



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

LICENCIATURA
DISEÑO GRÁFICO

TITULO DE TESIS
“APROXIMACIÓN A UN MODELO DE SISTEMATIZACIÓN
SOSTENIBLE PARA EL DISEÑO”

DIRECTOR DE TESIS
MIGUEL ANGEL RUBIO TOLEDO

ALUMNA
ALONDRA CÁRDENAS MACEDO

TOLUCA, EDO. DE MÉXICO A 06 DE MAYO DE 2016

ÍNDICE

Introducción

Capítulo I: Desarrollo sustentable

- 1.1. Antecedentes
 - 1.1.1. Brundtland
 - 1.1.2. Agenda 21
- 1.2. Definiciones básicas
 - 1.2.1. Desarrollo
 - 1.2.2. Desarrollo sustentable
 - 1.2.3. Sustentable y sostenible
- 1.4. Esferas de la sustentabilidad y su impacto social
- 1.5. Principios de la sustentabilidad
- 1.6. Ciclos de vida de un producto
 - 1.4.1. Ciclo de vida tradicional
 - 1.4.2. Ciclo de vida cuna a cuna
- 1.7. Paradigmas del Desarrollo sustentable

Capítulo II: El Diseño Gráfico con responsabilidad social y ética profesional

- 2.1. Diseño Gráfico
 - 2.1.1. Ética profesional
 - 2.1.2. Código profesional
- 2.2. Responsabilidad social
- 2.3. El diseño Gráfico y el desarrollo sustentable
 - 2.3.1. Variables de la sustentabilidad para el Diseño Gráfico
 - 2.3.2. Diseño sustentable en México

Capítulo III: Aproximación a un modelo de sistematización sostenible para el diseño

- 3.1. Modelo teórico-metodológico
 - 3.1.1. Definición
 - 3.1.2. Diversidad del modelo
 - 3.1.2.1. Modelos en investigación de operaciones
 - 3.1.2.2. Modelos de diseño instruccional
 - 3.1.2.3. Modelos financieros
 - 3.1.2.4. Modelos de comunicación
- 3.2. Codificación
 - 3.2.1. Definición
 - 3.2.2. Diferencia de codificar y decodificar
- 3.3. Diseño de Modelo teórico-metodológico sustentable
 - 3.3.1. Sustratos de la reconstrucción
 - 3.3.2. Intencionalidad
 - 3.3.3. Contexto
 - 3.3.2. Sujeto
 - 3.3.2. Análisis
 - 3.3.2. Conceptualización
 - 3.3.2. Generalización
 - 3.3.2. Propuesta

Conclusiones

Fuentes consultadas

INTRODUCCIÓN

El presente documento presenta un análisis acerca de la importancia de la sustentabilidad en la sociedad hoy en día, cómo surgió y cómo se ha ido desarrollando desde su nacimiento, así como también la importancia que tiene en el diseño gráfico. Así mismo, se propone un modelo de sistematización sostenible que sirva al diseño. La sustentabilidad pretende ser un modelo en el cuál la sociedad no afecte a generaciones futuras en el gasto de materias primas del planeta no genere un exceso de contaminantes; no obstante se ha olvidado la importancia de la otredad generando como consecuencia que ser sustentable se vuelve en un modo de vida y de pensamiento; en el que se integre una sociedad estructurada que permita la capacidad de discernir entre lo que se necesita y los deseos o necesidades ficticias, razonando en la elección de lo que se compra. Toda disciplina contempla como base la ética. En primera instancia como persona íntegra, pero sobre todo en lo profesional debido al fortalecimiento junto a la madurez de un pensamiento con preocupación, ocupación social y sobre todo respecto al planeta en el cuál se vive. La sustentabilidad se ha dejado de estudiar, tal vez por ser un tema complicado por la subjetividad de su desempeño o quizá por la falta de compromiso por parte del gremio del diseño gráfico para la contribución con la sociedad respecto a la misma. Se considera que el desarrollo sustentable en el área del Diseño Gráfico frecuentemente toma a la sustentabilidad como una moda, pero esto no debe ser así ya que ser sustentable en el diseño gráfico es una manera en la cual se puede lograr ingenio, astucia y sobre todo gestión de nuevas formas de producir diseño, es la oportunidad de demostrar que ser diseñador no es

