

## 1. Diseño: potenciador de bienes culturales. Ana Carolina Robles Salvador, Rodrigo Rosales González.

Mtra. Ana Carolina Robles Salvador [crs@azc.uam.mx](mailto:crs@azc.uam.mx)  
Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco

Mtro. Rodrigo Rosales González [rgrodrigo@azc.uam.mx](mailto:rgrodrigo@azc.uam.mx)  
Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco

### Abstract

El objetivo de este trabajo es reflexionar en torno a la problemática que el papel del diseño ha enfrentado ante el cauce del desarrollo económico contemporáneo para legitimarse socialmente. En el contexto del paradigma fracasado de “sustitución de importaciones” y en contraposición al modelo consolidado de inversión extranjera directa en el sector manufacturero que derivó en una apertura comercial sin cortapisas. Una alternativa para el diseño es su conceptualización como actividad innovadora y como agente de consolidación de la industria cultural local. Este camino emergente del diseño pretende: impulsar y potenciar las prácticas culturales como bienes culturales, reactivando así la matriz económica; y por otro lado, reconocer la influencia social de su campo transdisciplinar.

### Economía, cultura y diseño

Según von Hayek, la medición del flujo mercantil a través del vector precios cimienta predominantemente a toda actividad económica moderna. Siguiendo este derrotero desarrollista, por varios años no se reparó en el uso ilimitado y finito de los bienes de la naturaleza; era descartada cualquier forma de contabilidad sobre ellos. Tras el reconocimiento de un límite de convivencia equilibrada entre la naturaleza y los humanos surge el concepto de *costo ambiental* que vino a replantear el problema de la exclusión de esta variable terrenal en la ecuación económica. Con todo y estas consideraciones una constante en el recorrido de estas admisiones por la ciencia económica tiene que ver con el valor de la circulación y difusión del conocimiento entre la población (Hayek von, 1945).

Circunstancia que nos remite al mundo de la cultura. Precisamente es aquí donde revive un viejo dilema sobre el rol de la cultura en la conformación de la riqueza – cuyo paroxismo cuajó en la tesis de la contradicción dialéctica capital/trabajo– y que se antepone a la inercia del modelo económico vigente dominado por las finanzas con sus crisis globales cíclicas que reclama innovaciones teóricas.

El término acuñado *sociedad del conocimiento* revaloriza la dimensión cultural de la economía del siglo XXI. En el contexto de la digitalización alrededor de la gestión de los llamados *inmateriales*<sup>1</sup> se dinamiza la estructura social.

No es la simple capacidad de almacenar y recordar la información, de hacer cálculos de aplicación coyunturales, sino la capacidad de condensarla, de agregarla de una forma original e inteligente, en definitiva, de elevarla a símbolo (Moulier Boutang, 2012: 165) a partir de la contextualización de la creatividad.

Ya a mediados del siglo pasado, producto de la reflexión cultural europea, Abraham Moles vaticina la llegada de las inmateriales “mercancías de comunicación” que más adelante los *mass media* habrían de catapultar (Moles, 1978: 71-75). De esta manera el mundo de las cosas y de los signos quedaba unido por el dinero integrando un *valor fiduciario* al terreno de la cultura.

Análogamente, el diseño como disciplina aglutina diversos saberes con las emociones. En efecto, a diferencia de la ciencia, la teoría del diseño centra su objeto de estudio en el efecto antes que en la verdad (Bolz, 2006: 168). Con esta afirmación, no necesariamente se niega la cualidad científica del diseño, al contrario se indica su naturaleza sintética entre lo racional y lo estético.<sup>2</sup> Es decir, si el diseño produce formas significantes –cosas más signos– en un mundo lleno de incertidumbre, gana confianza que también acepta las relaciones económicas, luego entonces el diseño es un productor de sentido, principalmente económico. Hasta aquí, queda revelada esta simbiosis semántica por la cual el diseño establece circuitos de valor fiduciario, que es la base para emprender los propios estudios disciplinarios en torno a la cultura.

---

<sup>1</sup> Yann Moulier distingue los inmateriales 1 y 2. Uno es la información codificable; dos es la síntesis creativa. (Moulier Boutang, 2012: 164-167).

<sup>2</sup> El diseño es un “*acto poiético*”: integra ciencia, tecnología y arte (Dussel, 1977: 39-40).

