciones singulares, dentro de un contexto histórico similar, resultando en grados variables de desarrollo y lugares comunes que ayudan a explicar la situación de nuestra profesión y ponerla en perspectiva desde un enfoque regional.

Al enfrentarse al reto de investigar y analizar toda una zona geográfica y económica, se eligió una serie de países representantes para llevar a cabo el estudio y, a partir de sus particularidades, describir una realidad general a todos y extensiva a LA, como una región cuya política y desarrollo han quedado marcados por procesos históricos similares e influyentes entre sí, así como raíces y una herencia cultural propias de sociedades poscoloniales mestizas y criollas.

Más allá de las culturas nacionales y su diversidad, cada país tiene condiciones históricas únicas que marcan diferencias en la expresión del DI; sin embargo, los eventos que determinan la condición de subdesarrollo de nuestros países son generales y definen el camino que han recorrido todas las naciones en Latinoamérica.

Todo el continente americano fue sometido a la explotación colonial o imperialista, resultando en la disminución hasta la subsistencia de las culturas nativas y la imposición de un sistema de pensamiento distinto, supeditado en su condición de sometimiento político y económico a las potencias europeas y, eventualmente, a Estados Unidos. Esta situación

ha favorecido a gobiernos conservadores y reaccionarios, los cuales se han mostrado traicioneros y desinteresados por la administración de la riqueza natural de los territorios, despegados de las necesidades populares y dependientes tecnológicos de las naciones desarrolladas.

De tal forma, se ha generado un alto nivel de injusticia social y desigualdad en el reparto de la riqueza, provocando la segregación de la sociedad en un marcado sistema de clases y una situación económica de crisis permanente, si se objetan de forma crítica las variables macroeconómicas que determinan el crecimiento en los periodos de desarrollo económico que muestran algunos países en LA y que suelen ligarse a efectos temporales como las alzas históricas en los precios del petróleo o picos de exportación dependientes del mercado internacional.

El criterio para seleccionar los países que conformarían la muestra se apoya en el tamaño de cada economía y, por tanto, su relevancia como indicador de desarrollo en el nivel regional, donde todos los países, exceptuando Cuba, conforman las mayores economías nacionales de la región. A continuación se describen brevemente algunas condiciones que hacen interesante, como objeto de estudio, a cada país, con una visión más amplia que aporta datos sobre su historia y sociedad.

En primer lugar tenemos a Argentina, un país que ha atravesado radicales altibajos económicos, políticos y sociales. Un claro ejemplo de esto es que durante el siglo XIX y de nuevo en la década de los cincuenta del siglo XX, llegó a ser el país más industrializado de LA, pero a lo largo de la historia los ciclos de crecimiento y declive provocaron el estancamiento de la industria, derivado de la constante quiebra de empresas y de favorecer la explotación y exportación de recursos naturales.

La población argentina se compone principalmente de grupos de origen europeo, habiendo exterminado casi por completo a su población nativa; también se cuenta con la participación minoritaria de otros grupos étnicos llegados en las migraciones de los siglos XIX y XX. La cultura, de raíz hispana, adquiere una nueva y fuerte influencia europea con la llegada de una segunda inmigración española y, principalmente, de la ola de inmigrantes de origen italiano. En su capital se aprecia la oferta y gusto por objetos decorativos, mobiliario, ambientación de

espacios y accesorios domésticos, así como una evidente asimilación de la moda en el vestido; en este sentido, el auge del diseño argentino contemporáneo ve su mejor expresión en estos productos cuya esencia puede ser el estilismo, sin dejar de existir empresas argentinas que fabrican otros bienes de consumo y satisfacen tanto el mercado local así como el de exportación, lo que demuestra que el sector se encuentra en recuperación después de la última gran crisis financiera de la nación a finales de los años noventa del siglo pasado.

Por su parte, Brasil es una potencia industrial y se ha convertido en el modelo latinoamericano a seguir para los países en vías de desarrollo. El apoyo y promoción que se tiene en el área profesional y académica de las disciplinas de diseño por parte del gobierno se refleja en la abundante presencia de productos nacionales en el mercado.

La población brasileña se transforma drásticamente en el siglo XVI, cuando se convierte en una colonia portuguesa; posteriormente en el siglo XVII, se introduce población esclava africana y en los siglos XIX y XX ocurren migraciones de diversos países, principalmente asiáticos.

Esta riqueza étnica genera una nutrida diversidad cultural en continua transformación y también la discrepancia de ideas, dando como resultado un particular sincretismo y mestizaje en el diseño, volviéndolo contrastante y multifacético, en constante evolución y con una multiplicidad de formas que expresan el carácter local. Ocurre, por así llamarlo, un exceso de cultura, donde el diseño se renueva continuamente volviéndolo más rico y altamente competitivo.

Chile es de los países que resultan pioneros en el medio latinoamericano por diversas razones: es el primer país en desarrollar una infraestructura industrial en el siglo XIX, el primer país en la historia en elegir de forma democrática un gobierno socialista y el primer país de LA en instituir la enseñanza del DI. Asimismo, es pionero en la implementación del modelo de sustitución de importaciones para impulsar la producción local de bienes de consumo.

Es notoria la influencia directa de Gui Bonsieppe, destacado diseñador y teórico de la Escuela HFG de Ulm, quien trabajó en proyectos de Estado

previos y propios del gobierno socialista, esfuerzos que se perderían con la llegada de la dictadura militar en 1973.

Entre las décadas de 1970 y 1980, los avances en materia de diseño fueron pobres, al retirarse el interés y apoyo institucional a la profesión. En la actualidad, el DI vive una etapa nueva y de regeneración, contando con exponentes internacionales que están abriendo la brecha del diseño chileno dentro y fuera de su país, así como mayor difusión y entendimiento de la profesión por parte de la sociedad.

Como economía, Colombia presenta un grado particular de desventaja histórica, al ser el último país en incorporarse al proceso de industrialización, ya entrado el siglo XX. Lo anterior tuvo un efecto especial en el ámbito del diseño colombiano, ya que su campo de acción se ve limitado como consecuencia de una plataforma industrial precaria, retrasando el avance de la profesión.

Esto no significa que no hubiera un camino previo para la implantación del diseño. Es notoria la actividad de diseño en el sector del mobiliario, que evoluciona desde mediados del siglo XX con el diseño de muebles por parte de arquitectos. De la misma forma, existieron y existen, aunque en un contexto económico difícil, productos industriales de consumo y de diseñadores colombianos. La situación institucional de la profesión ha sido más favorable recientemente, puesto que desde finales de los años ochenta hay iniciativas de gobierno, de la mano con universidades y empresas, para difundir y promover el diseño nacional, reflejándose en una mayor asimilación de la actividad del diseñador industrial.

Cuba es un Estado socialista; a causa de su proceso revolucionario enfrenta un arbitrario e injusto bloqueo económico por parte de Estados Unidos desde 1960 que causa en el país restricciones comerciales, afectaciones a la producción y los servicios, bloqueo tecnológico, emigración y fuga de talentos.

El gobierno revolucionario ha enfrentado siempre carencia de recursos y capital para apoyar la inversión necesaria para desarrollar su industria. La estrechez económica crea una brecha entre los productos básicos y el resto, que se vuelven suntuarios. A pesar de esta situación de pobreza,



01

introducción

material patente y los problemas sociales que implica, los niveles de educación y salud derivados de la administración socialista hacen de Cuba el país con el mejor índice de desarrollo humano en todo a Latinoamérica.

Es de destacar la presencia del diseño con una postura oficial, como parte del plan de reorganización a cargo de la revolución. Así, se creó la Oficina Nacional de Diseño Industrial (ONDI), la cual integra todos los esfuerzos relativos al diseño en el país. Esta dependencia ofrece la carrera de Diseño Industrial en una sola escuela en la Habana, el Instituto Superior de Diseño (ISDI). El diseño que se aprende y proyecta se encuentra a la par de los alcances de otros planes de estudio en LA y está enfocado en una realidad que favorece necesidades sociales básicas: maquinaria agrícola, instrumental y aparatos médicos y vehículos técnicos especializados, es decir, no sólo se concentran en lo bienes de consumo, sino en bienes de capital para apoyar la producción, con lo que el diseño tiene una relativa mayor amplitud de acción que en otros países de la región.

Finalmente, México es el país del cual tenemos mayor información de primera mano, gracias a que podemos contactar directamente con las fuentes y a que resulta más sencillo obtener asesoría. A nivel de discurso, el DI fue institucionalmente reconocido por el gobierno mexicano como un agente fundamental para el cambio económico, tecnológico y productivo de acuerdo con el Plan Nacional de Diseño dentro de ley de Ciencia, Tecnología e Innovación en 2009.

A pesar de la riqueza cultural de país, la innovación no se promueve sistemáticamente y un corporativismo que podríamos calificar como brutal impide que se manifieste. De igual forma, la desventajosa apertura comercial producida a partir del Tratado de Libre Comercio de America del Norte (TLCAN) de 1994 ha causado la reducción de empresas, volumen y variedad de productos por parte de la industria mexicana, limitando el aprovechamiento del diseño que se hace en México (a la fecha tenemos 12 tratados de libre comercio que involucran a 42 países, sin que esto represente un mejoramiento para la industria nacional). Aunque existen esfuerzos particulares de universidades y empresas que buscan fomentar el trabajo de los diseñadores y su inserción en las empresas, hace falta la concreción de un verdadero impulso a la planta

productiva y alcanzar un crecimiento económico sostenido y sustentable. México ha basado su economía en la explotación de recursos naturales, sin haber concluido la sustitución de importaciones en la industria de bienes intermedios, de consumo y de capital, limitándose a recibir o reproducir tecnología extranjera y frenando el potencial del país como productor de conocimiento, creatividad e innovación.

Como conclusión y para juzgar el caso del DI a nivel regional en LA, se puede tratar a la profesión como un problema de economía política dado su campo de acción y objetivo dentro de la sociedad. La economía política, esto es, las directrices que se toman para estructurar la generación de riqueza y satisfacer las necesidades de la sociedad, entrelaza las acciones de gobierno con las necesidades productivas y el consumo interno. Cualquier país que decida emprender un proceso de industrialización, propio necesita del DI para resolver adecuadamente las características, calidad, volumen y variedad de productos que su sociedad requiere para satisfacer sus necesidades.

El DI surge en LA conforme avanza la industrialización en cada país y de acuerdo con el crecimiento de los mercados urbanos, con el fin de atender necesidades sociales crecientes, aunque los diseñadores no siempre ofrezcan con su trabajo soluciones para todos los segmentos sociales y tiendan a proponer productos que se dirigen hacia los sectores de mayor capacidad de consumo en cada país, ignorando las necesidades de orden básico que existen entre las clases menos favorecidas. Otro problema es la baja captación de diseñadores por parte del sector industrial, como consecuencia lógica de su precariedad, atraso o dependencia así como por vicios de práctica como la falta de una cultura de innovación o esquemas de administración cerrados y poco evolutivos, como sucede en las empresas familiares heredadas de la primera burguesía industrial, cada vez con menor presencia frente a las corporaciones y monopolios. Mientras que en Europa la profesión surge como resultado de la consolidación de una plataforma industrial y para atender los problemas de un sector urbano ya establecido, en LA es una profesión importada y que se adapta en países con un pobre o incipiente desarrollo industrial y un mercado urbano emergente posterior a de la Segunda Guerra Mundial que prefiere los productos importados a la limitada oferta local.

Hoy en día la industria y la producción de bienes de consumo todavía no se afianzan como sectores determinados para la economía de cada país en la muestra, menos aun la producción de bienes de capital necesaria para su desarrollo.

Para abordar el estudio de la situación del DI, se parte de un enfoque que integra las dimensiones política, social y económica y que nos permite hablar en términos cualitativos y cuantitativos del desarrollo de los países, entendiendo al diseño como una herramienta de desarrollo o en su concepción como tecnología aplicada a productos o procesos y materiales.

Es fundamental destacar el rol que el diseño tiene y puede tener en la economía creativa y la economía social. La economía creativa agrupa todas las actividades económicas derivadas de la creación, es decir, la generación de patrimonio intelectual (incluyendo ciencia y tecnología) sujeto a usufructo comercial. Bajo este rubro se integran los bienes culturales y artísticos pero también el diseño.

El DI se sustenta en la innovación y la originalidad y es una actividad proyectual de naturaleza eminentemente creativa. Bajo esta óptica, el DI, como diseño de bienes y servicios creativos (desarrollo de productos originales y consultoría en tecnología de productos y procesos), puede tener un impacto efectivo en la generación de empleo y riqueza, así como atender problemáticas sociales con enfoques distintos en el uso de los recursos y la generación y distribución de la riqueza, disminuyendo la dependencia de bienes y servicios importados.

En el reporte sobre economía creativa de la ONU del año 2010, México destacó por su importancia como productor y exportador de bienes creativos en LA. Según el reporte, ocupó el lugar 18 en el mundo, el noveno entre los países en desarrollo y el primero en LA. Esto implica además un mercado en expansión y con posibilidades de crecimiento, ya que los productos de la economía creativa no se han visto afectados por la crisis financiera.

El *Informe sobre la Economía Creativa 2010*, publicado por la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y el Programa

de la ONU para el Desarrollo (PNUD), señala que aunque el comercio mundial registró un retroceso de 12% en 2008, el intercambio mundial de productos y servicios creativos continuó su expansión a una tasa de 14 por ciento.

Aprovecharemos el término economía creativa, una categoría de reciente reconocimiento, para hablar acerca del DI, así como para definir el marco teórico bajo el que se analiza su importancia económica. Esta información es el punto de partida para el análisis que se desarrolla en esta tesis, donde intentamos vislumbrar vías de desarrollo posible y necesario para nuestra profesión. En el primer y segundo capítulo se establecen diversos criterios para acotar la información, hacerla accesible y destacar los puntos que establecen claramente las etapas del desarrollo industrial en los países muestra.

La manera en la que estructuramos este estudio obedece a un sentido cronológico, estableciendo una capítulo de antecedentes históricos, un acercamiento al panorama actual en la segunda década de este siglo y el futuro que vislumbramos posible para el desarrollo del DI en Latinoamérica.

Al remitirnos a la literatura que trata el desarrollo económico y la dependencia, nos encontramos con un libro, *Teorías sobre el subdesarrollo* el cual nos aportó muchos conceptos interesantes para enriquecer el contexto de nuestro análisis. En éste se habla del enfoque existente para el subdesarrollo, en tiempos del colapso del modelo desarrollista en LA, cuando se experimentó la crisis de la deuda externa durante la llamada "década perdida" y en un contexto mundial que hacía patente el cambio hacia el capitalismo financiero que se vive en la actualidad. En el libro, también se critican las concepciones equivocadas que se tuvieron durante mucho tiempo al respecto de las causas del subdesarrollo, derivadas de la predominancia de escuelas de economía creadas en los países desarrollados. Este texto deja bien en claro que la única manera de entender el fenómeno del subdesarrollo es considerarlo como un proceso relacionado con el capitalismo, que resulta en una ecuación imperialista o neocolonialista en sentido estricto. A continuación citamos, por su relevancia, la introducción a sus *Faces históricas del subdesarrollo* (Baez, 1975:83).

0.1

introducción

1. Baez (1975 : 83-84)
2. Baez (1975 : 84)

Para la corriente revolucionaria es incuestionable que la historia del subdesarrollo latinoamericano es la historia del desarrollo del capitalismo mundial. Este es un apotegma válido para el Tercer Mundo considerado en su totalidad, ya que, conforme precisa Baran, [...] el dominio del capitalismo [...] está estrechamente ligado al atraso económico y social de los países subdesarrollados, puesto que son dos aspectos distintos de un mismo problema global.

La percepción histórica del subdesarrollo asegura ya un marco realista para la comprensión del fenómeno como proceso donde, dentro de una trayectoria plurisecular, los protagonistas han sido los países con personalidad capitalista en evolución y ascenso y, de otra parte, las naciones que hubieron de asimilar –como receptores pasivos– los ingredientes económicos, sociales y culturales de un contenido extraño que falsificó su imagen y destino en tributo y beneficio de aquellos.

*Dentro de la línea degenerativa impuesta a los pueblos latinoamericanos (así como a los asiáticos y africanos), se distingue el tríptico: colonialismo, semicolonialismo, neocolonialismo. Cada una de estas fases exhibe una gama polícroma de instituciones y relaciones de explotación y sometimiento[...]*¹

Con este enfoque crítico y conociendo las explicaciones que se dan al fenómeno, abordamos la tarea de presentar de forma concreta el contexto histórico bajo el que se instaura y desarrolla el DI en LA. Por ello comenzamos el análisis histórico desde el arranque de la producción industrial en cada país, entendiendo que el colonialismo es la plataforma del subdesarrollo contemporáneo.

Para explicar lo anterior, basta con entender al colonialismo como origen primario del subdesarrollo y que éste habrá de condicionar los momentos ulteriores en la vida de los países incorporados al capitalismo europeo desde el siglo XVI. Las razones de esto se enlistan a continuación de una forma concluyente: “El dominio colonial subordinó por siglos a casi todos los países de LA a los intereses metropolitanos; obstruyó el desarrollo independiente; destruyó y desgarró violentamente, hasta aniquilarlas en muchos casos, las expresiones más valiosas de las viejas culturas autóctonas; interrumpió el proceso de desarrollo histórico;

desfiguró las economías nacionales; generalizó la explotación y el despojo; hizo de cada país un granero y, más comúnmente, una mina de metales preciosos, cuyos beneficios siempre se destinaron al exterior.”²

Con esto establecido, a continuación se tratan de forma más amplia los conceptos de dependencia, desarrollo y subdesarrollo y se presentan los antecedentes que definen la historia del DI, a manera de líneas del tiempo, para resumir y destacar los hechos más relevantes en el desarrollo de la profesión, así como para permitir una comparación entre países por periodos cronológicos.

Una vez analizados los antecedentes y el panorama actual del DI, concluimos con la aportación de mayor peso en este trabajo: destacar el valor de la implementación de incentivos y apoyos que permitan nuevas vías de crecimiento industrial en cada país, reflejando la relevancia del diseño como una herramienta real de desarrollo.

Para determinar el estado del DI en el momento presente fue necesario idear y definir una forma de sondear lo que ocurre tanto en el área académica, es decir, el semillero donde se forman las nuevas generaciones de diseñadores industriales, como una forma concreta de evaluar la actividad profesional.

De inicio, mediante cuadros comparativos, se analiza el papel de los países que se estudian en términos económicos, para dar una idea clara del estado en que se encuentran estas naciones, y a partir de ello se arrojan relaciones que sirven para comprobar los requisitos propuestos en la hipótesis para la madurez del ejercicio del DI.

Aunque en un principio se planteó e intentó sistematizar una forma de explorar a los profesionistas, se identificó rápidamente la problemática de cómo seleccionar una muestra representativa de diseñadores, ya que no existe acceso electrónico a censos oficiales sobre la población de diseñadores industriales con grado, mucho menos en activo dentro de nuestra área de competencia, que como se sabe, es real y potencialmente, inmensa. Hablar del diseño a manera de catálogo eligiendo arbitrariamente exponentes aislados, sin ningún criterio para clasificarlos o seleccionarlos, hubiera sido un esfuerzo vacío por su falta de rigor.

Por esta razón, preferimos abordar la realidad profesional desde la infraestructura institucional de apoyo que existe al desarrollo de empresas y al crecimiento mismo del diseño.

En el caso del panorama académico, para resolver la objetividad de la información de forma que pudieran analizarse datos concretos, se optó por analizar los perfiles de egreso, las particularidades de los planes de estudio y las aptitudes que desarrollan los alumnos en distintas universidades de los seis países muestra, tratando de identificar aquellas características que definen el perfil del diseñador formado en cada institución y la visión sobre el diseño que asumen y promueven.

De acuerdo con lo anterior, se propondrán en el capítulo final de esta tesis vías de desarrollo dentro de la economía creativa y la posibilidad para el diseño de productos de incidir en ella, desde la escala de producción industrial hasta caminos paralelos dentro de la proyección y producción de objetos-producto.



0.1

introducción

0.2
objetivos



El objetivo principal es destacar el valor de la identificación, aplicación y promoción de incentivos y apoyos que permitan nuevas formas de crecimiento, vía el diseño, para la economía creativa y la industria en cada país, reflejando su importancia. Lo anterior con el fin de obtener un resumen documental y gráfico que sirva como instrumento de difusión sobre la profesión del DI.

Para obtener la información se optó por dos vías: referencias tanto bibliográficas como electrónicas y un estudio de campo para recabar información de primera mano que incluyó entrevistas con profesionales, académicos y promotores del diseño (esto en diferentes instituciones educativas), contacto con diseñadores activos, la asistencia al congreso ALADI 2010 y una aproximación (mediante derivas y recorridos urbanos) a la oferta interna de cada país. Esto permitió generar una visión propia, basada en vivencias enriquecidas por la realidad, más que por la limitada información disponible sobre el diseño latinoamericano. La evaluación se hace relacionando los panoramas económico, político y social para comparar cada aspecto y entender qué eventos encaminaron a cada país hacia un determinado grado de industrialización.

La investigación sirve para hacer una reflexión sobre el estado de nuestra profesión y el desarrollo de las industrias nacionales, estableciendo el potencial de incidencia directa que puede tener en el crecimiento de la economía, generando empleos e incentivando la creatividad, innovación y productividad de las empresas.

Este documento también pretende concientizar a los diseñadores, tanto en el área profesional como en la académica, para promover una cultura del diseño, la innovación y su necesidad, así como sensibilizar a las personas sobre la falta de promoción, apoyo y educación por parte del gobierno. Es necesaria una política pública para el apoyo y desarrollo de empresas creativas y una decidida labor de estímulo a la innovación de productos locales, tanto bienes como servicios.

0.2 objetivos

0.3
hipótesis



La hipótesis planteada es que el DI logrará su inserción efectiva en un país cuando se cumplan las siguientes condiciones:

•Existencia de una necesidad

El sentido de necesidad social en relación con la demanda de productos diseñados debe sentirse fuertemente, o no se prepararán las personas ni se destinarán los recursos hacia la innovación tecnológica o hacia la promoción de las carreras y especialidades profesionales del diseño. La necesidad social puede manifestarse en un mejor producto o servicio, en una herramienta más eficaz, en una máquina que ahorre esfuerzo físico, un medio de utilizar nuevos combustibles o una nueva fuente de energía. Cualquiera que sea el origen de la necesidad social, es esencial que mayoritariamente la sociedad sea consciente de ella y se decida a mantener un esfuerzo para su desarrollo y promoción.

•Disponibilidad de recursos

Los recursos sociales son igualmente un requisito previo e indispensable de una innovación exitosa. Muchas invenciones no han prosperado porque los recursos sociales necesarios para su realización (el capital, los materiales y el personal experimentado) no estaban disponibles. El recurso de capital involucra la existencia de un excedente económico y una organización capaz de dirigir la riqueza disponible en cauces en que el binomio diseñador-empresario pueda aprovecharlo. Los materiales involucran la disponibilidad de un volumen apropiado de recursos metalúrgicos, cerámicos, plásticos, u otras materias primas que se orienten hacia una nueva invención. El personal experimentado implica la presencia de tecnólogos capaces de reconfigurar nuevos artefactos y procesos productivos. Una sociedad, tiene que estar comprometida con los recursos necesarios para sostener la creatividad y la innovación.

•Ambiente receptivo a nuevas ideas

Implica que los grupos que toman decisiones políticas, administrativas, productivas y financieras estén conscientes y preparados para considerar la innovación seriamente. Tal actitud puede limitarse a campos específicos de innovación, o puede tomar la forma de una actitud más generalizada. No obstante, no hay duda de que la existencia de grupos socialmente importantes que animen a los diseñadores a usar sus ideas ha sido un factor crucial en la historia de la economía creativa.

Estas condicionantes son planteadas por Mario Bunge en su libro *Ciencia y Desarrollo* (1982). De acuerdo con lo anterior, la investigación determinará el cumplimiento de estos principios.

Las condiciones del surgimiento y desarrollo del DI en los países de LA responden a su desarrollo económico y al momento histórico. Por esto, cada país tendrá propuestas diferentes para diseñar productos según su contexto; lo mismo pasará con el desarrollo de sus industrias y procesos productivos.

Se entiende al diseño como un instrumento para aumentar la competitividad; por ende, si se apoya al diseño, el país será más competitivo. Para lograrlo, nuestro planteamiento es que a futuro se implemente una serie de medidas de apoyo institucional.

En la obra citada, Bunge establece que un sistema científico desarrollado, con categorías de investigación y desarrollo, así como una política de desarrollo social, es un criterio que determina el desarrollo integral de una sociedad donde puede desarrollarse el diseño industrial.

0.4
teórico
marco



Partiendo de una revisión histórica del desarrollo industrial en los países que elegimos, buscamos establecer los problemas surgidos al implementar modelos académicos y profesionales, descontextualizados de la realidad económica.

Considerando distintos postulados económicos, hablaremos de los fallos e inconsistencias que han generado el atraso y dependencia tecnológica y sus consecuencias, relacionándolos con el diseño aplicado a productos.

La razón principal para adoptar este enfoque de política económica es evidenciar la brecha que separa al profesionista de una infraestructura industrial y una capacidad productiva que no están lo suficientemente consolidadas como para permitir a los diseñadores ocuparse exclusivamente en la industria. Después se analiza la economía creativa como una nueva forma bajo la que puede verse el DI como una actividad rentable y que además puede generar beneficios sociales y ambientales.

En nuestra búsqueda de literatura que apoyara la orientación crítica de este trabajo, nos encontramos con un título en particular que lanza una serie de críticas al modelo económico. Se trata de *El progreso improductivo*, de Gabriel Zaid. Aquí, con una serie de explicaciones desapasionadas y fundamentadas, se hace una crítica a la noción de progreso, tal como la civilización occidental moderna lo ha entendido. Abordando puntos diversos con implicaciones políticas, sociales y culturales, estructura su ensayo en ejes concretos que se desarrollan en el terreno económico; de éstos rescatamos dos:

•Límites al consumo de atención personalizada

Concepto que describe la necesidad de disminuir el innecesario aumento de costo en los productos -entendiéndolos como bienes y servicios- con los que se comercia en los centros urbanos (sobre todo los dirigidos a las clases media y alta que son quienes definen de forma principal la oferta en el mercado). Critica además la improductividad del esquema de trabajo que esto representa, que por concentrarse de forma última en la satisfacción del confort de un sector reducido, genera una gran cantidad de trabajo servil barato, el cual, de otra forma podría ocuparse en los sectores primario y secundario de la economía.

•¿Qué falta en el mercado interno?

Bajo esta pregunta se analiza la necesidad de replantear la oferta al interior de los países subdesarrollados, orientándola hacia las bases tanto de la pirámide social como de la pirámide económica, como la única forma efectiva de generar una solidez económica que permita desarrollar los estados consecuentes de nivel de vida y de crecimiento económico, esto es: abatir la pobreza aumentando el desarrollo humano y, consolidar una industria, ciencia y tecnología propias.

Del argumento con que se presenta el mismo texto, citamos el siguiente fragmento:

*El cielo que nos tiene prometido el progreso, no acaba nunca de llegar. Una gran parte de la población vive en el limbo o en el purgatorio o el infierno: al margen de una vida mejor o descontenta de sus efectos contraproducentes. Nadie va a parar el progreso: tiene miles de años. Ni la ciega voluntad de progreso, que apenas tiene unos siglos. Hasta sin saberlo, o sin quererlo, somos ejecutantes de esa voluntad que se extiende por el planeta. Sólo podemos exigirle autocrítica: volverla nuestra de una manera menos ciega; hacerla progresar, enfrentándola a sus resultados[...]*¹

Nada en estas afirmaciones está fuera de contexto. Nuestra concepción de progreso, como actitud e ideología, ha dejado de lado muchas formas de conocimiento ancestral y empírico que en ocasiones es erradicado; por otra parte, en sus efectos prácticos ha incrementado la distancia entre la cúspide de la pirámide social y económica, con las implicaciones respectivas en control de poder, riqueza y conocimiento. Como Zaid dice, lo primero y más importante que hay que exigir a nuestra noción del progreso es confrontarla con sus efectos. La realidad es contundente y evidencia la enorme deuda que el progreso tiene con la mayoría de la población mundial.

A continuación ahondamos en las hipótesis de Zaid, que hacen notar cuestiones claves sobre la necesidad de replantear el modelo económico, de donde puede argumentarse la necesidad de un diseño industrial,

social y masivo que eleve de forma real el nivel de vida de un grueso sector de la población. Aunque se defienden posturas como la rusticidad de materiales y medios, son postulados que lejos de ser radicales resultan crudos, y buscan dar una respuesta eficaz y posible de implementar desde la lógica e infraestructura productivas que existen. Se trata de atender las necesidades sociales que son verdaderamente apremiantes y que, por ende, no pueden o no debieran favorecer la polarización elitista del mercado.

La discusión de si esta “rusticidad” debe acusarse formalmente. Para defender esta postura, en el campo del DI, hay que separar claramente la idea de lo rústico de lo imperfecto, inacabado o artesanal. En estricto sentido, habría que hablar de austeridad o economía de medios y entender que un buen diseño es aquel que cumple la función para la que está concebido en la mejor manera posible. Por otro lado, hay que combatir la idea de que un diseño barato o popular tiene que ser feo o reflejar su pobreza. Justamente es el diseño industrial la única profesión que puede dignificar y elevar el valor estético de los productos, sean baratos o estén pensados para la población de bajos ingresos.

La necesidad de imponer límites al consumo de atención personal

En nuestra vida diaria, las personas que vivimos en centros urbanos estamos sometidos a una red de relaciones humanas que tienen como fundamento el intercambio de bienes comerciales, los cuales pueden ser productos o servicios. La cantidad de trabajo que se requiere de otros para satisfacer las necesidades personales es definida por el autor como “consumo de atención personal”.

Conforme se produce el crecimiento de la población en los países subdesarrollados o dependientes aumenta también la demanda de satisfactores. En paralelo, los discursos científicos y políticos defienden el derecho al pleno desarrollo personal de todo ser humano. Uno de los problemas de esta concepción es que su defensa a ultranza ha significado asumir esta condición que se considera de atención ilimitada, esto es, una demanda infinita: que se destinen -al menos de forma teórica- todos los medios que sean necesarios para satisfacer estos derechos. En

u

n

contexto en el que se asumen como indicadores de progreso económico el acceso a comodidades y la posesión o atesoramiento de bienes y capital, es incongruente pensar en homogeneizar los altos estándares de vida, ya que resultarían incuantificables e inexistentes los medios para esta atención sin límite.

En efecto, aunque la productividad material aumenta, no se utiliza para producir lo mismo en menos tiempo y liberar así el tiempo de las personas, sino para producir más al menor costo, de la mano de una estrategia para volver atractiva la producción material e incentivándola, con el consecuente aumento en la inversión de tiempo que se requiere para producir, distribuir y vender los bienes y servicios, implicando una cantidad de trabajo que, a mayor volumen de operación de las empresas, resulta abaratado o mal pagado.

La demanda incesante de atención personal, dice Zaid, “explica la insatisfacción típica de las sociedades modernas: tener muchas cosas pero poco tiempo, en un medio cada vez más impersonal.”

La necesidad de replantear la producción para un mercado interno pobre

Pobre es una palabra que puede causar polémica por las asociaciones negativas que tiene la pobreza; pero no se trata de establecer una categoría estética o material para definir la forma u orientación de la producción, sino un cometido social para mejorar las condiciones de la gente con escasos recursos económicos. Diseñar para un mercado pobre no significa hacer un diseño pobre, significa realizar un diseño congruente que dignifique y mejore la calidad de vida y la cultura material del consumidor y usuario, lejos de reafirmar de forma elitista e injusta el estatus de la clase a la que se destinan.

Podemos comparar la cultura documental con la cultura material. Si no se estimula la lectura en los niños no se tendrá una sociedad lectora; tratándose de diseño, éste jamás logrará asimilarse e imponerse fuera de las esferas de alto poder adquisitivo, a menos que se enseñe a los desfavorecidos a interactuar con productos mejor diseñados.