una cuestión estética, sino que todo diseño contempla un sustento teórico que pasa a ser práctico de modo que se complemente el ser diseñador como un ser responsable con la sociedad presente y futura. Así la presente investigación tiene como objetivo la aproximación a un modelo de sistematización sostenible para el diseño, con el cual se pretende contribuir a la teoría en sustentabilidad para el diseñador dónde ser sustentable no se convierta en hipocresía empresarial, sino una introducción a nuevas tendencias sociales y al desarrollo del mismo. Por lo anterior este marco teórico expone en primera instancia a la teoría de la sustentabilidad como fundamento teórico y al Diseño Gráfico como sustento teórico. En segunda instancia se exponen conceptos referentes a la disciplina de la sostenibilidad inherentes a procesos del desarrollo y diseño de los objetos tales como: dimensiones y materiales pertinentes.

En el primer capítulo se aborda el concepto de Desarrollo sustentable, desde sus antecedentes así como definiciones básicas, los principios de la sustentabilidad y su impacto social, los ciclos de vida de un producto y los paradigmas del desarrollo sustentable. El segundo capítulo se trata de la responsabilidad social y la ética profesional en el Diseño Gráfico, así como el código profesional, la responsabilidad social, las variables de la sustentabilidad y también el Diseño sustentable en México. El tercer capítulo muestra la aproximación a un modelo de sistematización sostenible para el diseño.

01

Desarrollo Sustentable

1.1. Antecedentes

Reynol (2011) describe el desarrollo sustentable como un concepto que comenzó a configurarse a fines de la década de 1960 cuando el Club de Roma convocó, en 1968, a diferentes personalidades entre científicos, académicos, sociólogos y políticos para analizar las grandes modificaciones que sufría el medio ambiente. Transformaciones que, a su vez, repercutían de manera significativa en la sociedad mundial. El objetivo de aquella convocatoria consistió no solo en descubrir métodos para estudiar las distintas expresiones de los cambios ambientales, sino también sensibilizar a los políticos de los países predominantes de aquella época y de la magnitud de la crisis ambiental global. Tres años después en 1971, un grupo de expertos en desarrollo de medio ambiente se reunió en Founex, Suiza, para redactar un documento, el cual serviría de base para la conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano que se llevó a cabo en Estocolmo en junio de 1972. El tema principal fue la pobreza y alrededor de este se discutieron seis ejes sensibles: vivienda, agua, salud, higiene, nutrición y catástrofes naturales. Posteriormente publicó los límites del crecimiento, informe del Club de Roma en el que se explican cinco grandes tendencias: la industrialización acelerada, el rápido crecimiento de la población, el agotamiento de los recursos naturales, la expansión de la desnutrición y el deterioro del medio ambiente. La obra fue el sustento de la Declaración de Estocolmo, la cual tiene siete proclamas y 24 principios. El principio número uno expresa la convicción de que el “hombre tiene el derecho fundamental a la

libertad, la igualdad y el disfrute de condiciones de vida adecuadas en un medio de calidad tal que le permita llevar una vida digna y gozar de bienestar, y tiene la solemne obligación de proteger y mejorar el medio para las generaciones presentes y futuras”. Sin la menor duda, tales fundamentos fueron incuestionables y definitivos. Dos años más tarde (1975) se publicó el Segundo Informe del Club de Roma, bajo el título La Humanidad en la encrucijada (Mesarovic y Pestel, 1978). Éste documento versa su análisis sobre las grandes regiones mundiales de la época y va dirigido a las generaciones futuras. Los autores de este informe son los primeros en hablar del surgimiento de un “sistema global” en el que todas las naciones dependen de todas. En 1968 la UNESCO organizó la Conferencia Intergubernamental para el Uso Racional y la Conservación de la Biósfera, la cual tuvo lugar una discusión temprana del concepto de desarrollo ecológicamente sustentable. Esta reunión tuvo como resultado la puesta en marcha del programa MAB (Programa sobre el hombre y la biósfera) de la UNESCO. El concepto de reservas de la biósfera era un factor clave para lograr el propósito de compatibilizar los objetivos en apariencia conflictivos de conservación de biodiversidad, fomentó el desarrollo socioeconómico y mantenimiento de los valores culturales asicados. Las reservas de la biósfera se concibieron como áreas para experimentar, perfecciona, demostrar e implementar dicho objetivo. El nombre “Reservas de la biósfera” fue elegido a comienzos de los años 1970 para identificar estos lugares de experimentación con el programa MAB (UNESCO, 1968).