Por otra parte, el circuito cultural dinamizado y estandarizado por los *más media* pone en relieve al valor simbólico sobre los valores de uso y de cambio. En efecto, la disposición del ciberespacio en la comunicación social actual es muy distinta de lo que acontecía hace apenas algunas décadas: los *mass media* eran hegemónicos y constituían el objeto de estudio de las ciencias sociales ramificado en los estudios de comunicación. Esta inercia de visión disciplinaria quedó asentada posteriormente en la departamentalización de las universidades generando comunidades epistémicas herméticas contrapuestas a la condición interdisciplinaria reclamada en los estudios sociales emergentes. Asimismo, en la década de los años setentas del siglo anterior, el diseño se pensó como un instrumento de innovación y desarrollo económicos alternativos a la visión centro-periferia de un país dependiente tecnológica y económicamente de sus similares desarrollados. Esta visión, dio pie al planteamiento del *modelo general del proceso de diseño* de la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Azcapotzalco (Gutiérrez, 1977).

Sin embargo, de manera contradictoria a ese esfuerzo educativo, el país a partir de la crisis monetaria de los años ochenta adoptó un modelo de desarrollo económico distinto basado en el libre comercio, pero conservando el sector energético como monopolio exclusivo del Estado y supuesta palanca de industrialización. Este camino lejos de haber propiciado una industria mexicana innovadora, al abrir la competencia frente al capital e inversión extranjeros, se inhibió su progreso. Entre otras consecuencias derivadas de tales medidas adoptadas, no existe una política industrial explícita –ni una política cultural que incorporara la innovación tecnológica abiertamente–, hay un crecimiento económico con generación de empleos deficiente y el sistema educativo mexicano enfrenta el reto de lograr una innovación tecnológica competitiva internacionalmente.

Sobre este asunto educativo, como recién mencionamos, la necesidad de las disciplinas por defender sus cotos de conocimiento hizo del *método* un área de búsqueda y legitimación entre los pares académicos lo cual, entre otras cosas, implica la elaboración de un currículo basado en un método selectivo de saberes

específicos. Sin embargo, contrariamente a esta evolución generalizada por compartimentar los saberes, en el caso de las universidades el diseño, por naturaleza propia, organiza el conocimiento de manera interdisciplinar.

El diseño subraya su carácter prospectivo –el proyecto– que refleja una síntesis creativa a partir de información problematizada (Dussel, 1977). Pero además, se trata de un proceso de planeación y por tanto coincide con la economía respecto al problema de la concentración de decisiones. La organización, seguimiento y evaluación de la información emanada del proyecto pone en un juego transversal, interactivo y dinámico a la comunicación con el ambiente artificial y humano. Diría Norbert Bolz que el diseño son decisiones de “formas de vida” (Bolz, 2006: 164).

Es precisamente este carácter interdisciplinar del diseño que esta ponencia pretende rescatar. El énfasis está puesto en la esfera particular de la cultura porque en ella la vida misma cobra forma y una de las líneas de investigación pioneras del diseño es reparar en esas formas de vida, su evolución y actuación. En otras palabras, son las prácticas culturales emanadas de nuestra realidad sociocultural con las cuales podemos conocer e identificar áreas de oportunidad con el fin de intervenirlas desde el diseño con decisiones económica y socialmente acertadas.

### **Ocio cotidiano**

Existe un mercado para las *prácticas culturales* que no entran necesariamente en las agendas turísticas ni en las culturales, como aquellos espectáculos cotidianos cuyas citas o referencias continuas en los medios de comunicación las desdibujan y las despojan de su historicidad o cuando menos las desvinculan de la identidad local por no estar reconocidas directamente con grupos o tradiciones étnicas arraigados.

A diferencia de las ferias, los festivales, los carnavales y las muestras, existen otros espectáculos que para su realización constituyen también carteles y temporadas, ya sean deportivos, musicales o teatrales; de carácter formal o no. Forman parte del disfrute, de la motivación por el conocimiento (de algún tipo) especializado o no, producto de búsquedas o acercamientos específicos u ocasionales. La cuestión es que por su cotidianidad no se reconocen como parte

del patrimonio o componente identitario del orgullo comunitario de un grupo humano, por lo que no se procura su conservación en la medida en que no tiene reconocimiento histórico ni validez sociocultural particular. Quedan enmarcados y articulados en una red de espectáculos internacionales cuyas variantes por país parecen ser el fruto de la incorporación de prácticas históricas específicas y por ello no plenamente locales; en todo caso, son parte de una gran *oferta para el ocio*. Algo aparentemente banal porque al ser producto del *hibridismo cultural* quedaron absorbidas por el entretenimiento sin aparente reflexión. ¿No será acaso que la reflexión se halla alrededor de lo que apasiona a la gente? El fútbol, las telenovelas, las producciones musicales, las películas, los espectáculos circenses como las luchas o los bailongos tienen espacios exclusivos en los medios masivos de comunicación donde se discute, arbitra y reflexionan estrategias particulares. Más aún, es común escuchar conversaciones apasionadas sobre personajes y eventos de los contextos antes citados en el transporte público, peluquerías/salones de belleza, bares, calles y parques. Y es que el espectáculo de acceso cotidiano trastoca el espacio de convivencia dando forma a nuestras expectativas e identidades colectivas.