Por lo tanto, el diseño para un mercado interno pobre no implica una producción material deficiente o de segunda categoría, sino una oferta que atienda las necesidades básicas, empezando por plantear cuál sería la conformación puntual que la haga pertinente.

Ofrecer estudios superiores gratuitos a, en teoría, toda una población, ni es viable ni es útil para quienes carecen de alimento y ropa. Resulta, finalmente, demagógico. Lo que tiene sentido es ofrecer medios de producción que tengan en su propia producción economías de escala, por lo cual sería posible ofrecerlos a bajo costo; pero que estén diseñados para producir satisfactores básicos a pequeña escala.¹

El intercambio entre los sectores urbanos y modernizados y el interior de los territorios se vuelve de orden terciario y particularmente improductivo: se ofrecen sofisticados servicios de atención personal, poco productivos y muy costosos, a cambio de trabajo servil de atención personal poco productivo y barato. La razón de esto es que las condiciones de empleo de los pobres los desfavorecen por descontado al pagarles poco a cambio de ocuparlos. El cambio de servicios y productos costosos por trabajos relativamente baratos aumenta el consumo de un sector privilegiado pero no una productividad y consumo generales. Aumentar el nivel de empleo es una condición absurda, sobre todo con las típicas estrategias de crear trabajo barato. La verdadera misión de una economía de Estado debería ser el aumento de la satisfacción de las necesidades, comenzando por aquellas que son básicas para toda la población, incluyendo las externas al del mercado como el uso del tiempo libre para el esparcimiento o la producción para el consumo doméstico.

Por otro lado, existe un problema ideológico que abatir en las limitaciones culturales del sector urbano moderno: el campesino no es visto como un empresario rústico con recursos escasos y por tanto un cliente potencial de medios de producción accesibles. La generación de estos medios de producción implicaría, por sí misma, un mejor uso del capital que se destina en el sector urbano. Hay que entender que el campesino no es un subordinado, un subempleado o que es difícil de aprovechar, dada su falta de cultura moderna, fuera del esquema tradicional de la injustamente remunerada producción de alimentos.

Según Zaid, la forma más eficaz de erradicar la pobreza no es con dádivas, sino con un cambio en la oferta que permita a los pobres atenderse a sí mismos, aumentando directamente el nivel de satisfacción global. La prosperidad, ya no sólo del campesinado, sino de los sectores suburbanos y urbanos marginados, estaría en un aumento de su consumo fuera del mercado, aunque no sean empleados por una tercera persona o empresa. Esto se lograría permitiéndoles producir una buena parte de sus propios alimentos (ahorrándose las intermediaciones que normalmente componen mucho de su costo) y favoreciendo el mercado de medios de producción doméstica.

La autosuficiencia y soberanía alimentarias en los países en vías de desarrollo se han visto menguadas y existen en franca amenaza dadas las tendencias mundiales en el comercio. Hay que destacar que en un proceso de crecimiento y desarrollo “razonables”, las naciones que persigan una verdadera integración, crecimiento y competencia económicos requieren la solidez de su sector primario para poder satisfacer la demanda de un posible sector secundario y, así originar riqueza desde las raíces de la pirámide social y no sólo en su cúspide.

Con un enfoque sistémico en la producción de bienes y servicios, debería hacerse necesaria no sólo la responsabilidad social y la justa retribución del trabajo y satisfacción de necesidades básicas, sino además la apremiante implementación de la consciencia y responsabilidad ambiental, para garantizar los recursos y la sustentabilidad de cualquier medio de producción que se contemple.

El mercado de lujo no se descarta pero se considera poco pertinente, dadas las condiciones de desigualdad. En la realidad es imposible, y tal vez ni siquiera deseable, eliminar el lujo; no obstante, así como no puede desaparecer la oferta de productos suntuarios en el mercado interno, también es verdad que podría reorientarse de una manera mucho más efectiva: hacia el mercado externo. Es en el valor inherente a un producto de alta calidad, exclusivo, limitado y/o exótico, pagado en el extranjero, como se pueden obtener ganancias importantes por la vía del lujo. Lo que habría que desentrañar es la naturaleza del lujo que pueden ofrecer los países subdesarrollados: ya que no resultan competitivos en términos de tecnología aplicada, tendrán que buscar su nicho de

1. Zaid (1979 : 11)
2. Zaid (1979 : 12)

desarrollo por otras vías. Nuestra apuesta es que sería la identidad y expresión de la cultura propia, por los medios que esto signifique y encuentre, la vía más fácil de generar productos para un mercado de lujo extranjero. En consecuencia, sería deseable pensar que de un intercambio comercial mucho más ventajoso se desprendería una cadena productiva en la que el trabajador que ayuda en la realización de estos productos puede acceder a una mejor retribución de su trabajo.

Otros conceptos sobre el progreso improductivo

El sector moderno de cada país tiene elementos particulares, pero las grandes ciudades del mundo se parecen mucho más entre sí que a su correspondiente territorio rural. A menudo se describe a los países como macrocefálicos, pues concentran el grueso de los medios y la oferta en sus capitales.

En efecto, las metrópolis encabezan la cultura del progreso que, por medios benéficos o dañinos, se ha impuesto sobre todas las culturas tradicionales. El saber, el poder, el dinero y los privilegios se han ido concentrando en las grandes ciudades a través de organismos centralizadores, estructurados en pirámide y encabezados por profesionistas. Citamos: "Se trata de un dispendio viable, económicamente, porque la concentración de capital compensa la menor productividad del capital concentrado; políticamente, porque esta concentración favorece a los promotores y dirigentes del progreso".¹ Una crítica a esta oligarquía dirigente surge de la presunción de que su capital curricular, grados y títulos obtenidos, o logros dentro del sistema, se estiman como un mérito legítimo y, en teoría, asequible a todos.

En la esfera social, las ilusiones del progreso no son vistas como tales dentro de la cultura del progreso. Así, prolifera y prospera para beneficio de pocos una oferta de progreso costoso, porque no es accesible para toda la población, en vez de favorecer una oferta resultante del aumento a la productividad y un bienestar equitativo a bajo costo.

Es la oferta y no la demanda lo que se necesita incentivar en un país que se moderniza; ante todo porque lo normal es que se ofrezcan cosas que

resultan demasiado costosas para la mayoría. Como ya se dijo, para satisfacer las necesidades de un mercado pobre no se puede empezar por lo suntuario sino por lo básico; no ofreciendo los satisfactores mismos, sino medios baratos para producirlos.

Cerramos esta parte de reflexiones en torno al progreso improductivo con otro fragmento del libro de Zaid que resume los puntos nodales de sus posturas sobre el mercado interno:

*El estado y las grandes pirámides empresariales, sindicales y académicas, en parte por intereses miopes y en parte por razones de fe, creen que su propio crecimiento es la vía del progreso de todos, como si fuera imposible o indeseable apoyar a la economía de subsistencia, en vez de lamentarla; ofrecer medios rústicos, modernos y eficientes de producción doméstica de alimentos, ropa y techo... ...y en general, acudir a los mercados pobres con una oferta pertinente[...]*²

Las ideas previas nos dan referencias más concretas sobre algunas de las fallas estructurales que contribuyen a la condición de subdesarrollo y ponen de manifiesto inconsistencias económicas críticas en las naciones que viven en esta condición. La segunda mirada bajo la cual podemos poner en contexto la problemática del desarrollo del DI, es una visión constructiva donde radica la posibilidad de implementar la clase de satisfactores que se mencionan deslindándose de los preceptos e intereses del mercado tradicional: nuevos medios de producción que favorezcan las economías en escala, una oferta más pertinente en general o la posibilidad de producir bienes de consumo suntuario para el mercado externo, provocando una derrama económica al interior.

La Economía Creativa

En la primer década del siglo XXI, la economía mundial ha enfrentado una grave crisis económica que refleja las incongruencias económicas y sociales de una forma de crecimiento que privilegia y canaliza un mayor financiamiento al consumo, antes que a la inversión productiva.

Esta experiencia ha motivado la búsqueda de otros enfoques y prácticas para la producción, los cuales orientan los esfuerzos hacia un crecimiento más equitativo y sustentable para generar empleo y elevar de manera eficaz el nivel de vida de la población. En este contexto, la economía creativa es una estrategia viable que ha ido tomando forma en todo el mundo, destacando por interrelacionar la creatividad y la economía para revalorar la riqueza de cada país dentro de la pretendida cultura global.

La expresión "economía creativa" abarca diversas actividades que van desde las artes a los campos más amplios de la ciencia y la tecnología. Según la investigación de la Organización de las Naciones Unidas a través de la UNCTAD, en el año 2008, este sector, generó riqueza por 592 mil millones de dólares, creciendo desde 2003 a una tasa de 14% anual.

Las actividades creativas y los bienes y servicios involucrados, se valoran por quienes los producen y consumen por razones de significación y no sólo por criterios mercantiles. Estas razones pueden incluir consideraciones estéticas, de afirmación cultural, diferenciación social o por su contribución a la permanencia y continuidad de los recursos naturales. Su importancia encuentra su mejor expresión en proyectos compartidos y sus beneficios no se cuantifican en términos exclusivamente monetarios. Resulta evidente que el diseño tiene la posibilidad de insertarse en muchos nichos dentro de este esquema de producción de bienes y servicios.

La ONU, propone incluir en la economía creativa:

Herencia o patrimonio cultural: definida como el origen de todas las formas del arte y esencia de la cultura y las industrias creativas, conjunta las técnicas culturales desde la perspectiva histórica, antropológica, étnica, estética y social, comprende:

- Las expresiones tradicionales de la cultura (artesanías, festivales y celebraciones).
- Los sitios culturales y su aprovechamiento productivo (arqueológicos, museos, librerías y exhibiciones).

Artes: este grupo incluye las industrias creativas basadas en el arte y la cultura (artes plásticas, valores de identidad y de la cosmogonía de los grupos étnicos), comprende:

- Las artes visuales: pintura, escultura, fotografía, artes aplicadas y decorativas.
- Las interpretaciones artísticas: música en vivo, teatro y teatro guiñol, danza, ópera, circo, etcétera.
- Medios de comunicación: este grupo considera dos subgrupos, cuyo contenido se enfoca en grandes audiencias:
 - La publicidad y prensa escrita (libros, periódico y otras publicaciones).
 - Las producciones audiovisuales (cine, televisión, radio y otras transmisiones).

Creaciones funcionales: Este grupo considera la creación de bienes y servicios funcionales orientados a la satisfacción de la demanda. Se divide en los siguientes subgrupos:

- Diseño: de productos, de interiores, gráfico, de moda, joyería, juguetes, mobiliario, etcétera.
- Servicios creativos: nuevos medios de comunicación, arquitectura, actividades culturales y recreativas, investigación creativa y desarrollo (DI), servicio de proyección, modelaje, prototipaje y otros servicios creativos relacionados.

La economía creativa, como un enfoque actual y un referente teórico de la presente investigación, representa una opción de desarrollo viable que ofrece respuestas innovadoras; implica acciones sociales, públicas y privadas bajo un enfoque multidisciplinario.

- Se trata de un conjunto de actividades económicas basadas en el conocimiento con una dimensión de desarrollo.

- Puede fomentar la generación de ingresos, creación de empleo y exportación, a la vez que promueve la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano.

- Abarca aspectos económicos, culturales y sociales que interactúan con la tecnología, la propiedad intelectual y los objetivos del turismo.

- En el campo de la creatividad artística, significa imaginación y capacidad para generar ideas originales y formas novedosas de interpretar el mundo, las cuales pueden ser expresadas a través de soportes bidimensionales, tridimensionales, sonoros y mixtos.

- En el campo de la creatividad científica, supone la capacidad y decisión de experimentar y descubrir o crear la solución de problemas, con la respectiva incidencia en la economía que esto implica. Es un proceso dinámico que puede llevar a la innovación en la tecnología, a nuevas prácticas de negocios y a nuevas formas de mercado, lo cual se encuentra estrechamente vinculado con la generación de ventajas competitivas en la economía.

En México, el reporte de la ONU indica que el país tiene una participación de 1.3% en el mercado mundial de economía creativa.

En 2008 el país exportó productos creativos por un valor de 5167 millones de dólares, lo que representó una tasa de crecimiento anual de 9.1 % a partir de 2003, cuando la cifra se ubicó en 3797 millones de dólares.

Ocupa el lugar 18 a nivel mundial, el primero en LA y el quinto si se toman en cuenta sólo los países en desarrollo. Para el país, las actividades de la economía creativa significan una vía de movilidad social; también suponen el incremento en la inversión y la generación de empleos.

Como bienes inmateriales, la creatividad y la innovación representan recursos inagotables y están en constante renovación, de ahí su riqueza

e importancia. El mercado para los productos creativos está formado por un variado y diversificado contenido expresado en ofertas basadas en:

Creatividad e innovación tecnológica

Incide sobre los bienes diseñados optimizando su eficiencia física y mecánica, su estética y su ergonomía, dando como resultado mejores objetos y productos, de mayor calidad, a mejores precios, apoyados en procesos mejores y más eficientes que utilizan óptimos materiales.

Creatividad e innovación artística-cultural

Atiende y favorece la construcción de significados en la diversidad de las obras que se ofrecen pues, cuanto mayor originalidad, mayor trascendencia estética y de conceptos.

Creatividad e innovación social

Se sustenta en principios ético-políticos y promueve redes creativas de contactos generando oportunidades formales e informales, intercambios, opciones de intervención en la realidad social de manera diferente, estimulando las nuevas ideas y propuestas.

Creatividad e innovación en servicios

Se refiere a cualquier servicio innovador o con perfil "ecológico" o sustentable. Centros sociales, alimentos, consultorías en materia ambiental, finanzas, desarrollo rural, instituciones y organizaciones de asesoría como fabricas de ideas, las cuales funcionan en apoyo a diversas comunidades y colectivos en diferentes tópicos.

De la variedad de bienes creativos son fundamentales las cifras sobre los bienes de diseño que presenta el reporte. La información indica que las exportaciones mundiales de estos productos se incrementaron 111% durante el periodo 2002-2008 y representaron, en 2008, 57.5% del total de los productos creativos vendidos en el mundo.

En los cuadros siguientes se muestran diversos aspectos de la producción y comercialización de productos creativos y de diseño. Se destaca el crecimiento observado por los países del grupo de economías en transición, incluida la mexicana al registrar 374% de incremento en las exportaciones de productos de diseño, seguidos de los países de Asia occidental (341%) y por China (150%). Aun cuando el valor de la exportación de estos países no es equiparable al de las economías industrializadas, el ritmo de crecimiento mostrado puede ubicarlos en los próximos años como fuertes competidores en la exportación de productos de diseño.

Tabla 1. Diseño: las exportaciones, por grupo y región económica, 2002 y 2008

Grupo y región económica	Valor en millones de dólares		Cambio % 2002 -2008
	2002	2008	
Mundial	114,692	241,972	
Economías desarrolladas	6,280	117,816	93
Europa	49,221	98,164	99
Estados Unidos de América	60,967	12,150	93
Japón	1,521	3,783	149
Canadá	3,104	2,773	-11
Las economías en desarrollo	53,362	122,439	129
Asia Oriental y Asia Sur-Oriental	47,534	98,851	108
China	23,529	58,848	150
Asia Occidental	1,916	8,452	341
America Latina y el Caribe	3,292	5,007	52
África	422	1,140	170
LDC	222	467	
SIDS	47	96	102
Las economías en transición	362	1,716	374

Tabla 2. Diez primeros exportadores dentro de las economías en desarrollo, 2008

Exportador	Valor en millones de dólares	Cuota de mercado %	Tasa de crecimiento %
	2008	2008	2003 -2008
1 China	58,848	24.32	15.45
2 China, Hong Kong SAR	23,874	9.87	5.01
3 India	7,759	3.21	18.57
4 Tailandia	4,474	1.85	10.80
5 Emiratos Árabes Unidos	4,464	1.84	49.80
6 Turquía	3,543	1.46	11.72
7 Malasia	3,186	1.32	12.87
8 Vietnam	2,687	1.11	23.44
9 México	2,535	1.05	1.40
10 Singapur	2,392	0.99	16.21

La exportación total de las diez principales economías en desarrollo de productos de diseño, alcanza 113,762 millones de dólares, monto superior en 20,858 millones a la exportación de los países desarrollados; esto encuentra explicación en la diferencia entre el volumen de lo exportado y el valor agregado de los productos, en razón de las diferencias y capacidades ya comentadas. Separar la información sobre los diez principales exportadores de diseño en el mundo indica, por una parte, que el diseño es una actividad relevante en las economías europeas y estadounidenses, las cuales controlan la oferta mundial. Solamente Japón es la excepción ocupando el noveno sitio del grupo. El valor de lo exportado en 2008 fue de 92,904 millones de dólares; por otra parte, la larga trayectoria y tradición en el desarrollo del diseño en estas economías les permite controlar 38.4% del mercado total mundial en la materia y seguramente de la mayor parte del mercado especializado en bienes de diseño sofisticado y altamente tecnificado, vinculados a segmentos de consumo de alto poder adquisitivo como la moda, aparatos electrodomésticos, el diseño automotriz, equipos de audio y video, equipo médico, etc. Por ello, este segmento de mercado es difícil de abarcar por otras economías en las que el diseño no tiene un largo trayecto.

Las barreras de entrada a esos mercados por parte de diseñadores latinoamericanos, cabe aclarar, no se refieren a deficiencias en la capacidad de diseño y para incorporar en los productos conocimiento y capital creativo (tecnología incorporada); más bien se relacionan con capacidades productivas distintas, es decir, procesos de producción, materiales y, especialmente, apoyo financiero y gubernamental (un medio sociocultural favorable e instrumentos).

Tabla 3. Diseño: Diez primeros exportadores dentro de las economías desarrolladas, 2008

Exportador	Valor en millones de dólares 2008	Cuota de mercado % 2008	Tasa de crecimiento % 2003 -2008
1 Italia	23,618	9.76	10.35
2 Alemania	16,129	6.67	16.71
3 Estados Unidos de América	12,150	5.02	14.25
4 Francia	10,871	4.49	13. 11
5 Reino Unido	7,448	3.08	10.93
6 Suiza	6,938	2.87	16.09
7 Bélgica	4,339	1.79	8.72
8 Polonia	3,855	1.59	13.72
9 Japón	3,783	1.56	17.21
10 Países Bajos	3,773	1.56	13.91

Tabla 4. Productos creativos: las exportaciones, por grupo económico de 2002 y 2008 (en millones de dólares)

	Economías en desarrollo		Economías en transición	
	2002	2008	2002	2008
Todas las industrias creativas	204,948	406,992	127,903	227,103
Artesanías	17,503	32,323	8,256	11,443
Audiovisuales	462	811	425	726
Diseño	114, 692	241, 972	60, 967	117, 816
Nuevos Medios	17,365	27,754	11,422	13,248
Artes escénicas	9689	26, 136	8, 947	22, 539
Publicación	29, 817	48, 266	25, 970	38, 753
Artes visuales	15,421	29,730	11,916	22,578

Tabla 5. Exportaciones mundiales de todas las industrias creativas (bienes y servicios), por subgrupos, 2002 y 2008

Subgrupo	Valor (en millones de dólares E.E.U.U.)	% de todas las industrias creativas 2002	% del total de las exportaciones mundiales	Valor (en millones de dólares E.E.U.U.)	% de todas las industrias creativas 2008	% del total de las exportaciones mundiales	Tasa de crecimiento (%) 2003 -2008
Todas las industrias creativas	267,175	100.00	-	592,079	100.00	-	14,4
Todos los productos creativos	204,948	76.71	3.52	406,992	68.74	2.73	11.5
Todos los servicios creativos	62,227	23.29	3.79	185,087	31.26	4.80	17.1
Patrimonio	25,007	9.36	-	43,629	7.37	-	-
Bienes de artesanías	17,503	6.55	0.30	32,323	5.46	0.22	8.7
Otros servicios personales, culturales y servicios de esparcimiento	7,504	2.81	0.46	11,306	1.91	0.29	7.3
Artes	25,109	9.40	-	55,867	9.44	-	-
Bienes de artes visuales	15,421	5.77	0.27	29,730	5.02	0.20	12.8
Bienes de artes escénicas	9,689	3.63	0.17	26,136	4.41	0.18	17.8
Medios de comunicación	43,960	16.45	-	75,503	12.75	-	-
Publicación de los bienes	29,817	11.16	0.51	48,266	8.15	0.32	7.3
Bienes audiovisual	462	0.17	0.01	811	0.14	0.01	7.2
Audiovisual y servicios relacionados	13,681	5.12	0.83	26,426	4.46	0.69	11.0
Creaciones funcionales	194,283	72.72	-	454,813	76.82	-	-
Diseño de productos	114,692	42.93	1.97	241,972	40.87	1.62	12.5
Bienes de nuevos medios	17,365	6.50	0.30	27,754	4.69	0.19	8.9
Publicidad y servicios relacionados	8,914	3.34	0.54	27,999	4.73	0.73	18.4

Tabla 6. Productos creativos: las exportaciones, por grupos y regiones económicos, 2002 y 2008

Grupo y región económica	Valor en millones de dólares		Cambio (%)
	2002	2008	2002 - 2008
Mundial	204,948	406,992	99
Economías desarrolladas	127,903	227,103	78
Europa	94,514	174,018	84
Estados Unidos de América	18,557	35,000	89
Japón	3,976	6,988	76
Canadá	9,327	9,215	-1
Las economías en desarrollo	75,835	176,211	132
Asia Oriental y Asia Sur-Oriental	66,700	143,085	115
China	32,348	84,807	162
Asia Occidental	2,602	10,687	311
América Latina y el Caribe	5,536	9,030	63
África	740	2,220	200
LDC	344	1,579	359
SIDS	61	135	120
Las economías en transición	1,210	3,678	204

Tabla 7. Productos creativos: las importaciones, por grupo económico de 2002 y 2008 (en millones de dólares)

Grupo y región económica	Mundial		Economías desarrolladas	
	2002	2008	2002	2008
Todas las industrias creativas	225,590	420,783	187,170	317,058
Artesanías	20,341	29,272	15,336	20,836
Audiovisuales	411	699	326	483
Diseño	129,232	248,358	106,388	185,810
Nuevos medios	17,681	36,361	14,519	26,878
Artes escénicas	11,134	28,022	9,651	22,241
Publicación	29,633	49,107	25,166	36,351
Artes visuales	17,158	28,964	15,784	24,460

	Economías en desarrollo		Economías en transición	
	2002	2008	2002	2008
Todas las industrias creativas	36,692	93,721	1,728	10,003
Artesanías	4,858	7,641	147	795
Audiovisuales	83	181	2	34
Diseño	21,905	56,376	939	6,172
Nuevos medios	3,031	9,064	132	420
Artes escénicas	1,421	5,322	61	458
Publicación	4,068	10,915	399	1,841
Artes visuales	1,327	4,222	48	282

Tabla 8. Productos creativos: las importaciones, por grupos y regiones económicos, 2002 y 2008

Grupo y región económica	Valor en millones de dólares		Cambio (%)
	2002	2008	2002 - 2008
Mundial	225,590	420,783	87
Economías desarrolladas	187,170	317,058	69
Europa	93,458	184,353	97
Estados Unidos de América	68,624	89,971	31
Japón	12,129	18,512	53
Canadá	8,214	14,736	79
Las economías en desarrollo	36,692	93,721	155
Asia Oriental y Asia Sur-Oriental	26,048	53,400	105
China	2,941	6,078	107
Asia Occidental	2,420	14,953	518
América Latina y el Caribe	6,139	16,007	161
África	1,585	5,693	259
LDC	344	1,579	359
SIDS	169	845	400
Las economías en transición	1,728	10,003	479

Tabla 9. Productos creativos: primeros 20 países de los exportadores en todo el mundo, 2002 y 2008

Puesto	Exportador	Valor en millones de dólares		Puesto	Cuota de mercado %	Tasa de crecimiento %	
		2008	2002			2002	2008
1	China	84,807	32,348	1	20.8		16.9
2	Estados Unidos	35,000	18,557	3	8.6		13.3
3	Alemania	34,408	15,213	6	8.5		14.7
4	China, Hong Kong, SAR	33,254	23,667	2	8.2		6.3
5	Italia	27,792	16,517	4	6.8		9.7
6	Reino Unido	19,898	13,657	7	4.9		6.5
7	Francia	17,271	8,999	9	4.2		10.2
8	Países Bajos	10,527	3,686	15	2.6		11.6
9	Suiza	9,916	5,141	11	2.4		13.5
10	India	9,450	-	-	2.3		15.7
11	Bélgica	9,220	5,387	10	2.3		6.7
12	Canadá	9,215	9,327	8	2.3		-0.9
13	Japón	6,988	3,976	13	1.7		14.7
14	Austria	6,313	3,603	16	1.6		8.5
15	España	6,287	4,507	12	1.5		4.9
16	Turquía	5,369	2,154	23	1.3		15.0
17	Polonia	5,250	1,983	24	1.3		14.9
18	México	5,167	3,797	14	1.3		9.1
19	Tailandia	5,077	2,899	18	1.2		10.3
20	Singapur	5,047	2,619	21	1.2		6.0

Tabla 10. Bienes creativos: diez primeros exportadores de las economías en desarrollo, 2008

Puesto	Exportador	Valor en millones de dólares	Cuota de mercado %	Tasa de crecimiento %
		2008	2008	2003-2008
1	China	84,807	20.84	16.92
2	China, Hong Kong, SAR	33,254	8.17	6.33
3	India	9,450	2.32	15.70
4	Turquía	5,369	1.32	14.96
5	México	5,167	1.27	9.13
6	Tailandia	5,077	1.25	10.31
7	Singapur	5,047	1.24	5.99
8	Emiratos Árabes Unidos	4,760	1.17	44.77
9	República de Corea	4,272	1.05	1.05
10	Malasia	3,524	0.87	12.86

1.1

antecedentes
introduccion



Conceptos de desarrollo y dependencia

Desarrollo

El desarrollo autogenerado se entiende como la posibilidad de disponer de bases propias para crecer, es decir, se refiere a los recursos internos de cada país. Tal es el caso de Inglaterra, el cual podemos considerar como el mejor ejemplo, ya que tuvo una burguesía ambiciosa que desarrolló, a través de mejoras técnicas y prácticas científicas, la producción de manufacturas. Un gobierno, que se podría definir como protector y defensor de los intereses de sus ciudadanos, dio el apoyo político para el desarrollo de una burguesía emprendedora local, lo cual, aunado a los ingresos que recibió por años del saqueo de sus colonias, consolidó la posibilidad de acumular el capital necesario para el crecimiento económico autogenerado. Inglaterra contaba con una mano de obra "liberada" y capaz de ubicarse para laborar en la industria naciente.

Por otra parte, el desarrollo extrovertido se entiende como la búsqueda del desarrollo económico por la vía del mercado internacional, a través de la importación de los productos que no se pueden producir localmente debido a la carencia de capital o conocimiento y, por ende, a no tener las condiciones productivas necesarias; en cambio, se plantea la posibilidad de exportar productos de los que se tiene la facilidad de producción local, en particular materias primas.

Este segundo tipo de desarrollo es el caso de países como México, Brasil o Argentina, que buscaron la industrialización siguiendo un modelo de sustitución de importaciones que nunca concluyó, pues no se llegó a la sustitución de importaciones de bienes de capital que permitiría la madurez de la planta productiva industrial.

Dependencia

Desde la época colonial, la dependencia económica marcó el rumbo de los países que la sufrieron, aunque en la actualidad se expresa a través de la relación con el mercado mundial.

La dependencia radica en la necesidad de importar capitales, tecnología, maquinaria y equipo, esto es, conocimiento aplicado a la producción que resulta imprescindible para proveer lo que las empresas locales, tanto

privadas y públicas no pueden cubrir. Lo que atrae a los inversionistas externos a los países subdesarrollados es el abaratamiento de la mano de obra nula o medianamente calificada y las facilidades otorgadas por las autoridades públicas, que difícilmente se traducen en beneficios económicos para los países donde se invierte.

Los modelos económicos en LA

En la revisión de los diferentes modelos de desarrollo económico que se han manifestado en el transcurso de la historia económica latinoamericana destaca el denominado "modelo primario exportador", que funcionó desde finales del siglo XIX hasta la Gran Depresión de 1929. La variable clave que explica este proceso de crecimiento y de desarrollo fue la exportación de productos primarios, elemento común a todos los países latinoamericanos pero con especificidades locales, los cuales se explican en función de la riqueza natural de cada país, de su situación geográfica y de las oportunidades que cada gobierno ofrecía a sus empresarios, en especial a los inversionistas extranjeros. Este primer modelo agota sus posibilidades de expansión, acumulación y competitividad ante el avance de la industrialización a principios del siglo XX.

Una vez superada la crisis de 1929 y finalizada la Segunda Guerra Mundial, el denominado modelo de industrialización por sustitución de importaciones se perfila como la nueva estrategia de crecimiento. Dicho modelo consistió en apoyar a los empresarios locales, y no necesariamente al consumidor, por medio de un fuerte proteccionismo frente al exterior.

En la década de 1950, el desarrollo se entendió prácticamente como un sinónimo de crecimiento económico e industrialización. El ser humano fue considerado como un factor más de producción, es decir, como un medio para alcanzar un crecimiento económico mayor. El indicador por excelencia del desarrollo fue el ingreso por habitante. Además, se consideró que existía un solo camino al desarrollo y que el modelo a seguir era Estados Unidos. Estas ideas se convirtieron en las dominantes a la hora de hablar del desarrollo de un país.

La teoría de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) del siglo XX se desarrolla bajo la crítica que se hace al modelo neoclásico de desarrollo. En esencia, la CEPAL cuestiona la especialización bajo la óptica de las ventajas comparativas entre los países, que es el planteamiento central de la economía neoclásica. Para los neoclásicos el comercio implicaba aumentos del producto y del consumo.

Esta teoría hace varios supuestos que sirven de base para su estructura: recursos fijos, fuerza de trabajo homogénea, tecnología fija, gustos permanentes y autónomos, movilidad interna de los factores de producción, competencia perfecta y pleno empleo. Es evidente que estas condiciones no han existido nunca en Latinoamérica.

Los teóricos de la CEPAL presentaron sus dudas acerca de las recetas que se recomendaban a partir del planteamiento teórico neoclásico. Para ellos, hacía falta un estudio de la totalidad del sistema económico internacional. Dentro de este planteamiento teórico que surge en la comisión, el economista Raúl Prebisch se destaca como el exponente más notable de esta postura.

El estudio crítico del planteamiento neoclásico arrojó que la especialización afectaba de manera negativa a los que denominaron países de la periferia. La clave estaba en que los periodos de crisis producían un fenómeno que afectaba negativamente a los países que exportaban bienes del agro (y otros bienes primarios). Esto ocurría porque los precios de los bienes descendían en mayor proporción que los bienes del sector industrial producidos en el centro o países metrópoli. Esta situación implica un deterioro de los términos de intercambio que afecta evidentemente, a los países de la periferia. Al cuadro anterior se suma el factor de la inestabilidad en los precios de los bienes agrícolas en comparación con los de los bienes manufacturados.

Además del problema de precios por el carácter de los sectores productivos, la situación se agrava por el poder monopólico que detentan los denominados países del centro. Este poder de mercado les permite fijar precios que perjudican a los países periféricos, limitados a producir bienes primarios.

La CEPAL planteó y criticó, además, la división internacional del trabajo que se produce por la especialización de los países: unos producen bienes industrializados y otros bienes primarios, con que los beneficios del comercio y la tecnología se queden en los países del centro. Esto se produce por la misma situación en los términos de intercambio que perjudica a los países en desarrollo: los países desarrollados acumulan adelantos tecnológicos que no llegan a la periferia.

En resumen, el desarrollo no ocurre bajo la especialización internacional descrita por los economistas neoclásicos, porque el cuadro de los países del centro especializado en la producción de bienes con alto valor agregado es muy distinto al de los países de la periferia que producen bienes primarios con baja o ninguna transformación. Las tendencias actuales del neoliberalismo siguen, de manera absurda, promoviendo la división de los países entre aquellos que surten de materia prima a aquellos que producen bienes transformados, alta tecnología o conocimiento especializado.