1.1.1. Reporte Brundtland

En 1983 la ONU estableció la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, la cual quedó a cargo de la Doctora Gro Harlem Brundtland, defensora del medio ambiente y de los derechos de la mujer quien para ese momento fungía como Primer Ministro Ambiental de Suecia, quién formara y presidiera un grupo de trabajo que se llamaría Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD) (World Commission on Environment and Development) WCED, por sus siglas en inglés (López, V. p19) . Reynol (2011) El grupo de trabajo conocido como Comisión Brundtland, inició diversos estudios, debates y audiencias públicas en los cinco continentes durante casi tres años. Las tareas culminaron en abril de 1987 con la publicación del documento llamado Nuestro futuro común o Reporte Brundtland.

Víctor Manuel López López en su libro sustentabilidad y desarrollo sustentable enuncia los objetivos básicos del programa solicitado eran:

Proponer estrategias a largo plazo para alcanzar el desarrollo sustentable. Hace recomendaciones para una mayor cooperación entre los países con diferentes niveles de desarrollo para aspirar a propósitos comunes que consideran la interrelación entre los hombres, los recursos naturales, el medio ambiente y el desarrollo.

-Analizar las vías mediante las que la comunidad internacional pudiera tratar con mayor eficacia los problemas relacionados con el medio ambiente.

-Definir un programa de acción que incluyera objetivos y propuestas de solución a los problemas relacionados con la protección y mejoramiento del medio ambiente mundial.

La Comisión conformada por miembros de 21 países, concluyó que la transición a formas sustentables de desarrollo era posible y se publicó en 1987, el informe correspondiente denominado Nuestro Futuro Común, mejor conocido como Reporte Brundtland.

Reynol (2011) El documento advierte que la humanidad debe cambiar los modos de vivir y de interacción comercial si no desea el advenimiento de una era con niveles de sufrimiento humano y degradación ecológica inaceptables. Así mismo, indica que está en manos de la sociedad hacer que el desarrollo sea sustentable; es decir, asegurar que “satisfaga las necesida-

des del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias” (Comisión Mundial del Medio Ambiente y el Desarrollo, 1988). El Reporte sugiere que el desarrollo económico y social debe descansar en la sustentabilidad, y como conceptos clave en las políticas del desarrollo sustentable identifican en los siguientes puntos: La satisfacción de las necesidades básicas de la humanidad: alimentación, vestido, vivienda, salud; la necesaria limitación del desarrollo impuesta por el estado actual de la organización tecnológica y social, su impacto sobre los recursos naturales y por la capacidad de la biósfera para absorber dicho impacto.

En la comisión, se propusieron siete estrategias imperativas para emprender la ruta hacia el desarrollo sustentable:

- Reactivar el crecimiento
- Cambiar la calidad del crecimiento
- Satisfacer las necesidades esenciales de empleo, alimentación, energía, agua y sanidad.
- Asegurar un nivel sustentable de la población
- Conservar y mejorar la base de recursos
- Reorientar la tecnología y controlar el riesgo
- Relacionar el medio ambiente con las decisiones económicas

El informe no es la predicción de una decadencia del medio ambiente, es la posibilidad de una nueva era de crecimiento económico que tenga como fundamento políticas que sostengan y amplíen la base de recursos del medio ambiente. Asimismo expresa la esperanza de la Comisión en el futuro. Esperanza que está condicionada a una decisiva acción política que debe comenzar ya, de modo que asegure un progreso y una supervivencia de humanos sostenibles. Así también el Informe no pronostica un futuro, presenta una advertencia mediante la cual enfatiza que ha llegado la hora de tomar las decisiones necesarias para asegurar los recursos que permitan sustentar a la presente y futuras generaciones.

