

IDENTIDAD EN EL DISEÑO INDUSTRIAL CONTEMPORÁNEO DE AMÉRICA LATINA (BRASIL, COLOMBIA Y MÉXICO)

Identity in current Latin-American Industrial Design
(Brazil, Colombia and Mexico)

Recibido: 11/11/2017
Aceptado: 04/01/2018

Serenella A. A. Cherini-Ramírez. Universidad de Los Andes, Venezuela. scherini@ula.ve

Resumen:

A pesar de que América Latina ha intentado fijar su identidad en diversos momentos sin lograr aún una imagen integrada, los productos de reconocidos diseñadores industriales latinoamericanos destacan cada vez más en el mercado internacional. Los caminos para crear identidad en el diseño han sido varios, y a partir del análisis de algunas experiencias en Brasil, Colombia y México, se puntualizan ciertos modos de proceder que han resultado útiles para generar productos que reflejan una fuerte relación entre lo local y lo global.

Palabras clave: Diseño industrial, identidad, cultura, América Latina.

Abstract:

Although Latin America has tried to establish its identity in several moments without achieving a unified image, Industrial design products from prominent Latin-American designers stand out more and more in the international market. The ways to create identity in the field of design have been several, and from the analysis of some experiences in Brazil, Colombia and Mexico, certain ways of proceeding have been pointed out which have resulted useful to generate products that reflect a strong relationship between local and global.

Keywords: Industrial Design, identity, culture, Latin America.

Introducción.

El artículo que se presenta a continuación tiene un basamento social-antropológico sobre la identidad¹, la cultura² y el diseño³. Muestra una aproximación a las relaciones que se tienen entre ellos de manera de comprender los caminos que algunos diseñadores industriales contemporáneos de Brasil, Colombia y México han incursionado para generar productos utilitarios que destacan a nivel mundial por reflejar una identidad del diseño latinoamericano heterogénea creada conscientemente a través del particular ejercicio diario y responsable de esos profesionales creativos.

La curiosidad por el tema nace a raíz de investigaciones realizadas en el área de Historia del diseño, donde se han estudiado distintas dimensiones del diseño industrial contemporáneo mundial, especialmente de América Latina (por ejemplo, concepciones de diseño; trayectorias del diseño industrial en diversos países; biografías y producciones de los diseñadores industriales o estudios de diseño más representativos de cada país). Al enfocar la atención en productos de América Latina, se detectó que principalmente ocurrían dos situaciones:

- a. Algunos productos presentaban configuraciones muy parecidas a objetos europeos y norteamericanos, posiblemente por la aplicación de una estrategia de *mímesis* que quizás buscaba posicionarlos en el mercado internacional (intentando satisfacer los gustos de consumidores de otras latitudes), o también por el hecho de que varios de sus diseñadores han tenido experiencias académicas y/o han sido formados por ejemplo en Europa, siguiendo estilos y tendencias de diseño practicadas allá.
- b. Otros productos, en cambio, mostraban configuraciones novedosas, al asumir posiblemente una estrategia de *diferenciación*, logrando así destacar en el mercado internacional al expresar lo distinto que son del resto.

Se profundizó el análisis del segundo grupo, y en vista de la amplitud de países, diseñadores y producciones, se realizó una búsqueda preliminar vía web para determinar quiénes eran los más reconocidos del *diseño industrial latinoamericano*. Para ello, se indagaron varias vías de promoción del diseño: colecciones permanentes de museos de arte contemporáneo y de diseño; exhibiciones en galerías y espacios alternativos de exposición; artículos y reseñas en revistas de diseño. Luego, se elaboró un listado más limitado de diseñadores, examinándose con detenimiento sus vidas y obras más destacadas a través de sus sitios web personales/comerciales, donde ellos hablan acerca de sus prácticas de diseño, muestran sus productos -explicando muchas veces el proceso de conceptualización detrás de cada uno de ellos- e incluso remiten directamente a artículos que reconocidas revistas de diseño han publicado acerca de sus obras, sus teorías y críticas sobre diseño, y sobre su ejercicio profesional.

En función de la información hallada, se tomó una muestra de objetos del diseño industrial producidos entre 1970 y 2015 en Brasil, Colombia y México, que por su mayor nivel de difusión y reconocimiento internacional han sido considerados por diversos expertos como *distintivos de la región latinoamericana*. Varios tipos de objetos fueron analizados, identificándose una serie de rasgos generales comunes entre ellos. Por otra parte, conocer los modos en que esos diseñadores ejercen su disciplina en sus respectivos países permitió inferir una concepción de diseño industrial que pareciera gestarse desde hace un par de décadas en América Latina, mediante esfuerzos sistemáticos que varios de esos representantes llevan a cabo para mostrar la riqueza natural y cultural de esta región.

1. Aproximación al tema de identidad en América Latina y su vinculación con el campo del diseño.

De acuerdo al sociólogo Manuel Castells (2010), en las últimas décadas han coexistido en el mundo dos procesos interrelacionados: la globalización y la reafirmación de diversas identidades culturales. A la globalización se le suele asociar una homogeneización cultural y, ante el miedo de perder las referencias culturales que definen a las personas, las identidades locales o regionales se avivan. Asimismo, ese autor explica que todo ser humano recurre permanentemente a un sentimiento de pertenencia para darse sentido, experimentando continuamente la necesidad de identificarse y afirmarse ante los otros con lo que considera es suyo. Probablemente en esa interconexión política, económica y cultural que crece día a día a ritmos sin precedentes, la tarea de crear identidad es cada vez más compleja. Por un lado, se dice que *"no hay identidades que resistan en estado puro más de unas horas ante la fuerza de estímulos que provienen de todos los rincones del planeta"* (Hopenhayn citado en Arenas, 1997, p. 3), y por el otro, se evidencia que *"la gente quiere acentuar sus valores locales al mismo tiempo que compartir los estilos y valores globales"* (Arenas, 1997, p. 4), acaso para sentirse vinculados con lo que acontece en el resto del mundo.

Se asume entonces que el diseñador, por ser el principal encargado de dar forma y contenido a los objetos que serán producidos y consumidos (Julier, 2000), incluye en el proceso proyectual *"los materiales de la experiencia personal, y esa experiencia personal tiene una densidad, un espesor histórico, cultural, lingüístico, territorial"* (Castells, 2010, p. 258). En palabras del diseñador industrial Mauricio Sánchez, el objeto puede entenderse *"como un discurso formal que surge para representar determinadas condiciones culturales"* (2005, p. 20). En este sentido, el producto de diseño puede fungir intencionalmente

como un recurso de exteriorización, reflexión y difusión de cultura.

