

EL DISEÑADOR Y LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA PARA EL DESARROLLO ENDÓGENO¹

Dra. Ana Aurora Maldonado Reyes

Dra. María de las Mercedes Portilla Luja

Lic en D.I Julio Romero Becerril

RESUMEN

En el último medio siglo la dinámica social, económica, política y la globalización entre otros aspectos han ido transformando el panorama internacional; los medios de comunicación a la par han generado mayores posibilidades de estar comunicados y allegarnos de un sin fin de información ante la globalización; sin embargo, esto a su vez trae consigo también nuevos retos, se han enfatizado algunas problemáticas sociales y se han generado nuevas líneas de especialización e innovación tecnológica, la formación de profesionales que atiendan necesidades concretas acorde a la realidad social y a las demandas del mercado. En este sentido si el gremio de diseño industrial se identificará con la capacidad de ser generador de innovación tecnológica para el desarrollo endógeno, contribuiría a que el numero de patentes aumentará, dado que el producto del diseño industrial es creativo e innovador centrado en el desarrollo de bienes materiales y resolución de necesidades a través de objetos patentables. En este sentido es necesario reflexionar por ello desde un enfoque actual del Desarrollo Social (DS) planteado por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y el PNUD y a su vez plantear cómo es que el diseñador industrial forma parte importante de este escenario a través de su aportación al DS con un enfoque endógeno. Así pues, el objetivo de este trabajo es plantear estas reflexiones alrededor del Desarrollo Social con el enfoque mencionado y su

¹ Dra. Ana Aurora Maldonado Reyes. Doctora en Artes. Universidad Autónoma del Estado de México, eurekaana@gmail.com

Dra. María de las Mercedes Portilla Luja. Doctora en Humanidades. Universidad Autónoma del Estado de México, invposgradofad@gmail.com

Lic en D.I. Julio Romero Becerril. Maestrante de la Universidad Autónoma del Estado de México, jcomerobecerril@gmail.com

vinculación con el diseño y la construcción de la identidad del Diseñador Industrial como profesional que propicia esta innovación tecnológica para contribuir al DS.

Palabras clave: Diseño Industrial, desarrollo endógeno, Innovación tecnológica.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo como concepto es definido desde la economía como la evolución progresiva de una economía hacia mejores niveles de vida (RAE, 2015), si bien la globalización se consolidó gracias al rompimiento de barreras que propiciaron la movilidad del capital, incrementando las exportaciones en el mundo, las inversiones extranjeras provocando una dinámica económica acelerada, a su vez a partir también de la difusión a través de las nuevas tecnologías, sin embargo a la par se siguen observando disparidades ya que las opciones y beneficios están dados en un reducido número de personas, países y/o de grupos hegemónicos.

La diversas manifestaciones y la brecha de desigualdad han motivado a la convocatoria a través de cumbres y foros internacionales, en la búsqueda de aminorar la inestabilidad económica; por ejemplo en las cumbres sociales de 1994 y 1996 se catalogaron a la pobreza, el desempleo y el rompimiento de los tejidos sociales como los retos a los que habría que atender al final, sin embargo; si partimos de los principios y pilares con los que fue creada hace ya más de medio siglo (1945) la Organización de las Naciones Unidas (2015) ésta han considerado “[...] «lograr la cooperación internacional en la solución de los problemas de carácter económico, social, cultural o humanitario y en el desarrollo y estímulo del respeto a los derechos humanos y las libertades fundamentales de todos, sin distinción por motivos de raza, sexo, idioma o religión». Mejorar el bienestar de las personas sigue siendo uno de sus principales objetivos”.

Por lo anterior, se precisa que para este trabajo se retoma el concepto de Desarrollo Social (DS) desde el enfoque actual planteado por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2014) y no a partir de una perspectiva tradicional vinculada con el aspecto de crecimiento económico (bienestar, productividad, e ingresos entre otros) por lo que el desarrollo se observa como una condición necesaria para el fortalecimiento de las capacidades de las personas en sus contextos socioculturales. El desarrollo humano en este sentido busca abarcar más que la expansión de la riqueza y los ingresos. Su objetivo central debe ser el ser humano” (PNUD, 1990; 34).