Durante toda la década de 1980 la frase “desarrollo sustentable” estuvo presente en diversas publicaciones, desde los desconocidos reportes publicados por la Internacional Unión for the Conservation of Nature and Natural

Resources y los populares libros “verdes” hasta llegar a convertirse en el concepto central y más atractivo del reporte de la Comisión Brundtland. El propósito de la comisión de articular la palabra “sustentable” con el término “desarrollo” fue reconciliar las demandas del medio ambiente y las implicaciones de la pobreza global (Jamieson 1998). Frente a este concepto las personas preocupadas por la pobreza han hecho énfasis sobre la palabra desarrollo, en tanto que los ambientalistas han fijado su atención sobre la palabra sustentable. Dentro de la definición de desarrollo sustentable se advierte que el individuo es el elemento central, pero a partir de éste se escala a lo global. Todos están involucrados, no importa dónde viven, qué hacen o hicieron para vivir. Ninguno está exento, ninguno puede pasar la responsabilidad a otro, ni a la próxima generación. Es un enfoque multidisciplinario, multiescala, multiperspectiva porque abarca la economía, la cultura, las estructuras sociales, el uso de los recursos, etc. Dada esta naturaleza conceptual, se puede asegurar que es quizá la culminación de las teorías de desarrollo (Bell y Morse, 2003).

Dentro del texto sustentabilidad y desarrollo sustentable de Víctor Manuel López López se logra sintetizar el Informe Brundtland como la integración de tres partes con capítulos, dónde se plantea un marco analítico que se refiere a las preocupaciones ambientales y a las tareas con esfuerzo común que sea abordado de forma global para propiciar la sustentabilidad.

En la primera parte expone el futuro amenazado, el desarrollo sustentable propiamente dicho y la economía internacional.

En la segunda analiza lo que se requiere hacer en cuanto a población, recursos humanos, seguridad alimentaria, especies y ecosistemas, energía, industria y urbanismo.

En la tercera parte se refiere a la administración de los espacios, la paz, seguridad, desarrollo y medio ambiente; hace propuestas para el cambio en las instituciones y sus leyes.

Finalmente incluye un par de anexos sobre temas jurídicos internacionales y la labor de la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo.

1.1. Agenda 21

En 1992, los dirigentes mundiales se reunieron en Río de Janeiro para efectuar una correlación en la orientación del futuro del planeta. La necesidad era evidente. La humanidad estaba presionando excesivamente la red de seguridad natural de que depende la vida, sin llegar a garantizar una ciudad de vida básica para todas las personas. El deterioro ambiental, el consumo y la población crecían en todo mundo y al mismo tiempo se ampliaba la brecha entre ricos y pobres. Las prácticas inadecuadas de las distintas naciones en relación con el medio ambiente podían percibirse a través de las fronteras y los mares. La degradación de la tierra, la contaminación y la pesca excesiva amenazaban seriamente la producción de alimentos, curso de aguas internacionales y el vasto patrimonio mundial oceánico.

La escala de destrucción del hábitat y la pérdida irreversible de especies de animales y vegetales alcanzaron niveles alarmantes. Los hombres de ciencia señalaron las manifestaciones inquietantes de las repercusiones de la actividad humana en la atmósfera y el clima. En la conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, 178 gobiernos dieron forma a un programa de acción para ubicar a la comunidad mundial en un sendero sostenible en el siglo XXI. El documento resultante fue el Programa 21. Ocho años más tarde, gran parte de la promesa que ese documento presentaba sigue sin cumplirse; sin embargo, se han adoptado diversas medidas concretas para “detener e invertir los efectos negativos de las actividades humanas en el medio ambiente y promover en todos los países un desarrollo económico ambientalmente sostenible”. En grado considerable, esas medidas han sido fomentadas y financiadas por el Fondo para el Medio Ambiente Mundial (FMAM).

1.2. Definiciones básicas

Texto introductorio a la importancia de conocer las definiciones básicas; buscar la definición de definición y básico como conocimiento.

1.2.1.1 Desarrollo

Reynol (2011) De acuerdo con la teoría del desarrollo y crecimiento económicos se considera que fue J. Schumpeter, quien propuso por primera vez el término desarrollo. En su obra Teoría de desarrollo económico, J. Schumpeter dice que “el desarrollo se define por la puesta en práctica de nuevas combinaciones. Este concepto abarca cinco aspectos que se entrelazan entre sí: 1) La introducción de un nuevo bien o de una nueva calidad de un bien. 2) La introducción de un nuevo método de producción [...] 3) La introducción de un nuevo mercado [...] 4) La conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento de materias primas o de bienes semimanufacturados [...] 5) La creación de una nueva organización de cualquier industria”, y quien lleva estas combinaciones, señala, es la empresa y los empresarios (J. Schumpeter, 1957:76-77).