Contrastando ambas formas de economía, se tiene que los países del centro son desarrollados, con una economía oligopólica que les permite fijar precios. En cambio, en los países de la periferia se presenta una competencia en la producción de los bienes de exportación. Esto implica que los países de la periferia son simples tomadores de precios, mientras los del centro los fijan.

En los países de la periferia existe un exceso de fuerza de trabajo que carece de organización; en el centro, la fuerza de trabajo es organizada. En la economía del centro, el incremento en la productividad se extiende de manera generalizada a través de toda la economía; en cambio, en la periferia el incremento de la productividad se focaliza en algunos sectores, por lo que se observa una aparente dualidad productiva.

Por último, los incrementos tecnológicos en el centro implican un aumento en la productividad, lo que a su vez implica aumentos en los salarios y la ampliación del mercado. Esto conlleva al aumento del ingreso, con la consiguiente repercusión en el bienestar de la población y particularmente en su capacidad de consumo. Al analizar la misma situación en la periferia, se observa que aumentos tecnológicos implican





introducción

aumentos de productividad, pero los precios caen, por lo que sólo se benefician los compradores del centro.

En resumen, la CEPAL recomendó que los países en desarrollo se industrializaran bajo el modelo de sustitución de importaciones, por un lado, y exportaciones, por el otro. El objetivo de este planteamiento era evitar el deterioro de los términos de intercambio, un ingreso y crecimiento estables. Como parte de esta estrategia, debe entenderse la llegada del DI a Latinoamérica.

Para que este modelo se pudiera llevar a cabo se requería que los agentes públicos, sociales y privados estuvieran de acuerdo y trabajaran en el mismo sentido. Sin embargo, la realidad era todo lo contrario: nunca se ha dado una concepción única y compartida de desarrollo, por lo que cada periodo de gobierno, al menos en México y presumiblemente en los demás territorios con sus respectivas particularidades, se rehace a los países y no existe continuidad alguna en ninguno de los ámbitos de la vida económica. Los ejemplos de los gobiernos golpistas en Argentina y la dictadura chilena son casos extremos que muestran el deterioro de las economías nacionales frente a los embates de la política interna y externa, ya que muchas de las políticas regresistas que se adoptaron en LA provenían de intereses extranjeros por limitar el desarrollo de la región y supeditarla al beneficios de los países desarrollados.

Es en la década de los sesenta cuando se cuestiona la concepción de desarrollo en términos cuantitativos de crecimiento económico. Dudley Seers es el exponente de esta crítica y manifiesta que si se desea saber si un país se ha desarrollado, se debe preguntar qué ha pasado con la pobreza, el desempleo y la desigualdad. Si estos problemas han empeorado no se puede hablar de desarrollo, aún cuando el ingreso por habitante crezca. Algo que hoy puede sonar más que lógico representó, en su momento, toda una confrontación al paradigma de las escuelas económicas entonces vigentes. Queda claro que el crecimiento económico no puede ser el fin del desarrollo.

En la década de los setenta, el concepto de desarrollo implicó la búsqueda de un crecimiento con equidad. En los países más industrializados surgió la preocupación por el uso irracional de los recursos

naturales y la contaminación ambiental provocadas por su proceso de crecimiento e industrialización. Lamentablemente la recesión de la economía internacional de la década de 1980, la explosión del problema de la deuda externa y los problemas inflacionarios llevaron a que los objetivos económicos centrales fueran la estabilidad macroeconómica y la recuperación del crecimiento económico. Esta década y los inicios de los noventa fueron tiempos marcados por la crisis internacional y por el surgimiento de los programas de estabilización y ajuste económico. Estos procesos de ajuste agravaron los problemas de la pobreza, la desigualdad, la exclusión social y el deterioro ambiental prácticamente en todos los países subdesarrollados

El modelo de sustitución de importaciones se terminó agotando y colapsando con la crisis de la deuda externa en la década de los ochenta. A partir de entonces y considerando el conjunto de relaciones económicas vigentes en las dos últimas décadas del pasado siglo, se ha convenido en denominar el modelo predominante como el “modelo del consenso de Washington”, llamado así por ser esta ciudad la sede del Banco Mundial y del Fondo Monetario Internacional, y donde surgió, por influencia de Estados Unidos e Inglaterra, el nuevo modelo de desarrollo neoliberal que se instaló en la región a partir de los años ochenta. Nuevos y mayores cambios sucedieron en los años noventa y principios del nuevo siglo, cuando se consolida la “apertura financiera y crecimiento”, modelo que llevó a la liberalización de las actividades financieras, conduciendo a enormes distorsiones en el desarrollo económico y social de la región.

Bajo la óptica de los modelos de crecimiento, pueden observarse en la segunda mitad del siglo XX tres etapas: la transición del modelo primario exportador al de sustitución de importaciones; el modelo desarrollista, y el modelo neoliberal de 1982 hasta 2008, cuando la aparición de la crisis financiera internacional marca, si no su fin, al menos su evidente agotamiento e inconsistencias, planteando la necesidad de su modificación hacia nuevas condiciones de desarrollo más equitativas. A partir de 2009 ha sido claro lo inevitable de un cambio de rumbo: junto con la reaparición de la intervención del Estado en el control de los flujos económicos, tendrán que plantarse nuevas estrategias, aunque aún resulte incierto hacia dónde se perfilarán éstas.

1.2

antecedentes
líneas del
tiempo





líneas del tiempo

- Brasil
- México
- Chile
- Argentina
- Colombia
- Cuba

Este primer capítulo presenta una revisión histórica para comprender los orígenes de la industria en cada país, cuándo y en qué contextos político, económico y social se instauró el DI en las instituciones educativas, así como hitos del quehacer productivo de cada país.

La información se presenta de tal modo que puedan compararse los hechos relevantes por país en el mismo periodo de tiempo; así se podrá establecer un panorama regional por etapas. Esta revisión refleja la íntima relación que existe entre las políticas adoptadas por los gobiernos y los ciclos económicos, resultando en beneficios o perjuicios para la industria.

El gobierno impuesto por la Revolución con Getulio Vargas, implementó y adoptó en Brasil las primeras formas de legislación social y de estímulo al desarrollo industrial, incentivando normas favorables para la clase obrera, la cual ya empezaba a aumentar en número e importancia política.

Se crea la Compañía Hidroeléctrica de San Francisco.

30

38

Se crea el Consejo Nacional del Petróleo.

41

45

Surge la Compañía Siderúrgica Nacional.

El diseño industrial se limitaba a seguir formas y conceptos de los modelos europeos y estadounidenses como el *art deco* y el *international style*. Con el presidente Lázaro Cárdenas se inició la Reforma Agraria que nacionalizó la industria del petróleo y de los ferrocarriles.

35

41

Comienza el proceso de industrialización en México, mejor conocido como el "modelo de industrialización sustitutiva".

La dependencia tecnológica y de productos de capital lleva al cierre de la economía. Se inicia el modelo de industrialización por sustitución de importaciones (ISI) para reorientar la producción hacia artículos con tecnología incorporada.

38

39

Se crea la Cooperación de Fomento a la Producción, primera entidad de apoyo a la industrialización.

El Estado apoyó el avance en la producción de bienes de consumo, manufacturera, electrodomésticos, metalurgia sencilla, construcción y maquinaria.

45

46

Juan Domingo Perón toma la presidencia, redistribución económica.

Creación de Museo de Arte de San Pablo (MASP), fundado por Assis Chateaubriand.

47

48

Creación del Museo de Arte Moderno (MAM), fundado por Francisco Matarazzo.

Resurgimiento del nacionalismo, lo que llevó a la nacionalización de los recursos de petróleo.

52

Los términos de intercambio se deterioraron y el gobierno se lanzó a una política de endeudamiento externo posibilitando la continuación de los subsidios.

55

Juscelino Kubitschek ganó las elecciones a la presidencia y anunció un ambicioso plan económico quinquenal de desarrollo.

Clara Porset organizó la exposición Arte en la Vida Cotidiana, la primera exhibición de diseño industrial y artesanías mexicanas.

52

Xavier Guerrero recibe galardón en el concurso Organic Design in Home Furnishings del Museo de Arte Moderno de Nueva York por sus "muebles para casa campesina".

Se realiza un esfuerzo estatal, en un convenio con especialistas de Estados Unidos: Servicio de Cooperación Técnica Industrial, que asesora empresas industriales interviniendo indirectamente en la innovación.

52

La Universidad Nacional de Cuyo promueve un departamento de artes aplicadas.

47

49

Tomás Maldonado escribe *Diseño Industrial y Sociedad*.

Es el país más industrializado de Latinoamérica.

50

52

Empieza el segundo periodo de gobierno de Perón: "Época de consolidación del autoritarismo, signada por el fin de la etapa revolucionaria".

Ley que favorece el asentamiento de monopolios internacionales.

53

55

Golpe de Estado derroca a Perón. Se ensancha la brecha entre pobreza y riqueza.

Se crea el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI).

56

Aparecen las primeras estufas eléctricas de Haceb.

50

51

Hernando Muñoz funda Manufacturas Muñoz en Medellín, inicia con la fabricación de muebles escolares.

54

Landers & Mora produce ollas de presión de cierre interno, coincidiendo con la crisis energética del país. Dos años más tarde fabrican el molino manual de granos, con diseños locales.

Al anuncio le siguió la concesión de un empréstito por parte del Banco de Exportación-Importación de Estados Unidos valorado en más de 150 millones de dólares, y se aprobaron los planes para una nueva capital federal en Brasilia.

55

62

En la FAU-USP surgieron diseño industrial y comunicación visual.

Se crea la Asociación Brasileña de Diseño Industrial. En Río de Janeiro se creó la Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI) en base a la HfG de Ulm

63

Antonio Muniz Simas inauguró en São Paulo, la DIL (Diseño Industrial Limitada), primera empresa en ofrecer diseño independiente de embalajes.

Pedro Ramírez Vázquez gana medalla de oro en la XII Trienal de Milán por su proyecto de Escuela Rural Prefabricada.

60

Comienza un estancamiento, hay inflación, baja inversión privada y aumenta el gasto social. En el mercado hay productos con poco diseño incorporado. Los ingenieros se dedican a eficientizar procesos más que a mejorar productos.

57

60

Se crea el Programa de Fomento y Desarrollo de la Pequeña Industria y Artesanado.

El crecimiento industrial se aceleró hasta 1974 con un 6% anual en crecimiento, este periodo se caracterizó por las aportaciones tecnológicas del extranjero.

58

60

Auge de capital extranjero, se promovieron ramas de maquinaria y química.

62

Se consolidó el Centro de Investigaciones de Diseño Industrial (CIDI).

63

Dentro de la Universidad Nacional del Litoral (UNL), se creó el Instituto de Diseño Industrial, después en la Universidad Nacional de Rosario; ambas siguen a la HfG de Ulm.

Se creó la revista *Summa* por Lala y Carlos Méndez Mosquera.

63

Nace Grifos & Válvulas S.A.

Triunfo de la Revolución cubana.

59

62

Se creó, dentro del Ministerio de Industria, la Oficina de Estudios y Desarrollo de Producto, allí se llevaron a cabo estudios de consumo básico y masivo de la población.

63

Ernesto "Che" Guevara propone la primera Escuela de Diseño en Cuba, pero no se lleva a cabo.

68

Se alcanzó una elevada tasa de crecimiento de la producción industrial, obtenido a través de una política gubernamental dirigida a atraer grandes empresas transnacionales y a fomentar la expansión de las subsidiarias ya instaladas en el país.

Se inician proyectos para la intervención en la sustitución de importaciones, con Gui Bonsiepe, quien hace un cambio en la práctica del diseño.

68

Gui Bonsiepe es contratado para asesorar la Corporación de Fomento de la Producción CORFO, un programa para desarrollar la pequeña y mediana empresas.

Se derroca al presidente Arturo Illia, y se interrumpe el proceso de modernización.

64

Maldonado imparte seminarios y conferencias donde intenta difundir el diseño como valor para la empresa.

66

Primer curso de Diseño Industrial dirigido a arquitectos, en Bogotá, en la Universidad Nacional de Colombia, dictado por Guillermo Sicard Montejo.

68

Se hace un seminario acerca de la enseñanza del Diseño Industrial en Latinoamérica, apoyado por UNESCO e ICSID.

64

Se crean Artesanías de Colombia y los Cuerpos de Paz (estudiantes extranjeros recién graduados de diseño que vivían y trabajaban con artesanos).

65

Arquitecto produce una línea 800 de muebles para oficina, diseño de Jaime Gutiérrez Lega.

66

67

El diseñador suizo-americano Alfred B. Girardi, con formación en la Bauhaus, dicta cursos de diseño industrial e investiga sobre la artesanía colombiana.

68

Jaime Gutiérrez Lega es contratado para diseñar el Sistema Peregrino y las primeras cabinas telefónicas para la Empresa de Teléfonos de Bogotá.

El régimen de Médici intensificó la represión y los grupos revolucionarios se hicieron más activos. Cuando el gobierno fomentó el crecimiento económico y el desarrollo de las extensas regiones del interior, la economía padecía altos costes energéticos, una inflación incontrolada y déficit en la balanza de pagos.

69

En 1969 se funda la carrera en la Universidad Nacional Autónoma de México bajo la dirección de Horacio Durán.

69

En el primer plan de estudios, Durán propuso una combinación de conocimientos y habilidades surgidos de la tecnología, pero también de las humanidades; implantó cursos, conocidos como "área de seminarios de la cultura".

71

Se crean el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, el Centro de Diseño de IMCE y el Consejo Nacional de Diseño.

Primeras Jornadas de Enseñanza del Diseño en Chile, con Bonsiepe en Valparaíso.

69

Se crea un programa de arte y decoración, reorientado al siguiente año a una carrera de diseño en la Universidad Pontificia Bolivariana, en Medellín.

72

Se produce la "silla mariposa", de Óscar Muñoz.

Se crea la Escuela de Diseño Informacional e Industrial (EDII) a cargo de Iván Espín

70

Se crea el Instituto Cubano de Investigación y Orientación de la Demanda Interna (ICIODI), con un departamento de diseño y una dirección de equipamiento para la vivienda.

71

72

Se publica el libro *El Diseño ambiental en la era de la industrialización* escrito por Roberto Serge y Fernando Salinas, sentó bases teóricas sobre el proceso proyectual. Se integra a la Comisión de Ayuda Mutua Económica (CAME).

74

Se inauguran líneas de metro en Sao Paulo.

El gobierno socialista liderado por Salvador Allende es derrocado en un golpe de Estado.

73

Acaba el modelo de sustitución de importaciones. Para los sistemas productivos, se pensó que se debería producir una nueva cultura de objetos, enfocada a las necesidades sociales.

75

Se desestatiza la economía, regreso del modelo de ISI al sector exportador de recursos naturales. Inédito pero excluyente acceso a productos extranjeros. Con las reducciones arancelarias, los productos nacionales se ven desplazados.

Perón retoma el poder apoyando proyectos industriales, la promoción de exportaciones (principalmente automóviles) y el respaldo a empresas transnacionales para que mantuvieran su rol en el ámbito industrial

Con el fracaso del plan, la muerte de Perón y la crisis de 1975, se produjo el quiebre de la industria nacional.

73

74

75

Se creó el Sector de Desarrollo de Producto del INTI, a cargo de Gui Bonsiepe.

Artesanías de Colombia crea la Escuela Taller de Diseño.

73

74

Se funda la Facultad de Diseño en la Universidad Jorge Tadeo Lozano.
Corona lanza la línea de porcelana sanitaria Royal.

Se inaugura el Museo de Arte Moderno de Bogotá

Se crea la Asociación Colombiana de Diseñadores.

76

En Bélgica, se entrena a docentes colombianos para su posterior vinculación a centros de enseñanza.

74

Se creó Empresas de Producciones Varias (EMPROVA) por Cecilia Sánchez Manduley, el departamento de diseño estuvo a cargo de María Victoria Caignet y Gonzalo Córdoba, con el fin de equipar vivienda económica.

.Se inauguran líneas de metro en Río de Janeiro.

79

Durante el periodo de López Portillo se produce un auge petrolero que agudiza las políticas de expansión fiscal y monetaria (mayor gasto público y mayor creación de dinero).

79

Se crea el Plan Nacional de Desarrollo Industrial que otorga apoyos financieros de fideicomisos y fondos nacionales
Se organiza el primer Congreso Internacional de Diseño del ICSID.

Diseño de equipamiento y señalización para estadios sede del mundial 78 a cargo del Estudio MM/B.

77

Retroceso tecnológico. Las grandes empresas del Estado se convirtieron en recursos humanos de empresas privadas.

78

UNLP creó el Instituto de Investigaciones de Diseño (IDID).

Se creó la Asociación de Diseñadores Industriales (ADI) en La Plata.

79

Tierra del Fuego se constituye como base de la industria electrónica.

El Banco Central se declaró en quiebra. Se diseñó el equipamiento para remodelación de escuelas.

80

Se creó la Asociación de Diseñadores Industriales del Oeste (ADIOA) en Mendoza.

80

El Centro Internacional del Mueble, el Museo de Arte Moderno de Medellín y la Universidad Pontificia Bolivariana organizan el I Simposio y Muestra de Diseño.

El Ministerio de Cultura organizó un ciclo de conferencias llamado "La importancia del diseño para el desarrollo económico, político y cultural".

79

80

Iván Espín creó la Oficina Nacional de Diseño (ONDI).

Se inaugura el Laboratorio Brasileño de Diseño Industrial en Florianópolis y dirigido por el diseñador alemán Gui Bonsiepe.

83

Se nombró al primer presidente civil de Brasil, quien impuso un programa de austeridad que incluía una nueva unidad monetaria, el cruzado.

85

Crisis económica derivada de la dependencia externa que lleva a la quiebra de empresas y a subsecuente desempleo.

81

Se nacionalizó la deuda privada, la sociedad cargó con las consecuencias.

82

83

Ángela Vasallo crea Vasallo Diseño con proyectos de envase para productos arraigados en el consumo local.

Hugo Kohan y Reinaldo Leiro crearon Visiva, que ofrecía objetos de diseño exclusivos.

84

Se organizó en Mendoza la exposición "El Diseño Argentino".

Se creó la carrera de Diseño Industrial en la UBA, a cargo de Ricardo Blanco.

85

81

Se crea Muebles Bima de Felipe Biermann, una de las primeras empresas con departamento de diseño propio.

85

Colciencias contrata la elaboración de un Plan Nacional de Diseño.

Obtuvo la presidencia de ADLADI por dos años.

82

Se fundó el Instituto Superior de Diseño Industrial (ISDI).

84

Cambio de orientación en las Directrices Generales de la Política Industrial y de Comercio Exterior de 1990.
Se plantea la necesidad de fomentar el entrenamiento de la mano de obra y del desarrollo de las infraestructuras tecnológicas requeridas.

89

Se ubican como objetivo fundamental de la política industrial la eficiencia y el incremento de productividad.

Fin de la dictadura, inicio de los gobiernos de concertación. Las variables macroeconómicas mejoran con la vuelta a la democracia, no obstante la política económica es continuista y se mantiene el índice de desigualdad.

89

Se organizó la primera Bienal de diseño ADG.
Se determinó el cierre del CIDI.

86

87

Se inauguró Espacio/diseño.

Se oficializó la carrera de Diseño Industrial en la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), a cargo de Nicolás Jiménez.

89

86

El Museo de Arte Moderno de Medellín realiza una muestra Nacional de Diseño Industrial y Gráfico.

87

Corferias y la Prodiseno organizan la primera feria bianual de Expodiseño en Bogotá, con el apoyo de la ACD.

89

Lanzamiento del autobus Halcón CM-580 para Colcar/ Blue - Bird, diseñado por Jorge Montaña y Mauricio Mejía de Diseño Dimensione, con la colaboración de Fernando Ramírez.

Durante la Feria Expodiseño, Prodiseno y la ACD lanzan el libro *Diseño en Colombia*, que registra diseñadores destacados del momento.

87

Se rediseño y fabricó por ingenieros mecánicos de SIME el jeep Gurgel de VW Brasileña.

Se desarrolla el camión taino, cuyo el diseño y producción tienen un alto porcentaje de componentes cubanos.

Se firma el TLC (Tratado de Libre Comercio), con Estados Unidos y Canadá, el cual promueve la inversión extranjera.

94

Se firma el TCLAN.

Se presentó en Fundación Munar la muestra Hugo Kogan 35 años de diseño argentino.

92

91

Se implementó el Plan de Convertibilidad (1 peso=1 dólar), convirtiendo a Argentina en un "mercado emergente".

Se conforma el Grupo de los Siete: Diseño y Desarrollo, AS Diseño, Felix Obregón Accesorios, Mesas y Sillas, Sinthesis Diseño, Ciclos, Trazzo y Kassani Diseño.

92

91

La apertura económica del gobierno de Gaviria afecta negativamente a las pequeñas empresas de diseño. Obliga a reconocer la importancia de la innovación.

93

Creación de la Red Nacional de Diseño para la Industria, iniciativa de ALADI.

94

Se inaugura el Salón Nacional de Diseño Industrial, organizado por la Universidad Nacional.

Se creó el Ministerio de Turismo, por lo que se invirtió en el equipamiento y diseño de muebles.

94

Se crea el Programa de Diseño Mobiliario.

95

Surge PBD-Programa Brasileiro de Diseño.

96

97

Se crea el Programa de diseño cerámico, diseño textil y diseño de joyería.

95

La empresa Drean lanza al mercado la primer lavadora totalmente producida en Argentina.

Durante la Expodiseño, Mepallanza la línea "Múltiple", sistema de oficina abierta totalmente diseñado y producido en Colombia.

95

Creación del Sistema Nacional de Diseño, del Ministerio de Desarrollo Económico, impulsado por la VI Asamblea y Congreso de la ALADI.

Colombia es país invitado a la exposición New Designers en Londres. Proyecto de diseño lanza la primera edición del Lápiz de Acero, concurso que destaca anualmente lo mejor del diseño colombiano.

98

93

94

Inician clases de Diseño Industrial en ICESI Cali y en la Universidad Nacional de Palmira, completándose 15 programas profesionales de esta carrera en el país.

1.3

antecedentes
conclusión



A lo largo del siglo XX, algunos países de LA adoptaron el modelo económico de sustitución de importaciones. En Chile su implantación fue más temprana, ya que formaba parte de un plan de gobierno para fortalecer la economía. En Argentina, Colombia, Brasil y México se implementó luego de la Segunda Guerra Mundial, por la limitación de importaciones, antes abundantes, que provenían de Estados Unidos.

Década de los treinta

Chile comienza la sustitución de importaciones, en Colombia inicia la introducción de productos fabricados en escala industrial. Brasil consolida su revolución e instaura un gobierno militar que genera las primeras formas de legislación social y estímulo al desarrollo industrial, como el subsidio a las inversiones (que permitió la creación de nuevas industrias) y la implementación de medidas favorables para la clase obrera. En México, Lázaro Cárdenas realiza la Reforma agraria y se nacionaliza la industria del petróleo y los ferrocarriles.

Década de los cuarenta

En Colombia el mercado se diversifica, dentro de algunas empresas dedicadas a la producción de bienes surge la figura de “director creativo”. En Argentina, Juan Domingo Perón llega a la presidencia en 1946 y se lleva a cabo una redistribución económica a favor de los más necesitados y el Estado se vuelve participativo y regulador de la economía; se crean nuevas empresas nacionales y ante el alza de precios y la demanda interna se comienza con la sustitución de importaciones; la ola de inmigración europea amplía la mano de obra calificada y con experiencia en oficios. En Brasil se crean los museos de arte más importantes del país. México también implanta en esta década el modelo de sustitución de importaciones, se crean organismos para beneficiar a la iniciativa privada y se incrementan las obras de infraestructura.

Década de los cincuenta

En Colombia, el sector mueblero se afianza como uno de los sectores de producción con diseño local, influenciado por el trabajo de arquitectos dentro del diseño de mobiliario. En Cuba triunfa la revolución en 1959 y se instaura el socialismo como modelo socioeconómico.

Por su parte, en Chile la planta productiva comienza a formarse al crecer el mercado interno, generando las primeras empresas de producción masiva. Surge el SERCOTEC, iniciativa de apoyo a la industria que formó parte de las medidas de Estados Unidos para lograr alianzas políticas y un bloque claramente anticomunista.

En Argentina se forman los primeros estudios privados de diseño integral; también se apoyó a las industrias básicas y los asentamientos de monopolios internacionales, esto le permitió posicionarse como el país más industrializado de LA. En 1955, un golpe de Estado derroca a Perón, posteriormente se genera un periodo de crecimiento industrial gracias a las aportaciones tecnológicas del extranjero.

En Brasil se implanta el modelo de sustitución de importaciones; bajo la dirección del Estado hubo una política industrial activa, se otorgaron subsidios para la producción, se impusieron altos aranceles a la importación y se nacionalizó el petróleo. El gobierno lanzó una política de endeudamiento externo que hizo posible la continuación de los subsidios. Se realizaron grandes obras públicas, como la construcción de Brasilia como nueva capital y una red nacional de carreteras. Arquitectos y artistas no académicos lanzaron iniciativas para producir muebles en empresas propias.

En México se recuperaron tradiciones artesanales del país, y el uso de materiales naturales locales. En 1955 se crea la carrera de Diseño industrial en la Universidad Iberoamericana, se toma como modelo la Bauhaus, la HfG de Ulm y el Instituto Tecnológico de Illinois.

Década de los sesenta

En Colombia se consolida el sector mueblero y surge el Diseño Industrial como disciplina, mientras tanto, en Chile se instaura el Diseño Industrial como carrera en distintos centros de enseñanza.

Con el gobierno de Salvador Allende, en Chile se propone una de las iniciativas de Estado más importantes respecto de las posibilidades que representó para el DI en LA al replantear las necesidades del sistema productivo: se reforzó el modelo de sustitución de importaciones y se reorientaron esfuerzos para satisfacer necesidades sociales e impulsar la

industria nacional.

En Cuba empieza a formarse la industria nacional producto de la revolución. En Argentina, en 1960, se crea el Departamento de Diseño Industrial en la Universidad Nacional del Litoral. En esta década el diseño estuvo condicionado por la inestabilidad política y su efecto en la economía.

En Brasil, la política industrial promovió el desarrollo de industrias metalmecánicas y químicas orientadas hacia el mercado interno. En 1962 surge la carrera de Diseño Industrial en la Universidad de Sao Paulo y un año después surge en Rio de Janeiro el ESDI, tomando como modelo la HfG de Ulm. Se crea el primer organismo promotor de la disciplina: la Asociación Brasileña de Diseño Industrial.

En México, la labor profesional del diseño se aprovechó en distintas áreas como en la construcción, la industria automotriz, maquinaria y en la realización de los vagones del metro de la ciudad de México. Los Juegos Olímpicos de 1968 también fueron un impulso para el diseño al necesitar arquitectura, mobiliario, arte urbano, señalización, uniformes y memorabilia.

Década de los setenta

Colombia inicia las primeras políticas e iniciativas orientadas a la promoción del diseño.

En Chile, el golpe militar del 1973 derroca al gobierno socialista; con esto se instauró una vuelta a la explotación y exportación de recursos naturales, frenando el desarrollo industrial de Chile hasta la década de los años noventa.

En Cuba se desarrollaron productos en diversas ramas de la economía e industria, siendo la automotriz la más sobresaliente. En 1970 se crea la primera escuela de nivel superior de diseño, entendiéndolo como un factor importante para la producción.

En Argentina, el capital se desplaza del sector industrial al financiero,

provocando endeudamiento público y una regresión en el aparato industrial que provocó que las carreras de diseño perdieran su horizonte productivo. Perón, luego de retomar el poder, promovió un nuevo plan económico apoyando la industria y la exportación de productos. Con la muerte de Perón el país entra en crisis, se produce una reorganización nacional y las empresas públicas se vuelven privadas.

Brasil vive un aumento en la productividad que beneficia a una pequeña minoría; sin embargo, éste fue suficiente para permitir el desarrollo urbano y una consolidación incipiente de su proceso de industrialización, aunque se hacen evidentes las deficiencias de la industria brasileña tanto en términos de calidad como en la implementación de tecnologías.

En México se vive un periodo de crisis caracterizada por el notable crecimiento de la inflación, la devaluación de la moneda, el aumento en importaciones de alimentos, el crecimiento la deuda externa y la fuga de capitales. Surge el CONACYT como organismo encargado de marcar la ruta del desarrollo científico y, sobre todo, para resolver el problema de la dependencia científica. La demanda de los diseñadores creció; se crean estudios que combinan la producción industrial con la artesanal aunque muchas empresas de diseño fueron mermadas en calidad y costo por la competencia. Surge el CODIGRAM. Se instaura la industria de las autopartes. Hacia el final de la década ocurre el llamado auge petrolero.

Década de los ochenta

En Colombia crece la difusión del diseño, con la creación de diversas muestras y ferias que incluyeron lostrabajos de las primeras generaciones de diseñadores industriales, muchos de los cuales fundarían pequeñas empresas.

Cuba se desarrolló dentro de una economía centralizada y vivía en una relativa estabilidad económica. Hubo inversiones industriales y se crearon nuevas instituciones que apoyaban al diseño. En 1980 se creó la Oficina Nacional de Diseño (ONDI) y en 1984 se creó el Instituto Superior de Diseño Industrial (ISDI).

Sobre Argentina, el país se divide en los rubros político, cultural, económico y científico. Con la industria desmantelada y el crecimiento de la inflación, se lanzó un segundo plan económico que resultó contraproducente, causando el alza en las tasas de intereses, reducción de la actividad productiva y la caída de la recaudación. Apoyando el diseño se hicieron fundaciones, exposiciones y la Primera Bienal de Diseño. En 1989 Carlos Menen sube al poder cambiando la situación socioeconómica del país.

En Brasil empresarios y multinacionales apartan sus inversiones del país, el poder de consumo de las clases humildes decae, mientras que la clase alta mejora sus condiciones. En 1985 sube al poder el primer presidente civil y por una inflación renaciente y la enorme deuda externa, se impone un programa de austeridad que incluye una nueva unidad monetaria y una nueva constitución. El objetivo fundamental de la política industrial fue la eficiencia y el incremento de la productividad mediante el entrenamiento de la mano de obra y el desarrollo de las infraestructuras tecnológicas requeridas, esto a través de la eliminación de barreras no tarifarias y de la rebaja gradual y programada de aranceles a importaciones.

En México se crearon fuertes monopolios que no eran ni competitivos, ni productivos y mucho menos eficientes ante el comercio exterior, no contaban con una oferta suficiente para exportar y tenían una planta productiva obsoleta. Se provocaron cambios estructurales muy profundos en las relaciones sociales y económicas del país gracias a los tratados internacionales y la consolidación de empresas multinacionales; de esta forma, el espectro y la cantidad de productos de consumo, incluidos los de diseño, quedaron limitados.

Década de los noventa

El diseño en Colombia vive una etapa de madurez y reconocimiento de la profesión, contando con especialistas consultores, profesionistas independientes, autores de diseño y posgrados.

En Chile se reactivó el desarrollo industrial con el regreso a la democracia; esto ha permitido reiniciar la promoción del diseño desde el sector profesional y de la academia.

Cuba limita las actividades de la ONDI y el ISDI por la crisis económica: la excesiva centralización de la economía socialista y la falta de iniciativa para aceptar lo nuevo fueron factores desencadenantes, junto a la disolución del bloque socialista, de una fuerte crisis económica nacional durante los primeros años de esta década. Hubo sectores prioritarios para la inversión, como el encargado del avance científico y tecnológico, donde se desarrollaron equipos electrodomésticos y médicos. Sin una industria que atendiera la práctica profesional, el diseño se volvió dependiente del enfoque oficial y de la iniciativa personal de los profesionales.