América Latina es una *identidad colectiva*⁴ que supone la existencia de una "igualdad de esencia" creada libremente entre pares para solidarizarse o entenderse entre sí (Altamirano, 2002). Al respecto, se dice que las identidades colectivas o *retóricas holistas* tienden a designar conjuntos *"conceptualizados como otra cosa que la simple suma de sus partes"* (Candau, 2008, p. 26), pudiendo *"remitir a fenómenos que son (al menos aproximadamente) lo que ellas presuponen"* (Candau, 2008, p. 27). Es decir, ellas dan cuenta de una cierta realidad producto de un reagrupamiento de individuos, representaciones, creencias o características reales e imaginarias, que necesariamente no son compartidas por todos los miembros del grupo, ya que su pertinencia es cuestionada continuamente.⁵

América Latina está conformada por diecinueve países que, por estar agrupados bajo esta denominación, se ha presumido que comparten una misma identidad. Ciertamente, la región recibió en principio una unidad –de lengua, de administración, de religión– a través de la Conquista (Waisman, 1995), y al iniciarse la segunda mitad del siglo XX, sus países habían experimentado profundas transformaciones políticas, artísticas y sociales, contando *"con siglo y medio de independencia política, con estados nacionales consolidados y junto con ello, sus economías se estaban desarrollando y funcionaban bajo los principios del capitalismo"* (Castañeda y Morales, 2011, p. 3).

Sin embargo, se trata de un crisol de culturas distintivas e historias y trayectorias de diseño particulares, por lo cual han surgido posiciones contradictorias respecto al tema de identidad en la región. Así, el antropólogo Alejandro Grimson (2011) afirma que la noción de identidad ha pasado por tres momentos en América Latina en función de la ausencia o existencia de autonomía en los modos de pensar e imaginar. Ellos son: (1) Etapa de homogeneidad,

donde las élites gobernantes e intelectuales de los Estados nacionales recién formados en el siglo XIX elaboran un relato cultural que postulaba que cada país tenía una cultura y una identidad propias, evadiendo las 'alteridades internas' -elementos de origen indígena, europeo, africano y mezcla entre ellos- "*que no adoptaban, siempre y para todo, los valores productivistas como único criterio de constitución e ilusión comunitaria*" (Grimson, 2011, p. 245). Así, se intentaba unificar simbólicamente bajo la noción de "criollo", al tiempo que las mayorías heterogéneas resistían los procesos insipientes de modernización y proponían alternativas basadas en sus culturas locales y prácticas diarias (Solórzano-Thompson y Rivera, 2009). (2) Etapa de heterogeneidad, donde las políticas neoliberales se asociaban al multiculturalismo, y con ello, las identidades múltiples, fragmentarias y particulares eran "*útiles al proyecto de deconstruir los Estados como un todo*" (Grimson, 2011, p. 245). (3) La etapa contemporánea del mundo globalizado, que asume un contexto latinoamericano heterogéneo y complejo en transformación y disputas, de evidentes desigualdades, que exige concebir la identidad a partir de *articulaciones de heterogeneidad* dentro de un proyecto de articulación regional.

Aunque son loables los intentos de articular lo global y lo local creando una identidad regional generada por las comunidades para su propio desarrollo y subsistencia en el mundo globalizado (Elizalde, 2007 y Álvarez, 2016), varias investigaciones apuntan que aún no se ha logrado sintetizar una identidad integrada o unitaria de la región, probablemente porque tal unidad no es más que una ilusión (Elizalde, 2007). El crítico latinoamericano Ángel Rama (2004) asegura que esa unidad fundada principalmente en el pasado común de los pueblos latinoamericanos, se desintegra ante la diversidad de sus regiones culturales (áreas con rasgos comunes) visibles tanto en el continente como a nivel interno de cada país. Es entonces notable el hecho de que en la última década,

surgen en el campo del diseño latinoamericano propuestas como el *diseño del sur* por parte de académicos en Colombia (Álvarez y Gutiérrez, 2017), y los espacios de debate sobre el rol del diseño en el contexto latinoamericano partiendo de lo local hacia lo nacional y lo regional, promocionados por la Red de Carreras de Diseño en Universidades Públicas Latinoamericanas (DISUR).⁶

Construir una identidad es un proceso continuo de formación, transformación y conservación basado en el juego de semejanzas y diferencias, con la intención de generar una imagen coherente y armoniosa de uno mismo (De Lucas, 2003). Así, crear una *identidad latinoamericana* -ciertamente parcial y transitoria- implica el desafío de reconocer que se trata de un continente de heterogeneidades y de *procesos de hibridación* cultural (Hopenhayn, entrevistado por Angelcos y Jiménez, 2008 y García Canclini, entrevistado por De la Haba y Santamaría, 2001); un crisol de identidades raciales, étnicas y lingüísticas; de gran biodiversidad, de asimetrías sociales, económicas y políticas, signado por la ambigüedad, la discontinuidad y la fragmentación; una historia plagada por la permanente contradicción y desencuentro entre las ideas y la práctica (Waisman, 1991); donde conviven "*tiempos culturales truncos y mixtos de premodernidad, modernidad y posmodernidad*" conformando varias identidades dentro de sí, varios "*yo profundos*" (Arenas, 1997, p. 10; Waisman, 1991).

Ante este escenario es evidente que, para el caso latinoamericano, utilizar únicamente la historia o en el pasado para generar identidad se torna un recurso limitado (Waisman, 1995), por lo que varios investigadores sugieren otros caminos. Por ejemplo, Víctor González (2009) sugiere combinar un enfoque continental con uno regional donde se conjuguen la unidad y la diversidad como fuerzas siempre actuantes en la cultura latinoamericana. Otros, como Solórzano-Thompson y Rivera (2009) sugieren el

"entendimiento de la identidad latinoamericana a través de su performatividad", de "la performance consciente y estratégica del individuo" (p. 145), donde la identidad "es entendida no como algo esencial, sino como una autonegociación de varias influencias para crear una representación en particular" (p. 144).

Tomando como base esta última postura, es obligatorio determinar los elementos que sirven de sustrato para crear, desde la práctica del diseño, una potencial identidad latinoamericana rica en diversidades, ciertamente ajustada al contexto (tiempo-espacio) específico asumidos en esta investigación.

2. Una mirada breve a la historia del Diseño Industrial en la región.

Examinar detenidamente la historia del diseño industrial de cada uno de los países latinoamericanos escapa a los límites del presente trabajo, sobre todo si se considera que algunas de esas historias están aún en construcción posiblemente porque, entre otras razones, la enseñanza y práctica de esta profesión es de data reciente en Bolivia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú y República Dominicana. Es por ello que la síntesis histórica que se expone a continuación es una suerte de tejido de fragmentos que envuelve las historias localizadas sobre el diseño industrial en Argentina, Brasil, Colombia, Cuba, Chile, Ecuador, México, Uruguay y Venezuela, a partir de los trabajos de Bonsiepe (1985), Salinas (1992 y 2014), Fernández (2006), Samar (2007), Fernández y Bonsiepe (2008) y Álvarez (2011).