En esta misma línea de pensamiento, el desarrollo se concibe como una forma de planificación y de política. La planificación se define como la preparación de una política y, más particularmente de una política del desarrollo (Mennes et al, 1980). Otra apreciación señala que el desarrollo exige transformaciones profundas y deliberadas, cambios estructurales e institucionales, y se percibe como un proceso discontinuo de desequilibrios más que de equilibrios. Se concibe también como un proceso de cambio social, como un proceso deliberado que persigue como finalidad última la igualación de oportunidades sociales, políticas y económicas, tanto en el plano nacional como en relación con sociedades que poseen patrones más elevados de bienestar material (Sunkel y Paz, 1978).

La ONU define el desarrollo como el mejoramiento sustancial de las condiciones sociales y materiales de los pueblos, en el marco de respeto por sus valores culturales. A lo largo de sucesivas décadas de desarrollo, la ONU ha hecho esfuerzos para dejar en claro algo que parece tan obvio, como el crecimiento no equivale al desarrollo. Pese a ello, en la práctica se siguió dando prioridad, tanto a niveles nacionales como internacionales de cooperación o de programas específicos, tanto de la ONU como de los Organismos De Bretton Woods, a los aspectos de crecimiento en el supuesto que de lograrse esto, iba a producir el desarrollo “por goteo” (Bifani, 1999).

Otra explicación del desarrollo, basada en procesos reales, lo detalla como un proceso de transformación de la sociedad caracterizado por una expansión de su capacidad productiva, la elevación de los promedios de productividad por trabajador y de ingresos por persona, cambios en la estructura de clases y grupos, y en la organización social, transformaciones culturales y de valores, y cambios en las estructuras políticas y de poder, todo lo cual conduce a una elevación de los medios de vida (Sunkel, 1980).

El desarrollo es, en sí, un proceso que niega el determinismo y exige la elección de metas y objetivos, así como la definición de estrategias para su logro; la elección no es ilusión, sino una posibilidad real que se da dentro de un sistema abierto y susceptible de control. Entonces, ¿Qué tipo de desarrollo es el deseable?, ¿Cuáles son los objetivos que se pretenden alcanzar con el desarrollo, especialmente cuando el estado del ambiente mundial se halla afectado por múltiples crisis? Dado que no existen fórmulas eficaces para predecir el futuro de la economía mucho menos para presagiar el futuro de la naturaleza, lo más sensato es repensar la planificación del desarrollo en busca de pautas más humanas para el futuro.

1.2.2. Desarrollo sustentable

López López define el desarrollo sustentable se considera un proceso de cambio continuo, en lugar de un estado de armonía fijo.

(Reynol 2011) La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Ambiente Humano celebrada en Estocolmo en junio de 1972 proclamó al ambiente el hábitat mundial del hombre como una cuestión de interés constante para todos los países y creó en el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) la maquinaria embrionaria para afrontar esta dimensión recién descubierta del desarrollo y de los asuntos internacionales. En la larga serie de conferencias de la ONU se llegó a un consenso en el sentido que los países en desarrollo entendieron que, lejos de constituir un problema exclusivo del mundo industrializado, la degradación ambiental y el abuso de la naturaleza constituyen en gran medida su problema (Sachs, 1977).

Bazant (2009) En otras palabras el desarrollo sustentable es la integración de los aspectos económicos, sociales y ambientales a fin de producir bienes y servicios pero a la vez preservar la diversidad y respetar la integridad funcional de los ecosistemas, minimizando su vulnerabilidad y compatibilizando los ritmos de recarga naturales con los de extracción requeridos por el propio sistema económico.

1.2.3. Sustentabilidad y Sostenible

Bazant (2009) El concepto de sustentabilidad puede definirse desde la perspectiva ecológica o ambiental, sin embargo...

La sustentabilidad comprende un desarrollo económico a largo plazo, opuesto a la noción actual de crecimiento económico a corto plazo para maximizar ganancias sin importar las repercusiones ambientales.

La sustentabilidad no se da en abstracto, presupone en primer lugar un Estado funcional con bases constitucionales sólidas y un marco jurídico que haga respetar la ley y promueva las reformas legales e institucionales que hagan efectiva la protección y regulación de los recursos naturales vitales para un desarrollo económico ambientalmente equilibrado.