### **Valor cultural**

La oferta para el ocio recién referida queda intervenida por un cuestionamiento sobre su legitimidad cultural. Su incorporación a los programas culturales es otorgada desde el seno institucional por los organismos internacionales y gobiernos federales y es mediada por consideraciones extremas: *el exotismo*, como las “muestras extranjeras” o el “buen diseño”; o bien, *domésticas*, como “lo legítimamente mexicano” que es consecuencia de una tradición política del discurso nacionalista de mediados del siglo XX, cuyo tema central era el “pueblo mexicano” (Pérez 2007: 518). Éste fue concebido como el territorio de la humilde mayoría de entonces que a su vez dio lugar a los estereotipos beneficiarios del *Estado benefactor* para diferenciarse de lo extraño, lo ajeno, exaltando aspectos de la cultura cuyas expresiones devinieron *bienes culturales* como la gastronomía, expresiones religiosas y tradiciones así como paisajes y monumentos. Lo demás

ha quedado fuera de ese inventario.<sup>3</sup> La pluralidad, por otro lado fue ignorada. Rubén Salazar asevera que es un error caracterizar a México de esa manera pues aun cuando numéricamente las expresiones plásticas pueden ser representativas dejan de serlo en la gran variación de sus rasgos.<sup>4</sup> Durante los primeros 50 años del siglo XX se privilegiaron discursos esencialistas desdibujando “lo otro” que también resulta propio y tiene fuerte raigambre; igualmente mestizo o híbrido que los anteriores.

*La tercera fase de la modernidad* (Lipovetsky 2011), el periodo posterior a la década de 1960, forma parte de la evolución del desarrollo económico determinada por la incorporación del valor simbólico a los bienes (tangibles o no) de consumo y su correlato con la ganancia en la especulación fiduciaria. En este escenario, Lipovetsky critica la oferta para el ocio y reclama al individuo que en su afán de satisfacer sus deseos de acceso al disfrute “se transforma en un individuo dependiente: cuanto más reclama la plena potestad sobre su vida, más se despliegan formas de someterlo” (Lipovetsky 2011: 51). Sin embargo, el sometimiento también puede ser entendido como un síntoma de la precariedad de un sistema económico sumamente sofisticado; más que una “consecuencia negativa” es una derivación posible para mantener el flujo del capital y generar beneficio. Siguiendo aún a Lipovetsky, su crítica promueve tipos de conciencia alternativos a la de la segunda fase de la modernidad sustentados por valores tales como el sacrificio y la virtud del trabajo arduo, particularmente cuando los trabajos bajo el esquema de la “semana inglesa” con sus respectivas prestaciones y garantías legales se desvanecen en las reformas constitucionales y en las leyes secundarias emprendidas a principios del siglo XXI por todo el orbe. Estas consideraciones permiten visualizar otros enfoques sobre la transformación del Estado de bienestar al *de competencia* (Hirsch 2001); o bien, *posnacionales* (Appadurai 1999) (Guasch 2009).

---

<sup>3</sup> Basta ver la producción audiovisual, teatral, literaria y arquitectónica de la primera mitad del siglo XX: indígenas, campesinos, obreros, charros, “adelitas” en haciendas y ciudades en crecimiento que sirvió para homogenizar el imaginario colectivo en torno a lo propio, el raigambre.

<sup>4</sup> Salazar Rubén. 1938. “Más calidad y menos cantidad exige el público” en Cine. México. Octubre. Citado en Monfort Op. Cit.

Esta conciencia del valor cultural empuja a encontrar alternativas de acción para reconocer en lo intangible un valor para el intercambio económico a partir de lo simbólico: lo significativo, tanto en el proceso del hacer como en el objeto mismo. La lucha libre en México nos presenta un buen ejemplo. Aunque no es considerado un bien cultural, no basta el reconocimiento institucional y oficial de estas prácticas identitarias. Antes bien es, junto con el diseño, asumir estrategias de comunicación que validen tales prácticas.

Las prácticas y productos son propiedades explotables económicamente. Esto lo observamos con detenimiento en la manera en que nuestras prácticas culturales ligadas al consumo se desenvuelven en el día a día. Es así cuando queremos asistir a la *Arena Coliseo* y pagamos por sentarnos en el nivel 1 \$168.00 m.n. con el riesgo asumido de que nos caiga encima uno de los luchadores tras una de sus acrobacias practicadas y hasta podamos gritar desaforadamente las mentadas de madre sin esperar represalias.