“[...] un clamor universal se escucha en el mundo, por más que se le quiere ahogar, la exigencia de una sociedad diferente, que reemplace la aidez, la agresión, la competitividad, la obsesión consumista; un mundo en el que podemos auto organizarnos y decidir por nosotros mismos; en donde la visión del otro como competidor u objeto de lucro se sustituya por el de compañero con el que establecemos relaciones solidarias en un esfuerzo común.” (Colomer, 2002 :30)

EL DESARROLLO SOCIAL Y EL DISEÑO

El DS es pues, uno de los pilares básicos de la ONU, con fin el mejoramiento de la vida de las personas, es decir; con un enfoque centrado en las personas y no en los aspectos en torno a económico-culturales (ONU, 2014), por ello; la perspectiva gira en torno no sólo en términos del crecimiento económico sino considerando una concepción holística del desarrollo social a partir de las acciones públicas y privadas, se ha de considerar propuestas que impacten desde las políticas públicas que propicien las condiciones y oportunidades para alcanzar el desarrollo esperado, es necesario considerar que el DS implica su atención desde diferentes dimensiones: política, económica, social, cultural y ambiental; a la par de las dimensiones que implican el desarrollo social, hemos de introducir a la par los objetivos relacionados con el Desarrollo Humano y Desarrollo Endógeno, conceptualizando a éste como una herramienta para fortalecer el capital social, considerando como base las capacidades de los diversos actores desde lo

local; el desarrollo endógeno tiene como fin, el satisfacer las necesidades de una población a partir de una participación activa de los actores que conforman una comunidad local lo cual implica tres dimensiones según Olivares (2008):

[...] en primer lugar la económica, como sistema específico de producción que permite a los empresarios locales usar eficientemente los factores productivos y alcanzar niveles de productividad para ser competitivos; en segundo lugar la dimensión sociocultural, donde los actores económicos y sociales se integran con las instituciones locales, formando un sistema denso de relaciones que incorporan los valores de la sociedad en el proceso de desarrollo y por último la dimensión política, que se instrumenta mediante las iniciativas locales, creando un entorno local que estimula la producción y favorece el desarrollo (Olivares y otros, 2008: 113).

El desarrollo endógeno, ha de reconocer que si bien, la acumulación de capital y los avances tecnológicos contribuyen al crecimiento económico, el enfoque endógeno del desarrollo autosostenido, contribuye al proceso de acumulación de capital, generando economías externas e internas, reduciendo costos en general y propiciando así economías de diversidad y bienestar y mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad local.

Desde esta perspectiva, el diseño industrial tiene amplias posibilidades de contribuir al desarrollo local ya que el diseño tiene como fin configurar objetos, productos y servicios. Aplica principios multidisciplinarios para la creación de propuestas de objetos, productos y servicios. Seleccionar maquinaria y herramienta, así como los materiales y modo de producción más adecuado para la materialización de los objetos o productos acordes con la visión de sustentabilidad; desarrollar proyectos de diseño industrial para resolver las necesidades de la sociedad, evalúa el desarrollo e implantación del proyecto de diseño industrial. De manera que quienes egresan de estas profesiones cuentan con los conocimientos, habilidades y actitudes requeridas para influir en estos procesos de desarrollo social y es que, ante el común

denominador de retomar enfoques del desarrollo desde lo económico y más aún ante la influencia de modelos de producción con una visión desde lo global que busca influenciar de forma estandarizada la producción y consumo de objetos de la cultura material; se deja de lado la exploración de procesos locales que pudieran estar proporcionando elementos que al potenciarse generaran procesos de innovación tecnológica para el desarrollo de comunidades a partir de sus propias aportaciones y de su contexto inmediato por lo que el diseñador ha de adquirir las competencias necesarias que le permitan dirigir los procesos de innovación con una visión endógena, acercarse a las comunidades para comprender de mejor forma las problemáticas que enfrentan y ser mediador entre éstas y las propuestas para aminorarlas de forma más asertiva dando así respuesta a estas necesidades desde lo local.

-INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

En México las políticas para la Innovación y desarrollo los últimos años se han aumentado significativamente en especial en el apoyo al desarrollo tecnológico. Con frecuencia se detectan proyectos cuyo mérito tecnológico parece atractivo pero en los que las personas o instituciones que los van a llevar a cabo no parecen tener toda la experiencia y recursos para poder capitalizar el posible éxito del proyecto así como una visión de proyectos sostenible.

Existe un consenso entre los especialistas respecto a que la Ciencia y la Tecnología es crucial para el crecimiento a largo plazo, Informes como al que se llegó en la conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo CNUCED llamado “informe mundial sobre inversiones 2005” plantea una relación estrecha entre la capacidad de innovación de una economía y su nivel de ingreso per cápita. Para que realmente se vea un resultado deberán considerarse dos elementos: el índice de actividad tecnológica y el índice de capital humano , el primero determinado por las actividades de investigación, el índice de patentes registradas y las

publicaciones científicas, y el índice de capital humano se integra con información sobre la matrícula escolar en sus diferentes grados (Calva, 2007).

La innovación de acuerdo con los criterios del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) está determinada (y de ello depende su existencia) por la explotación -de lo que se ha inventado- tanto en los procesos de fabricación como en el mercado, lograr que estos se adapten mejor a las necesidades del mercado convirtiendo las invenciones en productos, procesos o servicios nuevos o mejorados que el mercado reconozca y valore.

Incrementar el registro de patentes, de modelos de utilidad y de marcas; procurando al inventor no sólo asistencia y apoyo para realizar el trámite; sino también el respaldo de un sistema universitario para administrar la propiedad industrial. Un ejemplo de ello son las políticas que se están tomando en organizaciones como la ODE en donde las políticas para Desarrollo innovación investigación generan nuevas redes de crecimiento.

El desarrollo tecnológico, de manera general, es el aumento y perfeccionamiento de los instrumentos, procedimientos y sistemas de que dispone la sociedad en un momento dado, para ser aplicados en su beneficio y deben ser registrados para su correcta producción y difusión, esto es, introducir en el mercado a las innovaciones exitosas, una de las instituciones que tiene mayor oportunidad de innovar es la universidad, así que es importante que se conozca este procedimiento que además impulsa de manera importante su sustentabilidad.

De acuerdo incluso al Plan General de Desarrollo 2013-2018 del Gobierno de la República en México tiene dentro de sus objetivos la búsqueda de incentivar la innovación tecnológica.: “La premisa es sencilla: para mover a México hay que fomentar los valores cívicos, elevar la calidad

de la enseñanza y promover la ciencia, la tecnología y la innovación. (Gobierno de la República en PND 2013:9).

Otra pieza clave para alcanzar una Sociedad del Conocimiento es la ciencia y la tecnología. En estas áreas México se caracteriza por su bajo nivel de inversión. Lo anterior se refleja, entre otras cosas, en que únicamente el 7.6% de las patentes gestionadas en el país son solicitadas por mexicanos. En contraste, casi la mitad de las patentes en Estados Unidos es solicitada por un estadounidense. Este nivel nos ubica en la posición 72 de 145 países en el índice de la Economía del Conocimiento del Banco Mundial, y da cuenta clara de los grandes retos que se deben enfrentar para transitar hacia una economía que pueda basar su crecimiento en el conocimiento y en la innovación. (Gobierno de la República PND 2013:59-60).

Ilustración 1: Gráfica de inversión en investigación y desarrollo (Gobierno de la República PND 2013: 64).



El Plan Nacional de Desarrollo en México 2013-2018, plantea dentro de sus líneas de acción el impulso para incrementar la productividad de manera regional y sectorialmente, encontramos así que,

Desarrollar los sectores estratégicos del país.