También requiere de una sociedad informada, con preferencias ambientales claras que, a través de poder compra y mecanismos eficaces de expresión, se traduzcan en demandas políticas y económicas consecuentes.

López (2008) En la actualidad el tema del desarrollo sostenible forma parte de las discusiones en toda esfera social. El momento, las circunstancias, las estadísticas, lo hacen atractivo para su análisis[...] Por lo anterior, se pretende justificar a partir de diversos planteamientos, cuál es el uso adecuado del término sostenibilidad y su aplicación con base en las diversas posturas gramaticales, teóricas, institucionales y políticas, a fin de establecer una argumentación sólida para su pertinente conceptualización en los diferentes ámbitos. Resulta imprescindible analizar la gramática del concepto y su significado para entender cuáles son los planteamientos de diversas fuentes documentales. Bajo ese orden de ideas, analizar y contrastar los postulados de diversos autores ayudará a fortalecer su conceptualización.

Los fundamentos del término “sostenibilidad” (nachhaltigen) tiene su origen en un momento de crisis y escasez alrededor del siglo XVII, causado

por la deforestación que agudizaba a toda Europa, puesto que la materia prima principal de la época provenía de los bosques. En ese sentido, Hans Carl Von Carlowitz fue el primero quien plantea un concepto claro sobre sostenibilidad forestal. En sus recorridos por Europa se preguntó: ¿cómo administrar la escasez?; en 1713 respondió con un tratado denominado Sylvicultura Oeconomica. En éste usó la expresión nachhaltendes wirtschaften que significa administración sostenible, poco después fue adaptado por los ingleses a sustainable yield que quiere decir producción sostenible.

Boff, comenta que se deben establecer cuatro estrategias:

La primera era política: corresponde al poder público, y no a las empresas ni a los consumidores, regular la producción y el consumo y así garantizar la sostenibilidad en función del bien común. La segunda era la estrategia colonial: para resolver la carencia nacional de sostenibilidad y, era necesario buscar fuera los recursos faltantes, conquistando y colonizando otros países y pueblos. La tercera era la liberal: el mercado abierto y el libre comercio van a regular la demanda y el consumo, de donde vendrá la sostenibilidad, que resultará mejor asegurada si es apoyada por unidades de producción en los países donde hay abundancia de los recursos necesarios para la producción. La cuarta era la solución de la técnica: para superar la escasez y garantizar la sostenibilidad, se buscará la innovación tecnológica, o la sustitución de los recursos escasos.

GRAMÁTICA

Alexis Márquez Rodríguez hace una descomposición lingüística sobre los términos sostenible y sustentable, los cuales son adjetivos verbales o postverbales, porque derivan de sendos verbos: sostener y sustentar. Pertenecen al tipo de adjetivos que se forman mediante el agregado a la raíz del verbo del sufijo -able o -ible: amar, am-able; temer, tem-ible; corregir, correg-ible.

El sufijo -ble, tanto en su forma -able como -ible, denota la idea de posibilidad pasiva, es decir, capacidad o aptitud para recibir la acción del verbo según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (DRAE). Esto quiere decir, en este caso, que sostenible es lo que es capaz de sostener o de sostenerse, y sustentable aquello que es capaz de sustentar o sustentarse. Según Márquez, si aplicamos estas observaciones a la frase que motivó

las consultas, diremos que desarrollo sostenible es el desarrollo que puede o es capaz de sostenerse, y desarrollo sustentable es el que puede o es capaz de sustentarse. Márquez, termina diciendo que ambos adjetivos son bien usados para el sustantivo “desarrollo”, es decir, que gramaticalmente serían lo mismo. Luego, realiza la comparación desde el sentido semántico y concluye diciendo que son sinónimos. Cabe anotar, que esta deducción la hace sin tener en cuenta el ámbito científico del término; es decir, una contradicción del primer planteamiento es que en muchas ocasiones algo que se sostiene, no siempre es algo que se sustenta.