### **Intersecciones del diseño con la cultura**

La discusión en torno a la conceptualización y gestión de los *bienes culturales* es amplia e irresuelta aún. Sin embargo podemos demarcar características de los llamados bienes culturales a fin de ponderar si las prácticas culturales cotidianas y los productos que de ellas derivan podrían ser consideradas bienes para obtener usufructo de ellos. De tal suerte: a) Implica un derecho de propiedad vinculado a un grupo humano y como tal es susceptible de ser explotado económicamente; b) el usufructo requiere de su protección, para ello es necesaria su validación o certificación otorgada por una institución formal que funja como árbitro; c) la certificación trae consigo la divulgación de su relevancia y un ejercicio de concienciación de la comunidad dándole carta de naturalización en las políticas culturales y en las agendas de turismo cultural; d) tales bienes son condensadores de la historia de un grupo humano; su valor radica en esa capacidad expresiva y; e) los bienes culturales, en tanto patrimonio de conservación y preservación han de mantenerse y protegerse, pero no impide su dinamización o eventual transformación, pues ellos ya son productos de plasticidades y mezclas.

En este sentido el diseño enfrenta un doble reto y beneficio: a) potenciar prácticas y productos culturales como bienes culturales persiguiendo su legitimización social como tales, aún sin el requisito institucional formal interviniendo de forma explícita y estratégica en la gestión para el desarrollo local; b) hacer confluir en redes de colaboración, a partir de la gestión de lo inmaterial en espacios de comunicación propios del diseño, a públicos heterogéneos a fin de extender prácticas y productos culturales como componente identitario de una localidad caracterizada, no por la geografía sino por las expectativas e intereses en torno al conocimiento y al disfrute de experiencias diversas.

### **Inmaterial 1 vs inmaterial 2**

Siguiendo el tema de los inmateriales y la lucha libre, podemos decir que ésta tiene un sustrato material y uno inmaterial, en tanto producto corresponde al *inmaterial 1* (Moulier 20012: 164-169). Sin embargo esta práctica cultural se contextualiza en cada evento al ajustar cada *performance* y sus elementos de soporte según la circunstancia; el luchador y quienes lo apoyan son transformadores de la práctica que una vez convertida en pasado se suman a la historia de la lucha libre transformándose a su vez en promesa de experiencia para el público, enfrentando el reto de desarrollar propuestas creativas e innovadoras que se renueven en cada ocasión. Se conceptúa como un *inmaterial 2*. Para que ello sea posible hay que evidenciar estas relaciones para su adecuada gestión, política y consiguiente usufructo.

En este marco, el diseño ofrece el componente estratégico-prospectivo encarnado en comunicaciones visuales, objetuales o espaciales para generar efectos de identidad en el disfrute y *prendamiento*<sup>5</sup> —a partir del estudio de la subjetividad colectiva—. Asimismo es un beneficio para los grupos gestores. Esto expresa una relación de colaboración entre diferentes agentes: luchadores, manager, entrenadores, diseñadores y comunicadores, público, empresas y asociaciones. Este ambiente de colaboración podría estar mediado por el diseño en tanto ofrezca canales eficientes de comunicación —en cualquiera de sus variantes—

---

<sup>5</sup> Término que designa un acto “afectivamente significativo... y cargado de sentido para el sujeto” (Mandoki, 2006: 91).



para la recogida y circulación de información, además de su contextualización según intereses y necesidades específicas. Ello implica que el diseño como servicio no consistiría en un proyecto acabado sino en el trabajo continuado, junto con los demás agentes vinculados, de la gestión de la práctica cultural, dándole materialidad en cada evento.

En este sentido dejaría de ser tan relevante la obtención del estatuto de bien cultural, pues habría ganado su legitimación social como resultado de la concientización de la lucha libre en espacios y con grupos humanos específicos. Señalamiento relevante por encontrar en este ámbito prácticas emergentes que parecen ir en paralelo con conceptos transversales vinculados al desarrollo como la equidad, la perspectiva de género o el acceso democratizado. Si bien este espectáculo deportivo tiene suficiente aceptación para ser muy rentable y estable, es necesario su reconocimiento como patrimonio identitario para ser incorporado en agendas, políticas y programas culturales y de desarrollo. ¿Para qué? Para que opere como un producto que se proyecta en otras esferas ampliando y estabilizando una experiencia identitaria local haciendo participar a otras redes incipientes, fortaleciéndolas a partir de la promoción del flujo del conocimiento contextualizado y el dinero.

De ahí que la estabilización del imaginario de “lo propio contemporáneo” en tanto expresa “quienes somos en este momento de nuestra historia colectiva” se convierta, desde esta óptica en un punto clave para su gestión desde el diseño.