Reactivar una política de fomento económico enfocada en incrementar la productividad de los sectores dinámicos y tradicionales de la economía mexicana, de manera regional y sectorialmente equilibrada.

- Implementar una política de fomento económico que contemple el diseño y desarrollo de agendas sectoriales y regionales, el desarrollo de capital humano innovador, el impulso de sectores estratégicos de alto valor, el desarrollo y la promoción de cadenas de valor en sectores estratégicos y el apoyo a la innovación y el desarrollo tecnológico.
- Articular, bajo una óptica transversal, sectorial y/o regional, el diseño, ejecución y seguimiento de proyectos orientados a fortalecer la competitividad del país, por parte de los tres órdenes de gobierno, iniciativa privada y otros sectores de la sociedad. (Gobierno de la República PND 2013: 139).

PATENTES Y PROPIEDAD INTELECTUAL

Como sabemos existen dos clasificaciones para la propiedad intelectual, la propiedad industrial y la propiedad autoral en este trabajo nos referiremos a la primera la cual se divide a su vez en dos apartados por un lado las creaciones industriales las cuales pueden ser patentes, registros de modelos de utilidad y diseños industriales y por el otro los signos distintivos como marcas avisos nombres comerciales y denominaciones de origen, en este ensayo nos limitaremos a describir el diseño industrial.

De acuerdo con el Instituto Mexicano de la propiedad Industrial (IMPI) “Un registro de diseño industrial es un privilegio que confiere un derecho exclusivo de explotación concedido por el Estado, es decir, por el Gobierno Mexicano a través de la Administración Pública Federal, mediante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial a la persona que realiza un diseño industrial y/o al titular de éste; es decir, al inventor o titular de un diseño industrial.”

Estos derechos benefician la transferencia y desarrollo de tecnología hacia las pequeñas y medianas empresas alentando la innovación e los productos, las mejoras en los procesos de producción; también estimula la mejora en las formas comercialización y de esta forma se refuerza la competitividad y el desarrollo de las empresas. Por otro lado favorece la investigación y el desarrollo en las universidades y en los centros de investigación privados.

El creador en este caso diseñador tiene la oportunidad de ser reconocido tanto creativamente como económicamente esto a su vez promueve la innovación. Los derechos de propiedad industrial son: exclusividad, temporalidad y territorialidad.

- La territorialidad se refiere a que son válidos y surten efectos legales únicamente dentro del territorio nacional.
- Son temporales porque son otorgados y válidos por un tiempo determinado e improrrogable; al caducar, se extinguen los derechos de exclusividad y la creación industrial, en este caso diseño industrial, regresa al dominio público con el consecuente beneficio para la sociedad de disponer y explotar la creación sin autorización ni pago al inventor o titular; los registros de diseños industriales tienen una vigencia de 15 años. La vigencia se empieza a contar desde la fecha en que la solicitud es presentada ante el IMPI y está sujeta a que se conceda el derecho y se mantenga vigente con el pago de anualidades correspondientes. Al finalizar la vigencia del registro, el diseño industrial pasa a dominio público y cualquier persona puede utilizarlo sin necesidad de alguna autorización por el titular de los derechos extintos.
- La exclusividad se refiere al derecho que tienen los inventores o titulares de las creaciones, en este caso, diseños industriales frente a terceros contra el uso no autorizado de su invención. La protección de los derechos de propiedad industrial

únicamente se otorga en el país donde ésta es solicitada y concedida; por lo tanto, si desea la misma protección de los derechos de propiedad industrial en el extranjero, deberá presentar la solicitud en cada país reclamando el derecho de prioridad. (IMPI 2003)

Cualquier país miembro de la Unión de París asume la obligación de “reconocer la existencia de la invención antes de la presentación de la solicitud de registro de diseño industrial” es el derecho de prioridad internacional, el cual se concede al solicitante 6 meses a partir de la fecha de la primera solicitud en el país de origen, sin que afecte la novedad de su diseño industrial. Además de estar protegido por la constitución de los Estados Unidos Mexicanos y dentro de legislación y ordenamientos nacionales que protegen la propiedad industrial como el caso del IMPI.