Por lo general se asume que durante la primera mitad del siglo XX América Latina gestionaba un consumo de productos utilitarios mayormente desarrollados en otras latitudes. Claudio Véliz (1980) asegura que entre 1930 y 1980 todos los diseños producidos en Latinoamérica eran de origen extranjero y que aún la región

no contaba con un diseño industrial reconocido internacionalmente. Si bien desde la década de 1930 se implementaron programas de cooperación internacional para vincular algunos de los países de la región con países desarrollados, ellos finalmente promovían modelos culturales foráneos bajo sus propias agendas modernizantes (Buitrago y Da Costa, 2014). Simultáneamente, entre 1930 y 1950 algunos países latinoamericanos contaron con cursos de diseño dictados en varios centros culturales, instituciones artísticas y Escuelas de Arte y Arquitectura -sin tener Escuelas de Diseño propiamente dichas- (Álvarez, 2011), junto a la contribución de artistas y diseñadores que evidenciaban su potencial creativo y que creaban, por ejemplo, piezas de mobiliario que se convertirían en íconos del diseño moderno de sus respectivos países. Tal es el caso de los asientos diseñados entre las décadas de 1940 y 1960 por Lina Bo Bardi y Sergio Rodrigues en Brasil y por Jaime Gutiérrez Lega en Colombia, apreciables en la Figura 1.

Fue en la segunda mitad del siglo XX cuando algunas naciones latinoamericanas se sintonzaron con el modelo de sociedad de consumo propio de sociedades industrializadas al adoptar sistemas de producción masiva, medios de comunicación y distribución, nuevas estrategias publicitarias, sistemas de crédito y promovieron la diversificación de sus mercados nacionales (Álvarez, 2011). Los ideales de modernización e industrialización suscitaban en ellas algunos cambios: se comenzó por adoptar el modelo de sustitución de importaciones para establecer sus bases industriales, aunque sin contemplar un desarrollo sustentable. Este modelo "suponía el establecimiento y fortalecimiento de una industria nacional basado en el principio de la copia y el pago de regalías" (Buitrago y Da Costa, 2014: p. 161). Por lo menos hasta las décadas de 1950-1960 se importaron equipos, procesos tecnológicos y técnicos, pero no la ciencia ni la investigación que pululaban en los países desarrollados. Y a



Figura 1. Piezas de mobiliario diseñadas por Lina Bo Bardi (a), Sergio Rodrigues (b) y Jaime Gutiérrez Lega (c).

Fuente: Archivo del autor, 2016.

partir de 1960 varias de estas naciones captaban tecnología con el apoyo de sus respectivos Estados, mediante la transferencia de controles de capitales y una legislación de incentivos (Morón, 1975).⁷

Años más tarde también se promocionaba otro modelo de marcada influencia estadounidense, el de promoción de exportaciones que "exigía la explotación comercial de productos regionales exóticos y/o de productos nacionales producidos industrialmente bajo un cierto lenguaje universal que –en cualquiera de los casos– fueran apetecidos en los mercados internacionales". Este otro modelo buscaba "rastrear manufacturas exóticas en cada país; entrenar a sus productores con la racionalización de la producción y el mercadeo internacional; y sensibilizar instituciones académicas –universitarias en su mayoría– con los asuntos del diseño industrial" (Buitrago y Da Costa, 2014, pp. 161-162).

A partir de los años sesenta, la incipiente industrialización de la región requería de apoyo, precisamente con miras a superar los estados de dependencia y subdesarrollo característicos de países de la Periferia⁸. Se introdujo entonces la disciplina del diseño industrial en algunos países latinoamericanos (Bonsiepe y Cullars, 1991; Salinas, 1992; Fernández, 2006; Hinrichsen, 2008). La Figura 2 muestra la introducción de la disciplina junto a tres de las cinco etapas de periodización propuestas por el dise-

ñador y teórico del diseño Gui Bonsiepe sobre el proceso de desarrollo del diseño industrial en la Periferia. Pareciera que su llamado "*período de gestación del diseño industrial*" no involucra los esfuerzos experimentados por ejemplo durante las décadas de 1930 y 1940 en partes de Argentina (Samar, 2007), o en México y Brasil, países éstos que para 1940 ya contaban con los aportes de diseñadores extranjeros en sus territorios, al tiempo que representantes de otras disciplinas como la arquitectura incurSIONaban en el campo del diseño de productos (Salinas, 2014).

Lo que es innegable es que desde los años sesenta, la enseñanza y la práctica del diseño industrial en países como México, Argentina, Brasil y Chile se beneficiaba de una tutela estatal a distintos niveles (de variada incidencia dependiendo del país en cuestión), además de contar con la colaboración teórico-práctica de algunos profesionales europeos que formaron parte de reconocidas instituciones educativas como la Hochschule für Gestaltung de Ulm: Tomás Maldonado, Gui Bonsiepe, Max Bill, entre otros (Salinas, 1992; Fernández, 2006).

Seguramente la crisis económica, social y política de esos años condicionó el despegue de la nueva profesión: la falta de una infraestructura industrial manufacturera diversificada; la existencia de una industria local débil; la amplia dependencia de importación de bienes;

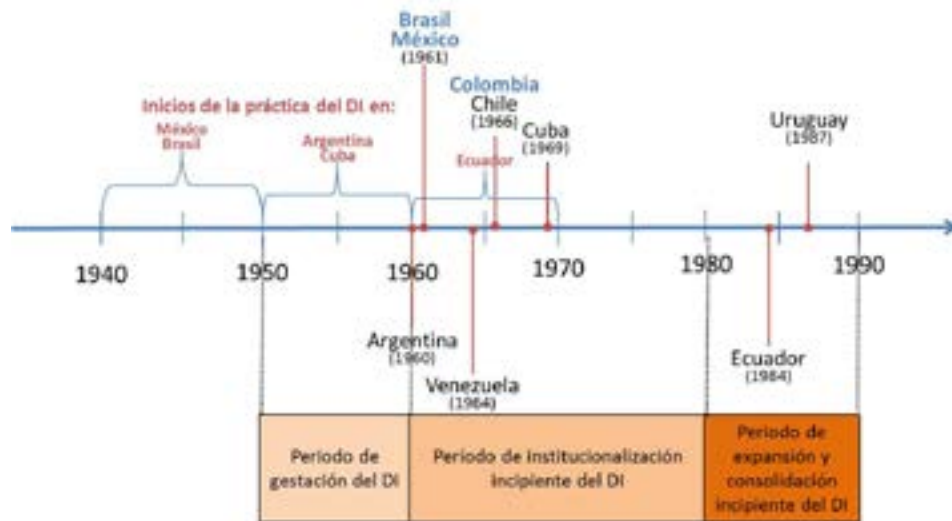


Figura 2. Línea de tiempo donde se muestra la introducción del diseño industrial como disciplina en algunos países de Latinoamérica, acompañada de una parte de la periodización del proceso de desarrollo del diseño industrial en la periferia elaborada por Bonsiepe (1990a)