### **Conclusiones**

El diseño como colaborador en la gestión de la oferta y de la experiencia del espectáculo no ha de responder, como a mediados de siglo pasado, a una identidad nacional monolítica sino al reconocimiento de lo heterogéneo, a la hibridez de nuestras prácticas que son históricas y plásticas a la vez; las cuales dan cuenta de las transformaciones culturales condensadas y preservadas parcialmente en el espectáculo popular que cada vez pierde lo estamental para convertirse en sensorialmente apetecible según historias de vida y expectativas individuales.

Para ello el diseño ha de aportar en la construcción de esa conciencia, ya sea a través de la enseñanza universitaria, incluyendo en los planes de estudio acercamientos culturales que orienten a la disciplina hacia una intervención alternativa de la realidad mexicana distinta a la que en su momento planteó el modelo UAM; o bien, en la práctica profesional, promoviendo la recurrencia y variación de imaginarios colectivos hacia un cambio cultural en torno a la calificación y conceptualización de espectáculos populares y su correlación con identidades colectivas ligadas a grupos identitarios, por ejemplo la experiencia “chilanga” o la lucha libre en los espacios donde se encunaron las leyendas del *pancracio*.<sup>6</sup>

## Bibliografía

- Appadurai, A. (1999). Soberanía sin territorialidad. Notas para una geografía posnacional. *Nueva Sociedad*. 163, pp.109-125.
- Ley de Desarrollo Social. (19 de Enero de 2004). México, DF: Diario Oficial de la Federación.
- (2011). Recuperado el 14 de Agosto de 2013, de Catálogo de pueblos indígenas 2010: [http://www.cdi.gob.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2578:catalogo-de-localidades-indigenas-2010&catid=38:indicadores-y-estadisticas&Itemid=54](http://www.cdi.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=2578:catalogo-de-localidades-indigenas-2010&catid=38:indicadores-y-estadisticas&Itemid=54)
- Alonso, P., Botey, C., & Luzanilla, M. (1998). Álamos y sus mujeres, historia de un proceso organizativo. En C. Botey, & R. Robles, *Tiempo de Crisis, tiempo de mujeres*. México: Inmujeres-Uabjo.
- Arendt, H. (1995). *De la historia a la acción*. España: Paidós.
- Arrigada, I. (2006). *Breve guía para la aplicación del enfoque de capital social en los programas de pobreza*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Arzate Salgado, J. (2007). Los métodos cualitativos de investigación y la construcción social del conocimiento sobre la desigualdad. *Orbis Revista Científica Ciencias Humanas*, 4-17.

---

<sup>6</sup> En el argot de la lucha libre, el *ring*, el escenario.

- Atria, R. (. (2003). Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma. Santiago de Chile: CEPAL- Universidad de Michigan.
- Barrio del Castillo, I., Jérica, G. J., & Padín Moreno, L. e. (08 de 11 de 2012). *Universidad Autónoma de Madrid*. Obtenido de [http://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Est\\_Casos\\_doc.pdf](http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Est_Casos_doc.pdf)
- Bassols Batalla, Á. (1997). Regionalización geoeconómica a fines del siglo XX. *Espiral, estudios sobre sociedad y Estado*, 67-77.
- beatriz, b. (2008). *la feria*. buenos aires: argenta.
- Bolz, N. (2006). *Comunicación mundial*. Buenos Aires: Katz Editores.
- Bonfil Batalla, G. (1995). Etnodesarrollo: sus premisas jurídicas, políticas y de organización. En G. Bonil Batalla, *Obras escogidas de Guillermo Bonfil Batalla* (págs. 467-480). México: INI/INAH/CIESAS/CNCA.
- Brauch, H. G. (2005). *Threats, Challenges, vulnerabilities and Risks in Enviromental and Human security*. Bonn: UNU-EHS.
- Bustamante Rivera, G. (2003). *Estudio de caso de las iniciativas de (etno)desarrollo local de la Organización mapuche Ayjarewe Xuf Xuf: análisis de la interfaz entre capital social comunitario y políticas públicas*. Austin, TX: Universidad de Austin.
- Caille, A. (2009). Sobre los conceptos de economía en general y de economía solidaria en particular. En J. L. Coraggio, *¿Que es lo económico?* (págs. 13-47). Buenos Aires: CICCUS.
- CDI. (2006). *Acciones del gobierno para el Desarrollo integral de los Pueblos Indígenas*. México, DF: Gobierno Federal.
- CDI-PNUD. (2006). *Informe de Desarrollo Humano de los Pueblos Indígenas*. México: PNUD-CDI.
- CEIEG. (16 de Febrero de 2013). *Comité Estatal de información estadística y geográfica* . Obtenido de Perfiles municipales: <http://www.ceieg.chiapas.gob.mx/home/>
- CEPAL. (1995). *El etnodesarrollo de cara al siglo XXI*. Santiago de Chile: CEPAL.