IDENTIDAD PROFESIONAL (DISEÑO)

La identidad profesional está insertada de acuerdo con Giménez (Giménez, 1992) en las identidades colectiva y responde a la pregunta ¿quién soy? dentro del contexto de las estructuras económicas y sociales, permite generar un grupo positivo de pertenencia y un reconocimiento entre iguales dentro de un grupo específico.

La identidad profesional de acuerdo con Gewerc (2001) se puede ver como una construcción que se compone de un legado generacional modificado por las distintas instituciones y relaciones que inciden en la persona que al tener un rol activo dentro de ella contribuye a su transformación. Así la convivencia dentro de las instituciones, la formación escolar suministran una identidad autoreconocida y apropiada que se extiende a la sociedad fomentando un sentido de presencia a un grupo determinado, además aportando un estatus social que forma parte directamente de una trayectoria laboral relacionada con la profesión. Además la persona se

apropia de una visión y una ideología que producida la institución y su relación con el contexto que la genera.

La identidad profesional, de acuerdo con Prieto (en Santibañez s/f), es un proceso de construcción complejo, dinámico y sostenido en el tiempo que da por resultado la generación de “colectivos críticos” donde a partir de la reflexión conjunta se generan sistemas simbólicos compartidos, representaciones y experiencias sociales colectivas que generan una construcción identitaria común.

Vista la identidad como un proceso complejo de socialización donde sus variables están expuestas a las dinámicas sociales es un procesos errático, mutívoco y fallido ya que muy pocas veces es exitoso ya que los involucrados deberán interiorizar y construir el sentido de sí mismos en torno a esta estructura identitaria, lo cual no es estable en el tiempo dadas las dinámicas de los sujetos inconsistente, cambiante y subjetivo.

Pero independientemente del éxito o fracaso de la construcción identitaria, según Dubar en Gewerc (2001), dispone de dos aspectos: por un lado las “identidades sociales virtuales” que constituyen una designación de la identidad por parte de las instituciones y actores con los que los sujetos mantienen estrecha relación, además se descubren como resultado de un articulación de fuerzas colaboradoras en la legitimación de las estructuras identitarias. Por otro lado, las “identidades sociales reales” caracterizan el proceso de definición de la identidad como una construcción integrada por la formación social y profesional de sujeto.

Estos dos aspectos deberán permitir un equilibrio mediante su articulación para lograr un balance que muestre la facultad de asimilación y apropiación colectiva dentro y fuera del grupo,

igualmente que al interior del mismo sujeto, de lo contrario, la falta de pertenencia en dichas relaciones, conduce a una crisis identitaria.

Mediante los códigos éticos de las profesiones y de los gremios se mantiene una regulación de su comportamiento específico, esto lo convierte en un elemento fundamental para la construcción de una identidad profesional determinada de acuerdo con Giménez Giménez (2005), la dimensión personal de la identidad puede surgir solamente de la participación de instancias colectivas, por lo que el diseñador industrial en su individualidad-colectividad, es decir, en su peculiar y muy propio modo de ejercer su profesión, proviene de una serie de pertenencias colectivas en donde la innovación es una de las principales características de su actividad profesional, sin embargo, como elemento identitario no se ha sumado la posibilidad de que esa innovación se convierta en innovación tecnológica y se identifique con los procesos de registro de patentes y le sea cotidiano llevar a cabo estos procesos como protección de sus productos diseñados. Así es importante conocer cómo podemos motivar este comportamiento a través de una construcción identitaria nueva que incluya este aspecto.

CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD

A partir de una base irrenunciable y grabada en la memoria colectiva se configuran los primeros rasgos “individualizantes” que en los primeros años de vida del individuo, no puede asumir de manera independiente la elección de sus apropiaciones singularizantes, sin embargo, la socialización y la pertenencia a otros grupos, permitirán paulatinamente el ejercicio de la capacidad de elección que permitirá trasladar una individualización más específica y configurando además la identidad como indica mercado:

“Bajo estas premisas, la identidad colectiva en la sociedad moderna ya no resulta de una imposición, sino de una elección por parte de los sujetos; por eso es indispensable revisar cómo

se da el proceso de elección, qué hace que los sujetos se identifiquen más con un grupo que con otro.

La elección tiene que ver —como lo dice la fenomenología social— con las aspiraciones y metas de los sujetos o —en palabras de Habermas— con las oportunidades iguales de participación. Esto nos conduce a plantear que el contexto social general, en donde están inmersos los diferentes grupos, juega un papel relevante en la construcción de la identidad, ya que éste es el que de-termina la posición de los grupos y la representación que los sujetos tienen de éstos; es el contexto social el que influye en los sujetos para que decidan a qué grupo les conviene pertenecer” (Mercado, 2010: 237).

Es así como se conforma un constructo que está bien articulado, y que pareciera volverse rígido, sin embargo se encuentra en constante renovación y cambio de valores en sus variables.

Como señala Mercado:

La pertenencia a varios grupos provoca que los sujetos lleven a cabo un proceso de selección; esto es, del conjunto de rasgos culturales que caracterizan a los grupos, los sujetos van seleccionando los valores, creencias, informaciones, opiniones, actitudes, prácticas y símbolos, con los cuales se definen a sí mismos, explican la realidad y guían sus acciones. (Mercado, 2010: 247).

Luis Villoro plantea una búsqueda de la identidad como la acción de una colectividad desde una necesidad bajo condiciones premeditadas o bien condiciones inconscientes que emanan de una colectividad de manera natural y dinámica.

“Un recurso para empezar a comprender lo que un pueblo entiende por su «identidad» podría ser recordar las variadas situaciones en que su búsqueda se le presenta como necesidad imperiosa. Una primera clase es la de pueblos sometidos a una relación de colonización, dependencia o marginación por otros países. El país dominante otorga al dominado un valor subordinado; construye entonces una imagen desvalorizada del otro. La mirada ajena reduce el

pueblo marginado a la figura que ella le concede. Muchos miembros del pueblo dominado o marginal, que comparten la cultura del dominador y pertenecen por lo general a las elites, no pueden menos que verse a sí mismos como el dominador los mira”. (Villoro, 1998 s.f. 55-56).

Villoro considera que se construye la identidad colectiva al formar la imagen de un grupo o colectividad de modo procedimental, considera dos vías de construcción de identidad, la vía de la singularidad y la vía de la autenticidad.

Vía de la singularidad.

Un grupo se distingue de los demás detectando los rasgos que determinan “lo propio”, lo peculiar e incomparable. Existen rasgos manifestados en los miembros del grupo con los que es posible la ubicación dentro de determinada colectividad. Éstos pueden ser alteraciones físicas específicas y bien intencionadas, tal es el caso de tatuajes, cicatrices, aplicaciones coloridas en la piel, peinados específicos entre otros. También en esta vía caben los gustos, preferencias a través de los cuales un observador ajeno puede definir el origen del observado dentro de una demarcación colectiva.

“Por distintos que sean estos caminos diferentes de la vía de la singularidad, todos responden a una manera análoga de emprender la búsqueda de la identidad. Podemos resumirla en los siguientes rasgos.

1) La identidad se alcanzaría por abstracción, esto es, por exclusión de las notas comunes y detección de las singulares. La imagen en que nos reconocemos se identifica con esas notas particulares.

Entre la singularidad de una cultura y su universalidad es difícil la mediación. La dificultad de conciliar las características peculiares de una cultura con su alcance universal es insoluble, mientras se conciba la identidad cultural como singularidad exclusiva.