Fuente: Archivo del autor, 2016.

un permanente rezago tecnológico; una alta dependencia tecnológica⁹; la falta de políticas de diseño de peso para la promoción, control, investigación y enseñanza del diseño; la falta de compromiso con lo propio por parte de muchos industriales y su recelo hacia la innovación, en fin, una gran cantidad de dificultades a nivel de producción, distribución y consumo. De acuerdo a Bonsiepe, tampoco existía realmente una "sensibilidad general para el diseño" (1985, p. 56), y poco a poco surgían otros problemas que obstaculizaban el desarrollo pleno de esta profesión: la debilidad financiera de muchas industrias locales -que frenaba su inversión en diseño-; la interpretación errónea y generalizada de que el diseño está íntimamente asociado al arte, y la gran brecha que se creaba entre el diseño del mundo académico y la realidad industrial de la región (Bonsiepe y Cullars, 1991).

Dentro de este contexto conflictivo y muchas veces contradictorio, la profesión del diseño industrial se abría paso dando prioridad a la industrialización y al desarrollo de la economía de la región (Bonsiepe, 2003; Buitrago y Da Costa, 2014), precisamente porque la transformación de la realidad latinoamericana requería "un cambio profundo en la estructura productiva

para incorporar —en la actividad económica y social— el conocimiento, que es el instrumento fundamental del desarrollo" (Ferrer, 2010, p. 7).

En un reporte de 1973 dirigido al Consejo Internacional de Sociedades de Diseño Industrial -actual Organización Mundial del Diseño-, Gui Bonsiepe proponía el diseño como una vía para el desarrollo de los países latinoamericanos, insistiendo en la práctica de un diseño local o desde la periferia. Pocos años después esta idea tomó fuerza con la creación de la Asociación Latinoamericana de Diseño Industrial (ALADI), donde un grupo de latinoamericanos buscaba configurar su realidad a partir de la relación diseño-tecnología-dependencia. Empero, la realidad muestra que los esfuerzos por parte del sector público y privado no han sido suficientes y la cultura del diseño no ha logrado calar de manera homogénea en todo el continente: sólo algunos países han intentado gradualmente posicionar al diseño dentro de sus culturas y economías (Hinrichsen, 2008), destacándose actualmente Brasil, Argentina, México, Colombia y Chile.

En opinión de Bonsiepe, "el criterio clave tanto para la práctica profesional como para la enseñanza e investigación de diseño en la Periferia, consiste en el aporte a la liberación cultural y tecnológica" (1985, p. 26). Precisamente, el presente trabajo asume la existencia en Latinoamérica de búsquedas de identidad a partir de las dimensiones cultural y tecnológica, más que en términos estilísticos. Bonsiepe indicaba que la identidad en el diseño latinoamericano debía ser creada porque no existía. Para lograrlo sugirió varias vías, entre ellas, gestar diseño desde América Latina conservando conexión con el discurso internacional sobre diseño (ya que aquí no había un discurso de diseño propio); tomando conciencia del rol decisivo del diseño en la economía de un país (conociéndolo como pilar de las actividades tecnológicas y comerciales, por ejemplo, como elemento para aumentar la competitividad en el mercado internacional), pero haciendo la salvedad de que tal identidad se formaría solo cuando el diseño estuviese establecido socialmente en esa región (Bonsiepe, 1990b; Bonsiepe y Cullars, 1991)

Han pasado más de veinte años desde sus propuestas, y el análisis aquí reflejado revela que ya en la segunda década del siglo XXI América Latina cuenta con varios profesionales dedicados al diseño industrial capaces de asumir el control de la producción y comercialización de sus productos y servicios. En sus páginas web ellos exponen al mundo la diversidad de tipologías de productos que crean, los premios que han recibido gracias a sus creaciones, las exposiciones y concursos en los que han participado, e incluso describen las recientes actividades de investigación que llevan a cabo con distintas comunidades. Con ello no solo se percibe su lucha por recalcar su fuerza creativa y aumentar su credibilidad comercial en sus respectivos países, sino que también se aprecia su afán por destacarse en el mercado internacional a través de la producción de objetos que manifiestan, por ejemplo, su respeto y ad-

miración por las culturas híbridas, las técnicas artesanales tradicionales y los recursos naturales propios de sus países, todo ello entrevisto como una posible estrategia para fomentar la exportación y un desarrollo sustentable.

3. Aproximaciones a las vías de construcción de identidad en el Diseño Industrial. Experiencias en Brasil, México y Colombia.

Gui Bonsiepe señala que la identidad está íntimamente asociada al ésto configurar "la cultura de los artefactos materiales y comunicacionales que constituyen el ambiente cotidiano actual" (2007, p. 11). Al mismo tiempo, ese autor propone que en el concepto de identidad se distinguen aspectos culturales, económicos y políticos que parecieran estar reservados a un diseñar cuyos saberes están primeramente al alcance de los profesionales locales.

Hablar de la identidad del diseño latinoamericano no es un tema nuevo. Desde 1990 Bonsiepe observaba que la identidad del diseño industrial de la región se buscaba erróneamente en el pasado, como si fuese algo que ya existía y que debía ser reencontrado y retomado (por ejemplo, revitalizando códigos formales regionales o elementos estilísticos prehispánicos). Sin embargo, si bien el diseño gestado en países como Brasil, Argentina y México tenía como referencia el diseño europeo y estadounidense, desde la década de 1940 sus propuestas estéticas mostraban un fuerte carácter local proporcionado por el uso de una paleta cromática vibrante (Rivas, 2011), la inclusión de materiales locales y de técnicas de fabricación manuales (Salinas, 2014). Surgieron así nuevos vocabularios de diseño y, tanto arquitectos como diseñadores fueron actores dinámicos en la creación de identidades nacionales modernas o estilos particulares que reflejaban los cambios en el clima cultural y las tradiciones materiales locales de sus países de



Figura 3. Diseñadores contemporáneos estudiados de Brasil, Colombia y México.

Fuente: Archivo del autor, 2016.

ejercicio profesional, produciendo piezas que se adaptaban a los gustos y ambientes locales. Y aunque muchos de los diseñadores latinoamericanos estaban familiarizados con los avances internacionales en materia de diseño, sus creaciones se alejaban de ideas que prevalecían hasta entonces, mostrándose a la vez *local* y *global* (ASCOA, 2015).