- CONACULTA. (2007). *Programa Nacional de Cultura 2007-2012*. México: Conaculta.
- CONAPO. (2010). *Índice de marginación por entidad federativa y municipio 2010*. Recuperado el 3 de mayo de 2013, de [http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Indices\\_de\\_Marginacion\\_2010\\_por\\_entidad\\_federativa\\_y\\_municipio](http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Indices_de_Marginacion_2010_por_entidad_federativa_y_municipio)
- CONEVAL. (2012). *coneval.gob.mx*. Obtenido de [http://www.coneval.gob.mx/cmsconeval/rw/pages/evaluacion/evaluaciones/impacto\\_080312.es.do](http://www.coneval.gob.mx/cmsconeval/rw/pages/evaluacion/evaluaciones/impacto_080312.es.do)
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes . (2009). *Guía para la Gestión de Proyectos Culturales*. Valparaíso.
- Coraggio, J. L. (2009). Economía del trabajo. En C. y. Cattani, *Diccionario de otra economía* (págs. 133-144). Buenos Aires: Altamira.
- Coturruelo Menta, R. (s.f.). *www.ecpnur.ar*. Recuperado el 10 de Abril de 2012, de <http://www.ecpunr.com.ar/Docs/coturruelo.pdf>
- Defourny, J. (2003). La larga marcha del concepto de economía social. En M. Vuotto, *Economía Social* (págs. 90-155). Buenos Aires: Ed. Altamira.
- Dussel, E. (1977). Introducción a la cuestión de un modelo general del proceso de diseño. En M. L. Gutiérrez, *Contra un diseño dependiente: un modelo para la autodeterminación nacional* (págs. 37-75). México: Edicol/Colección Diseño: rupturas y alternativas.
- Empresarial, C. R. (2010). *Primer informe de Resultados, Marca Chiapas*. Tuxtla Gutiérrez: Talleres Gráficos de Chiapas.
- Escobar, A. (2010). *Una minga por el posdesarrollo. lugar, medio ambiente y movimientos sociales en las transformaciones globales*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Fábregas Puig, A. (2000). Una mirada antropológica a las artesanías de Chiapas. En V. Novelo, *Artífices y artesanías de Chiapas* (pág. 301). México: Conaculta.
- Fábregas Puig, A., & Santos Marín, C. (2000). Una mirada antropológica a las artesanías de Chiapas. En C. Novelo, *Artífices y artesanías de Chiapas* (pág. 301). Tuxtla Gutiérrez: CONACULTA.

- Ferrater Mora, J. (1994). *Diccionario de filosofía*. Barcelona: Ariel.
- Flores Rodríguez, L. (03 de abril de 2012). *Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, Cámara de Diputados, LXI Legislatura*. Obtenido de <http://www3.diputados.gob.mx/camara/content/view/full/18781>
- FONART. (2012). *Informe de autoevaluación ejercicio fiscal 2011*. México DF: FONART-SEDESOL.
- FONART. (2012). *Informe de rendición de cuentas 2006-2012*. MEXICO, DF: SEDESOL-VIVIR MEJOR- FONART.
- FONART.-SEDESOL. (2009). *Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad*. México, DF: Fonart.
- Garcia Canclini, N. (1999). *La globalización imaginada*. México, D.F.: Paidós mexicana.
- Garzón Valdés, E. (2004). El problema ético de las minorías étnicas. En L. Olivé, *Ética y Diversidad Cultural* (págs. 37-62). México: FCE.
- Giddens, A. (1995). *Tiempo, espacio y regionalización*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Giménez, G. (1997). Materiales para una teoría de las identidades sociales. *Frontera norte*, 9-28.
- Giménez, G. (2007). Cultura, identidad y metropolitanismo global. En G. Giménez, *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales* (págs. 265-289). México: CONACULTA.
- Gobierno del Estado de Colima. (2009). *Plan Estatal de Desarrollo 2009-2015*. Colima: Gobierno del Estado de Colima.
- González, R. (2012). Bazar Amoroso. *El Rastro Podcast*.
- Griffin, K. (1999). *Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación internacional*. Obtenido de [www.hgoa.ehu.es/es/sensibilizacion/congreso](http://www.hgoa.ehu.es/es/sensibilizacion/congreso)
- Guber, R. (2004). Identidad social villera. En M. Boivin, A. Rosato, & V. Arribas, *Constructores de otredad; una introducción a la antropología social y cultural* (pág. 115). Buenos Aires: Edit. Antropofagia.