En el segundo planteamiento, existen algunos argumentos sobre los términos sostenibilidad o sustentabilidad, que establecen una serie de definiciones ligadas a su uso adecuado; no obstante, existen autores como Barney de Cruz, Scherz, o Barrantes, quienes advierten que la expresión “desarrollo sostenible o sustentable” es un anglicismo que proviene del concepto “sustainable development”. Estos especialistas sugieren que la palabra sajona “sustainable” no tiene la misma implicación que el término en español que se refiere a “sostener o sustentar”, cuyo significado, según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, corresponde al de “mantener firme un objeto, prestar apoyo, mantener una cosa en un medio o un lugar sin dejarlo caer o haciéndolo muy lentamente, tolerar, conservar una cosa en su ser o estado”. Para el vocablo inglés su acepción corresponde a una notación dinámica y positiva: To keep going continuously, endure, without giving way, lo que significa avanzar continuamente, perseverar en el esfuerzo, resistir sin ceder.

Rúbio (2014) En todo caso, la expresión inglesa se refiere a un proceso cuyo ritmo hay que mantener. Es una concepción dinámica, no estática y, por tanto, dicha palabra inglesa se refiere al esfuerzo necesario que se debe aplicar para que un proceso dinámico se mantenga superando los escollos que pueda encontrar, obligando por lo tanto, a la identificación de las condiciones necesarias para que el sistema no sólo sobreviva sino para que pueda seguir avanzando. Es por ello, que la palabra “sustainable” ha sido erróneamente traducida al castellano como “sustentable”, cuando dicho vocablo en realidad no existe en este último idioma, independientemente de que cada día sea más utilizado.

Para el tercer planteamiento, Jorge Torres comenta que lo de sustentable y

sostenible son términos aplicados en la interpretación hecha en la conferencia de Rio de Janeiro Brasil en 1992 por algunas corrientes ambientalistas en Latinoamérica con percepción antropocéntrica (sustentable), en donde consideran al ser humano solamente y no con la percepción debida, como es la biocéntrica que considera todo lo inherente a lo vivo.

Carvalho (1993) escribe que el desarrollo sostenible es un proceso de transformación en el cual la explotación de los recursos, la dirección de las inversiones, la orientación del desarrollo tecnológico y el cambio institucional se armonizan y refuerzan el potencial presente y futuro, con el propósito de atender las necesidades y aspiraciones humanas.

Por consiguiente, según Pezzey (1992) la sostenibilidad se define en términos de utilidad no decreciente, relativa a un miembro representativo de la sociedad en una perspectiva de milenios. Se requiere mantener estándares de capital natural, establecer políticas de sostenibilidad fuerte y que ésta sea justa para las próximas generaciones.

1.3. Dimensiones de la sustentabilidad

Para López López la sustentabilidad cuenta con pilares de sustentabilidad indispensables existiendo tres aspectos que constituyen el soporte que hace que un proyecto o un sistema sean sostenibles en el tiempo.

Sustentabilidad ambiental: significa preservar y enriquecer el ecosistema local y global, evaluando y mejorando el impacto del proyecto en el medio ambiente.

Sustentabilidad social: el proyecto debe proponer un desarrollo que mejore la salud y el bienestar de una comunidad, dando oportunidades de trabajo y promoviendo la creación de negocios, crecimiento personal, educación, salud y aprendizaje de por vida.

Sustentabilidad económica: significa que un desarrollo es rentable debido a prácticas claras de negocios, con beneficios de costo apreciables gracias a

la implementación de políticas estratégicas de sustentabilidad, tales como conservación de agua y energía. Significa crear riqueza para inversionistas y propietarios, trabajos para la gente de la comunidad, y un nuevo desarrollo de negocios en la economía local.

Estos pilares de la sustentabilidad nos abren paso a muchas ideas de diseño que podemos realizar para el bienestar de la sociedad y del medio ambiente, creando nuevas experiencias, una forma de vida diferente al consumismo y a la vida sedentaria, una mejora del mercado local, incluso prácticas de comercio diferentes, todo para el bien común, el medio ambiente y una mejor vida.

La sustentabilidad propone que se genere producción pero sin alterar los recursos naturales. Significa mantener la estabilidad del ecosistema. Implica reconocer el soporte natural; es decir, cómo el capital natural primario puede ser potenciado, revalorado mediante la tecnología o capital secundario con criterio de autosuficiencia local. Lo que propone emplear mínima importación de materiales y energía extra-local, además de exigua exportación de desechos para reducir o mitigar los efectos regresivos. Existe un valor agregado cuando se ha verificado un nivel bajo o nulo de impacto ambiental.