2) Si la identidad de un pueblo puede alcanzarse al detectar sus notas peculiares, ese conjunto de notas tenderá a verse como un haber colectivo, transmitido por la educación y la tradición cultural. Lo que constituye el “sí mismo” de un pueblo le está dado, aunque podría estar oculto; a nosotros corresponde descubrirlo”.

3) Las características en que puede reconocerse la identidad de un pueblo permanecerían a través de los cambios. Su presencia se hace patente en el pasado, son parte de una herencia que si bien podemos acrecentar, no podemos derrochar sin negarnos a nosotros mismos. La identidad nos mantiene bajo la voz del pasado.

4) La voz del pasado no sólo hechiza, ordena. Debemos fidelidad a nuestra historia. El haber se transforma fácilmente en “destino”. La singularidad descubierta, el conjunto de haberes con que nos identificamos debe ser resguardado de los otros. A las imágenes que ellos nos envían, se sustituye ahora una figura ideal, fija, a la que todos debemos conformarnos”. (Villoro, 1998: 62-63)

Vía de la autenticidad. .

“En el lenguaje ordinario, solemos calificar de “auténtica” a una persona si: 1) las intenciones que profesa y, por ende, sus valoraciones son consistentes con sus inclinaciones y deseos reales, y 2) sus comportamientos (incluidas sus expresiones verbales) responden a sus intenciones, creencias, valoraciones y anhelos que comparten los miembros de esa cultura” (Villoro, 1998: 63).

Lo auténtico, es diametralmente opuesto a lo imitativo, ya que la imitación se origina en el manejo de elementos cualidades y rasgos que están fuera de contexto de una situación determinada. Sin embargo no solamente es apropiada libremente, sino que puede presentarse por inducción donde un grupo dominante impone al dominado la utilización de estos elementos descontextualizados que apenas operan sobre un grupo con una identidad propia lo cual puede generar rechazo o aceptación dependiendo de la dinámica del grupo.

Pero las formas importadas de los países dominantes pueden dar lugar a una cultura imitativa, no por su origen externo, sino por no estar adaptadas a las necesidades de una colectividad ni expresar sus deseos y proyectos reales, sino sólo los de un pequeño grupo hegemónico. Tan inauténtica es una cultura que reivindica un pasado propio, como la que repite formas culturales ajenas, si el regreso al pasado no da una respuesta a las verdaderas necesidades y deseos colectivos, en la situación que en ese momento vive un pueblo. (Villoro s.f.: 63).

Bajo este enfoque de la autenticidad, según Villoro, la identidad pasa a ser una representación imaginaria y utópica de la solución que cuadraría con el contexto específico, y la búsqueda debe emprenderse mediante la mediación de valores coherentes con la realidad contextual específica considerando que las necesidades colectivas no se presentan como estáticas: *“La identidad nace de un proceso dinámico de singularización frente al otro y de identificación con él”*. (Tap en Villoro s.f.: 73)

IDENTIDAD PARA LA INNOVACIÓN

El incluir dentro de los programas académicos, dentro de los códigos de ética y demás reglamentaciones y normatividades, la participación en la innovación tecnológica del país a través de los distintos proyectos que estudiantes y profesionales del diseño industrial como una práctica cotidiana propia del ejercicio de la profesión, lo cual nos llevaría a identificarla como un elemento de singularidad y diferenciación de otros gremios.

La posibilidad de generar esta construcción identitaria apoyaría el desarrollo endógeno por un lado en relación al misma profesión ya que aumentaría el número de patentes en las aéreas del diseño y por otro lado a través de los productos patentables que los diseñadores industriales producen, ya que los contextos de donde emanan estos proyectos de diseño son locales y para resolver necesidades propias del territorio.

El aumento de estos diseños patentados generaría un círculo virtuoso en donde los diseñadores que patenten entrarían en las representaciones sociales del grupo como exitosos lo cual provocaría modelo a imitar, aumentando así el deseo de pertenecer a un grupo que genera innovación tecnológica y patenta sus diseños. Así la construcción de identidad del Diseñador industria puede ser un elemento que propicia el registro de innovación tecnológica para el desarrollo social.