En Argentina se creó una brecha entre el nivel tecnológico de los productos importados y las limitaciones de la producción nacional. En el caso de las escuelas pasó algo similar, teniendo que implementar modelos educativos del extranjero. La situación para el diseño era muy mala, se produjo un aumento en la fuga de capitales y una baja en las prestaciones de los servicios básicos.

En Brasil la presencia económica extranjera hizo surgir la necesidad de defender el mercado interno de profesionales y se intensificó el debate en torno a la "identidad brasileña". Surgen los posgrados de diseño que absorben la falta de alternativas en el mercado libre. Se manifestaron varios programas de aproximación entre diseñadores y artesanos para crear consultorías que permitieran a los artesanos implementar nuevas estrategias para vender sus productos. No obstante, son raros los casos en que son convocados los diseñadores para apoyar iniciativas y enfrentar cuestiones vitales para la sociedad brasileña, en educación, salud, en equipamiento públicos, transportes urbanos o viviendas populares, aunque representen un factor efectivo de desarrollo y de inclusión.

2.1

panorama
actual
instituciones
educativas



Como se aprecia en el capítulo anterior, el crecimiento económico en los países seleccionados pone en evidencia el desarrollo desigual y combinado como resultado del periodo colonial y de la dependencia económica posterior, así como la heterogeneidad estructural de las economías.

En este apartado de la investigación se hace una revisión de las instituciones de enseñanza representativas de cada país para establecer y comparar cuáles son los conceptos básicos que los rigen, con el fin de entender el perfil de egresado y definir el quehacer y los alcances de la profesión en cada país, considerando su desarrollo económico en función de la política y sociedad, como marco de referencia para contrastar la pertinencia y campo de acción efectivo de la profesión en los seis países que contempla el estudio.

Como antecedente, hablaremos brevemente del modelo que dio origen a muchos de los primeros centros de enseñanza de DI en América Latina, la Bauhaus.

El paradigma de la escuela de diseño

La Bauhaus representa el principal modelo de escuela de diseño moderna. En este modelo, nacido en Europa, la enseñanza básica dividida es en talleres prácticos y asignaturas teóricas, previa a una etapa de consolidación, determina la estructura fundamental de la enseñanza de las disciplinas proyectuales como las conocemos hoy en día. Aunque el modelo haya sido revisado y superado, su esquema básico opera y continúa definiendo los principios de muchos programas de estudio de Diseño Industrial.

Después de ser derrotada en la Primera Guerra Mundial, Alemania buscó estrategias de desarrollo económico, para ello cuenta con una planta industrial establecida. A pesar de la tardía incorporación de Alemania a la Revolución industrial, los sectores más dinámicos de la industria fueron los que producían bienes de capital o productos para el consumo industrial. Esto permitió que Alemania fuera la nación europea más poderosa para finales del siglo XIX, cuando tenía una industria incipiente pero consolidada (eléctrica, química, del hierro y el acero, principalmente).

Dentro de esta visión de la industria como un factor de desarrollo económico, el Estado decide apoyar, en 1919, el proyecto de una escuela de diseño, bajo la lógica de formar profesionales capaces de concebir y realizar proyectos que pudieran producirse dentro de esta plataforma industrial creciente.

Latinoamérica se incorpora de manera tardía al proceso de industrialización ya que, desde su pasado colonial, una historia de atraso general y de dependencia tecnológica es común a todos los países. Esto representa el primer problema de la incursión del diseño industrial en LA: mientras que en Europa surge como resultado de la consolidación industrial y para atender los problemas de un sector establecido, en LA es una profesión importada que se implanta en países con un pobre o incipiente desarrollo industrial. Hoy en día la industria y la producción de bienes de capital aún no se consolidan como un sector determinante en las economías de LA salvo algunas excepciones como Brasil.

La existencia del DI en las sociedades no sólo significa la posibilidad de nuevos y mejores productos y de elementos que incidan favorablemente en el acceso a diversos servicios; de igual forma, no solamente implica nuevos procesos productivos y el aprovechamiento de elementos y materiales originales, ya de suyo importantes en el logro de una madurez científico-tecnológica, sino que la existencia del diseño nos refiere a una sociedad de consumidores inteligentes que exigen altos niveles de calidad, de diferenciación y estética en lo que compran, que es selectiva en su consumo y que, en consecuencia, evoluciona constantemente; es el tipo de sociedad a la que Nicola Abagnano se refirió como "sociedad dinámica": innovadora, capaz de relacionarse con otras sociedades sin perder su propia identidad cultural e, incluso, influir en ellas.

La visión que proponemos desarrollar entre las comunidades de DI, implica que:

- la innovación del producto se exprese tanto en sus aspectos generales como en los detalles;
- la idea fundamental incorporada al producto revitalice el valor de uso (principio práctico o función) y abra nuevas posibilidades de utilización;



instituciones
educativas



instituciones educativas

- sirva de ejemplo para inducir otras investigaciones que incidan en el mejoramiento del concepto fundamental del producto;
- contribuya a cambios rentables en la producción y utilización de insumos;
- fortalezca el sentido de intuición del usuario;
- se cree en cada proyecto, un paradigma potencialmente revolucionario al ser funcional y bello;
- represente, por sus posibilidades comerciales, una ventaja competitiva para el productor.

Puede observarse también que el diseño se ha concentrado en el desarrollo de cuatro campos generales:

-Diseño Comercial, donde el trabajo proyectual está orientado y determinado por las necesidades del mercado. Subyace en él, el intento de crear productos funcionales, utilizables y diferenciados que satisfagan las necesidades de los consumidores y se generen con ello adecuados niveles de ganancia para el productor.

-Diseño Responsable, refiere a proyectos de diseño de productos e interfaces socialmente responsables guiados por un sentido de solidaridad, dirigidos a grupos poblacionales que han sido tradicionalmente ignorados por el mercado (diseño accesible, diseño ecológico o bioclimático en el diseño responsable).

-Diseño Experimental, cuya intención central consiste en explorar, experimentar y descubrir nuevas aplicaciones en materiales, el aprovechamiento de nuevas tecnologías, o bien, el desarrollo de nuevos conceptos. Destaca por el método y la orientación de la investigación, más que por el resultado que se obtiene.

-Diseño Conceptual, se refiere a la creación de herramientas (objetos utilitarios y eventualmente productos); su principal objetivo es la comunicación de ideas con la finalidad de influir en la conducta, el estado de ánimo o la actuación del receptor del mensaje.

En los últimos años, los países de LA han realizado esfuerzos dirigidos a mejorar la calidad en la educación superior de la región. Resulta preocupante que en las evaluaciones realizadas por diferentes organizaciones, las universidades latinoamericanas no figuren entre las mejores instituciones educativas a nivel mundial.

Los planteamientos acerca de las deficiencias en la educación superior en los países de LA se centran en la necesidad de una mayor inversión, en la investigación y el planteamiento de estrategias que permitan desarrollar un sistema de educación universitaria más sólido y con programas más competitivos.

Países como Brasil, México, Argentina y Chile son los que más invierten en educación superior: no es casual que en *rankings* como el realizado por Jiao Tong University, de Shanghai, las siete mejores universidades de LA se encuentren en estos países, y en el listado realizado por la QS World University Rankings, ocho de las diez mejores instituciones latinoamericanas pertenecen a estas regiones. El esfuerzo realizado haciendo en LA para mejorar la calidad de la educación superior no ha sido equitativo.

Sobre el cuadro comparativo de instituciones educativas

Este cuadro se elaboró en la información que existe en las páginas oficiales de una selección de escuelas de diseño destacadas en el ámbito de cada país por su participación activa en la formación de diseñadores, la cual se refleja en su aceptación pública, prestigio y la calidad de educación que brindan. Este apartado únicamente intenta dar una muestra de la información con la que las propias instituciones conciben su labor formativa y se dan a conocer al público. Las características a evaluar se refieren a las categorías que definen el perfil del egresado.

Es un análisis cualitativo del que no pueden desprenderse datos duros, pero que podría darnos una idea de la riqueza de un plan de estudios integral. Sirve como herramienta gráfica para identificar la oferta de estas instituciones de forma comparativa, así como la diversidad de los distintos programas y las tendencias del enfoque de la disciplina dentro de cada país.

La **interdisciplinariedad** destaca como valor entre las universidades de Chile, Colombia, México y Cuba; esta característica se refiere a la vinculación académica mediante el intercambio de información y prácticas con otras profesiones, enriqueciendo los horizontes profesionales del egresado. Se infiere que esto se debe a la proyección de los programas educativos hacia la aplicación práctica por encima de los ejercicios orientados hacia el concepto y la forma.

La enseñanza del diseño alrededor de la **sustentabilidad y el medio ambiente** aún no destaca como un valor primordial dentro de la mayoría de los planes educativos, aunque tiene presencia en universidades de todos los países. Esta característica debiera incorporarse a la enseñanza de las instituciones de manera apremiante como factor fundamental.

Los factores **productivo, funcional y ergonómico** van de la mano en la mayoría de los programas, pues son características esenciales en un producto industrial. Cuando estos factores no se presentan, el plan de estudios se enfoca en el **factor estético**, como podemos ver de forma representativa en algunas escuelas de Colombia y México.

El **empreendedorismo** se impulsa desde la academia de forma importante en los planes de Chile, Colombia y de forma parcial en México. Esta característica se refiere al potencial del egresado como generador de negocios, vinculándose de forma directa con la creación de empresas y la activación de la economía, al margen del mercado laboral dependiente de la industria ya establecida, misma que en LA se encuentra en situaciones de estancamiento o dependencia.

La **conciencia social** se refiere a la solución de problemas y necesidades básicas de la sociedad, en contraposición al diseño dedicado a los sectores más privilegiados de la población. Es una actitud de responsabilidad y ética por parte del profesionista que debería fomentarse de forma rigurosa y no sólo a nivel discursivo, así como considerarse como una vía de desarrollo e incidencia en la economía. Los países que presentan una orientación social más evidente son Chile, Colombia y Cuba.

La **perspectiva artística** se maneja como criterio dentro de algunos programas y se desprecia en otros. Su valor reside en la apertura del

razonamiento y sensibilización estética del estudiante como vía para enriquecer las propuestas de diseño. Argentina, Brasil y Colombia tienen la mayor cantidad de programas con un peso importante en los factores estéticos.

La **visión tecnológica y científica** se refiere al acercamiento de los programas a ofertas de nuevos procesos, herramientas, materiales y aplicaciones, complementándose con conocimiento de ingenierías y ciencias afines. A pesar de que Argentina y Colombia representan el puntero en cuanto a la orientación de los planes de estudio hacia la ciencia y la tecnología, el rezago en esta materia es general para LA y denota la falta de inversión en investigación y desarrollo por parte de los gobiernos.

La **expresión oral y escrita** destaca por la poca importancia que se le confiere dentro de los programas de diseño, ya que se favorecen otras habilidades y conocimientos más prácticos. Esto puede ser causa de problemas patentes como la ausencia de textos teóricos dedicados a la profesión, su ejercicio e implicaciones. La falta de un entrenamiento en la expresión verbal se refleja en las deficiencias del profesionista para hacer análisis, hilvanar discursos, construir argumentos y emitir opiniones y críticas.

Los **proyectos internacionales** confieren a la formación en el diseño ventajas sustanciales: ayudan al estudiante a percatarse de fenómenos que ocurren en una realidad distinta a la de su sociedad, además de representar un puente para el intercambio y la creación colaborativa de conocimiento. La proyección y posicionamiento global que pueda tener una institución educativa dependerá en gran medida de los proyectos que logre desarrollar en conjunto con instituciones fuera de su país de origen. México destaca en esta categoría.

La **formación de docentes e investigadores** es otro valor importante dentro de la visión de una institución de educación superior. Tiene que ver con el compromiso de mantener la calidad y renovación de la oferta educativa. Es el motor del conocimiento teórico y práctico, así como la base de trabajos que pueden registrarse como propiedad intelectual o patentes. Este rubro es representativo de México y el ISDI de Cuba.



	Universidad de Buenos Aires	Universidad de Palermo	Universidad Nacional de Córdoba	Universidad Nacional del Mar de Plata	Universidad Nacional de San Juan	Escola Superior de Desenho Industrial	Universidade Federal de Rio de Janeiro	Universidade de São Paulo	Universidad Diego Portales	Pontificia Universidad Católica de Chile	Universidad de Valparaíso	Universidad del Bio Bio	Universidad de los Andes
Interdisciplinarietà	Gray	Teal	Gray	Gray	Gray	Gray	Gray	Gray	Green	Green	Gray	Green	Gray
Sustentabilidad y medio ambiente	Gray	Gray	Gray	Gray	Teal	Orange	Gray	Gray	Gray	Gray	Gray	Green	Gray
Factores productivos	Teal	Teal	Teal	Teal	Teal	Orange	Orange	Orange	Green	Green	Green	Green	Gray
Factores funcionales	Teal	Teal	Teal	Teal	Teal	Orange	Orange	Orange	Green	Green	Green	Green	Gray
Factores ergonómicos	Teal	Teal	Teal	Teal	Teal	Orange	Orange	Orange	Green	Green	Green	Green	Gray
Emprendedurismo	Gray	Gray	Gray	Gray	Teal	Gray	Gray	Gray	Green	Gray	Green	Green	Gray
Conciencia social	Gray	Gray	Gray	Gray	Teal	Gray	Gray	Gray	Green	Green	Green	Green	Dark Purple
Perspectiva artística	Teal	Teal	Gray	Gray	Teal	Orange	Gray	Orange	Gray	Gray	Gray	Gray	Dark Purple
Visión tecnológica y científica	Teal	Teal	Gray	Teal	Teal	Gray	Gray	Orange	Gray	Gray	Gray	Green	Gray
Expresión oral y escrita	Gray	Teal	Gray	Gray	Gray	Gray	Gray	Gray	Gray	Gray	Green	Green	Gray
Proyectos internacionales	Gray	Teal	Gray	Gray	Gray	Gray	Gray	Gray	Gray	Green	Gray	Gray	Gray
Formación de docentes	Teal	Teal	Gray	Gray	Gray	Gray	Gray	Gray	Gray	Gray	Gray	Gray	Gray
Formación de investigadores	Teal	Teal	Gray	Gray	Gray	Gray	Gray	Gray	Gray	Green	Gray	Gray	Gray

Pontificia Universidad Javeriana	Universidad Jorge Tadeo Lozan	Universidad Pontificia Bolivariana	Universidad Autónoma de Colombia	Universidad Nacional de Colombia	Instituto Superior de Diseño	Universidad Nacional Autónoma de México	Universidad Iberoamericana	Universidad Autónoma Metropolitana	CENTRO de diseño, cine y televisión	Tecnológico de Monterrey	Universidad Autónoma de Nuevo León	CEDIM	Universidad Autónoma de Guadalajara
Dark Purple	Dark Purple	Dark Purple	Dark Purple	Light Gray	Red	Dark Purple	Dark Purple	Dark Purple	Dark Purple	Dark Purple	Light Gray	Light Gray	Dark Purple
Dark Purple	Light Gray	Dark Purple	Light Gray	Dark Purple	Red	Dark Purple	Dark Purple	Light Gray	Light Gray	Dark Purple	Light Gray	Light Gray	Light Gray
Dark Purple	Dark Purple	Light Gray	Light Gray	Dark Purple	Red	Dark Purple	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Dark Purple	Light Gray	Dark Purple	Light Gray
Dark Purple	Dark Purple	Light Gray	Light Gray	Dark Purple	Red	Dark Purple	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Dark Purple	Light Gray	Dark Purple	Light Gray
Dark Purple	Dark Purple	Dark Purple	Light Gray	Dark Purple	Red	Dark Purple	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Dark Purple	Light Gray	Dark Purple	Light Gray
Dark Purple	Light Gray	Dark Purple	Light Gray	Light Gray	Red	Dark Purple	Dark Purple	Dark Purple	Dark Purple	Dark Purple	Light Gray	Light Gray	Dark Purple
Light Gray	Dark Purple	Dark Purple	Dark Purple	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Dark Purple	Dark Purple	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Light Gray
Light Gray	Dark Purple	Dark Purple	Dark Purple	Light Gray	Red	Dark Purple	Dark Purple	Light Gray	Light Gray	Dark Purple	Light Gray	Light Gray	Light Gray
Light Gray	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Dark Purple	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Light Gray
Light Gray	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Dark Purple	Dark Purple	Light Gray	Light Gray	Dark Purple	Dark Purple	Light Gray	Light Gray
Light Gray	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Red	Dark Purple	Light Gray	Dark Purple	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Light Gray
Light Gray	Light Gray	Light Gray	Dark Purple	Light Gray	Red	Dark Purple	Dark Purple	Dark Purple	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Light Gray	Light Gray

2.2

panorama
actual
cuadros
comparativos





panorama actual cuadros comparativos

La dependencia histórica de los países de LA ha propiciado la vulnerabilidad de los mismos ante los cambios que ha sufrido el capitalismo.

La ideología del libre mercado, y la consecuente aplicación de políticas económicas neoliberales como estrategia para el crecimiento y el desarrollo de la región, ha provocado nocivas consecuencias que se han agudizado con las crisis recurrentes.

La pasada década, desde sus inicios, se caracterizó por la desaceleración económica. En el año 2000, la recesión económica que sufrió Estados Unidos trajo consigo un incipiente crecimiento en la región de 0.3%, y en 2002, un crecimiento negativo de -0.6%. Los últimos seis años habían sido de expansión, hasta que se vieron frenados por la crisis actual.

El sistema capitalista enfrenta la peor crisis de su historia después de la llamada Gran Depresión de finales de los años veinte y principios de los treinta del siglo pasado. Sus alcances en la región aún no pueden evaluarse con plenitud, y son distintos en cada país, de acuerdo con su inserción comercial y financiera en el ámbito internacional. No obstante, pueden identificarse básicamente como efectos la restricción del crédito, la caída de los términos de intercambio comercial y la reducción de la demanda externa. Esta última golpeó más a las economías que dependen fuertemente del comercio con Estados Unidos, como la de México, que dirige casi 80% de sus exportaciones hacia ese país. Así, según estimaciones de la CEPAL, el crecimiento de la región para el año 2009 fue de 1.9 por ciento.

La gran dependencia comercial y financiera de las economías de la región aumenta su debilidad ante la crisis actual. El modelo de crecimiento basado en las exportaciones no ha podido financiar las importaciones, lo cual ha ocasionado un gran déficit en la balanza comercial de los países y a una gran dependencia hacia los capitales extranjeros.

Aunque se observa cierta resistencia de la región a los golpes de la crisis, resulta indudable que las medidas de política económica neoliberal no sólo han fracasado en el objetivo de lograr el crecimiento económico sostenido, sino que han dejado un saldo alarmante de desigualdad y pobreza.

De acuerdo con el *Panorama Social de América Latina 2008* de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), del total de población de la región, 33.2% vive en pobreza y 12.9% en pobreza extrema. En cuanto a la desigualdad, según el índice de Gini, cinco de los diez países más desiguales del mundo se encuentran en el continente.

Ante este panorama, la transformación en los ámbitos económico y social es cada vez más urgente, y puede darse desde la participación social y las expresiones políticas. En los países de LA, el neoliberalismo ha emparentado con las corrientes de derecha. No obstante, los efectos negativos de este modelo económico, han dado lugar a la aparición de nuevos liderazgos y movimientos sociales. Es así como nuevos gobiernos de izquierda han surgido desde finales de los años noventa, poniendo en marcha medidas para rescatar la soberanía nacional e impulsar el crecimiento y el desarrollo social.

Aunque lentamente y con dificultades, las ideologías de izquierda han avanzado y están presentes en la región. Posiblemente, se puede aprovechar la actual coyuntura de crisis para adoptar políticas más autónomas en un contexto de reestructuración de la hegemonía de Estados Unidos, y para intensificar los procesos de integración de la región, de cara a su inserción internacional.

Es necesario que, al mismo tiempo, cada país luche en su interior por reestructurar su economía y sus instituciones. Será fundamental la participación organizada de la base social, el despertar de las conciencias y una búsqueda incansable de los cambios necesarios para lograr una mayor equidad social. Desde ahí pueden surgir las transformaciones.

Considerando que el DI es un fenómeno de amplios alcances, realizamos estos cuadros para profundizar en el panorama económico, cultural, social y político de cada país y entender el contexto en el que la profesión está inmersa. De tal forma, buscamos asegurar que el panorama que se plantea a futuro encuentre bases sólidas en la situación real.

La población constituye uno de los indicadores más importantes de un país porque habla de su crecimiento y se vuelve un factor fundamental para entender la disponibilidad de recursos y el flujo de capital y bienes en la estructura de su economía. A partir del grado de empleo, pobreza y alfabetismo se pueden establecer conclusiones generales sobre el grado de desarrollo económico.

La demografía de cada país refleja la forma en que la sociedad está compuesta y distribuida en el territorio, determinando factores culturales, polos de desarrollo e indicadores de calidad de vida.

El producto interno bruto (PIB) nos interesa porque habla del sistema productivo de un país y cómo está integrado. Este indicador resulta relevante para entender la presencia que tiene el DI en la industria y su relevancia.

Por su parte, los indicadores financieros que se analizan, dan razón de la salud de la economía en un país, en función del mercado interno y externo, así como de la forma en que se distribuye la riqueza. Esto se vuelve campo de exploración para nichos productivos y de mercado, permitiendo la inserción del DI en la generación de bienes y servicios.

Los análisis de territorio, recursos e industria nacional reflejan la realidad productiva de cada país. Adquirir consciencia de la riqueza presente en un país, tanto en materia prima como infraestructura, puede ser fundamento de una administración más eficiente de los medios con que se cuenta. Se hacen evidentes necesidades de la población y la posibilidad de establecer un intercambio comercial más pertinente para cada país.

Las relaciones que se desprenden al integrar la información de estos cuadros permiten generar nuevas hipótesis sobre el desarrollo deseable para el DI, logrando que tenga un papel activo como transformador de la realidad económica y cultural en Latinoamérica.



cuadros comparativos



cuadros comparativos

- Argentina
- Brasil
- Chile
- Colombia
- Cuba
- México

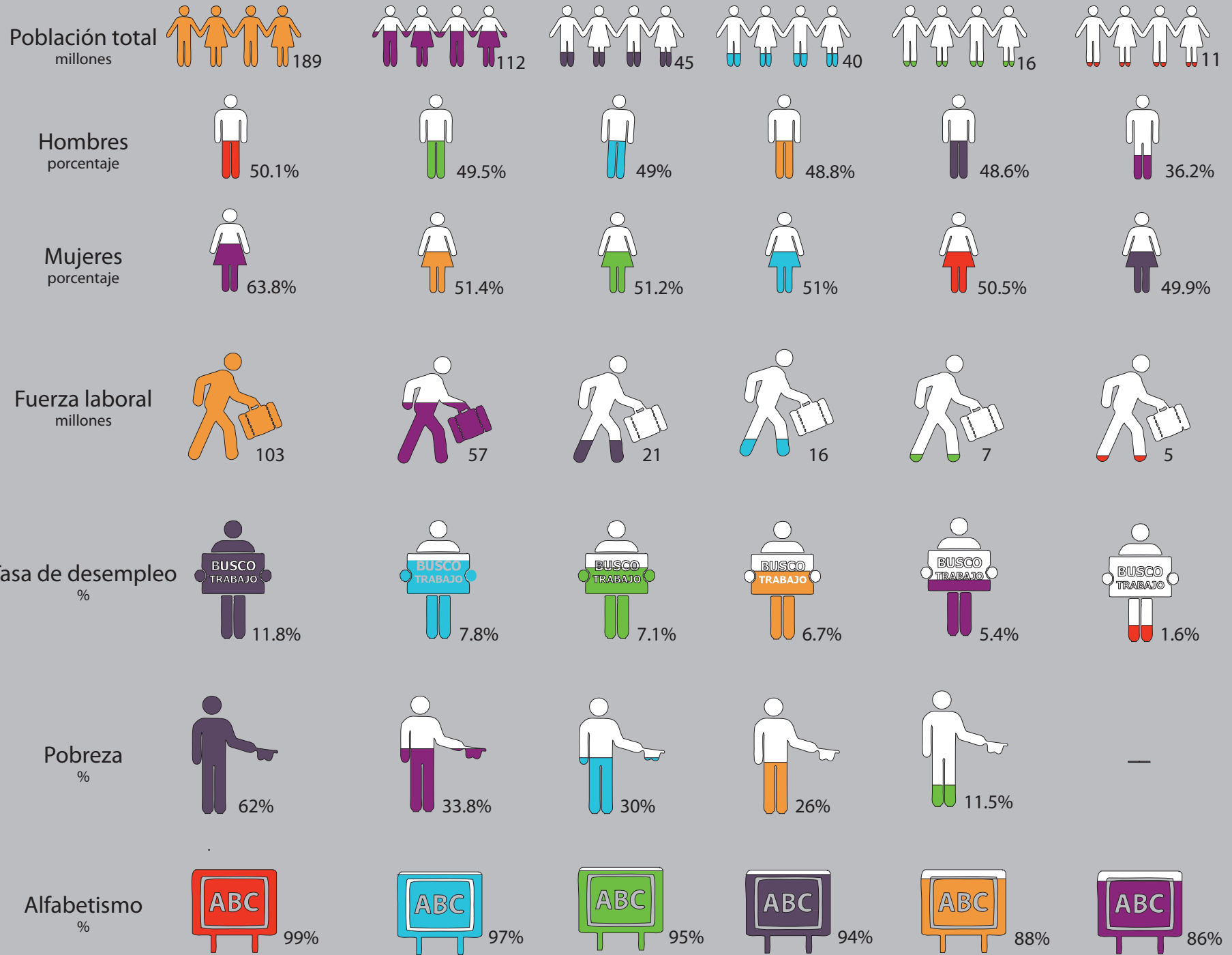
Información sobre la población

La población total de los seis países bajo estudio alcanza un total de 413 millones de personas, esto significa 72% del total de LA. Brasil representa 45.8%, México 27%, Colombia 10.9%, Argentina 9.7%, Chile 3.9% y Cuba 2.6 por ciento..

La población urbana de estos países se concentra en un equivalente aproximado a 75%, lo que significa que existen mercados importantes de consumo en cada uno de ellos.

En relación con la población económicamente activa (PEA, fuerza laboral), representa 55% en Brasil, 50.1% en México, 47% en Colombia, 40% en Argentina, 44% en Chile y 45% en Cuba. En total, estos seis países disponen de 209 millones de personas como fuerza de trabajo.

De la población total de cada país en estudio, los indicadores sobre alfabetismo indican que, en el peor de los casos, arriba de 86% se encuentra conformada por personas cuya instrucción formal los sitúa como consumidores inteligentes de productos en las zonas urbanas. A pesar de ello la pobreza en estos países afecta alrededor de 70 millones de personas, es decir, un tercio de la población económicamente activa. Esta información reduce significativamente las posibilidades de consumo en zonas urbanas, dado que solamente 30% (63 millones de la PEA) representa alguna posibilidad real de consumo de productos con diseño.





cuadros comparativos

- Argentina
- Brasil
- Chile
- Colombia
- Cuba
- México

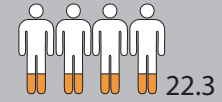
Información socio demográfica

El siguiente cuadro indica que las principales concentraciones urbanas, en orden descendente, son: Sao Paulo, México D.F., Bogotá, Buenos Aires, Santiago y La Habana; sin embargo, la tasa de urbanización es distinta, siendo los países con un porcentaje de mayor a menor: Chile, Argentina, Cuba, Brasil, Colombia y México.

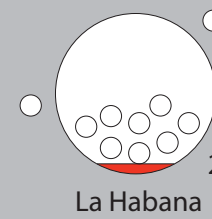
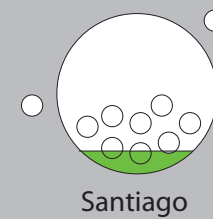
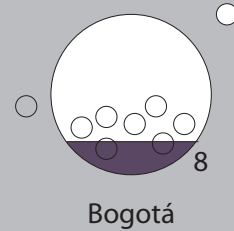
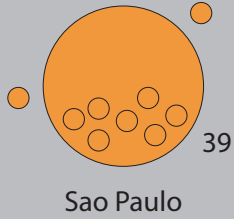
Destaca la información sobre el índice de desarrollo humano (IDH) que anualmente mide la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en los países miembros. El IDH mide alfabetización, grado de escolaridad formal, esperanza de vida e ingresos de la población. Entre los países muestra destaca Cuba (0.86) con el valor más alto, 10 puntos por encima de los otros cinco países.

La riqueza cultural contenida en los grupos étnicos de cada país puede ser una fuente de conceptos configurativos y estéticos; así, el respeto y la contunidad de étnias locales es un factor que alimenta de manera importante y constituye el valor diferencial (en muchas ocasiones) del diseño de cada país. Argentina y Chile son países donde sus étnias endémicas fueron exterminadas. Por otro lado, Brasil tiene una presencia multicultural sobresaliente. Cuba y Colombia presentan una mezcla de mestizos, indígenas locales y esclavos negros. México tiene una fuerte presencia de mestizaje, una minoría blanca y un notable porcentaje de población indígena.