- Gutiérrez, M. L. (1977). *Contra un diseño dependiente: un modelo para la autodeterminación nacional*. México: Edicol/Colección diseño: ruptura y alternativas.
- Haq, M. (1995). *Reflections on human development*. Londres: Oxford university Press.
- Hayek von, F. A. (septiembre de 1945). The Use Of Knowledge In Society. *American Economic Review*, XXXV(4), 519-30.
- Hernández Girón, J. d., Domínguez Hernández, M. L., & Caballero Caballero, M. (2005). Innovación de producto y aprendizaje dirigido en alfarería en Oaxaca, México. *Revista de Ciencias Sociales*, 203-218.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hinkelammert, F. y. (2009). Economía para la vida. En C. y. Cattani, *Diccionario de la otra economía* (págs. 150-157). Buenos Aires: Altamira.
- INEGI. (2005). *Censo población y vivienda*. México, DF.
- INEGI. (2010). *Censo de población y vivienda*. México: INEGI.
- INEGI. (2010). *Censo de Población y vivienda*. México: Inegi.
- Jaan, M. (25 de nov de 2004). *Achievement motivation and economic development, an overview*. Obtenido de Erneastas Galanauskas International Scientific Conference: [www.leeds.ac.uk/educol/documents/00003904.htm](http://www.leeds.ac.uk/educol/documents/00003904.htm)
- Kindgard, A. (2004). Historia regional, racionalidad y cultura: sobre la incorporación de la variable cultural en la definición de las regiones. *Cuadernos de la Facultad de Ciencias y Humanidades*, 165-176.
- Latouche, S. (2009). *Sobrevivir al desarrollo. De la Colonización del imaginario económico a la construcción de una sociedad alternativa*. Barcelona: Icaria/ mas madera.
- Laville, J. L. (2009). Economía plural. En C. y. Cattani, *Diccionario de la otra economía* (págs. 157-163). Buenos Aires: Altamira.
- Lomnitz, L. (1975). *Como sobreviven los marginados*. México: Siglo XXI.

- Lozares, C., López Roldán, P., Miquel Verd, J., & Martí, J. (2011). Cohesión, vinculación e integración sociales en el marco del capital social. *REDES Revista hispana para el análisis de redes sociales*.
- Malo, M.-C. (2003). La cooperación y la economía social. En M. Vuotto, *Economía Social* (págs. 195-210). Buenos Aires: Ed. Altamira.
- Mance, E. (2008). *La Revolución de las Redes. La colaboración solidaria como una alternativa pos-capitalista a la globalización actual*. México: UACM / COLTLAX / ITACA / FONDESOS.
- Mandoki, K. (2006). *Estética cotidiana y juegos de la cultura*. México: Siglo XXI/Fonca.
- Mariaca Méndez, R., Pérez Pérez, J., León Martínez, N., & López Meza, A. (2007). *La milpa tsotsil de los Altos de Chiapas y sus recursos genéticos*. San Cristóbal de las Casas: ECOSUR.
- Martínez Velasco, G., & López Arévalo, J. (s/f). *Universidad de Costa Rica*. Obtenido de <http://ccp.ucr.ac.cr/noticias/conferencia/pdf/martinez.pdf>
- Marx, K. (1968 [1867]). *El Capital*. México: FCE.
- Maturana, H. y. (1995). *De máquinas y seres vivos*. Santiago: Ed. Universitaria.
- Meillassoux, C. (1977). *Mujeres, Graneros y Capital*. México: Siglo XXI Editores.
- Mejía, J. (2008). Epistemología de la investigación social en América Latina. *Desarrollos en el Siglo XXI. Cinta Moebio*, 1-13.
- Mercado Maldonado, A., & Hernández Oliva, A. (s.f.). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia*.
- Molano L., O. (2008). Identidad cultural, un concepto que evoluciona. *Opera*, 69-84.
- Moles, A. A. (1978). *Sociodinámica de la cultura*. Buenos Aires: Paidós.
- Moulier Boutang, Y. (2012). *La abeja y el economista*. Madrid: traficantes de sueños/mapa.
- Nardi, H. C. (2007). Subjetividad y economía Solidaria: Desafíos para la constitución de sí en la inestabilidad de la supervivencia cotidiana. En M. V.

Veronese, *Economía Solidaria y Subjetividad* (págs. 135-174). Buenos Aires: Altamira.