BIBLIOGRAFÍA

Calva, José Luis. Coordinador 2007 Agenda para el desarrollo vol. 14. Sustentabilidad y desarrollo ambiental. Editorial Porrúa México

Colomer, Viadel Antonio 2002. El retorno de Ulises Valencia, Nomos

COMECYT e IMPI (2006) *Centro de Asistencia Técnica a la Innovación Estado de México (CEATI)* Editado por el Gobierno del Estado de México, El Consejo Mexiquense de Ciencia y Tecnología y el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Giménez Montiel, G., 2005. Teoría y análisis de la cultura. 1 ed. México: CONACULTA.

Giménez, G., 1992. La identidad social o el retorno del sujeto en la sociología. Versión. Identidad Cultural y Producción Simbólica., abril.Volumen 2.

Giménez, G., 2007. La cultura como identidad la identidad como cultura. [En línea] Available at: [http://www.mexicanosdiseñando.org.mx/WebMaster/Articulos/GG.](http://www.mexicanosdiseñando.org.mx/WebMaster/Articulos/GG.%20laculturaacomoidentidadylaidentidadcomocultura.pdf)

<http://www.mexicanosdiseñando.org.mx/WebMaster/Articulos/GG.%20laculturaacomoidentidadylaidentidadcomocultura.pdf> [Último acceso: 07 06 2011].

Gobierno de la República, 2013. Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013-2018, México.

Secretaría de Economía del Gobierno Federal e IMPI. 2003, *Centro de Información Tecnológica, Guía del Usuario, Dirección Divisional de Promoción y Servicios de Información Tecnológica*, Editada por La Secretaría de Economía del Gobierno Federal y el Instituto Mexicano de las Propiedad Industrial.

Secretaría de Economía del Gobierno Federal e IMPI. 2005, *Patentes y modelos de utilidad, Guía del Usuario, Dirección Divisional de Patente*), Editada por La Secretaría de Economía del Gobierno Federal y el Instituto Mexicano de las Propiedad Industrial.

UAEMéx. *Legislación Universitaria de la UAEMéx., Estatuto Universitario* (reformado en julio de 2007). Artículos 29. XIV y Artículo 30, X.

COMECYT e IMPI (2006), *Folleto Informativo del Centro de Asistencia Técnica a la Innovación. Gobierno del Estado de México, México. Fuente de información:*

Secretaría de Economía del Gobierno Federal e IMPI, 2003, Centro de Información Tecnológica: Guía del Usuario. México.

Olivares H., García R, Jauregui R. y otros. 2008, Desarrollo endógeno. Instrumento para fortalecer el capital social, en *Multiciencias*, vol. 8, diciembre, 2008, pp. 112-117, Universidad de Zulia, Venezuela. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90411691016> [fecha de consulta: 25 de marzo de 2014].

ONU Desarrollo. 2015, <http://www.un.org/es/sections/what-we-do/promote-sustainable-development/index.html> [fecha de consulta: 06 de mayo de 2015].

-ONU. 2014, *Objetivos de desarrollo del milenio* y Comisión para el desarrollo social disponibles en:

<http://www.internationaldisabilityalliance.org/es/commission-for-social-development>

<http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/65/84> [fecha de consulta: 07 de mayo de 2014].

PNUD. 1990. Desarrollo humano: Informe 1990. Tercer Mundo Editores, Colombia

Sojo, Carlos. 2006, Desarrollo social, integración y políticas públicas, en *Liminar. Estudios Sociales y Humanísticos*, 2006 vol. IV, núm. 1, junio, pp. 65-76. Centro de Estudios Superiores de México y Centro América, México. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74540106> [fecha de consulta: 20 de mayo de 2014].

-Vázquez, Barquero Antonio (1999). *Desarrollo, redes e innovación*. Ediciones Pirámide, Madrid.

Villoro Luis. 2009. El estado plural y la proralidad de las culturas. El problema de la identidad cultural. Paidós UNAM México