Densidad
habitantes por km²



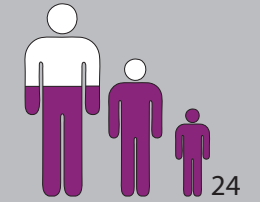
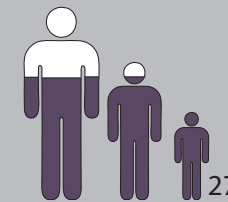
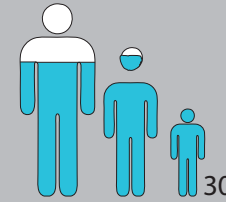
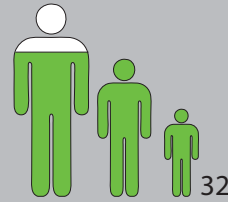
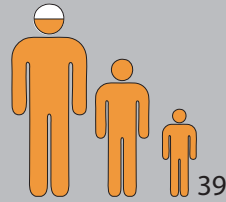
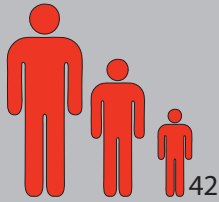
Mayor
concentración
millones



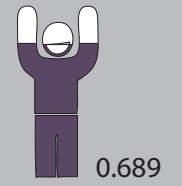
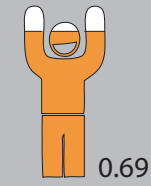
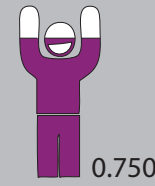
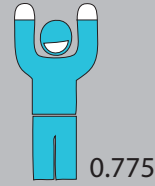
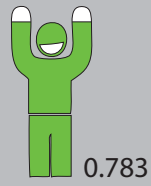
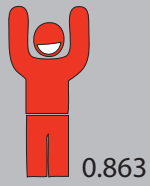
Urbanización
porcentaje



Edad promedio
años

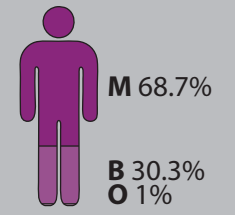
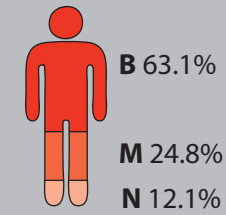
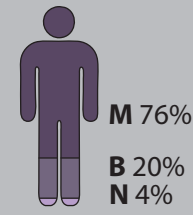
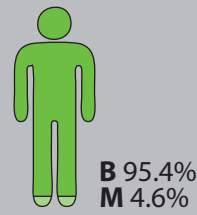
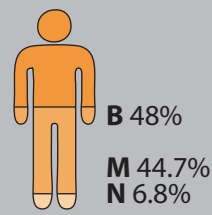
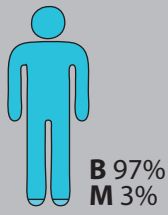


IDH
(índice de
desarrollo humano)
valor de 0 a 1



Etnias

Blanco (B)
Negro (N)
Mestizo (M)
Otros (O)





cuadros

comparativos

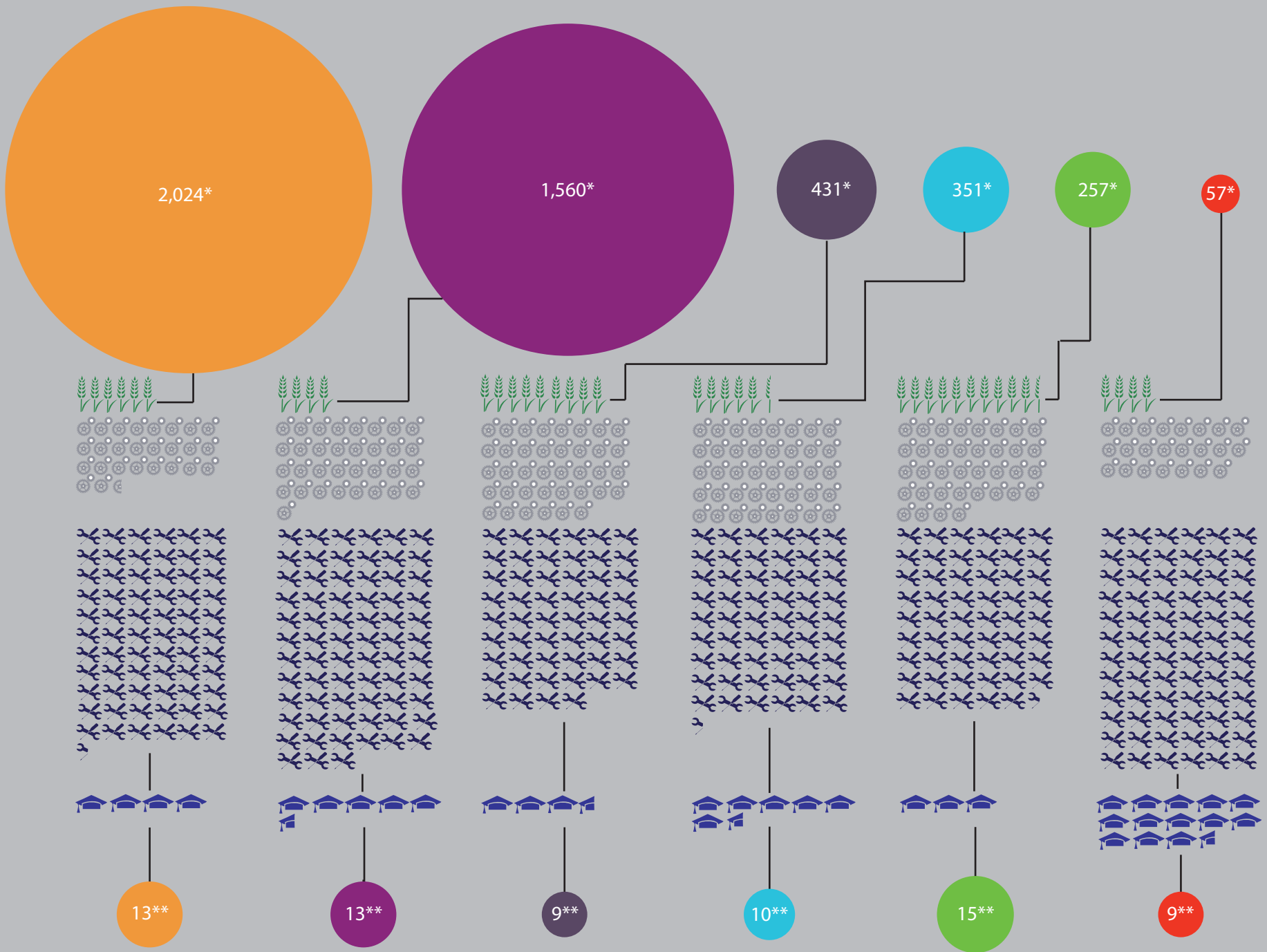
-  Argentina
-  Brasil
-  Chile
-  Colombia
-  Cuba
-  México

Información económica y financiera



La importancia del PIB como indicador económico descansa en el hecho de que es útil para conocer tanto la capacidad productiva de una sociedad como la estructura por sectores de lo que produce. De esta forma, y tal vez con excepción de Cuba, los cinco países restantes representan a las naciones más sólidas económicamente hablando de Latinoamérica.


El PIB de los países seleccionados alcanza un total de 4,680 miles de millones de dólares, lo que significa alrededor de la tercera parte de lo que Estados Unidos produce en un año. De los seis países, Brasil y México generan 77% del total. Bajo este punto de vista, las mejores condiciones para el desarrollo del diseño industrial (de acuerdo con el tamaño del sector secundario) son Argentina, Colombia, Chile, México, Brasil y Cuba (en orden descendente).

Resulta relevante la inversión que se realiza en materia educativa puesto que creemos que un país con mayores recursos para la educación formal apoya, genera y consume mayor diseño. De los países analizados, quienes destinan mayores recursos a la educación son Cuba, Argentina y México.



*PIB total
Miles de millones USD

 Agricultura
  Industria
  Servicios
 Porcentaje por sectores

 Porcentaje destinado a la educación

**PIB per cápita
Miles USD



cuadros

comparativos

- Argentina
- Brasil
- Chile
- Colombia
- Cuba
- México

Información económica y financiera (continuación)

El PIB generado por cada país encuentra su respaldo en las cifras que se refieren a las finanzas públicas, tal como puede apreciarse en el siguiente cuadro. Con cifras de 2010 en materia presupuestal, Brasil cuenta con el mayor presupuesto, pero también tiene la deuda más alta y la segunda mayor tasa de inflación, así como el segundo lugar en la concentración del ingreso.

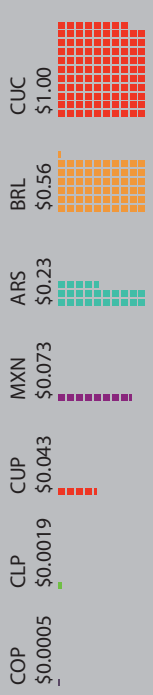
México ocupa el segundo lugar en recursos presupuestales, el segundo lugar en deuda, tiene el más bajo nivel en salario mínimo, con excepción de Cuba, y tiene la inflación más alta. El panorama que presentan Argentina, Colombia y Chile, proyecta de acuerdo con la información a Argentina como el país con mejores condiciones del grupo, seguido por Chile y al final Colombia. Cuba presenta condiciones distintas: por un lado, no es una economía de libre mercado, por el otro, su comercio exterior es muy limitado. Aun así es, a nuestro juicio, el país con mayor potencial en materia de diseño.

De acuerdo con la información, y habiendo realizado un balance con los datos económicos y financieros de cada país, podemos concluir que referente a las condiciones que favorecen (detonan) el desarrollo del DI, Argentina presenta las mayores condiciones, seguido por Cuba, y luego por Brasil y Chile, quedando México y Colombia en la posición más desventajosa.

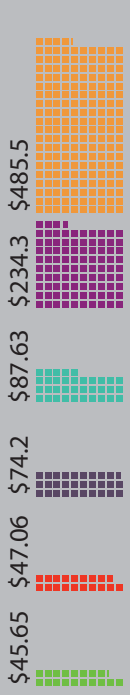
presupuesto

*miles de millones USD

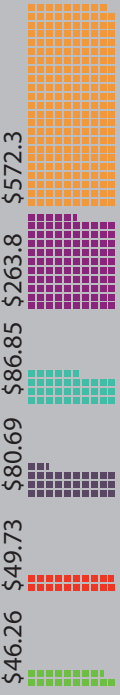
moneda
*USD



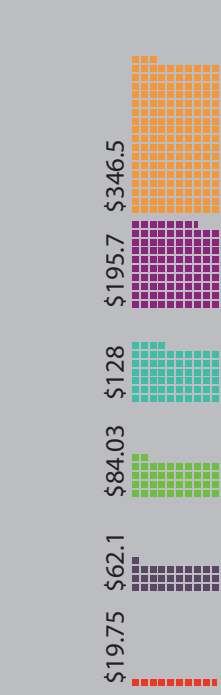
ingresos



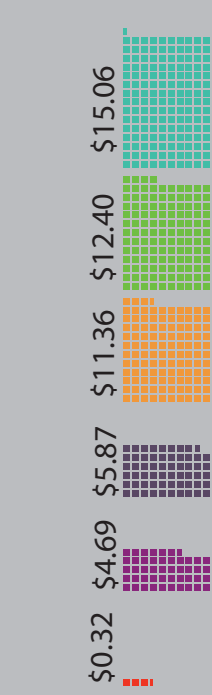
egresos



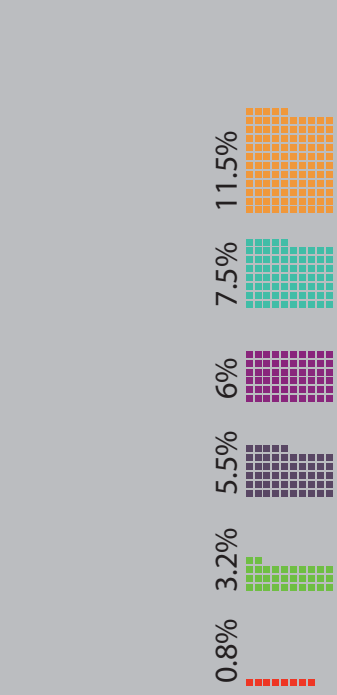
deuda externa
*miles de millones USD



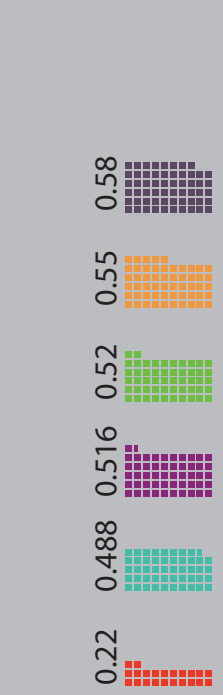
salario mínimo
*USD



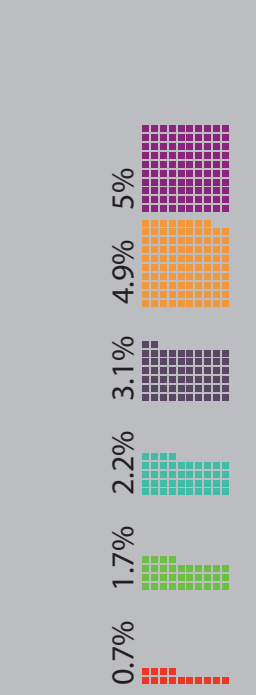
tasa de crecimiento de la producción industrial



concentración de ingreso
*Coeficiente de Gini



tasa de inflación





cuadros

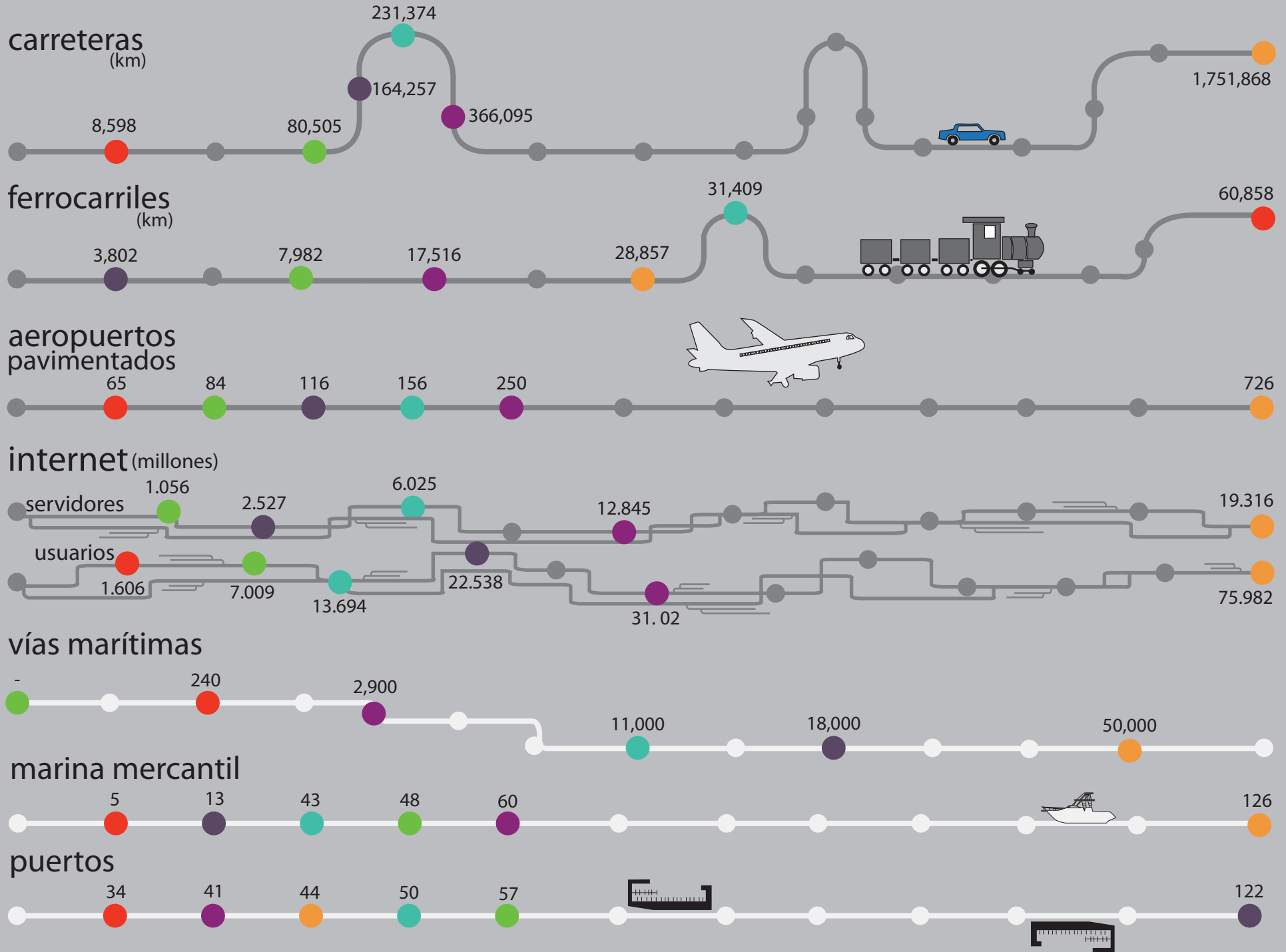
comparativos

- Argentina
- Brasil
- Chile
- Colombia
- Cuba
- México

Información sobre infraestructura

Como se observa en la infografía de los países analizados, se incluye la información sobre carreteras, red de ferrocarriles, aeropuertos pavimentados, vías marítimas, puertos, marina mercantil y conexión a internet. El país que dispone de mayor infraestructura (capital social básico) es Brasil, cuyos indicadores en sistemas de transporte y comunicación son los más importantes, con excepción de la cantidad de puertos y la red ferroviaria. En segundo lugar, México cuenta con una infraestructura de comunicaciones importante, menos en ferrocarriles, vías marítimas y puertos. Destacan Colombia y Argentina, países que se sitúan en tercer lugar en cuanto a comunicación. Es notable el caso de Cuba que, con excepción de la red ferroviaria que tiene el primer lugar dentro de estos países, se ubica prácticamente en el último lugar en esta materia.

Es de suma importancia indicar la influencia creciente del internet en las actividades sociales, culturales, empresariales y productivas, ya que puede ser una herramienta que atenúe las carencias en otros sistemas de comunicación; además es inobjetable que el futuro estará determinado por la infraestructura, las conexiones y la cantidad de personas que puedan conectarse a la red. Podría decirse que los países y sociedades que no cuenten en los próximos años con óptimos sistemas de conexión, así como servicios accesibles para la mayor parte de su población, quedarán aislados cultural, productiva, política y socialmente. En este sentido, la información indica que dentro de los países estudiados Brasil es quien tiene con mucho la mejor infraestructura en materia, le siguen lejanamente, México, Argentina, Colombia, Chile y finalmente Cuba.





cuadros comparativos

- Argentina
- Brasil
- Chile
- Colombia
- Cuba
- México

Información sobre el comercio exterior

La información sobre el comercio exterior, tal como se observa en la infografía, muestra que las importaciones de diversos productos que realizan estos países provienen de Estados Unidos y China principalmente. Por otro lado, existe muy poca integración entre los países de la zona y por el tipo de productos, puede apreciarse que la mayoría son bienes de consumo duradero y bienes de capital adquiridos para llevar a cabo las actividades productivas tanto en el sector primario como en la industria.

Por lo que respecta a las exportaciones, las ventas se realizan también hacia países como Estados Unidos y China y hacia otros países latinoamericanos. Es notable la presencia de materias primas en las exportaciones y la ausencia de bienes con valor agregado.

En relación con las actividades profesionales de diseño, esta información no da muestra de la presencia de la incorporación de estas habilidades profesionales en la producción de bienes y servicios, lo que significa, entre otras cosas, que esta disciplina no tiene presencia importante en el comercio exterior e indica que las actividades de diseño se circunscriben a mercados locales de poco volumen, o bien, que se orientan hacia otros mercados como la moda o la artesanía, importantes pero sin un verdadero impacto hacia el exterior.

Importaciones

Exportaciones



transporte
productos químicos
petróleo
autopartes
electrónica



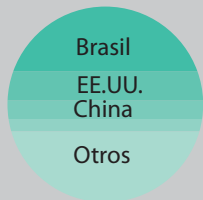
equipo de transporte
mineral de hierro
soja
calzado
café
automóviles



petróleo y petroquímica
químicos
equipo eléctrico
equipo de telecomunicaciones
maquinaria industrial
vehículos
gas natural



cobre, fruta
productos del mar
papel y pulpa (de papel)
químicos
vino



maquinaria
vehículos
petróleo y gas
químicos orgánicos
plásticos



frijol de soja y derivados
petróleo y gas
automóviles
maíz
trigo



equipos industriales
equipo de transporte
bienes de consumo
productos químicos
productos de papel
combustibles
electricidad



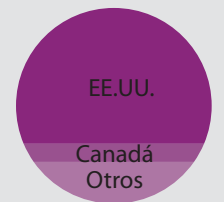
petróleo
café
carbón
níquel
esmeraldas
prendas de vestir
plátanos
flores cortadas



máquinas para trabajar metales
productos del molino de acero
maquinaria agrícola
equipos eléctricos
autopartes para el ensamblaje
piezas de reparación de vehículos
aeronaves y partes de aviones



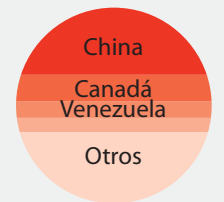
productos manufacturados
petróleo
productos derivados del petróleo
plata
frutas
algodón
hortalizas
café
algodón



petróleo
alimentos
maquinaria y equipos
productos químicos



azúcar
níquel
tabaco
pescado
productos médicos
cítricos
café





cuadros

comparativos

- Argentina
- Brasil
- Chile
- Colombia
- Cuba
- México

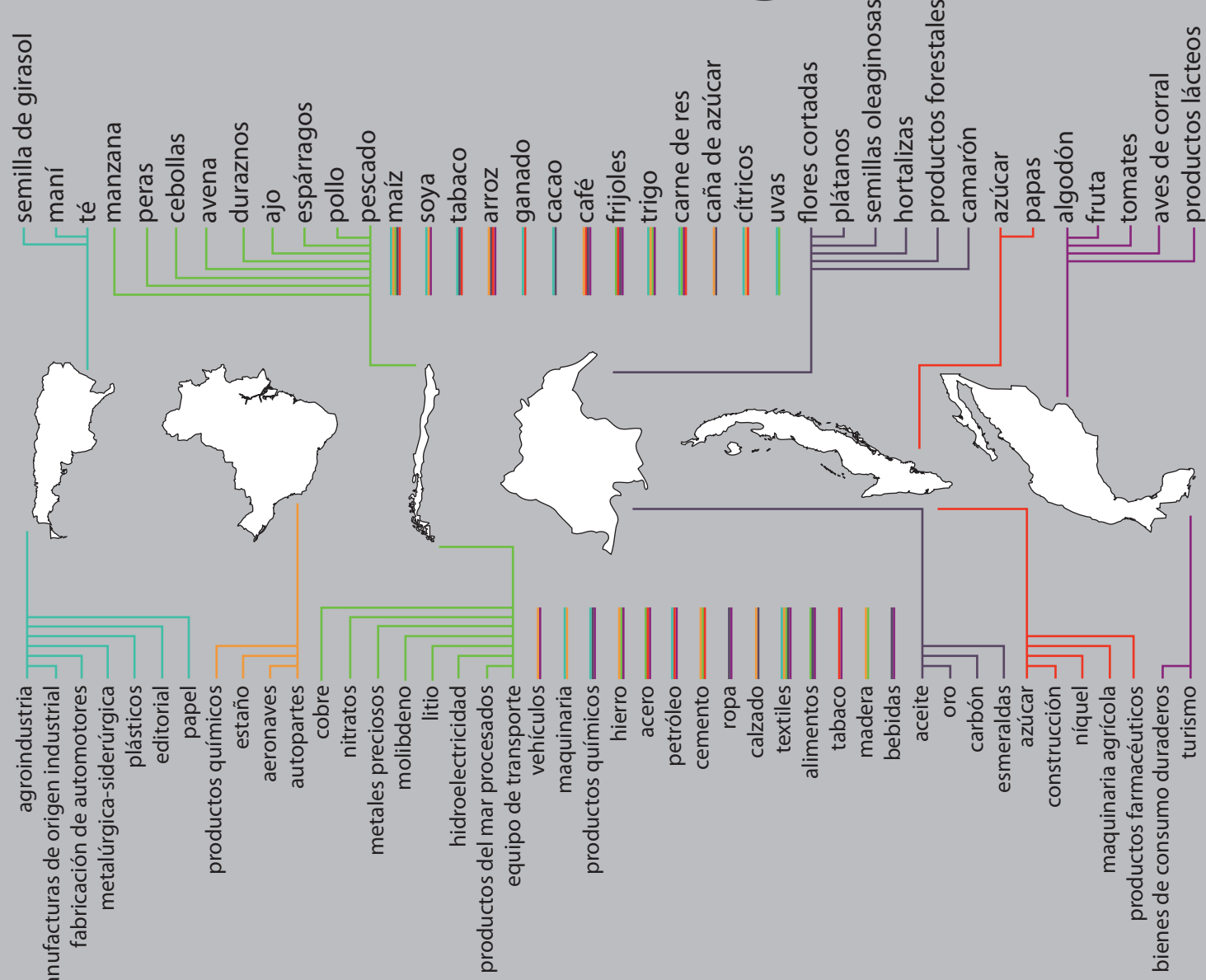
Información sobre la industria nacional

En esta infografía se aprecia la existencia de una amplia y diversificada producción de bienes que son susceptibles de ser aprovechados como materias primas para diferentes procesos. Esta es una manifestación clara de la diversidad y riqueza natural expresada prácticamente en todos los ecosistemas del planeta y que tienen presencia en el territorio latinoamericano.

Por otro lado, la diversificación de los productos industriales que se obtiene cubre prácticamente todas las ramas de actividad industrial; sin embargo, es inevitable señalar que en buena medida esta diversidad productiva se explica por la presencia y participación de empresas trasnacionales que lideran casi en su totalidad las actividades industriales de la región.

Nuevamente, esta información no permite identificar con claridad la participación y presencia del diseño en los productos que se obtienen.

productos de agricultura



industria nacional



cuadros

comparativos

- Argentina
- Brasil
- Chile
- Colombia
- Cuba
- México

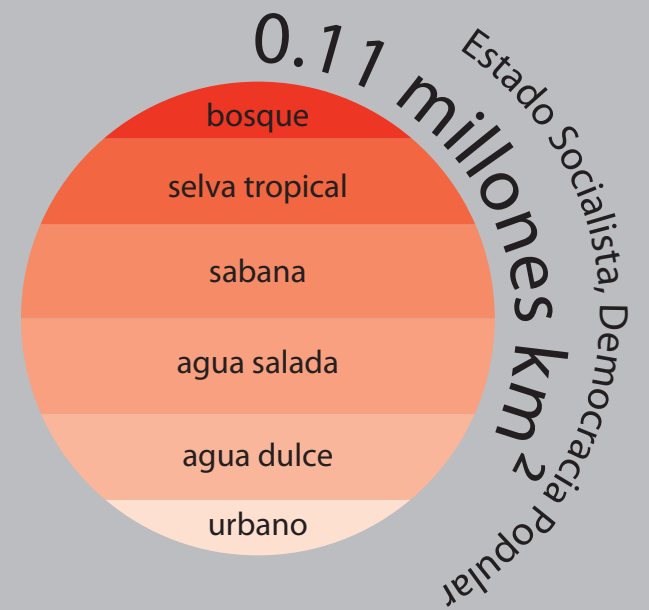
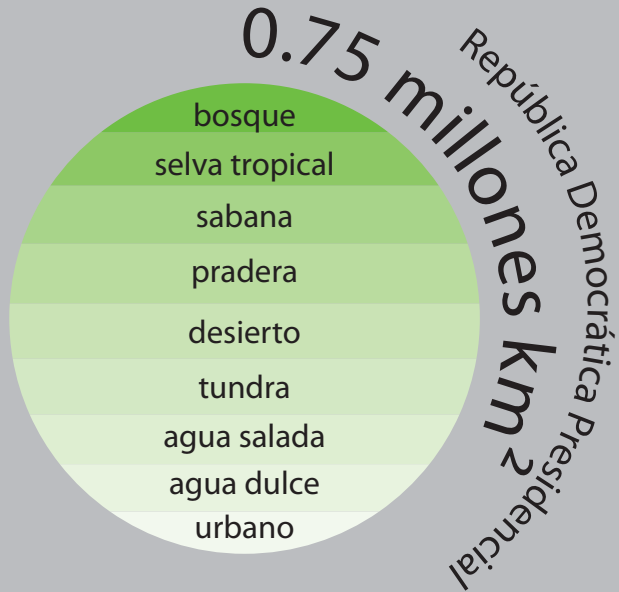
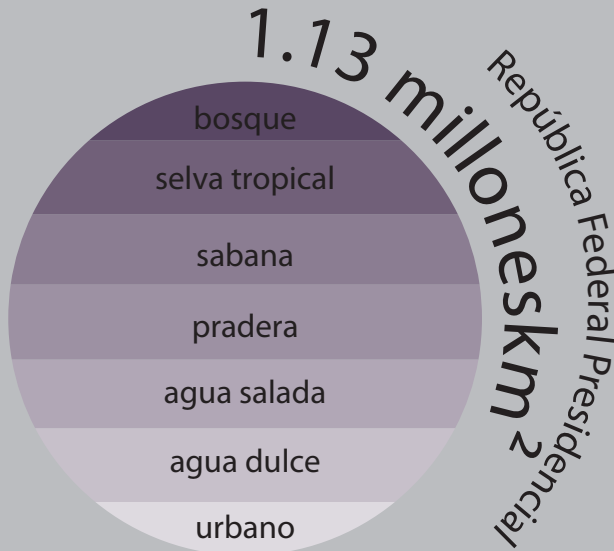
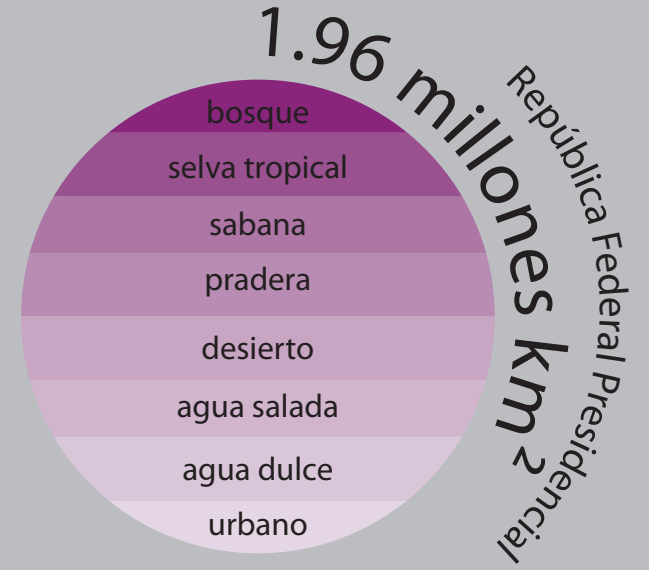
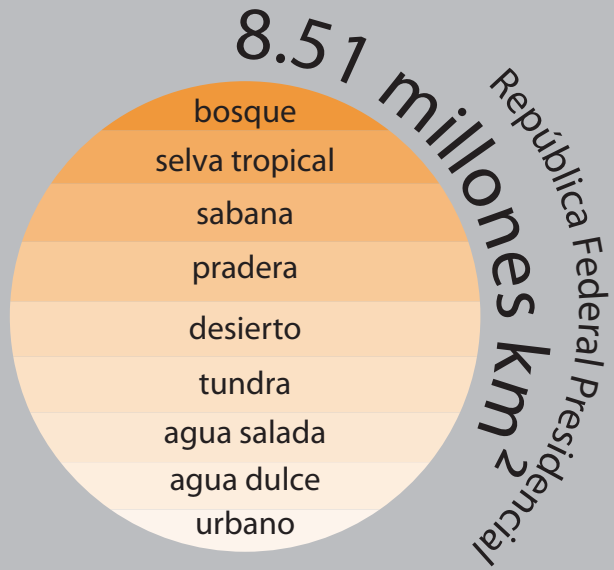
Información sobre el territorio

Los países en estudio tienen diferentes características físicas y territoriales. En conjunto, abarcan una superficie de 15.3 millones de km²; por importancia, Brasil es el mayor con 55.6% del total, le sigue Argentina con 18.2%, México con 12.8%, Colombia con 7.4%, Chile con 4.9% y, por último, Cuba con 0.7 por ciento.

Estos países se ubican en la zona de los trópicos (con excepción de Chile y Argentina), lo que les brinda la gran ventaja de ser productores de abundantes materias primas, mismas que pueden transformar localmente y que representa una oportunidad invaluable para el desarrollo y aplicación del diseño, y en general, de la creatividad.

Los ecosistemas terrestres que existen en el planeta son: bosque templado, selva tropical, sabana, praderas, desierto, tundra, taiga y desierto polar. Los ecosistemas acuáticos comprenden los de agua dulce y agua salada, y finalmente, hay quien considera que los espacios modificados por el ser humano constituyen el último ecosistema, reconocido como urbano. En este sentido, todos ellos están presentes en la superficie territorial de los países, esta riqueza natural no sólo es fuente de materia prima sino también motivo de explotación turística y cultural, lo cual abre oportunidad para el desarrollo de los servicios creativos.

Por último, en cuanto al tipo de gobierno, de las economías estudiadas todas cuentan con regímenes democráticos, con excepción de Cuba, y tienen un sistema productivo de libre mercado.