Probablemente esta situación fue considerada por Bonsiepe (1985) cuando señala que el diseño industrial latinoamericano de los años sesenta y setenta experimentó dos tendencias: un *mimetismo cultural* de influencia externa, que implicó la reproducción y emulación in situ del diseño industrial *central* (lo cual condujo a la pérdida de la propia existencia), y un *desarrollo autóctono* que intentaba establecer un perfil propio partiendo de una realidad particular, a veces idealizado con la fascinación por lo exótico, lo primitivo y lo tropical de la Periferia. Posteriormente, Bonsiepe (2008) resume la identidad del diseño latinoamericano en cuatro aspectos generales:

- a. Una configuración formal y cromática determinada
- b. Un parque de productos diferentes
- c. El uso de materiales locales o clasificados por otros como "exóticos"

d. Una metodología particular de diseño partiendo de una experiencia arraigada en la región o lo local

Como podrá observarse a continuación, esas características generales aún persisten. La investigadora Soren Petersen (2012) piensa que, si bien el diseño latinoamericano aún debe autodefinirse, muchos de los diseñadores de la región experimentan con nuevas combinaciones de formas y materiales junto a sus historias, culturas y tradiciones, creando productos de alto grado de sofisticación, simplicidad y diseño semi-industrial de expresiones dinámicas y muy coloridas.

Partiendo de estos planteamientos, se analizó un total de noventa productos, constituidos por los seis productos más representativos desarrollados por los quince diseñadores de Brasil, Colombia y México que aparecen en la Figura 3. Existen aspectos comunes en la vida profesional de estos diseñadores: se formaron en instituciones reconocidas en sus países y a nivel mundial, y tienen una actividad ligada tanto a la proyectación como a la promoción del diseño industrial a nivel nacional e internacional. Ellos participan en exposiciones, concursos, dictado de conferencias y talleres, y sobresalen como empresarios, mostrando que el diseño industrial puede integrarse y aportar a la economía de sus países.

Por otra parte, el grupo de objetos utilitarios analizados lo conforman una variedad de tipos como asientos, mesas, luminarias, floreros,

herramientas, vajillas, biombos, portalápices, saleros/pimenteros, entre otros (ver Figuras 4, 5 y 6).



Figura 4. Productos del Diseño Industrial contemporáneo de Brasil.

Fuente: Archivo del autor, 2016.



Figura 5. Productos del Diseño Industrial contemporáneo de Colombia.

Fuente: Archivo del autor, 2016.



Figura 6. Productos del Diseño Industrial contemporáneo de México.

Fuente: Archivo del autor, 2016.

De estos objetos se abordaron algunos aspectos configurativos (formas, colores), tecnológicos (materiales, procesos), conceptuales (conceptos o intenciones de diseño que los generaron) y mercadotécnicos (nombre asignado al producto). Ello sirvió para identificar los posibles caminos que esos diseñadores tomaron para definir una identidad al diseño de sus respectivos países, que en conjunto se toma como una voluntad de definir "lo latinoamericano". La información expuesta en la Tabla 1 permite deducir que los caminos para aprehender y definir esa identidad latinoamericana han sido varios. Los diseñadores toman como punto de referencia aspectos como: el apro-

vechamiento de lo que la naturaleza brinda en sus contextos de trabajo (sobre todo la materia prima local), la sensibilidad de ciertas áreas geográficas hacia el uso de colores fuertes, los modos de producción locales o técnicas artesanales tradicionales en ciertas localidades, las peculiaridades de la vivienda periférica urbana (ej. el 'caos' reflejado en el sillón Favela de los hermanos Campana), los modos de convivencia locales y tipologías de objetos tradicionales (ej. las formas de socialización en Monterrey que inspiraron la silla Norestense de Vivanco y el tejido de fibra local), entre otros.

Tabla 1. Resumen de los aspectos analizados sobre los productos del diseño industrial de Brasil, Colombia y México.

Fuente: Archivo del autor, 2016.

Aspectos estudiados de cada producto	Brasil	Colombia	México
Nombres asignados	Palafitas, Batucada, Río, Favitas	Jangadas, Camilá's, Hug, Ovejo, Catmasutra, Solterón	Molcaware, A la mexicana, Piasa
Formas	Variadas (orgánicas, geométricas)	Variadas (orgánicas, geométricas)	Variadas (orgánicas, geométricas)
Colores	Tonos fuertes (variedad de colores) y tonos propios del material	Tonos fuertes (variedad de colores) y tonos propios del material	Tonos fuertes (sobre todo verdes, rojos, azules, amarillos, negro y blanco) y tonos propios del material
Materiales	Maderas, aluminio, acero, bronce, porcelana, vidrio, plásticos, cartón, sintéticos, objetos redy-made	Maderas, plásticos, aluminio, cerámica, metal, vidrio	Maderas, plásticos, mimbre, cerámica, aluminio, peltre, cobre, bronce, fibras vegetales, latón y cuero
Procesos de fabricación	Artesanal / Semi-industrial	Artesanal / Semi-industrial / Industrial	Artesanal / Semi-industrial / Industrial
Concepto	Interpretaciones de aspectos culturales, tradiciones, vida cotidiana; ambiente alegre o caóticos de la ciudad; sustentabilidad	Interpretación de sentimientos humanos	Interpretación de aspectos de la cultura popular, historia, hábitos, sustentabilidad, flexibilidad

Seguidamente, se prestó atención a las prácticas del diseño industrial desarrolladas por los profesionales estudiados, evidenciadas a través de sus producciones textuales y objetuales, lo cual se resume en la Tabla 2. Inspirados en lo local y lo global, hacen uso de diversas tendencias desarrolladas a nivel mundial en conjunto con interpretaciones de aspectos propios de las culturas presentes en sus países, apostando a promover valores para un mejor futuro.

En este sentido, tanto el análisis documental así como el modo en que los distintos recursos se ven plasmados en los productos estudiados dejan inferir que estos diseñadores realizan un análisis previo del contexto en el que diseñan y

para el cual diseñan, precisamente porque están conscientes de que estar en América Latina es encontrarse en “contextos, redes, intersecciones y sedimentaciones divergentes” (Grimson, 2011, p. 250) También se observa que al vincularse con los avances globales en materia de diseño, no los incorporan pasivamente. En concordancia con las teorías de Hopenhayn (entrevistado por Angelcos y Jiménez, 2008), pareciera que estos diseñadores generan un diálogo constructivo a partir del cual re-significan lo que captan del extranjero desde lo que sus contextos brindan y re-significan lo propio de sus contextos a partir de lo que reciben.