- Newbiggin, J. (2010). *La Economía Creativa, una guía introductoria*. Reino Unido: The British Council.
- ONU. (25 de Agosto de 2012). *Los pueblos indígenas: desarrollo con cultura e identidad - Artículos 3 y 32 de la Declaración de Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas*. Obtenido de Foro permanente para las cuestiones indígenas ONU: [www.un.org/esa/socdev/unpfii/es/index.htm](http://www.un.org/esa/socdev/unpfii/es/index.htm)
- Oswald, U. (1991). *Estrategias de supervivencia en la ciudad de México*. Cuernavaca: CRIM-UNAM.
- Pincemin, S. (1993). Amatenango del Valle, Chiapas: supervivencia de la alfarería prehispánica. En I. C. Cultura, *Anuario* (pág. 415). Tuxtla Gutiérrez: Gobierno del estado de Chiapas.
- Ramos Maza, T. (2004). Artesanas y artesanías, indígenas y mestizas de Chiapas construyendo espacios de cambio. *Liminar*, 50-71.
- Ramos Muñoz, D., Muñón Pablos, E., & Carderón Cisneros, A. (Agosto de 2000). *Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá*. Obtenido de [biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/rjave/mesa2/ramos.pdf](http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/rjave/mesa2/ramos.pdf)
- Ramos Muñoz, D., Tuñón Pablos, E., Parra Vázquez, M., & Zapata Martelo, E. (2004). Liderazgo femenino en una localidad maya de Chiapas. Un examen desde las teorías del habitus y el actor-red. *Estudios sociológicos*, 50-71.
- Renard H, M. C. (2005). *Tzo?ontahal los caminos de la tradición*. México: Universidad Autónoma de Chapingo.
- Reyes Navarro, Á. (1995). *Yo recuerdo...* Colima: Gobierno del Estado de Colima.
- Rionda Ramírez, J. I. (2008). La economía regional en México, antecedentes. *El cotidiano*, 103-106.
- Ríos Castillo, M., & Solís González, J. (2009). Etnodesarrollo "reivindicación del indio mexicano" entre el discurso del Estado y el discurso desarrollista. *Cuadernos interculturales*, 180-2005.



- Ruza Tarrío, J. (2006). *Cualquier tiempo pasado fue peor. Nuevas perspectivas en la teoría del desarrollo económico, social y humano*. Madrid: Minerva.
- Ruza Tarrío, J. (2006). *Cualquier tiempo pasado fue peor. Nuevas perspectivas en la teoría del desarrollo económico, social y humano*. Madrid: Minerva.
- Ryszard, R. L. (2011). Teorías y modelos contemporáneos del desarrollo regional (estado del arte a finales del siglo XX). En J. J. Bustamante Arango, *Desarrollo y Territorio, Tomo I. Visiones teóricas y empíricas del desarrollo regional*. Santa Fé: Universidad Nacional del Litoral.
- Sanhueza Martínez, P. (2011). Microempresas y microfinanzas en el desarrollo local el caso de la región de La Araucanía, Chile. En L. E. Gutiérrez Casas, & M. Limus Hernández, *Nuevos Enfoques del Desarrollo, una mirada desde las regiones* (págs. 258-285). México: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
- Sen, A. (1988). The concept of Development. *Chenery*, n/d.
- Serra Rojas, A. (1990). *Derecho Administrativo*. México, D.F.: Porrúa.
- Texeira, C. (2000). *Diccionario crítico de política cultural: cultura e imaginario*. Tlaquepaque: Conaculta. ITESO. Secretaría de Cultura Gobierno de Jalisco.
- Ther Ríos, F. (2006). Complejidad territorial y sustentabilidad: notas para una epistemología en estudios regionales. *Horizontes antropológicos*, 105-115.
- Throsby, D. (2008). *Economía y cultura*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Toffler, A. y. (1979). *La tercera ola*. Mexico: Plaza y Valdez.
- Trabajo, O. I. (28 de 05 de 2013). *Comisión de Desarrollo para los Pueblos Indígenas*. Obtenido de Convenio 169 de la OIT: [http://www.cdi.gob.mx/transparencia/convenio169\\_oit.pdf](http://www.cdi.gob.mx/transparencia/convenio169_oit.pdf)
- Turok, M. (1988). *Cómo acercarse a la artesanía*. México DF: Plaza y Janes S.A de C.V.
- verónica, t. p. (1992). *ecomuseo transurbano*. mexico: unam.

- Wittgenstein, L. (2009). *Instituto superior de formación docente*. Recuperado el 10 de marzo de 2013, de <http://www.instituto127.com.ar/Espacio127/06/n6nota10.htm>
- Zapata Martelo, E., & Suárez San Román, B. (2007). Las artesanas, sus quehaceres y organización en el trabajo. *Ra Xhimai*, 591-620.
- Zimbrón Ortiz, D. (2008). Vicisitudes del arte popular mexicano. *Primer simposio nacional sobre la aplicación del vidriado sin plomo en la alfarería popular mexicana*, (pág. 24). Tlaxcala.
- Žižek, S. (2003). *El sublime objeto de la Ideología*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.
- Pérez, Ricardo (2007) "Indigenismo, hispanismo y panamericanismo en la cultura popular mexicana de 1920 a 1940". En Blancarte, Roberto (comp) *Cultura e identidad nacional*. México: FCE.