Ecosistemas

Territorio total

Tipo de gobierno

2.3

panorama
actual
análisis del
diseño
industrial por
países



Argentina	Concurso Nacional de Innovaciones INNOVAR
Brasil	Premio Design Museu da Casa Brasileira Salão Design MoveISul ABRE da Embalagem Brasileira Top XXI – Design Brasil
Chile	Premio Chile Diseño Qvid ChileGlobal Frutas de Chile, un nuevo logo para la exportación Proyectando una casa para la sostenibilidad e integración familiar
Colombia	Lápiz de Acero Concurso Diseño con Pasión Premio Académico de Diseño Concurso de Diseño de Empaque Sostenibles Andina-Pack Premio Mario Hernández al Diseño
Cuba	Premio de Curaduría Premio ONDI de Diseño Salón de la Ciudad
México	Concurso de diseño en Plata y Cristal México Tercer Milenio Concurso Nacional de Diseño de Muebles, Dimueble Concurso Nacional de Diseño Industrial Genomma Lab Concurso de Diseño Eco Creación Concurso de Diseño de Mobiliario: Vivienda de Espacios Reducidos Premio de Diseño Clara Porset Bienal de Cerámica Premio Nacional de Acero Inoxidable Concurso Internacional de a!Diseño Habita, Concurso de Arquitectura y Mobiliario Contemporáneo Concurso de diseño de Juguetes, Aprender Jugando con CONAFE Concurso de Asociación Mexicana de Envase y Embalaje (AMEE) Concurso Nacional de Estudiantes de Diseño Industrial (CONEDI) Premio Quórum Premio Noldi Schreck

Argentina	<p>Plan Nacional de Diseño Red Nacional de Diseño Centro Metropolitano de Diseño Proyecto Distrito de Diseño Programa de Incorporación de Diseño en Empresas Centro Promotor del Diseño</p>
Brasil	<p>Design Excellence Brazil Portal DesignBrasil Marca Brasil A-Rede Paranaense de Diseño</p>
Chile	<p>Fundación Mustakis Semana Chile Diseño Consejo Nacional de la Cultura y las Artes Hall Central Bravo! Red de Colaboradores Culturales del CNCA</p>
Colombia	<p>Proexport</p>
Cuba	<p>Centro Provincial de Artes Plásticas y Diseño Semana Nacional de la especialidad Semana Nacional del Diseño Bial de La Habana ONDI/ Oficina Naional de Diseño Industrial</p>
México	<p>Centro Promotor de Diseño Guía Mexicana de Diseño Museo Mexicano de Diseño, MUMEDI Museo de Arte Moderno, MAM Museo Franz Mayer ProMexico CENTRO</p>

Argentina	Asociación de Diseñadores Industriales de Córdoba
Brasil	ADG- Asociación de Diseñadores Gráficos ADP- Asociación de Diseñadores de Producto Asociación Brasileña de Diseñadores Interiores Araweb- Asociación Brasileña de Web Designers y Webmasters Abedesign- Asociación Brasileña de Empresas de Diseño ABERGO- Asociación Brasileña de Ergonomía ABEPRO- Asociación Brasileña de Ingeniería de Producción
Chile	Colegio de Diseñadores Profesionales de Chile Diseñadores Asociados MAA – Arquitectura, Diseño, Comunicación Asociación Chilena de Empresas de Diseño, QVID
Colombia	RAD/ Asociación Colombiana Red Académica de Diseño SCDA/ Sociedad Colombiana de Diseño Interior y Artes Decorativas Asociación Colombiana de Industriales del Calzado ANDI/ Asociación Nacional de Industriales
Cuba	
México	CODIGRAM/Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México COMAPROD/ Consejo Mexicano para la Acreditación de Programas de Diseño A.C. IMPI/ Instituto Mexicano de Propiedad Industrial, México Consejo de Diseñadores de México A.C. (Quórum)

2.3

asociaciones
de
profesionales

Argentina	Revistas: Crann D&D, Diseño y Decoración Diseño Corporativo			
Brasil	Revistas: Projeto Design Revista Sim Arc Design abcDesign	Zupi Revista Amphora Pesquisa Visual Design em Foco	Editoriales: Cosac Naify Edicoes Rosari Viana & Mosley Edgar Blücher 2AB	
Chile	Revistas: D+A RCHD, Revista de Diseño de la Universidad de Chile [END] Revista del Diseño Chileno			
Colombia	Revistas: Proyecto Diseño AXXIS Exkema Segundo Acto			
Cuba	Revistas: Lettres de Cuba La Jiribilla			
México	Revistas: México Design a! Diseño Glocal Design Magazine Hábitat Código 06140 a+a	Arquine Adhoc Casas & Diseño REdiseño Moblaje Blink	Piso Quattro ArquiTK Tiempo de Joyas Spot Diseño Interior	deDiseño Casa Viva Ambientes Cuarta Pared Podio Casas y Gente

Argentina	Plan Nacional de Diseño Red Nacional de Diseño Centro Metropolitano de Diseño Proyecto Distrito de Diseño
Brasil	ProDesign>pr Rede Sergipe Design ADET - Associação dos Decoradores do Triângulo Mineiro ADP - Associação de Designers de Produto ADAM - Associação de Designers do Amazonas ABRE - Associação Brasileira de Embalagem Abedesign - Associação Brasileira de Empresas de Design APDesign - Associação dos Profissionais de Design do Rio Grande do Sul Associação Catarinense de Design GENTE - Grupo de Ergonomia e Novas Tecnologias Programa Paraíba Design Design Catarina Núcleo de Design de Londrina Associação Bahia Design
Chile	Centro de Innovación y Diseño Asociación Chilena de Empresas de Diseño QVID Semana Global del Emprendimiento y la Innovación CORFO
Colombia	Ceinnova/ Centro Tecnológico para las Industrias del Calzado, Cuero y Afines Prodiseño/ Promotores de Diseño S.A. Grupo D Ltda
Cuba	La Rendijilla, página cultural
México	ENCUADRE/ Asociación Nacional de Escuelas de Diseño AMDI/ Asociación Mexicana de Decoradores de Interiores SMI/ Sociedad Mexicana de Interioristas Asociación Mexicana de Envase y Embalaje

2.3

asociaciones
divulgando el
diseño

instituciones
y programas
que apoyan el
diseño

Argentina

Plan Nacional de Diseño
Sello de Buen Diseño
Financiamiento del Ministerio de Industria de la Nación MIPYMES
Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva
Mendoza Diseña
Instituto de Desarrollo Comercial
Camara Argentina de Fabricantes e Importadores de Regalos y Afines
Encuentro Latinoamericano de Diseño
Casa FOA
Emprendedorismo
Corporación Andina de Fomento
Programa de Incorporación de Diseño en Empresas
Universidad de Palermo

Brasil

Centro Pernambucano de Design
Rede Gaúcha de Design
Centro de Design Paraná
Centro de Design Rio
Centro Regional de Design
Centro de Design da Amazônia - CDA
Centro de Design do Espírito Santo
Corporate Design Foundation
Núcleo de Inovação e Design em Madeira/Móvel
Núcleo de Inovação e Design Moveleiro
Núcleo de Inovação e Design em Embalagem
Núcleo de Inovação em Design – Artesanato
Núcleo de Inovação e Design em Artesanato
Núcleo de Inovação e Design - Cadeia Têxtil
Núcleo de Inovação Design em Artesanato
Núcleo de Inovação e Design | Embalagem
Núcleo de Design para Agronegócios
Núcleo de Design e Seleção de Materiais
Núcleo Especializado em Informação Tecnológica em Design
Programa Bahia Design
Núcleo de Design de São Carlos
Centro São Paulo de Design

Chile	<p>Centro de Innovación y Diseño Bo-concept Sur Diseño Comodo Organización Mundial de la Propiedad Intelectual Instituto Nacional de la Propiedad Industrial de Chile Corporación de Investigación Tecnológica de Chile ChileGlobal DIRAC, Dirección de Acciones Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores</p>
Colombia	<p>Inexmoda/ Insituto para la Exportación y la Moda Programa Nacional de Diseño Colombiano del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Colciencias/ Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico Industrial y Calidad</p>
Cuba	<p>Centro de Promoción de las Exportaciones y la Inversión Extranjera (CEPEC) Factoría Cubana Centro de Arte Contemporáneo Wifredo Lam Centro Provincial de Artes Plásticas y Diseño Galería Cubarte</p>
México	<p>Insituto Nacional de Diseñadores Industriales y Gráficos A.C.</p>

2.3

instituciones
y programas
que apoyan el
diseño

Argentina	Exposición Internacional Presentes Mercado de Industrias Culturales Argentinas Tecnópolis CAFIRA innova Expo@diseño Feria Puro Diseño
Brasil	Premio do Museu da Casa Brasileira Brasil Faz Design Salao Pernambucano de Design Bienal Brasileira de Design Ndesign
Chile	Consejo Nacional de la Cultura y las Artes Desafío de Diseño 2012. Diseño en el cambio. Diseño en la evolución 100 Showrooms FIDAE 2012 Chile : Feria Internacional del Aire y el Espacio Santiago Diseño. Bienal Creativa Latinoamericana
Colombia	ExpoCamacol Feria Internacional de Bogotá Expoartesanas Colombiamoda Cartagena Fashion Feria MyM Semana Internacional de la Moda Bogotá Salón Futuro Colombiatex Expodiseño
Cuba	Puertas Abiertas en el ISDI Festival Proposiciones Encuentro Internacional sobre Diseño industrial e Informacional FORMA Crea en Cuba
México	Zona Maco Expo Habitat Design Week México

Aunque Argentina vivió el punto más radical de la crisis financiera el año 2001 con el congelamiento de las cuentas bancarias, el escenario local se convirtió en un semillero para el diseño. Hacia el año 2005 ya se gestaba un capital profesional de aproximadamente 14,000 estudiantes entre todas las disciplinas proyectuales, además de 6,000 diseñadores censados.

El DI ha tenido dos grandes épocas: entre los años 1955 y 1975, y desde 2002 hasta hoy. "El primer periodo coincide con el desarrollo industrial en la Argentina: había pocos diseñadores en actividad pero una gran demanda de productos", dice Hugo Kogan. Entre el fatídico 76 y fines de los noventa se produce una suerte de agujero negro en el que el mercado local se satura de productos importados.

Aunque parece paradójico pensar la crisis como un factor de desarrollo, lo es especialmente en el caso de las disciplinas creativas, ya que obliga a plantear nuevos esquemas productivos y comerciales desde las economías en escala.

A diferencia de la sustitución de importaciones de mitad del siglo pasado, donde la industria fue favorecida por el control estatal y se promovió la incorporación de profesionales a la industria, la nueva coyuntura enmarcada en la política económica neoliberal vio surgir a los diseñadores como autoprodutores que generan series limitadas para venderse en circuitos dedicados al nuevo diseño, provocando otro fenómeno urbano: el de los barrios temáticos. El principal ejemplo es el barrio de Palermo, en Buenos Aires, que se ha consolidado como un corredor comercial con las principales ofertas de diseño local en la capital argentina. Esto ha permitido que los deseados vínculos con la industria comiencen a surgir, sobre todo de la mano de programas conjuntos con las universidades, interesadas en satisfacer el perfil profesional de sus egresados.

Cabe destacar el papel que tuvo el Centro Metropolitano de Diseño (CMD), fundado en 2000, para ayudar a establecer vínculos entre profesionales y pequeños empresarios. El CMD apunta al diseño estratégico, un proyecto colectivo que valora los aportes de diversas disciplinas y potencia la creatividad individual.

En los primeros años de la presente década, con ayuda del CMD surgieron proyectos que alcanzaron difusión internacional.

Se ha tratado de implementar el modelo bonaerense del CMD en otros municipios y provincias de Argentina, por lo que la Secretaría de Industria de la Nación difunde su Plan Nacional de Diseño. El 3 de noviembre de 2005, Buenos Aires fue declarada "Ciudad del Diseño" por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), dentro del programa Red de Ciudades Creativas de la Alianza Global para la Diversidad Cultural. Dicho programa busca contribuir al desarrollo económico, la creación de empleo y la promoción de la diversidad cultural reuniendo a las ciudades en una red de cooperación bien gestionada, basada en las industrias creativas.

En Argentina, el diseño aún se encuentra abriendo camino en las empresas y organismos gubernamentales. Su falta de divulgación entre la población fuera de la capital es la principal razón por la cual cuesta ver al diseño como algo más que el desarrollo de un producto con alta carga estética y no como componente fundamental de una cultura material propia. Pese a esto, destacan esfuerzos como la colección permanente de objetos de diseño en el Museo de Arte Moderno de Buenos Aires (MAMBA), curada por Ricardo Blanco, con más de 1,000 piezas gráficas e industriales. Asimismo el MAMBA organiza concursos y pequeñas muestras en su tienda de diseño.

Actualmente se desarrollan ferias y concursos, tanto por iniciativas privadas como por proyectos conjuntos de instituciones de gobierno y universidades, que continúan su contribución para el posicionamiento del diseño en la mente del ciudadano común y crean nuevas nociones y estándares de calidad. Por su parte, el gobierno impulsa la creación de parques industriales y redes de incubadoras que facilitan herramientas para el desarrollo de nuevas industrias creativas, principalmente desde la micro, pequeña y mediana industrias, las cuales constituyen el nivel de empresa en el que es más fácil implantar al diseño como estrategia de desarrollo, ya que generalmente cuentan con una estructura abierta al cambio y sus mejoras pueden ser sustanciales, contribuyendo a la creación de empleos y a la eventual generación de productos y servicios diseñados localmente.

Las primeras políticas públicas de incentivo al diseño surgieron en Brasil a finales de los años setenta, cuando en Sao Paulo se firma el Núcleo de Diseño Industrial (NDI). En 1995 surge el Programa Brasileño de Diseño (PBD) para incentivar los sectores productivos de Brasil, reconociendo el diseño como un factor estratégico de competitividad internacional en la economía brasileña.

En 2002 surge el Programa Via Design a cargo de SEBRAE (Servicio Brasileño de Apoyo a Micro y Pequeñas Empresas) para ofrecer oportunidad a micro y pequeñas empresas y artesanos.

Dentro del programa Via Design se proponen tres líneas de acción:

- De articulación, entre el área profesional, el área educativa y el gobierno, para la ampliación de recursos financieros, la creación de ámbitos de conocimiento del diseño y la inserción en la política nacional de desarrollo.

- De promoción, para consolidar proyectos iniciados; crear un programa nacional de conferencias, una base de datos de casos y asesoría de empresas; promover el diseño nacional en ferias internacionales; concursos de diseño en el país, e iniciativas destinadas a la sustentabilidad.

- De educación, para incorporar la cultura del diseño en otros cursos y facultades, estimular proyectos de investigación y de extensión, mejorar la calidad de la enseñanza, elaborar un nuevo modelo educativo, brindar soporte e información, realizar diagnósticos e investigaciones sectoriales, fortalecer las redes de centros y núcleos del diseño.

Durante el último año se han realizado eventos dirigidos a empresarios y diseñadores que divulgan la importancia y los beneficios del uso del diseño en diferentes sectores industriales, con el fin de promover el debate y discutir la mejor manera de integrar la profesión a la industria en una relación productiva, lo que puede resultar en bienes de consumo con mayor innovación y competitividad en el mercado. También fue presentado un proyecto de ley que prevé la regulación de los diseñadores profesionales.

En Brasil la copia del producto europeo es una fórmula agotada, dando pie a la generación de productos propios que reflejan la diversidad, riqueza y cultura del país. Para descifrar el diseño brasileño se debe comprender el contexto cultural en el que el producto se ha creado. Este país tiene una cultura "de hacer" -industrial o artesanal, técnica o intuitiva- estrechamente vinculada a los valores y expresiones artísticas locales.

Las principales áreas del DI que los despachos y empresas abarcan son: envase y embalaje, muebles, puntos de venta, electrónica, equipos médicos, joyería, productos hospitalarios, equipos eléctricos e industriales, artículos para el hogar, iluminación, electrodomésticos, maquinaria industrial y mobiliario de oficina.

El objetivo del diseño brasileño es satisfacer las necesidades humanas desde un punto de vista económico, social, cultural y ambientalmente responsable, alentando el uso de materiales renovables con certificados para su manejo, evitando la depredación del ambiente y optimizando los recursos. Además, existe un crecimiento potencial en el uso de plásticos orgánicos biodegradables.

Se apoya la capacidad productiva de comunidades donde se comercializa y trabaja el diseño en el área de la artesanía y cultura. Se promueve el intercambio de información y el pensamiento creativo mediante la multidisciplinariedad de profesionales con experiencia y el *know-how* traduciendo las necesidades en productos con diferentes plataformas de tecnología.

El gobierno brasileño también trabaja en la Política de Desarrollo Productivo (PDP), la cual da énfasis a sectores con potencial para aumentar las exportaciones y prioridad a las industrias de alto valor agregado, principalmente el sector de maquinaria y equipos para la atención médica y dental, la industria de camiones, remolques y calzado.

Los sucesivos modelos económicos en Chile permitieron poca innovación, debido a la dependencia tecnológica de los mercados extranjeros y al pequeño mercado interno derivado de la desigualdad social. El diseño local se fabricó con modelos preexistentes o extranjeros, con algunos casos exitosos de adaptaciones o rediseño tanto en las etapas de la Unión Popular como durante la dictadura y la Concertación.

En los años 90 comienza la difusión del DI desde universidades y empresas privadas, como concursos, exposiciones y experimentos de alianzas académico-empresariales.

El país se ha dado a notar en los últimos años por el éxito internacional de ciertos productos diseñados por chilenos, ya sea para la producción o por obtener reconocimiento en concursos y muestras.

La instrucción del DI en Chile es la más antigua en LA. Actualmente se ofrece la carrera en las universidades más prestigiadas del país donde cuenta con un grado desarrollo que incluye posgrados y proyectos de investigación y colaboración con instituciones y empresas nacionales y en el extranjero. Resalta el cometido con la sociedad dentro los planes universitarios.

Dentro de los esfuerzos realizados por los propios profesionales del diseño, destacan el QVID, Asociación Chilena de empresas de Diseño; así como el Centro de Innovación y Diseño "CID", brazo de acción de la iniciativa "Chile País de Diseño", comunidad civil que asocia profesionales de diversas disciplinas. Ambas organizaciones buscan posicionar al diseño como medio de desarrollo empresarial y económico, así como contribuir a su promoción.

El QVID es una organización que representa al diseño profesional así como a las empresas de diseño más importantes del Chile. Representa el único referente y parámetro de calidad nacional, habiendo establecido marcos éticos en la relación entre el gremio, con el consumidor y la sociedad. QVID creó y organiza desde 2005 el "Premio Chile Diseño", distinción que entrega el gremio del diseño nacional a productos y diseñadores. Este premio tiene el fin de promover las disciplinas proyectuales como factor de desarrollo de la cultura e industria nacionales.

"QVID busca posicionar al diseño como un importante factor de desarrollo económico y social e incentivar a los profesionales del área a respetar la veracidad, la legalidad y la honestidad en la práctica profesional."

Por su parte, el CID tiene como propósito dar valor a la oferta de empresas chilenas y latinoamericanas, que quieren posicionarse a través del diseño con nuevos desarrollos y productos. Su visión del diseño es la de una herramienta estratégica de desarrollo. Alianzas estratégicas con profesionales de la mercadotecnia y la gestión buscan hacer de Chile un país capaz de generar productos con valor agregado al mundo: la organización cuenta con algunas de las empresas chilenas de diseño más importantes: Walker Diseño & Asociados, Ideaxxion y Asexma; buscando ampliar de forma constante su cartera de asociados. Su estrategia se orienta a empresas productivas y de servicios.

A pesar de las acciones gubernamentales para el fomento empresarial y de la innovación, aún no existe el Chile un plan nacional de diseño que establezca las directrices y compromisos puntales que permitan generar una estrategia desde los 3 sectores nacionales en juego: gobierno, sociedad y gremio profesional.

A lo largo del siglo XX, mientras que los países de la región experimentaron dictaduras de largo alcance, en Colombia el régimen democrático sólo se interrumpió por cinco años. Este país ha sufrido conflictos con la guerrilla de forma irregular en las últimas cuatro décadas.

Colombia es hoy la quinta economía en tamaño de LA. Autosuficiente en cuanto a la satisfacción de sus necesidades de energía eléctrica, tiene un potencial considerable para exportar energía a los países vecinos. Es productor de gas natural y suple la demanda para consumo interno. Un informe publicado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) señala a Colombia como el país de América del Sur donde más creció la inversión extranjera directa en 2005; aún así es un país muy atrasado en lo que se refiere a logística: las carreteras son muy malas, los puertos son insuficientes, los aeropuertos son obsoletos. Otro tema es estabilidad en las normas y burocracia: Colombia se ha ido llenando de controles innecesarios, duplicados, inoperantes y contradictorios que asfixian la libertad empresarial.

No obstante su escenario económico, cuenta con un panorama futuro interesante, como consecuencia de la firma de tratados comerciales. Tal es el caso del acuerdo de libre comercio con Estados Unidos y con Chile, así como con algunos países centroamericanos, o bien, el Acuerdo de Complementación Económica con el MERCOSUR vía la CAN.

Para hablar de DI en Colombia es necesario identificar algunos aspectos que evidencian su contexto actual. El primero es la importancia que tiene hoy esta disciplina para las pequeñas, medianas y grandes empresas; el segundo es el nivel de investigación, innovación y profesionalización en el que se encuentran los diseñadores nacionales y, el último, es la manera en que los nuevos diseñadores están siendo orientados por la academia. Al revisar en la práctica estos puntos, puede notarse que el panorama del diseño colombiano tiende a mejorar, pues la industria ha manifestado una mayor preocupación por integrar diseño en los últimos años.

El Congreso de Colombia, mediante la expedición de la ley 157 de 1994 en su artículo 1º, reconoció al DI como una disciplina de nivel profesional universitario y reglamentó su ejercicio.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo crea en 2011 el Programa Nacional de Diseño Industrial para fomentar el uso del DI como conductor de innovación para el empresario en la industria –manufactura– mediante el desarrollo de actividades, proyectos, capacitación e información en esta área.

Los objetivos del programa son:

- Desarrollar las capacidades en los sectores productivos, en los cuales se defina al diseño como instrumento vital para la búsqueda de la productividad y la competitividad en el mercado, mediante el desarrollo de modelos de diseño.

- Desarrollo de una política de diseño, elaborada de manera concertada con el sector empresarial, la cual debe contemplar estrategias viables que permitan mejorar los esquemas productivos de las empresas colombianas, a través de la incorporación de procesos de diseño e innovación como una herramienta de negocios que permita la modernización de su aparato productivo.

- Promover el uso del diseño como conductor de innovación en la industria colombiana mediante el desarrollo de actividades y proyectos de capacitación e información para las MIPYMES en esta área.

Analizar el DI en Cuba resulta complicado ya que desde hace cuatro décadas sufre un bloqueo económico, financiero y comercial por parte de Estados Unidos. Por otro lado, muchas veces se ve al DI como una estrategia utilizada para aumentar las ventas, algo innecesario en una economía comunista. Parecería que el DI, en estas circunstancias, tendería a ser puramente funcionalista, sin embargo se considera al arte como parte integral del diseño.

Es evidente la poca o casi nula existencia de fuentes sobre la historia del DI en Cuba; no obstante, existen productos realizados en la segunda mitad del siglo XIX provenientes de talleres que poseían maquinarias importadas modificadas y satisfacían gustos y necesidades propias.

Luego de la nacionalización de las industrias por el gobierno revolucionario, la necesidad de satisfacer grandes exigencias sociales, la escasez de materias primas, la fuga de especialistas y la mala administración, el poco crecimiento que había logrado el DI decayó.

Desde la última década del siglo pasado hasta hoy, el panorama del DI en Cuba ha sido afectado por las características de su economía, que día a día debe superar la crisis imperante. De esta forma, el DI debe reflexionar sobre sus posibilidades para diseñar nuevos productos para la satisfacción de apremiantes demandas, con una fuerte orientación social y para mejorar la producción industrial y la calidad de vida de sus habitantes.

Anualmente se realiza la Semana del Diseño, un certamen teórico en torno a los avances y aportes de esta disciplina en Cuba y su inserción en el mundo. Se tratan diferentes temas como el diseño y su vinculación con la cultura, la artesanía, el medio ambiente y el hábitat en América Latina y el Caribe.

Dentro de las industrias que existen en Cuba, encontramos: calzado, productos alimenticios, prendas de vestir, equipos de refrigeración, piezas para embarcaciones y varadas de embarcaciones, joyería, plataformas marinas para la producción de petróleo (estructuras metálicas), editorial, herramienta y maquinaria, textiles, equipos y herramientas agrícolas, manufacturas de plástico, cerámica, cervezas, ron, envases de papel, artesanías, electrónica, muebles, luminarias, productos para el

aseo personal, industrial y doméstico, neumáticos, herrajes, equipos industriales, bicicletas, envases metálicos, electrodomésticos, fertilizantes, dispositivos de apoyo para discapacitados, sistemas de riego, papel y cartón, piezas automotrices, equipo médico, equipo y productos para la construcción, juguetes, cueros y pieles.



En los últimos años, el DI hecho en México ha comenzado a despertar interés en diversos ámbitos. Los museos han comenzado a realizar exposiciones sobre el tema, las editoriales se han preocupado por producir títulos adecuados y cada vez se ven más tiendas y proyectos comerciales relacionados con el diseño.

El DI se ha caracterizado por estar compuesto de binomios culturales que oscilan entre lo tradicional y lo moderno, lo artesanal y lo industrial y, finalmente, lo estético y lo funcional. Los diseñadores han decidido emprender carrera por sí solos. Muchos son, al mismo tiempo, empresarios, administradores, vendedores, productores y publirrelacionistas de su propio trabajo. También es cierto que en la última década los diseñadores mexicanos han dejado un poco de lado la discusión del fondo y la forma clásica del diseño y han comenzado a abordar temas políticos, sociales y culturales en sus objetos y colecciones.

El pasado prehispánico, la cultura popular, la religión, el reciclaje, la sustentabilidad e, incluso, la reinterpretación de la tradición son ya parte de la temática de los diseñadores contemporáneos de México.

Luego de dos décadas de reformas estructurales, el país continúa registrando tasas muy bajas de crecimiento, esto se atribuye al rezago tecnológico que enfrenta. En 2008, se habló por primera vez en la Cámara de Diputados sobre la importancia de una "Política Pública de Diseño para México" y los beneficios que traería: la generación de empleos, empresas productivas, una cultura de diseño e innovación y mejor calidad de vida en general.

Crear esta Política Pública de Diseño para México eran los objetivos que se planteaba un comité asesor formado por diseñadores industriales y gráficos de gran renombre, quienes determinaron cinco áreas de oportunidad: Política de diseño, economía y negocios, ciencia y tecnología, educación, cultura e identidad nacional y sustentabilidad.

Nunca la actividad del diseño y sus beneficios fueron plenamente aceptados como algo urgente y necesario para impactar el desarrollo de México así, fue aislada del quehacer productivo, tecnológico y económico.

del país. El manifiesto que apareció publicado el 15 de julio de 2008 en la Red Latinoamericana de Diseño convocaba a participar en la elaboración de una reforma de ley sobre la protección de los derechos de los creadores, diseñadores y derechos de propiedad. En este mismo año fue construida una propuesta de ley de diseño dando pauta a cambios legislativos.

Por unanimidad, el Senado aprobó reformas a la Ley de Ciencia y Tecnología con las cuales se introduce el concepto de innovación con el fin de favorecer el establecimiento de programas y apoyos para incentivar inversiones del sector privado y, a su vez, sentar las bases para que el diseño se constituya como eje fundamental para el desarrollo económico y el impulso industrial, contribuyendo con ciencia, tecnología y innovación.

Aunque estas leyes fueron planteadas hace varios años, sobra decir que se mantienen a nivel de discurso ya que no se han visto reflejadas en el crecimiento de la academia, empresas o industrias.

2.4

panorama
actual
conclusión



La existencia del DI en las sociedades no sólo significa la posibilidad de nuevos y mejores productos o elementos que inciden favorablemente en el acceso a diversos servicios; de igual forma, no solamente implica nuevos procesos productivos o el aprovechamiento de materiales y componentes importantes para el logro de una madurez científico-tecnológica, sino que la existencia del diseño nos refiere a una sociedad de consumidores inteligentes que exigen altos niveles de calidad, de diferenciación y estética en lo que compran; que es selectiva en su consumo y que, en consecuencia, evoluciona constantemente; es el tipo de sociedad a la que Nicola Abagnano se refirió como “sociedad dinámica: innovadora, capaz de relacionarse con otras sociedades sin perder su propia identidad cultural, e incluso influir en ellas”.

Durante la posguerra, en las economías occidentales maduras, la lógica del capitalismo competitivo permitió la consolidación del DI y favoreció el posicionamiento de aquellas empresas que ofrecían productos diversificados, algunos de ellos revolucionarios al incorporar más prestaciones o formas y materiales novedosos a menor costo productivo. En cambio, en las economías periféricas la adopción de éstas y otras actividades como estrategias productivas necesarias para apoyar los procesos de industrialización y la sustitución de productos importados no siempre encontró un eco adecuado entre los responsables de la conducción y organización de la producción.

Como especialización profesional, el DI surgió en Europa durante la segunda mitad del siglo XIX y se formalizó a principios del XX; no sólo acompañó los cambios sociales de las economías industrializadas, sino que también les sirvió de impulso, propiciando una sinergia provechosa que haría la diferencia entre países cuyos fabricantes y productos tendrían gran aceptación y aquellos que solamente llegaban a copiar lo realizado por los primeros, quedando rezagados.

Para que el DI prosperara en estas sociedades, se requirieron tres factores:

1. La existencia de una necesidad de mejores productos fue un fuerte incentivo para impulsar el diseño como una actividad deliberada en la mejora de la apariencia y prestaciones de diversos bienes;

paulatinamente, se perfiló como una herramienta más eficaz para cubrir las necesidades crecientes de consumidores urbanos ávidos de satisfactores nuevos que mejoraran la vida doméstica y social.

Paralelamente, el desarrollo tecnológico se constituyó en un mecanismo de causa y efecto al permitir tanto el aprovechamiento y aplicación de nuevos materiales como el desarrollo de investigaciones aplicadas, con lo que surgieron bienes y satisfactores antes inexistentes; en paralelo, el incentivo del mercado originó la aparición de sistemas productivos innovadores que estandarizaban los procesos de manufactura, permitiendo volúmenes crecientes de fabricación con un alto nivel de calidad constante.

En Inglaterra, Alemania, Italia y Finlandia (entre otros países), donde ya en la década de los veinte el DI era una actividad reconocida, la necesidad social fue esencial y representó un fenómeno mayoritario que favoreció el mantenimiento de un esfuerzo constante para destacar la disciplina.

2. La disponibilidad de recursos sociales (el capital, los materiales y el personal experimentado) fue también un requisito indispensable para la aparición y consolidación de las innovaciones que el diseño propone.

Al surgir como resultado de la competencia al interior de las economías industrializadas, y posteriormente entre ellas, el DI requirió de un entorno empresarial dispuesto a invertir en la mejora permanente de productos (bienes de consumo y de capital). El recurso de capital involucra la existencia de un excedente productivo generalmente a cargo de las empresas y de una organización capaz de orientarse hacia oportunidades en las que el diseñador pueda participar.

Los materiales involucraban la disponibilidad de un volumen apropiado de materias e insumos metalúrgicos, maderables, cerámicos y de otras fuentes que se orientaran en forma eficiente con una importante carga estética dirigida hacia nuevas aplicaciones y productos.

El personal capacitado y experimentado implicó la presencia de recursos humanos capaces de construir nuevos artefactos y entornos, así como

nuevos procesos para fabricarlos. Las sociedades europeas estuvieron comprometidas con los recursos necesarios para sostener la innovación que el diseño significaba.

3. Un ambiente receptivo a las nuevas ideas. En el marco de la Gran Exposición celebrada en Hyde Park en 1851, entre los reformadores británicos y del resto de Europa el diseño para la industria era una preocupación social fundamental, una cuestión de política nacional y de educación que permitía, además de penetrar en los rentables mercados urbanos, aplicar conocimientos científicos e incidir en el desarrollo tecnológico de productos, procesos y materiales, con los consecuentes beneficios. Estas ideas caracterizaron el debate del “diseño para la industria” que tuvo lugar a finales del siglo XIX y principios del XX.

La modernidad que invadía Europa desde la feria de Londres implicó que los grupos sociales influyentes estuvieran conscientes y preparados para considerar al DI seriamente. Si bien tal actitud pudo haberse limitado a sectores específicos (artefactos domésticos o arte decorativo), o expresarse bajo formas más generalizadas, según cada país, lo cierto es que la existencia de grupos socialmente importantes que apoyaron las ideas de los diseñadores fue un factor crucial para el desarrollo del diseño.