Tabla 2. Resumen de las prácticas de Diseño Industrial contemporáneo halladas a partir del estudio de experiencias en Brasil, Colombia y México.

Fuente: Archivo del autor, 2016.

Aspectos observados de la práctica del diseño	Brasil	Colombia	México
Factores involucrados en la creación de los productos	<ul style="list-style-type: none"> - Colaboración de artesanos expertos en distintos oficios - Colaboración de grupos de “catadores” - Preservación del medio ambiente - Influencias del diseño italiano 	<ul style="list-style-type: none"> - Colaboración de artesanos expertos en distintos oficios - Inclusión de procesos tecnológicos de vanguardia - Influencias del diseño italiano y del diseño moderno 	<ul style="list-style-type: none"> - Colaboración de artesanos expertos en distintos oficios - Preservación del medio ambiente
Prácticas / tendencias de diseño más comunes	<ul style="list-style-type: none"> - Ecodiseño - Diseño sustentable - Green design 	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño emocional - Diseño para la experiencia - Diseño sustentable 	<ul style="list-style-type: none"> - Ecodiseño - Diseño sustentable - Diseño participativo
Intenciones del diseñador	Resaltar abundancia de recursos naturales; riqueza cultural; reciclaje; economía, competitividad	Comunicación, sentimiento, humor, competitividad	Resaltar la riqueza cultural y natural; invitación a la reflexión, reciclaje, competitividad

Si se conjuga la información expuesta en ambas Tablas y se observan detenidamente los noventa productos seleccionados (varios de ellos representados en las Figuras 4, 5 y 6), se puede observar que hay varios puntos comunes en el diseño industrial de los representantes de los tres países abordados. Consciente del riesgo de reduccionismo, no se pretende calificarlos de aspectos esenciales representativos de lo latinoamericano, ni mucho menos considerarlos como atributos estables constitutivos de ello. Los puntos que se mencionan a continuación solo son modos concretos que los quince diseñadores estudiados asumieron para crear la identidad del diseño de sus respectivos países durante las últimas dos décadas:

- Aprovechamiento de algunas técnicas tradicionales de cada país de modo de resaltar su arraigo artesanal: una constante fe, orgullo y sentido de pertenencia por los oficios para mantenerlos vivos.
- Una mezcla de artesanía y diseño, fruto de un respeto por la experticia en el oficio manual pero guiado por una planificación previa o función proyectual del producto.
- Preferencia por la realización de piezas únicas y de series de edición limitada –más que la producción masiva–, acentuando la importancia de los detalles (los acabados de calidad, las texturas)
- Diseño de varias tipologías de productos de uso cotidiano (sobre todo piezas de mobiliario) y piezas de carácter decorativo.
- El uso de materia prima local y regional, sobre todo maderas de diversos tipos.
- Un espíritu emprendedor, donde muchos de estos diseñadores tienen sus propios estudios de diseño junto a “laboratorios de diseño” o talleres de producción de sus piezas (no solo proyectación)
- Una marcada labor multidisciplinaria, donde el diálogo directo entre diseñadores y artesa-

nos expertos se enriquece por la observación directa de artefactos, técnicas y conocimientos propios, y el hacer conjunto (teorías y prácticas)

- Un gusto por la experimentación y la innovación ligado a un constante proceso de investigación, explotando al máximo la creatividad.

La cooperación cercana entre diseño y artesanía es evidente, una asociación por lo demás comprensible: a lo largo de sus historias, los tres países abordados han desarrollado una fuerte industria artesanal que sería ilógico no aprovechar. Como indica la investigadora Paola Martínez (2010), *“el intercambio y contacto permanente entre culturas ha generado que en estos territorios la artesanía sea un arte de la diferencia...”* (pp. 20-21). Como afirma el diseñador Fernando Shultz (2008), el objeto artesanal es portador de identidad. Su producción implica oficios heredados de culturas propias tradicionales y el manejo de recursos naturales locales específicos (conocimiento técnico sobre el uso de los recursos del entorno; una fuerte relación con naturaleza y ambiente). Se observa la existencia de colaboraciones entre empresas pequeñas, artistas, diseñadores y artesanos locales que marcan nuevas maneras de crear e innovar, generando productos acordes con tecnologías aún muy vinculadas con la industria artesanal tradicional. La experiencia colombiana demuestra fervientemente la voluntad de integración artesanía-diseño con sus Laboratorios de Diseño, donde el trabajo mancomunado de practicantes de ambos campos busca el mejoramiento e innovación tecnológica, la investigación y el desarrollo de productos (Craft Revival Trust, Artesanías de Colombia S. A. y UNESCO, 2005); la promoción de un Diseño artesanal y el análisis del *factor local*¹⁰ que el diseñador Jorge Montaña (2010) propone para potenciar un diseño participativo y comunitario.

Otro aspecto que llama poderosamente la atención de la práctica de los diseñadores latinoamericanos aquí estudiados es su empeño en preservar el uso de materias primas locales

y el aprovechamiento del conocimiento de expertos en técnicas locales y regionales junto a las innegables oportunidades provenientes del uso de nuevas tecnologías, expresando relaciones entre lo local y lo global. Un intercambio constante que el diseño promueve entre sociedad y contexto. Como indica el diseñador industrial Héctor Esrawe (citado en Guzmán, 2015, s/p) *"el diseño es un proceso vivo de diálogo que relaciona al usuario y su entorno, es la necesidad física y emocional de entender el momento y el contexto, e intuir la evolución del mismo"*. Si se quiere, esa íntima conexión con lo local, esa suerte de entusiasmo por comprender y mantener lo propio/tradicional sin dejar de experimentar con lo nuevo, es un aspecto que ha cobrado importancia en el quehacer de los diseñadores estudiados.

Conclusiones

Conocer los modos en que los diseñadores industriales aquí estudiados ejercen el diseño en sus respectivos países permite concluir que en América Latina esta profesión posee fuertes vínculos con lo local sin desligarse de lo global (por ejemplo, un recurrir consciente e intencional por parte del diseñador hacia ciertas tendencias en el campo del diseño y la tecnología). Para estos diseñadores, la experiencia práctica se vuelve primordial a la hora de generar productos culturalmente coherentes, enriqueciendo su bagaje académico en un constante aprender interdisciplinario.

El análisis de los productos estudiados revela que no existe una identidad homogénea en la región, firmemente establecida o constante. Más bien se percibió una identidad heterogénea, dinámica y flexible que se nutre creativamente de técnicas tradicionales e innovaciones tecnológicas, de referencias conceptuales globales y locales, una identidad que acepta la diversidad. Podría decirse que se invita a repensar el concepto de diseño industrial propio de otras latitudes y el rol que los diseñadores

pueden asumir en el complejo mundo de los países que continúan en vías de desarrollo. Así, ese "ser diferentes" de estas sociedades latinoamericanas ha exigido que la práctica del diseño se vea enriquecida con sus propias tradiciones artesanales, influenciada por las vicisitudes de su día a día y la mirada constante de lo que ocurre afuera, aprovechando todo bajo criterios propios. Se percibe como fundamental esa actitud responsable que han asumido los diseñadores estudiados respecto a las particularidades de sus contextos social, cultural y ambiental, logrando entablar una estrecha e indispensable colaboración entre diseño y artesanía, entre las posibilidades que brinda el contexto y que son conocidos por su gente.