Durante los últimos cincuenta años, y tomando en cuenta que para los primeros años del siglo XXI más de tres cuartas partes de la población latinoamericana vivía en conglomerados urbanos (si bien bastante desiguales en razón de las diferencias en la formación de áreas de mercado), los núcleos urbanos fueron considerados como prometedores puntos de venta de productos resultado de un proceso de diseño, por las siguientes razones:

- El proteccionismo industrial vigente por décadas le garantizaba a los empresarios un mercado cautivo que, a pesar de lo que representaba, no había sido suficiente para mejorar las características de los bienes y servicios.

- La sociedad solamente podía acceder a productos de producción local con niveles de calidad relativamente bajos y sólo aquéllos que viajaban al

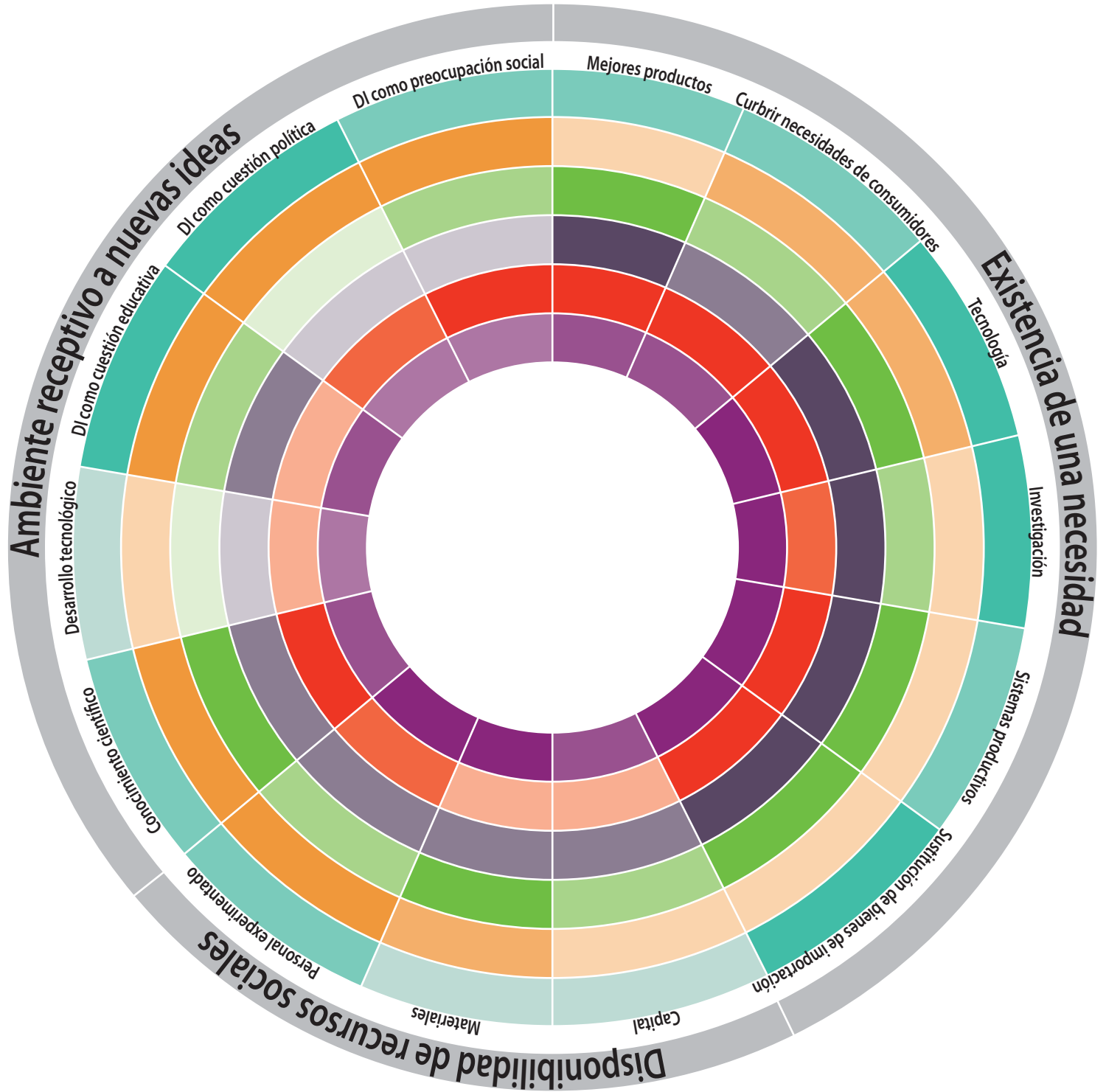
exterior sabían de la existencia de otra realidad productiva que consideraba bienes, a los cuales se podía acceder mediante viajes o por el contrabando.

- Las barreras a la entrada de productos externos generaron baja competencia y condiciones monopólicas que por supuesto no satisfacían a los consumidores.

Considerando estos tres factores, se elaboró la siguiente tabla, en la que cada país se evalúa en función del grado de desarrollo en cada factor, teniendo tres grados: alto, con un valor de 3 puntos; medio con un valor de 2 puntos, y bajo, con valor de 1 punto (representados con escala de colores). En el factor “la existencia de una necesidad”, los valores son negativos. En los factores “disponibilidad de recursos sociales” y “ambiente receptivo a nuevas ideas” los valores son positivos.

Conclusiones

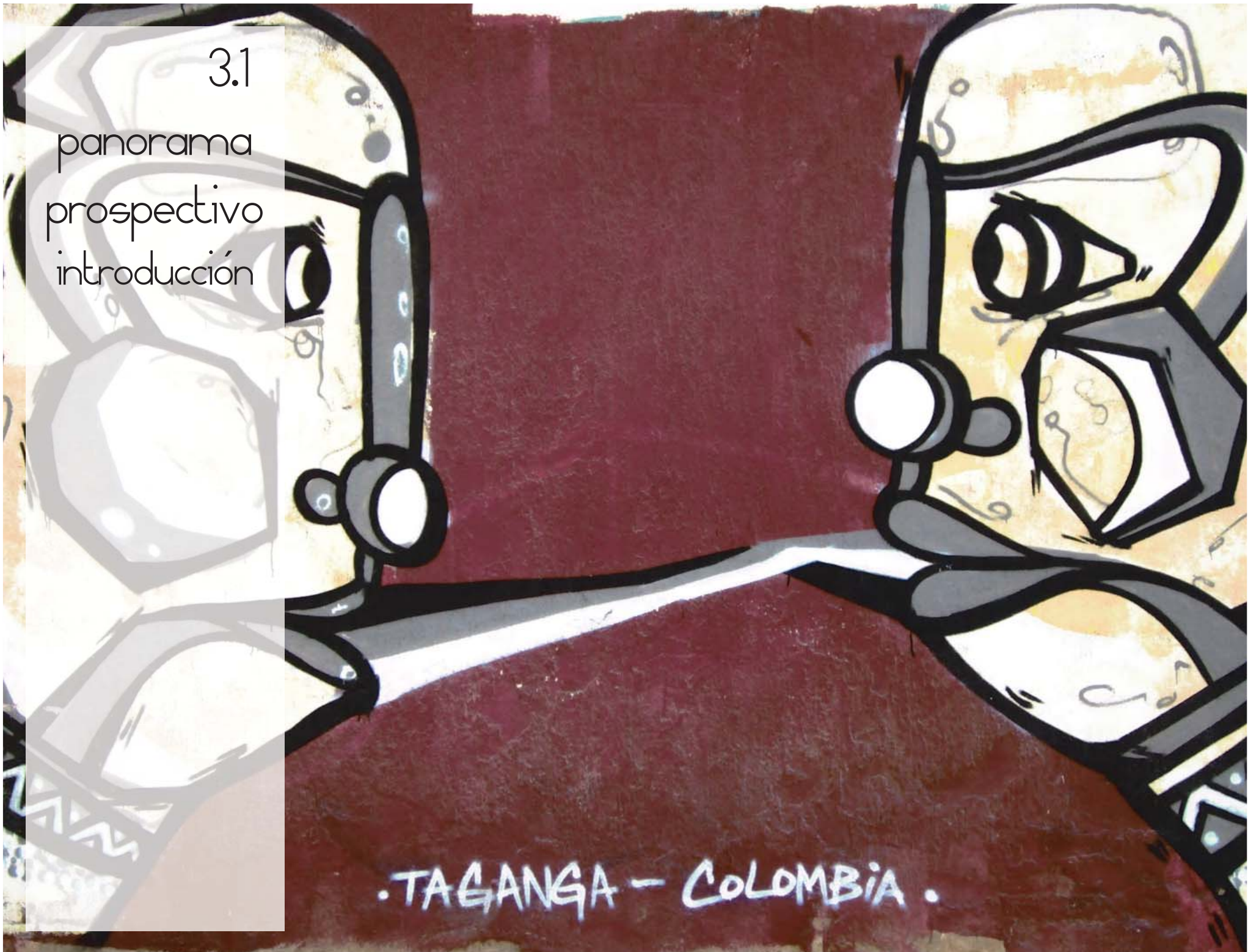
■	■	■	Argentina -15+15=0
■	■	■	Brasil -8+19=11
■	■	■	Chile -16+16=0
■	■	■	Colombia -17+13=-4
■	■	■	Cuba -17+14=-3
■	■	■	México -16+15=-1



3.1

panorama
prospectivo
introducción

.TAGANGA - COLOMBIA.



introducción

1. International Council of Societies of Industrial Design (ICSI): <http://www.icsid.org/about/about/articles31.htm> Traducido del inglés

2. Industrial Design Societies of America (IDSA): <http://www.idsa.org/absolutenm/emplates/?a=89&z=23>. Traducido del inglés.

El Diseño Industrial como actividad

El diseño es una actividad creativa, cuyo objetivo es establecer las cualidades polifacéticas de objetos, procesos, servicios y de sus sistemas en ciclos de vida enteros. Por lo tanto, el diseño es el factor central de la humanización innovadora de tecnologías y un factor crucial del intercambio económico y cultural. Al diseño industrial le conciernen los productos, servicios y sistemas que se conciben a partir de las herramientas y lógica introducidas por la industrialización y no sólo cuando la producción es en serie. El adjetivo "industrial" que sigue al diseño debe ser relacionado con el término industria, o a su significado en el sector de la producción, o a su antiguo significado de "actividad industrial".¹

Los servicios de diseño industrial con frecuencia se prestan en un contexto de relaciones cooperativas de trabajo con otros miembros de un grupo de desarrollo. Los grupos típicos incluyen el área de administración, comercialización, ingeniería y especialistas en fabricación.²

El diseño como actividad ha sido una fuerza motriz en los planes de innovación de varios países y ha sido reconocido como un componente estratégico de las empresas que quieren establecerse en mercados internacionales.

Los países de LA necesitan adoptar un nuevo modo de pensar respecto a su participación en la economía local, regional y global desde la perspectiva del desarrollo comercial del diseño, así como el beneficio económico que deviene de una nueva estrategia, de una iniciativa diferente surgida desde la comunidad de profesionistas que requieren del apoyo del gobierno para su implementación.

La mayor comprensión y uso del DI por las empresas dará a los productos y servicios una ventaja competitiva que se traducirá en la elección del consumidor y que sumará valor al precio de venta. Los beneficios no sólo son para las empresas y los usuarios, puesto que se reflejarán en la producción y generación de riqueza de los países, además de contribuir con la cultura material de la sociedad, elevando los estándares de calidad y el valor de los productos y servicios.

La estrategia debe contemplar la actividad del DI como una herramienta clave, la cual permitirá que las compañías sean competitivas y exitosas tanto en el mercado interno como en mercados internacionales.

Esta estrategia necesita comunicar su objetivo a las empresas y lograr que la industria adopte el diseño como una disciplina que aporta ventajas comerciales. El efecto de este cambio productivo sería el reconocimiento internacional del diseño latinoamericano y, por consiguiente, el beneficio para la profesión. Aquellas empresas que adopten el DI dentro de su estructura organizacional deben ser apoyadas, tanto por el gremio como por las instituciones de gobierno, para que puedan acceder a todos los beneficios del diseño y hacerse camino hacia la competitividad a nivel internacional.

La contribución de los diseñadores industriales al proceso de diseño es invaluable desde un punto de vista de gestión de procesos. Otros profesionales dentro de la estructura en una empresa, incluyendo administradores, investigadores de mercado, ingenieros, y operadores, también desempeñan un papel crítico en el diseño y contribuyen desde su experiencia en las diversas etapas del proceso. La ventaja del diseñador es un conocimiento integral que permite coordinar los esfuerzos de todas las áreas. Las asociaciones creadas por la interacción de varias disciplinas son tan importantes para el diseño como para cualquier otro departamento en una empresa.

El buen desempeño del DI radica en la contratación de profesionales con visión, un proceso de pensamiento creativo e innovador y la habilidad técnica para desarrollar productos y servicios que capturen la atención e imaginación de sus usuarios.

Esta estrategia formalizaría la capacidad del DI, con el fin de implementarlo efectivamente dentro del esquema productivo de las empresas. Al preparar al gobierno, la industria y la academia en una dinámica de colaboración para el desarrollo y la innovación, existirá la infraestructura necesaria para que LA sea verdaderamente competitiva en diseño, ya que los esfuerzos actuales existen y tienen resultados, pero son limitados y no están coordinados.

La influencia del proceso de Diseño Industrial

El diseño es un proceso integral. Es una metodología (o forma de pensar) abierta, que guía la síntesis de la creatividad, la tecnología y las disciplinas científicas y económicas para desarrollar productos, servicios, procesos de fabricación, comunicación y, en general, satisfacción de necesidades que sean originales y tiendan a mejorar.

El propósito y la ventaja del diseño como una estrategia comercial es la creación de productos o servicios que:

- anticipen y satisfagan los requisitos del cliente y, por lo tanto, respondan a una demanda mediante la mejora de las soluciones existentes o el desarrollo de nuevas;
- representen y comuniquen claramente distintos puntos comercializables, los cuales se diferencian sobre las ofertas de la competencia en términos de forma, función, facilidad de uso, nuevas tecnologías y sustentabilidad del medio ambiente; generando una demanda preferencial e, idealmente, optimización de recursos, disminuciones en costos e incremento en el valor y por ende en el precio.
- son capaces de otorgar prestaciones eficientes, coherentes y rentables que garanticen una demanda que se pueda cumplir.

La habilitación de empresas en torno al diseño implica en el uso del mismo para avanzar y comunicar nuevas ideas e innovaciones antes de que sean requeridas por los usuarios, permitiendo que las empresas logren “anticipar el futuro”. Distanciarse del mercado simplemente aumenta la necesidad de ofrecer un elemento de diferenciación, un producto mejor y una historia de marca que atraiga al cliente.

Las oportunidades para exportar propiedad intelectual en vez de la capacidad intelectual, o establecer esquemas de fabricación externa para los mercados de exportación, también son posibilidades de desarrollo por medio de la excelencia en el diseño.

Diseño e innovación

El diseño y la innovación comparten un vínculo muy cercano y la distinción entre ellos a veces no es clara. Los modelos del proceso de

innovación a menudo son los mismos modelos de un proceso efectivo de diseño.

La capacidad de estos procesos le permiten a una organización o empresa coordinar y enfocar las distintas disciplinas que contribuyen al desarrollo de un producto o servicio viable y comercializable. Entonces, son esencialmente metodologías para el desarrollo de bienes que guían un negocio desde la concepción de una idea hasta el éxito en el mercado.

En este contexto, la innovación es vista como una contribución vital para el proceso de diseño. Es el proceso de diseño el que generalmente revela las oportunidades existentes para aplicar la innovación, al definir los desafíos que deben ser abordados; también guía la transformación de la innovación hacia productos y servicios completamente funcionales.

El diseño como actividad puede ser un catalizador de la innovación y también la fuerza que la regula. El diseño vincula la tecnología y la capacidad que tiene una empresa para suplir las necesidades y deseos de los mercados y los consumidores al generar creaciones originales.

Diseño y desarrollo económico

Las economías más competitivas en el mundo han desarrollado políticas para fomentar la integración del diseño en las empresas como un medio para aumentar la competitividad internacional.

Estas políticas tienden hacia un enfoque amplio y cubren objetivos que van desde el establecimiento de centros de investigación y capacitación, hasta la concientización del público y la promoción internacional.

Aunque históricamente varios de estos países tienen establecido un patrimonio cultural de diseño que los hace estar fuertemente capacitados en esta actividad, todos buscan fortalecerla o establecerla en otros sectores industriales como una estrategia para aumentar la innovación de forma constante; en LA este patrimonio aún está consolidándose.

El objetivo de estas políticas es la optimización de la competitividad interna e internacional, por medio de estrategias para promocionar la

educación y la investigación en diseño, integrándolo en planes más amplios de innovación nacional.

No es coincidencia que los países que han aplicado estas políticas tengan diferentes sectores industriales altamente especializados en los cuales se enfoca la mayoría de los esfuerzos nacionales. Los gobiernos han realizado estudios estratégicos para definir los sectores industriales donde el país puede llegar a ser más competitivo, y se han esforzado para otorgar a estos sectores las facilidades y beneficios necesarias para fomentar su crecimiento. Bajo el enfoque de estas tesis, se comprueba que en los países muestra no se cumplen esta condiciones de manera contundente.

De lo anterior se desprende la importancia de establecer los alcances reales de la planta industrial en cada país, así como un estudio de la pertinencia de nuevos productos y servicios, tal como se plantea en el marco teórico: diseñar desde y para la sociedad atendiendo necesidades básicas, ya que la mayoría de la población en estos países está sometida a una situación económica desfavorable, cuando no de supervivencia. Se necesita atender las necesidades de la población local desde las posibilidades de la industria y en función de las necesidades de la sociedad.

Los países con las economías más competitivas cuentan con políticas nacionales de diseño; éste es el caso de países europeos, Estados Unidos y Japón, entre otros.

3.2

panorama
prospectivo
desarrollo



Las tendencias globales

La economía mundial vive en la actualidad una transición producida por el dinamismo de los flujos de información y el desarrollo del *knowhow*. Las personas y la propiedad intelectual se perfilan como los principales actores económicos: este acontecimiento se conoce como “la economía del conocimiento” y ha sido resultado del rápido desarrollo tecnológico y la globalización.

La economía del conocimiento se apoya en el uso y flujo de cultura, ciencia y tecnología entre todos los sectores productivos; la generación de oportunidades de negocios se concentra en la transformación del saber para generar nuevos productos, procesos y servicios. Así, el conocimiento debe ser generado, desarrollado, aplicado y comercializado dentro de un proceso en el que el diseño participa activamente con la capacidad de generar ideas y transformarlas en bienes.

La apertura de los mercados globales contribuye a la circulación de ideas que aumenta la innovación. Esto exige la participación de diseñadores en cualquier sector productivo. Entonces, la posibilidad del diseño depende de la creación y exploración del conocimiento.

De esta forma, la función y contribución del diseño en la economía creativa se torna factor clave para el desarrollo de cualquier país. Como consecuencia, los programas para estimular la innovación y la creatividad son una de las estrategias esenciales para el desarrollo del DI. Esta situación debería llevar a los países a establecer mecanismos que alienten el uso del diseño en empresas que tradicionalmente no han hecho uso de él.

En 2003 un estudio a cargo del gobierno de Nueva Zelanda comprobó la correlación entre el potencial de competitividad de un país y el uso eficiente del diseño:

En términos económicos, la comprobación más significativa del uso del diseño como una herramienta para llevar al máximo la competitividad internacional, está proporcionada por el Foro Económico Mundial en el Global Competitiveness Report 2001-02. La base de este informe está en los índices que miden una serie de factores para proporcionar una relación del

nivel de competitividad en 75 países.

Un indicativo del uso del diseño es la proporción en la que las marcas se vuelven reconocidas internacionalmente. Los países ubicados dentro de los más competitivos son Finlandia, E.U.A., los Países Bajos, Alemania y Suiza. Aunado a esto, cada uno de estos países suele tener apoyos gubernamentales para sus respectivas industrias.¹

Tradicionalmente, han sido los gobiernos e instituciones nacionales o regionales quienes han desarrollado “iniciativas de diseño” desde el fin del siglo XIX. Hoy la gran mayoría de los países que se destacan como potencias industriales dedican esfuerzos para el fomento de uso del diseño, como se refleja en el índice de competitividad antes mencionado y en el informe de economía creativa 2010 de la ONU, del cual presentamos las tablas respectivas en la sección del marco teórico.

Las estrategias adoptadas varían en cada país de acuerdo con la estructura de su economía, sociedad e industria. Algunos optan por programas aislados con poca repercusión o metas muy concretas; otros desarrollan estudios y políticas institucionales para el diseño, en planos de mayor complejidad. Como puede inferirse, el apoyo por parte del gobierno local determina en gran parte la creación y duración de los programas.

La fuente de recursos necesarios para mantener activas estas iniciativas es fundamental para su aplicación. Para muchos países la promoción de diseño es parte integral de las estrategias de exportación y comercio, ya que promueven la imagen del país internacionalmente y mejoran la competitividad de los productos.

Las iniciativas de fomento al diseño son flexibles y se adaptan a la demanda del momento. Lo que no varía es el compromiso con la idea fundamental de que el diseño es una herramienta competitiva que debe ser explotada por empresas y gobiernos para la mejora de sus negocios y economías.

32

panorama
prospectivo

1. Raulik (2006 : 18)

Medidas a implementar en los campos de desarrollo para el DI

Cualquier acción o programa se debilita si está aislado. No hay iniciativa lo suficientemente fuerte que pueda sustentarse sin apoyo externo o sin la unión con otros servicios. Esto no es diferente para el diseño, principalmente cuando se toma en cuenta que es una actividad multidisciplinaria, con un campo de acción prácticamente ilimitado.

Este hecho se refleja en la implementación de los programas existentes relacionados con el diseño. Es importante reconocer que el programa, por más exhaustivo que sea su plan de alcance, no será capaz de agregar todos los recursos necesarios para atender las demandas de su público, por eso la asociación con otras instituciones, redes de servicios y disciplinas se tornan estratégicas.

Las políticas de diseño conectan las distintas acciones que se implementan, potencializando sus resultados en dirección a objetivos comunes. El desarrollo es la principal razón en el plano de la política. En el ámbito micro, una empresa invertirá en diseño al percibir el potencial de la disciplina para brindarle beneficios al negocio. En el ámbito macro, un país hará la inversión si el diseño puede ayudar al desarrollo sostenible de la nación.

En otro ámbito, también existe la necesidad de esclarecer la función de diversos programas de diseño; comprender su alcance, función y público para profundizar en sus efectos reales. Considerando variados programas establecidos en diversos países dedicados al apoyo del diseño, se pueden establecer tres categorías principales: promoción, educación y soporte.

Promoción

La promoción del diseño está enfocada hacia el público en general, tiene el cometido de acercar a la sociedad a las propuestas de los diseñadores y contribuir a popularizarlas; puede tener funciones específicas como:

- generar interés por el diseño en las empresas locales;
- promover el diseño nacional en el exterior;

- promover la imagen del país utilizando el diseño como identidad;
- educar a la población para que exista una preferencia por productos y servicios de calidad y locales.

Estas iniciativas se pueden desarrollar de diversas formas:

- campañas de promoción de marcas nacionales;
- seminarios y conferencias;
- exposiciones itinerantes;
- participaciones en ferias;
- premios y concursos.

Educación

Dependiendo de la evolución del sector educativo de cada país se pueden aplicar diferentes políticas. A continuación, las acciones que las instituciones académicas deben tomar:

- La creación de programas de integración de nuevos profesionales en la industria.
- Incentivar cursos de posgrado en diseño y la integración de diseño en otros cursos (como administración, mercadotecnia, ingenierías).
- Crear programas de emprendedurismo.
- Aumentar la calidad de la enseñanza.
- Fortalecer la investigación científica en las universidades públicas y privadas y ofrecer las condiciones especiales para su desarrollo.
- Fomentar relaciones entre la industria y la academia, buscando orientar la enseñanza hacia la demanda profesional.
- Brindar el conocimiento necesario para el desarrollo de los sectores productivos nacionales.
- Fomentar en sus planes de estudio la interdisciplinariedad.
- Fomentar y financiar programas de investigación en diseño.
- Crear programas de grado y posgrado que vayan acordes a estas necesidades.
- Invertir en infraestructura para el desarrollo eficiente de las investigaciones y ejecución de los planes de estudio.
- Hacer de conocimiento público la investigación de diseño que se generan dentro de las instituciones educativas, las cuales reflejan la calidad de su enseñanza.
- Mejorar constantemente sus planes de estudio para garantizar que los futuros egresados estén preparados para suplir las necesidades

existentes.

Soporte

Se puede resumir en tres palabras claves: práctica, asesoría e industria. El objetivo principal reside en superar las deficiencias de las empresas, principalmente las pequeñas y medianas, que no poseen recursos humanos y/o financieros para integrar el diseño en sus actividades. Los actores principales de las estrategias de soporte son el gobierno y el sector industrial.

Los programas de apoyo para el diseño deben de brindar asesoría directa, crear puentes entre empresas y diseñadores. Estos programas encuentran un ambiente favorable en países donde el gobierno o instituciones de educación superior están dispuestos a invertir en incentivos para el desarrollo de la industria o de nuevas empresas.

Gobierno

El papel que juega el gobierno es el de dirigir e implementar la estrategia de diseño como una política de soporte para los planes de desarrollo económico y social del país.

La acción del gobierno mediante la implementación de la estrategia como política genera una visión a largo plazo y una continuidad en el tiempo, para una eficaz y eficiente ejecución del mismo.

El gobierno debe asignar las actividades que debe cumplir cada componente en la ejecución de los objetivos de la estrategia, además de gestionar la vinculación de los componentes para que el sistema cumpla las metas de manera estratégica. Es necesaria la participación activa de los demás componentes para que la estrategia no fracase.

Acciones del gobierno :

- Introducir la estrategia dentro de sus planes nacionales.
- Dirigir, administrar y ejecutar la estrategia de diseño en el momento en que se convierte política nacional de desarrollo.
- Aprobar la estrategia de desarrollo y de inversiones públicas que hayan de emprenderse.

•Asegurar que la industria tenga los recursos necesarios para la implementación de las iniciativas estratégicas (infraestructura, financiación, tecnología, etcétera.)

•Establecer las metas a corto, mediano y largo plazos y monitorear el cumplimiento de las mismas.

•Crear incentivos para personas e instituciones que desarrollen y fomenten la ciencia, la tecnología y la cultura.

•Garantizar la protección de la propiedad intelectual de las empresas.

Industria

El papel de la industria es relevante al entender que su participación en el país muestra la etapa de desarrollo en la que este se encuentra; si bien la estrategia busca que LA cambie su patrón de productividad actual, basándose en el desarrollo e innovación de procesos, productos o servicios y de esta forma mejorar el desarrollo económico y social del país.

La industria, como el motor principal de la economía, debe identificar y adoptar el DI como un factor relevante para el aumento de la competitividad. Para esto es importante que la industria establezca dentro de su estructura organizacional la actividad del diseño para el desarrollo e investigación de productos o servicios innovadores con mayor valor agregado.

Acciones de la industria:

•La identificación de los sectores de talla mundial es un punto clave para que las industrias emergentes tengan iniciativas en el desarrollo de estos, dependiendo las necesidades de cada sector.

•La industria, al identificar los beneficios de la actividad del diseño, debe incorporarlo dentro de su estructura, entendiendo que el desarrollo de productos o servicios innovadores se realiza a través de un enfoque interdisciplinario en el que participan en conjunto los demás departamentos de la empresa, como los de mercadotecnia y producción.

•La industria debe identificar oportunidades de mercado para la generación de productos con nuevos valores que puedan competir en el nivel internacional.

•Evitar los monopolios, de esta forma las empresas ubican sus esfuerzos para mejorar su competitividad mediante productos innovadores. La

panorama prospectivo

inexistencia de ésta hace que las empresas no se esfuercen por mejorar sus productos.

- La industria debe invertir en la adquisición de nuevas tecnologías o fomentar la creación y desarrollo de las mismas dentro del contexto nacional, entendiendo que las inversiones en ciencia y tecnología mejoran la productividad y competitividad de la empresa.
- La industria debe operar bajo un compromiso social y respeto al ambiente.
- La industria debe aumentar su productividad, mejorar la calidad de los productos y transformar sus medios productivos para la generación de nuevos productos.

Acciones de la industria sobre el profesional en diseño:

- La industria debe reconocer que las competencias de la actividad del diseño son necesarias en el desarrollo interdisciplinario de productos innovadores con alto valor agregado, y que la actividad del diseño la ejerce el diseñador.
- La industria debe promover e invertir en programas de capacitación para mejorar la calidad del capital humano.
- En la industria se debe crear un ambiente ideal de trabajo al entender que la actividad del diseño es interdisciplinaria.
- La industria debe entender que el desarrollo de productos innovadores aumenta sus niveles de competitividad y genera mayores ingresos.

Análisis por país del cumplimiento de las condicionantes necesarias para el progreso del DI

Para comprobar nuestra hipótesis utilizaremos la gráfica que se presenta en las conclusiones del panorama actual. Partiendo de las condicionantes planteadas por Bunge, se extraen los rubros que definen cada factor.

De acuerdo con su investigación, desarrollada en esta tesis, se establece una ponderación de variables cualitativas a las que pueden asignarse puntajes comparables, reflejando el grado de desarrollo del DI en cada país y que permiten establecer su situación de ventaja o desventaja relativa.

De este análisis se parte para proponer una prospectiva probable para el DI en cada país de la muestra.

Existencia de una necesidad

- Mejores productos
- Cubrir necesidades de consumidores
- Tecnología
- Investigación
- Sistemas productivos
- Sustitución de bienes de importaciones



-15

Disponibilidad de recursos sociales

- Capitales
- Materiales
- Personal experimentado



+4

Ambientes receptivos a nuevas ideas

- Conocimiento científico
- Desarrollo tecnológico
- DI como cuestión educativa
- DI como cuestión política
- DI como preocupación social



+11

0

El DI en Argentina vive una etapa de activación en el contexto de su reconstrucción económica, donde las nuevas generaciones de diseñadores han ocupado el campo profesional de forma independiente, incorporándose a la industria subistente.

En los últimos años, la orientación de las políticas gubernamentales promueve la restauración de la planta productiva nacional. Si el apoyo persiste, se abre un camino promisorio para la reconstrucción de una industria nacional, así como para el desarrollo de la tecnología y bienes de capital necesarios para proveer al mercado interno con productos propios.

Debido a la estrechez económica, el grueso de la población no cuenta con el poder adquisitivo que permita costear DI. La falta de recursos naturales siempre será un factor de dependencia; sin embargo, la ola de profesionales que se ha gestado en los últimos años, y que sigue en ascenso, ubica al diseño en la mira del público en general, asimilándose con facilidad dada la predisposición cultural por las influencias europeas y la demanda de calidad e innovación en el mercado que éstas implican.

A pesar de la falta de inversión en ciencia, se ha consolidado un cuerpo formal de investigadores en Argentina y el atraso tecnológico se explica por la falta de recursos destinados a la investigación aplicada. En este contexto, la importancia del DI se reconoce desde la academia y el gobierno, por lo que la política ha adoptado la disciplina aunque no ha proporcionado los medios para volverla una estrategia efectiva de desarrollo social. Actualmenete se cimentan esfuerzos para fortalecer este sector, así como para renovar la planta industrial nacional.

Tal y como se analiza en este ejercicio, la situación del país es neutra y cuenta con pilares fuertes para una consolidación del DI a mediano plazo, siempre y cuando se siga el fortalecimiento a la inversión, desarrollo científico y tecnológico, así como al emprendedurismo, nicho perfecto para acoger a las nuevas generaciones de profesionales que serán capaces de potenciar el valor de los productos por vías distintas al estilismo.



panorama
prospectivo
argentina



panorama prospectivo brasil

Existencia de una necesidad

- Mejores productos
- Cubrir necesidades de consumidores
- Tecnología
- Investigación
- Sistemas productivos
- Sustitución de bienes de importaciones



Disponibilidad de recursos sociales

- Capitales
- Materiales
- Personal experimentado



Ambientes receptivos a nuevas ideas

- Conocimiento científico
- Desarrollo tecnológico
- DI como cuestión educativa
- DI como cuestión política
- DI como preocupación social



11

Brasil se perfila para ser una nueva potencia económica mundial, gracias a la misión del gobierno por superar su condición de subdesarrollo, iniciada con la llegada a la presidencia de Lula Da Silva.

La necesidad de diseño se ha visto atenuada con el fomento a la producción nacional y las medidas de protección al mercado interno. El mercado brasileño se ha abastecido de bienes intermedios y de capital producidos de forma local en los últimos años.

No obstante la notoria recuperación de la economía brasileña, aún se requieren esfuerzos para consolidar su capacidad tecnológica y terminar su situación de dependencia. Aunque ha sido paulatina, existe una recuperación en el nivel de vida y el poder adquisitivo de la población.

La brecha para salvar la pobreza aún es muy grande dado el tamaño de la población; no obstante, continúan pero si continúan las políticas de desarrollo social: la reorientación del mercado hacia los sectores menos favorecidos no sólo se hace eticamente necesaria, sino que es un medio para generar riqueza, ofreciendo productos que eleven el nivel de vida de la población.

Para consolidar este desarrollo es necesaria la inversión de capital y que se mantengan las políticas de apoyo por parte del gobierno. Afortunadamente, Brasil disfruta de una planta científica y de diseñadores industriales establecida y en crecimiento. El cometido social de la política y la educación ha quedado afirmado, así que sólo falta disponer los recursos necesarios para afianzar la plataforma tecnológica.

La situación de la industria es sana y tiene buenas perspectivas. Habiendo establecido la base de un mercado interno con productos locales con estándares de competencia internacional, el siguiente paso es abrirse hacia los mercados externos con el consecuente crecimiento económico que puede colocar a Brasil entre las naciones desarrolladas.

Existencia de una necesidad

- Mejores productos
- Cubrir necesidades de consumidores
- Tecnología
- Investigación
- Sistemas productivos
- Sustitución de bienes de importaciones



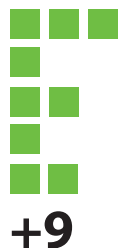
Disponibilidad de recursos sociales

- Capitales
- Materiales
- Personal experimentado



Ambientes receptivos a nuevas ideas

- Conocimiento científico
- Desarrollo tecnológico
- DI como cuestión educativa
- DI como cuestión política
- DI como preocupación social



0

Chile aún presenta una situación desfavorable, ya que no sólo no tiene un alto grado de necesidades insatisfechas sino que tiene un gran rezago en políticas de desarrollo social y de investigación científica y tecnológica.

Las condiciones culturales de Chile son similares a las de Argentina, sin embargo, los resultados para el DI no son tan notorios ya que el apoyo institucional ha sido menos efectivo.

A pesar de ser un país rico en recursos, su vocación extractora y exportadora lo mantienen supeditado a los intereses de la oligarquía chilena y de otras naciones desarrolladas que explotan su riqueza natural, saqueando al país sin dejar una retribución económica que permita invertir en el desarrollo social.

Existe un flujo de capital considerable y la población tiene un nivel relativamente alto de desarrollo humano; no obstante, por las razones antes expresadas, estas variables responden a controles macroeconómicos que no reflejan un progreso real ni un mejoramiento sustancial del nivel de vida de la sociedad en la primer década del siglo XXI.

A pesar de la ausencia de ciencia aplicada, hay un cuerpo bien establecido de investigadores científicos que necesita de recursos para consolidar su desarrollo y encaminar sus investigaciones para obtener resultados prácticos.

Es importante resaltar que existe una base profesional de diseñadores sólida y en crecimiento, dado el auge de las disciplinas proyectuales en la población estudiantil, la cual seguramente será capaz de encontrar rubros de ocupación independiente mientras se refuerza el esquema de apoyo estatal. Es imperante la creación de un plan nacional de diseño.

El camino para Chile se plantea con algunas dificultades que sólo podrán ser subsanadas por una política de gobierno adecuada, de la cual comienzan a verse los primeros resultados y cuyo éxito dependerá de la continuación de los programas de apoyo. Incluso dentro de este panorama, se necesitará de la reconstrucción de la planta industrial para posicionar los productos chilenos dentro del mercado nacional.



panorama
prospectivo
chile

panorama prospectivo colombia

Existencia de una necesidad

- Mejores productos
- Cubrir necesidades de consumidores
- Tecnología
- Investigación
- Sistemas productivos
- Sustitución de bienes de importaciones



Disponibilidad de recursos sociales

- Capitales
- Materiales
- Personal experimentado



Ambientes receptivos a nuevas ideas

- Conocimiento científico
- Desarrollo tecnológico
- DI como cuestión educativa
- DI como cuestión política
- DI como preocupación social



-4

Dentro de las cinco economías capitalistas analizadas, Colombia resulta la más desfavorecida.

Debido a su condición histórica de importación de bienes intermedios y de capital, las necesidades por cubrir aún son muchas, con la desventaja sustancial de nunca haber tenido una plataforma industrial competitiva.

Los recursos sociales en el medio colombiano tienen un nivel de desarrollo medio que hacen favorable la perspectiva para la disciplina desde la base social, contando con capital de inversión, capitales y personal capacitado.

Aunque este país fue pionero en las estrategias de desarrollo para el diseño y su posicionamiento como herramienta de crecimiento económico, el apoyo gubernamental no ha proporcionado el respaldo financiero requerido.

Se requiere la implementación de medidas efectivas para la generación de empresas nacionales y la vinculación institucional entre éstas y la academia.

Mientras no se abran vías para promover el crecimiento de la planta industrial y el emprendedurismo, no se puede vislumbrar la madurez del DI reflejado en productos nacionales y el crecimiento económico derivado de una industria nacional desarrollada.

Existencia de una necesidad

- Mejores productos
- Cubrir necesidades de consumidores
- Tecnología
- Investigación
- Sistemas productivos
- Sustitución de bienes de importaciones



-17

Disponibilidad de recursos sociales

- Capitales
- Materiales
- Personal experimentado



+4

Ambientes receptivos a nuevas ideas

- Conocimiento científico
- Desarrollo tecnológico
- DI como cuestión educativa
- DI como cuestión política
- DI como preocupación social



+10

-3

Cuba tiene la enorme desventaja de sufrir un bloqueo económico desde que se autodeterminó como un Estado socialista, en franca oposición al capitalismo imperialista liderado por Estados Unidos.

Cuando el bloque soviético se dismanteló, el país dejó de percibir el apoyo económico necesario para subsanar el bloqueo, imposibilitando la subsistencia de una planta industrial nacional.

A pesar de los problemas económicos, el plan revolucionario siempre contempló la satisfacción de las necesidades sociales y el mejoramiento en la calidad de vida de la sociedad, destinando sus esfuerzos hacia la formación profesional de un núcleo reducido de personal altamente capacitado en la academia y en la investigación científica.

No obstante las carencias económicas de la población y la falta de recursos naturales, la administración estatal ha logrado hacer de Cuba el país con mayor índice de desarrollo humano en LA, debido a su preocupación por la salud y la educación.

Mientras el sistema financiero mundial mantenga presa la economía cubana no puede plantearse un desarrollo real para el DI; sin embargo, no hay que dejar de lado las oportunidades para los diseñadores industriales cubanos de generar economías en escala, dentro del mercado interno, que permitan una oferta de productos locales orientados a la satisfacción de necesidades básicas.

Si en el panorama mundial se respetara la soberanía cubana, podría vislumbrarse un futuro más que promisorio para este país; siempre y cuando el propio gobierno flexibilice sus controles sobre la población y permita vías de desarrollo económico paralelas a la administración central, la cual ha caído en el autoritarismo dada la necesidad de hacer valer la ideología socialista.



panorama
prospectivo
cuba

Existencia de una necesidad

Mejores productos
Cubrir necesidades de consumidores
Tecnología
Investigación
Sistemas productivos
Sustitución de bienes de importaciones



Disponibilidad de recursos sociales

Capitales
Materiales
Personal experimentado



Ambientes receptivos a nuevas ideas

Conocimiento científico
Desarrollo tecnológico
DI como cuestión educativa
DI como cuestión política
DI como preocupación social



-1

México es uno de los países que presenta un desarrollo notable en el DI por las aspiraciones de consumo de su sociedad, fuertemente influenciadas por el "modo de vida americano"; sin embargo, sufre de un fuerte atraso tecnológico, debido a la falta de interés por parte del gobierno para generar una planta industrial mexicana capaz de abastecer el mercado local y generar una derrama económica hacia el interior.

Esta situación mantiene al país en dependencia tecnológica y finca su economía en la explotación de recursos naturales y en los servicios, dejando salvo excepciones menores, a la maquila y empresas transnacionales como única plataforma industrial.

A pesar de esto, el DI ha encontrado vías de desarrollo en el sector público, aunque de carácter temporal; pero sobretodo en el privado, muchas de las cuales son resultado de iniciativas de emprendedores ocurridas en los últimos años. Se cuenta con un cuerpo de investigadores científicos y tecnólogos altamente especializados pero con un rango de acción excesivamente limitado por la falta de presupuesto.

Aunque se plantearon políticas para el desarrollo del DI dentro de la legislación mexicana, nunca se ha implementando un plan nacional de diseño como tal. Las consecuencias son un lento crecimiento de la disciplina, casi nula apreciación por parte de la sociedad y escaso apoyo por parte del gobierno.

México tiene que replantear sus vías y metas de desarrollo, asimilando las necesidades reales de su población y actuando en consecuencia. Modernizar al sector primario concentrando las ganancias hacia el propio país puede ser la base de una estabilidad que permita el financiamiento público de empresas e industrias. Aunado a esto, se requiere de la inversión prioritaria en ciencia y tecnología.

La tendencia indica que el gobierno seguirá favoreciendo los intereses de grandes capitales privados, tanto nacionales como extranjeros, dejando el campo del DI al emprendedurismo, el autoempleo o la absorción por parte de una empresa consolidada.

1. La investigación realizada nos ha permitido obtener una renovada visión del diseño y la certidumbre de su potencial como una disciplina que, junto con otras actividades creativas e innovadoras, puede convertirse en un detonante económico y social para nuestro país y Latinoamérica.

2. El estudio sobre el concepto de la economía creativa nos ha proporcionado un marco de referencia teórico y metodológico por demás adecuado que favorece el análisis y comprensión de la importancia, impacto y trascendencia de las actividades culturales, entre las cuales el diseño forma parte de esta nueva economía que está surgiendo en el mundo.

3. En la primer década del siglo XXI, la economía creativa se ha definido como la suma de las actividades económicas derivadas de un nivel de educación superior, de la mano de una amplia variedad de profesionales creativos (artistas, arquitectos, diseñadores, profesores universitarios) que trabajan en una gama de áreas, como tecnología, entretenimiento, periodismo, finanzas, manufacturas de alta calidad, moda y artes.

4. Tal como expresa John Howkins en el libro *La Economía Creativa. Cómo las personas hacen dinero con ideas*, las ideas centrales que permean las actividades creativas, innovadoras, especialmente alrededor del diseño, indican que la cuestión principal de nuestra época son las formas y la calidad de los distintos estilos de vida. Mientras luchamos con esto, nos enfrentamos a otras preguntas. ¿Cómo manejamos las ideas y conocimientos, tanto los nuestros como los de otras personas? Las nuevas ideas, no el dinero ni la maquinaria, son la fuente del éxito y de la realización y satisfacción personal en el mundo de hoy.

La economía creativa es el impulso que revitaliza los servicios, el comercio y la industria de la cultura y el entretenimiento. Al hacerlo, está cambiando la forma en que la gente elige dónde quiere vivir, trabajar y aprender; para pensar, inventar y producir. La economía creativa se apoya en una nueva forma de pensar y hacer. Los insumos primarios son el conocimiento aunado al talento individual y las habilidades y destrezas productivas.

5. Estamos convencidos de que el diseño es, esencialmente, una actividad creativa e innovadora que requiere para su desarrollo de tres elementos:

a) Tecnología, no sólo el cómo hacer algo, sino argumentar el porqué hacerlo de una forma determinada, es decir, el conocimiento aplicado hacia soluciones prácticas.

b) Talento, como una habilidad que puede ser adquirida y fortalecida en la etapa de formación universitaria y mediante la práctica.

c) Entorno social favorable, que reconozca y valore la creatividad e innovación expresada en el diseño industrial y la promueva.

6. La ausencia de un esfuerzo y acciones de política pública favorables al diseño es una constante en todos los países analizados, con excepción de Brasil. A pesar de que existen instrumentos de política que reconocen la disciplina como detonante de riqueza cultural e ingresos, los programas y acciones prácticas encaminadas al fomento del diseño están desarticuladas o carecen del apoyo económico necesario.

7. En nuestro país, no existe un gremio exclusivo que englobe a los profesionistas del diseño industrial, los represente y sea interlocutora con quienes toman las decisiones políticas.

8. Se requiere de la promoción de la producción en cadena y las empresas cooperativas. Estas alternativas al esquema neoliberal operante son vetas de desarrollo para las economías en escala y posibilidades para la autogeneración de empleos y capital.

Estas agrupaciones fortalecen su capacidad competitiva, al aumentar la productividad y estimular la formación de nuevos negocios en campos y actividades necesarias para la sociedad; con esto se expande y fortalece el propio conjunto de empresas, así como cada empresa miembro al beneficiarse de capacidades específicas de las demás empresas, dentro un esquema cooperativo, como si fueran propias y sin la necesidad de sacrificar su propia especialización.

9. En el transcurso de la investigación resultó evidente que el conocimiento y la creatividad se están convirtiendo en poderosos

agentes impulsores del crecimiento económico en la globalización. Estos factores tienen profundas implicaciones para el comercio y el desarrollo y, junto a la tecnología, abren un enorme potencial para los países latinoamericanos para desarrollar nuevas áreas de crecimiento económico y formas de riqueza, creando empleos en consonancia con las nuevas tendencias de la economía mundial.

Algo importante a recalcar es la posibilidad que esto representa para cambiar esquemas económicos al interior, sin estar al margen de las tendencias macroeconómicas. La posibilidad de reconstruir economías locales, con la generación de riqueza y derrama económica que implica, tiene una veta de desarrollo particularmente promisorio en la economía creativa.

Para que nuestro país pueda aprovechar esta oportunidad, es necesario formular políticas específicas para mejorar las capacidades creativas y de innovación implícitas en el diseño industrial a través de acciones estratégicas de política pública.

10. Considerando el carácter transversal y multidimensional de la economía creativa y de las relaciones multidisciplinarias que se establecen en el quehacer del diseño industrial, la política de apoyo y promoción en la materia debe considerar una interpretación más amplia que abarque otras áreas de la política económica y social, donde lo más importante es la consideración de la política como un elemento clave de la economía y así pueda aprovecharse el dinamismo de las industrias creativas para la generación de crecimiento en la producción, las exportaciones y el empleo.

11. Además del comercio interno y externo, otras áreas de la política económica y social con vínculos con la economía creativa son el turismo, el desarrollo urbano, los derechos culturales y la diversidad cultural, la educación y formación técnica y profesional, los derechos de autor y la propiedad intelectual; de manera directa o indirecta, todas son áreas de competencia y desarrollo para la aplicación del Diseño Industrial.

12. Se espera que la intervención del gobierno se lleve a cabo para alcanzar niveles básicos de desarrollo económico, que se refieren entre

otros a: la asignación eficiente de los recursos en la economía; que el pleno empleo se alcance; lograr la estabilidad de precios y el equilibrio externo, y que se alcance la distribución equitativa del ingreso y la riqueza. Sabemos de las dificultades que el incumplimiento de estas condiciones implica, pero nuestra misión como profesionales es generar los mecanismos que obliguen al gobierno a atender de lleno estas necesidades y abrazar las posibilidades de emprender proyectos de negocios de manera autogestiva.

En particular y con respecto a la política hacia el apoyo de la economía creativa, la justificación de la participación del sector público se puede describir en varias áreas de intervención:

*El sector cultural en general, y las artes creativas en particular, se consideran como una fuente de beneficios para la comunidad, con la característica de ser bienes públicos no rivales y no excluibles. Un beneficio de gran relevancia pública que de esto se desprende es la cohesión social que se puede esperar con el flujo e intercambio de actividades culturales y la producción creativa dentro de las comunidades.

*Fallas del mercado (competencia imperfecta). Si las industrias se concentran a tal punto que la competencia no es efectiva, la intervención del gobierno puede estar justificada para restaurar las condiciones de competencia. Un caso específico de este panorama, puede surgir en las economías de los países en desarrollo si las corporaciones están en condiciones de monopolizar los mercados locales, coartando la producción local de las expresiones culturales.

*Investigación y desarrollo. La participación del gobierno en la promoción de investigación y desarrollo se justifica por los beneficios que pueden ser obtenidos, así como por el hecho de que el sector público puede estar en una mejor posición que las empresas privadas para asumir el riesgo existente, con la perspectiva de participar en la utilidad de desarrollos exitosos. En el caso de la economía creativa, los gobiernos pueden y deben facilitar las inversiones en investigación y desarrollo.

*La educación y la formación. Los gobiernos tienen responsabilidades puntuales en las áreas de educación, formación, certificación y concesión

de licencias educativas. Avances importantes se han realizado en el mundo en desarrollo hacia el logro de la alfabetización universal y la garantía de acceso a las oportunidades de educación. Los recursos disponibles para programas específicos de capacitación, sin embargo, a menudo son muy limitados. Por el momento, las oportunidades de capacitación y educación relacionadas con las industrias creativas están casi totalmente concentradas en los grandes centros urbanos, sería necesario compensar esta tendencia.

*La exitosa promoción de las industrias creativas. Esto exige que se ofrezcan oportunidades de capacitación dirigidas a diferentes niveles (formal e informal) en habilidades y conocimientos que son indispensables para la participación profesional en las industrias del sector. Esta formación también debe abarcar conocimientos relacionados con la rica tradición cultural que sustenta estas profesiones. También es necesario, para conferir el carácter e importancia correspondientes a estas especialidades, estructurar un programa de certificación y concesión de licencias diseñado específicamente para el sector creativo.

*La identidad y diversidad culturales. Un área que tradicionalmente ha formado parte de la política cultural, en el sentido más amplio (aunque muchas veces se limita a acciones aisladas), ha sido la responsabilidad del gobierno para la vida cultural de la población, reflejada en el conocimiento tradicional y el capital cultural inmaterial de las comunidades. A pesar de que son demostrables los beneficios económicos derivados de áreas como la expresión de la identidad cultural o la protección y celebración de la diversidad cultural, ésta es un área de la política a menudo considerada como intrínsecamente importante por derecho propio. Para nuestros propósitos, es claro que la política en estas áreas debe ser considerada como parte de una estrategia política de producción nacional, que fomenta y apoya la economía creativa.

Reconceptualización del DI

Así como en la ciencia, el diseño es una actitud del hombre frente a las cosas y, consecuentemente, implica una relación particular y especial con los objetos-producto. Es la interacción del sujeto con el objeto a través de una relación emotiva, placentera y particular.

El resultado del trabajo del DI busca contribuir a mejorar la actitud de las personas frente a las cosas y, de esta forma, establecer una relación particular y un vínculo emotivo con ellas. Se trata de una interacción no solamente de búsqueda funcional y estética y ventaja económica, sino frecuentemente gnoseológica, a medida que los objetos muestran una creciente complejidad.

El conocimiento es una meta del progreso, como intención consciente de búsqueda de una base sólida y duradera para futuras elaboraciones y creaciones. La ciencia básica y aplicada comprenden el trabajo creativo llevado a cabo en forma sistemática para incrementar el volumen de conocimientos (incluido el conocimiento del propio hombre, sus sociedades y culturas), así como su uso para derivar en nuevas aplicaciones.

El conocimiento en el DI busca descubrir las causas y razones de ser de un producto, a fin de comprender y resolver de la mejor manera posible su cometido dentro de la realidad cotidiana, atendiendo a la satisfacción de una necesidad particular. Se trata de un conjunto de conocimientos y leyes que rigen y explican la dinámica del uso, producción, ergonomía, estética y aceptación en el mercado del producto.

El desarrollo tecnológico consiste en trabajos sistemáticos basados en la aplicación de los conocimientos existentes derivados de la investigación y/o la experiencia práctica. Este desarrollo se dirige a la producción de nuevos materiales, dispositivos o productos; al establecimiento de nuevos procesos, sistemas y servicios, o a la mejora sustancial de los existentes.

La técnica y la tecnología son algunos de los hechos culturales de mayor impacto en la especie humana. Al ¿cómo hacer algo? (ars o techné) se le

incorporó el ¿porqué hacerlo así? (entender su lógica propia y decidir la mejor forma de aplicarla), lo que permitió cambiar significativamente el resultado: fue así como se produjo la revolución tecnológica.

Todos los productos, como objetos, tienen al menos tres características:

- Disponen de una estructura física y mecánica que les da sustento y les permite desarrollar algún tipo de funcionamiento y, así, ser adecuados para la necesidad que han de satisfacer (valor de uso).
- Cuentan con un referente ergonómico, que facilita su operación y utilización en forma segura, eficiente, cómoda y acorde con las condiciones del entorno en el que han de funcionar y operar.
- Incorporan una carga estética relacionada con la composición, forma, tamaño, color, texturas y acabado general, factor que es influenciado y determinado por infinidad de elementos, entre los que pueden señalarse: la intención deliberada de quien los diseña, los materiales disponibles, las preferencias del mercado, el nivel del desarrollo científico y tecnológico, los usos y las costumbres, la línea de productos similares o de los que forma parte, la competencia, la marca, etcétera.

Cuando se habla de ingeniería de producto, generalmente desarrollada por especialistas en ingeniería, el interés se centra en el logro de la eficiencia física y mecánica del objeto, es decir, en un principio funcional que garantiza que el producto se comporte de manera eficiente en relación con el objetivo (valor de uso) que se espera que cumpla. Para ello, considera criterios preestablecidos de calidad, durabilidad, obsolescencia y desempeño, buscando la mejor solución al menor costo posible. Es conocimiento aplicado a una de las características del objeto.

La tecnología de producto, en cambio, establece los parámetros productivos (materiales y procesos) y configurativos (ergonomía y estética) del producto, en función de la información, análisis y necesidades del consumidor (personas y segmentos de la sociedad). Conocimientos que, en conjunto, ofrecen mayor pertinencia y certidumbre comercial. Son los elementos necesarios para el logro de un objeto-producto bien resuelto y es el diseñador industrial el profesional responsable de tal actividad.

Al considerar a la tecnología de producto como el estudio sistemático

para establecer la forma específica de diseño de un producto, lo que ofrece el diseñador industrial es el conocimiento particular, el “saber cómo” necesario para elaborar un producto concreto.

En líneas generales, el supuesto básico para la iniciación de un desarrollo tecnológico específico es la existencia de un destinatario (cliente) y de un beneficio económico, es decir, el producto tiene como destino un grupo de consumidores en particular.

El nivel de desarrollo tecnológico, por sus características de creatividad, complejidad y requerimientos metodológicos, es comparable al de la investigación científica:

- Cuando alguien (científico o no), aplicando el método científico, desarrolla nuevos conocimientos, está realizando una actividad de investigación científica e, independientemente de su formación académica, asume el papel de científico.
- Cuando alguien (especialista o no) aplica conocimientos existentes para el desarrollo de productos o servicios, está realizando una actividad tecnológica e, independientemente de su formación académica, asume el papel de tecnólogo.

El diseñador industrial es entonces un tecnólogo, que al igual que en otras especialidades, reúne los conocimientos necesarios que lo capacitan para producir la mejor alternativa en la solución de un producto y se especializa en ciertos campos cognitivos y prácticos. Para una concepción integral del DI, habría que agregar el estudio del mercado a los factores, funciones o principios fundamentales del diseño: función (valor de uso), producción (tecnología de proceso e ingeniería de producto), ergonomía (relación objeto-sujeto) y estética (relación psicológica a partir de la forma y la imagen).

5.0

fuentes
documentales



fuentes bibliográficas

- Acha, J. (1996). Aproximaciones a la identidad Latinoamericana. México: Facultad de Arquitectura y Diseño de la UAEM
- Baez, R. (1975). Teorías sobre el subdesarrollo. D.F., México: Editorial Diógenes, S.A.
- Bunge, M. (1993) Ciencia y Desarrollo. Buenos Aires, Argentina : Editorial Siglo XX
- De Moraes, D. (2006) Análise do design brasileiro : entre mimese e mestiçagem. Sao Paulo, Brasil: Edgard Blücher
- Fernández, S. y Bonsiepe, G. (2008). Historia del Diseño en América Latina y el Caribe. Sao Paulo, Brasil: Editora Edgard Blücher
- Fomento Cultural Banamex (2007). Vida y diseño 125 años del diseño en México. México: Advanced Marketinvg
- Leon, E. (2005) Design Brasileiro: quem fez, quem faz. Rio de Janeiro, Brasil: Senac
- López, V. y Lleras, J. (2009) Colombia diseña y proyecta. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana
- Zaid, G. (1979) El progreso improductivo. D.F., México: Editorial Siglo Veintiuno
- Navarrete, E. (2011) Revista emprendedores 127. D.F., México: FCAUNAM
- Navarrete, E. (2011) Revista emprendedores 132. D.F., México: FCAUNAM

- The World Factbook (2011, 9 de febrero), [base de datos]. E.E.U.U.: Central Intelligence Agency. Recuperado el 16 de noviembre de 2010 de <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>
- Organización de las Naciones Unidas (2008). Informe sobre Economía Creativa, [en línea].Ginebra, Suiza. Recuperado el 23 de junio de 2011, de http://unctad.org/es/docs/ditc20082ceroverview_sp.pdf
- Organización de las Naciones Unidas (2010). Reporte sobre Economía Creativa, [en línea].Ginebra, Suiza. Recuperado el 4 de septiembre de 2011, de http://unctad.org/es/docs/ditc20102ceroverview_sp.pdf
- Zavala, S. (2009, septiembre) Guía a la redacción en el estilo APA. Recuperado el 16 de Octubre de 2011, de http://serviciosva.itesm.mx/cvr/formato_apa/guia_apa_6ta.pdf
- Raulik, G. (2006, septiembre) Panorama internacional das políticas de promoção e incentivo ao design. [en línea] Brasil. Recuperado el 27 de octubre de 2011, de http://www.designbrasil.org.br/sites/default/files/arquivos_usuarios/7471/Panorama%20Internacional%20das%20Políticas%20de%20Promocao%20e%20Incentivo%20ao%20Design.pdf
- Historia del diseño de PRODUCTO en Colombia Siglo XX (2004) Referencia electrónica [en línea]. Bogotá, Colombia. Recuperado el 5 de abril de 2011, de <http://www.proyectod.com/finalizacion/historia/3hispro90.html>
- Banco de México (2011) Mercado Cambiario. [en línea]. D.F., México. Recuperado el 17 de abril de 2011, de <http://www.banxico.org.mx/portal-mercado-cambiario/index.html>
- (2007) Revista Proyecto Diseño. Recuperado el 7 de mayo de 2011, de <http://www.proyectod.com/rayosD.php>
- (2005-2012) Design Brasil. Recuperado el 4 de junio de 2011, de <http://www.designbrasil.org.br/>
- (2011) Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado el 20 de junio, de 2011 de <http://www.inegi.org.mx/>
- Centro Metropolitano de Diseño. Recuperado el 3 de mayo de 2011, de <http://cmd.buenosaires.gob.ar/>
- Evolución de la industria nacional argentina. Recuperado el 11 de enero de 2011, de <http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/eco/evoindnalarg-2.htm>
- Centro de Investigación y Desarrollo en Diseño Industrial. Recuperado el 18 de septiembre de 2011, de <http://www.inti.gov.ar/prodiseno/red.html>
- Centro de Investigaciones de Diseño Industrial. Recuperado el 9 de junio de 2010, de <http://cidi.unam.mx/>

- Universidad Iberoamericana. Recuperado el 9 de junio de 2010, de <http://www.uia.mx/web/site/tpl-Nivel2.php?menu=adAspirantes&seccion=LDisindustrial>
- Universidad Autónoma Metropolitana. Recuperado el 9 de junio de 2010, de <http://www.azc.uam.mx/artes/industrial.php>
- Centro de Diseño, Cine y Televisión. Recuperado el 9 de junio de 2010, de <http://centro.edu.mx/articulosw.php?idpublicacion=1324>
- (2011) Tecnológico de Monterrey. Recuperado el 9 de junio de 2010, de <http://www.itesm.edu/wps/wcm/connect/itesm/tecnologico+de+monterrey/carreras+profesionales/areas+de+estudio/disenoy+arte+aplicado/ldi>
- (2011) Centro de Estudios Superiores de Diseño de Monterrey. Recuperado el 9 de junio, de 2010 de <http://www.cedim.edu.mx/>
- (2011) Universidad Autónoma de Nuevo León. Recuperado el 9 de junio de 2010, de <http://www.uanl.mx/oferta/disenoy+arte+aplicado/ldi>
- (2011) Universidad Autónoma de Guadalajara. Recuperado el 9 de junio de 2010, de http://www.uag.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=85&Itemid=31&lang=mx
- Universidad de Buenos Aires. Recuperado el 9 de junio de 2010, de http://www.fadu.uba.ar/academica/car_di.html
- Universidad de Palermo. Recuperado el 9 de junio de 2010, de <http://www.palermo.edu/dyc/disenoy+arte+aplicado/ldi>
- Universidad Nacional de Córdoba. Recuperado el 9 de junio de 2010, de <http://www.faudi.unc.edu.ar/disenoy+arte+aplicado/ldi>
- Universidad Nacional del Mar de Plata. Recuperado el 9 de junio de 2010, de <http://www2.mdp.edu.ar/arquitectura/carreras/disenoy+arte+aplicado/ldi>
- Universidad Nacional de San Juan. Recuperado el 9 de junio de 2010, de http://www.unsj.edu.ar/oferta_educativa_info.php?id_c=3
- Universidad Diego Portales. Recuperado el 9 de junio de 2010, de http://www.udp.cl/facultades_carreras/arquitectura-arte-disenoy+arte+aplicado/ldi
- Universidad Católica de Valparaíso. Recuperado el 9 de junio de 2010, de http://www.ucv.cl/p3_carrera/site/pags/20031223171335.html
- Pontificia Universidad Católica de Chile. Recuperado el 9 de junio de 2010, de <http://diseño.uc.cl/tag/disenoy+arte+aplicado/ldi>
- Universidad del Bio Bio. Recuperado el 9 de junio de 2010, de http://www.ubiobio.cl/web/admision/carreras.php?id_carrera=3
- (2009) Universidad de los Andes. Recuperado el 9 de junio de 2010, de <http://design.uniandes.edu.co/>

- Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado el 9 de junio de 2010, de http://puj-portal.javeriana.edu.co/portal/page/portal/Facultad%20de%20Arquitectura%20y%20Diseno/car_dis_presentacion
- Universidad Jorge Tadeo Lozano. Recuperado el 9 de junio de 2010, de http://www.utadeo.edu.co/programas/pregrados/disenio_industri/index.php
- Universidad Pontificia Bolivariana. Recuperado el 9 de junio de 2010, de http://www.upb.edu.co/portal/page?_pageid=1054,31529586&_dad=portal&_schema=PORTAL
- Universidad Autónoma de Colombia. Recuperado el 9 de junio de 2010, de <http://www.fuac.edu.co/?mod=92>
- Universidad Nacional de Colombia. Recuperado el 9 de junio de 2010, de http://www.unal.edu.co/dirnalpre/programas/d_ind_bo.html
- Instituto Superior de Diseño. Recuperado el 9 de junio de 2010, de <http://www.isdi.co.cu/>
- Escola Superior de Desenho Industrial. Recuperado el 9 de junio de 2010, de <http://www.esdi.uerj.br/>
- Universidade Federal de Rio de Janeiro. Recuperado el 9 de junio de 2010, de <http://www.ufrj.br/>
- Universidade de Sao Paulo. Recuperado el 9 de junio de 2010, de http://www5.usp.br/en/?utm_source=redessociais&utm_medium=blog&utm_campaign=site%2Busp

5.2

fuentes
electrónicas