Más que características físicas específicas de los productos latinoamericanos estudiados, interesó apuntar aquello que reflejan conjuntamente las prácticas de diseño de los personajes estudiados, pudiendo así observar productos que recurren a formas tradicionales pero explorando nuevos materiales (plásticos, aluminio), a la vez que diseños que se apegan a: (1) los materiales tradicionales (cerámica, madera, metales, fibras) para generar nuevas formas; (2) técnicas artesanales locales, generando productos originales que conservan rasgos de identidad local; (3) las riquezas de cada contexto, relacionándose con el territorio, con su naturaleza, incluso con sus prácticas sociales.

Al menos esto es lo que se puede concluir de las experiencias estudiadas de Brasil, Colombia y México. Seguramente el análisis de otras experiencias latinoamericanas reforzará o alterará los hallazgos de la presente investigación. Sin embargo, por el momento queda claro que, si bien la historia del Diseño Industrial en esta región es relativamente reciente, su realidad representa un desafío y una maravillosa oportunidad para el desarrollo creativo, donde el intercambio mutuo de saberes y técnicas del campo del diseño y de la artesanía se perfila

como una de las estrategias de mayor incidencia para lograr que la profesión realmente se conecte con su territorio de acción, con su gente, con su historia, con su economía dominante, en fin, con las complejas fortalezas y debilidades que tiene América Latina.

Notas

¹ La identidad refiere a "un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales como costumbres, valores y creencias" (Molano, 2007, p. 73) frecuentemente vinculados a un territorio específico, recreada individual y colectivamente bajo un proceso dinámico de diferenciación en constante formación y transformación (Álvarez, 2016).

² Se entiende por cultura el "conjunto estructurado de maneras de pensar, sentir y obrar más o menos formalizadas, que, aprendidas y compartidas por una pluralidad de personas, sirven, de un modo signico y simbólico a la vez, para constituir a esas personas en una colectividad particular y distinta" (Sánchez, 2005: p. 21)

³ Diseño concebido como una disciplina creativa, innovadora y reflexiva, encargada de configurar el entorno objetual, que consciente de la intencionalidad y responsabilidad de su proceder trabaja interdisciplinariamente para hallar soluciones acordes a los problemas planteados.

⁴ Manuel Castells identifica tres tipos de identidades colectivas: una «legitimadora», otra «de resistencia» y otra que llama «identidad proyecto», esta última articulada "a partir de una autoidentificación, siempre con materiales culturales, históricos, territoriales." (2010, p. 259)

⁵ El etnólogo Joel Candau (2008) propone que el grado de pertinencia de las retóricas holísticas: (1) es proporcional a la frecuencia de repetición de las *representaciones factuales* (relativas a la existencia de ciertos hechos) y de las representaciones semánticas (relativas al sentido atribuido a ciertos hechos); (2) es inversamente proporcional al tamaño del grupo considerado y a su permeabilidad a la duda (ésta última dependiente de factores internos y externos al grupo); y (3) será siempre más alto en presencia de una memoria fuerte [memoria coherente y profunda que se impone a la gran mayoría de los miembros de un grupo, que da estructura a ese grupo y que contribuye a construir su identidad colectiva] que de una memoria débil [tendiente a favorecer una disolución o estallido de identidades] (pp. 39-45)

⁶ Establecida en el año 2007, DISUR se compone de instituciones académicas en Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Paraguay y Uruguay. Hasta el momento se han llevado a cabo cuatro congresos (San Juan en 2014, Buenos Aires en 2015, Rosario en 2016 y Mendoza en 2017) con ejes temáticos que han abordado: Implicar para Aplicar; Diseño para la Construcción de Ciudadanía; Los modelos de desarrollo y estructura socioespacial, objetual y comunicacional implícitos en las carreras de diseño y sus consecuentes formatos de enseñanza y formación; Diseño y cultura; Diseño y empatía con el sujeto del territorio; Diseño y los desafíos de la humanidad en Latinoamérica: ambiente, pobreza, agua, energía, alimento, equidad, inclusión; Diseño e investigación: modelos acordes con las demandas y desafíos de la realidad latinoamericana; Diseño e interdisciplinas. Cf. <http://disur.edu.ar/>

⁷ Hasta aquí surgen algunas inquietudes que podrían servir para futuras investigaciones: si bien América Latina importó tanto la disciplina del diseño industrial, así como la tecnología, las técnicas e incluso el servicio de técnicos o especialistas extranjeros que coadyuvaran al desarrollo productivo de bienes de consumo en la región, ¿qué ocurre con ello una vez en suelo latinoamericano? No puede dejar de pensarse que de una u otra manera no se trató solo de "copiar" sino que todo ello sufrió modificaciones al implantarse en condiciones diferentes de las originarias, como ocurre en los procesos de desculturación o excultura, de aculturación o inculturación, y de transculturación, propuestos por antropólogo Fernando Ortiz (1987)

⁸ Denominación escogida por el economista Raúl Prebisch para marcar aquellas "economías rezagadas desde el punto de vista tecnológico y organizativo, siendo su estructura productiva heterogénea y especializada en productos primarios" (Castañeda y Morales, 2011, p. 2)

⁹ Guillermo Morón indica que, por lo menos hasta 1975, toda la tecnología utilizada en Latinoamérica era importada debido a que la tecnología "es una consecuencia de la investigación, de la ciencia propiamente tal" (1975, p. 216) y hasta ese momento las ciencias estaban en agraz en este continente.

¹⁰ Este *factor local* se refiere al mercado, redes de clientes, vocaciones productivas, entorno socio-económico, clima, geografía, identidad y cultura. (Montaña, 2010, p. 33)

Referencias

- Altamirano, C. (Director) (2002). *Términos críticos de sociología de la cultura*. Buenos Aires. Argentina: Paidós.
- Álvarez, P. (2011). *Diseño Latinoamericano. Presente y pasado. Breve panorámica*. [Documento en línea]. Disponible: http://diseno.uc.cl/wp/wp-content/uploads/2015/05/2011_Alvarez_RD3_Dise%C3%B1o-lat.pdf [Consulta: 2016, Julio 20]
- Americas Society/Council of the Americas (ASCOA) (2015). *Inédita exposición en Nueva York ofrece panorama del diseño moderno en Latinoamérica*. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.as-coa.org/articles/in%C3%A9dita-exposici%C3%B3n-en-nueva-york-ofrece-panorama-del-dise%C3%B1o-moderno-en-latinoam%C3%A9rica-0> [Consulta: 2015, febrero 7]
- Barabas, A. (2014). Multiculturalismo, pluralismo cultural e interculturalidad en el contexto de América Latina: la presencia de los pueblos originarios. *Configurações*, N° 14 [Revista en línea] Disponible: <http://configuracoes.revues.org/2219> [Consulta: 2016, abril 12]
- Bonsiepe, G. (2008). Prefacio. En Fernández, S. y Bonsiepe, G. (Coord.) *Historia del diseño en América Latina y el Caribe. Industrialización y comunicación visual para la autonomía*. Pp. 9-16. Sao Paulo, Brasil: Blucher.
- Bonsiepe, G. (2003). *Peripheral vision: An Interview with Gui Bonsiepe charting a lifetime of commitment to design empowerment*. [Documento en línea]. Disponible: www.guibonsiepe.com/pdf/files/interview2_2003.pdf [Consulta: 2015, Mayo 9]
- Bonsiepe, G. y Cullars, J. (1991). Designing the Future: Perspectives on Industrial and Graphic Design in Latin America. *Design Issues*, volumen 7, número 2, pp. 17-24.
- Bonsiepe, G. (1990a). Developing countries: awareness of design and the peripheral condition. Citado en Er, A. (1997) Development Patterns of Industrial Design in the Third World: A Conceptual Model for Newly Industrialized Countries. *Journal of Design History*, volumen 10, número 3, pp. 293-307.
- Bonsiepe, G. (1990b). Prospects of industrial and graphic design in Latin America, Visual communication about the design. *On architecture and urbanism*, número 4 [Revista en línea] Disponible: <http://tdd.elisava.net/coleccion/4> [Consulta: 2016, junio 2]
- Bonsiepe, G. (1985). *El diseño de la periferia*. Debates y experiencias. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Buitrago, J. y Da Costa, M. (2014). ALADI. Algunas hipótesis sobre su configuración (1980-1995) *Revista Nexus Comunicación* [Revista en línea] Disponible: <http://nexus.univalle.edu.co/index.php/nexus/article/view/2964> [Consulta: 2015, Julio 2]
- Castañeda, M. y Morales, Y. (2011). La teoría desarrollista de Raúl Prebisch y la política de industrialización en América Latina. *Boletín electrónico del Instituto Superior de Relaciones Internacionales Raúl Roa García* [Revista en línea] Disponible: www.isri.cu/publicaciones/articulos/2011/boletin_0511.pdf [Consulta: 2013, marzo 15]
- Comisión Mundial para el Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas (1987). *Nuestro Futuro Común* [Documento en línea]. Disponible: <https://es.scribd.com/doc/105305734/ONU-Informe-Brundtland-Ago-1987-Informe-de-la-Comision-Mundial-sobre-Medio-Ambiente-y-Desarrollo> [Consulta: 2016, junio 2]
- Crul, M. y Diehl, J. (2007). *Diseño para la sostenibilidad. Un enfoque práctico para economías en desarrollo*. Paris, Francia: Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente / Delft University of Technology.
- Fernández, S. (2006). The Origins of Design Education in Latin America: From the hfg in Ulm to Globalization. *Design Issues*, volumen 22, número 1, pp. 3-19.
- Ferrer, A. (2010) Raúl Prebisch y el dilema del desarrollo en el mundo global. *Revista CEPAL*, número 101, pp. 7-15.
- Gabaldón, A. (2013). Estrategias para alcanzar el desarrollo sustentable de un país de economía rentista: Venezuela. En *Programa Regional de Políticas Sociales para América Latina* (SOPLA) El desafío del desarrollo sustentable en América Latina. Pp. 291-311. Rio de Janeiro, Brasil: Konrad-Adenauer-Stiftung.
- Gabaldón, A. (2011). Desarrollo sustentable. La salida para América Latina. *Recensiones Orales*, N° 5. Caracas, Venezuela: Academia Nacional de Ciencias Económicas.
- Gottschalk, J. (2013). Introducción: Forjando el Concepto de Desarrollo Sustentable. En *Programa Regional de Políticas Sociales para América Latina* (SOPLA) El desafío del desarrollo sustentable en América Latina. Pp. 9-15. Rio de Janeiro, Brasil: Konrad-Adenauer-Stiftung.
- Guzmán, D. (2015). Héctor Esrawe. Materia Prima. *Revista EMDI*. [Revista en línea] Disponible: <https://revis-taemdi.com/2015/07/03/hector-esrawe-materia-prim/> [Consulta: 2016, mayo 4]

- Hinrichsen, C. (2008). *The impact of design in South America: emerging vision with global perspective*. International Council of Societies of Industrial Design [Documento en línea]. Disponible: www.icsid.org/feature/current/articles/page14.htm [Consulta: 2010, Enero 13]
- Manzini, E. (2015). *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Manzini, E. (2007). *Design, social innovation and sustainable ways of living. Creative communities and diffused social enterprise in the transition towards a sustainable network society*. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.producao.ufrj.br/design.isds/docs/Ezio-Manzini-DESIGN.ISDS-v.2.pdf> [Consulta: 2015, octubre 7]
- Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, número 7, pp. 69-84.
- Palacios, M. (2011). *Diseño de objetos con identidad cultural*. [Documento en línea]. Disponible: http://www.utm.mx/edi_anteriores/temas44/1ENSAYO_44_3.pdf [Consulta: 2017, Agosto 25]
- Petersen, S. (2012). *The Little-Known Secrets of Latin American Design*. [Documento en línea]. Disponible: http://www.huffingtonpost.com/soren-petersen/the-little-known-secrets-_b_1769071.html [Consulta: 2016, junio 2]
- Rivas, J. (2011). *Modern Decorative Arts and Design, 1900–2000*. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199766581/obo-9780199766581-0053.xml> [Consulta: 2016, junio 3]
- Salinas, O. (1992). *Historia del diseño industrial*. México DF, México: Trillas.
- Sánchez, M. (2005). *Morfogénesis del objeto de uso. La forma como hecho social de convivencia*. 2da edición. Bogotá, Colombia: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Shultz, F. (2008) Diseño y artesanía. En Fernández, S. y Bonsiepe, G. (Coord.) (2008) *Historia del diseño en América Latina y el Caribe. Industrialización y comunicación visual para la autonomía*. Pp. 308-322. Sao Paulo, Brasil: Blucher.
- Véliz, C. (2014) *The Centralist Tradition of Latin America*. New Jersey, EE.UU.: Princeton University Press.