1.4. Principios de Hannover

El documento los Principios de Hannover es una guía para el diseño y realización de la Exposición Universal de Hannover del año 2000, elaborada por el equipo del arquitecto William McDonough a principios de los años noventa. El documento se dirigía a los profesionales encargados de la planificación territorial, diseño de los pabellones y espacios de la feria, así como a los organizadores. Su intención era promover que los nuevos espacios construidos con motivo de la feria constituyeran realmente un desarrollo sostenible para la ciudad.

El documento recoge las bases de la filosofía que William McDonough y el químico Michael Braungart defienden desde hace años: que el diseño, la construcción y la producción industrial pueden mantenerse dentro de los procesos de la naturaleza, utilizando materiales completamente inocuos,

creando edificios más agradables y eficientes, y produciendo bienes sin generar residuos o elementos tóxicos que degraden el medio.

El documento completo debate medidas concretas para la feria de Hannover, hechos de eventos anteriores de los que aprender, e incluso algunos parámetros para que en el propio sistema de concurso para la elección de los edificios ganadores se reflejaran valores de cooperación y democracia. Sin embargo destacan con un interés especial los principios generales que conocemos como los Principios de Hannover.

En el sitio de McDonough podemos encontrar dichos principios enlistados de la siguiente manera

1. Defiende el derecho de la humanidad y la naturaleza a coexistir de un modo saludable, diverso, sostenible, y de apoyo mutuo.
2. Reconoce la interdependencia. Los elementos del diseño humano interaccionan con el mundo natural a la vez que dependen de él, con amplias y diversas implicaciones a todas las escalas. Amplía tus consideraciones sobre el diseño para reconocer incluso los efectos más lejanos.
3. Respeta las relaciones entre el espíritu y la materia. Considera todos los aspectos de los asentamientos humanos, incluyendo la comunidad, la vivienda, la industria y el comercio, en términos de las conexiones existentes y cambiantes entre la conciencia espiritual y material.
4. Acepta la responsabilidad por las consecuencias que tiene el diseño sobre el bienestar humano, la viabilidad de los sistemas naturales y su derecho a coexistir.
5. Crea objetos seguros y con valor a largo plazo. Evita cargar a las futuras generaciones con la necesidad de mantener o vigilar peligros potenciales derivados de productos y procesos que se han diseñado de manera despreocupada en la actualidad.
6. Elimina el concepto de residuo. Evalúa y optimiza el ciclo de vida completo de los productos y procesos, para aproximarte al estado de los sistemas naturales en los que no se producen desechos.

7. Confía en los flujos naturales de energía. Los diseños humanos deberían obtener su fuerza creativa del flujo permanente de energía del sol, igual que hacen los sistemas vivos. Incorpora esta energía en tus diseños de manera eficiente y segura para que se haga de ella un uso responsable.

8. Comprende las limitaciones del diseño. Ninguna creación humana dura eternamente y el diseño no resuelve todos los problemas. Aquellos que crean y planifican deberían practicar la humildad ante el ejemplo de la naturaleza. Trata la naturaleza como modelo y consejera, no como un inconveniente a evitar o controlar.

9. Busca la mejora constante compartiendo el conocimiento. Fomenta una comunicación abierta y directa entre colegas, jefes, constructores y usuarios, para enlazar las consideraciones de sostenibilidad a largo plazo con la responsabilidad ética, restablecer la relación entre los procesos naturales y la actividad humana.

Aunque se dieron a conocer con ocasión de la exposición mundial de Hannover, estos nueve principios generales son válidos en cualquier faceta de una creación humana más consciente con la crisis que vive nuestro planeta. Nuestra comodidad y tecnología no deberían dañar el entorno, o incluso deberían restaurarlo, y aceptar estos principios nos acerca a ese objetivo.

El documento se realizó en el año 1992 y desde entonces se han continuado celebrando diferentes eventos internacionales, uno de ellos vivido de forma especialmente cercana como es el Forum de las Culturas 2004. Los autores destacan en el documento que quizá la celebración de este tipo de eventos no merece la pena si no es que verdaderamente significan un paso adelante hacia la resolución de conflictos, la reducción de las desigualdades y la pobreza, o la paliación de la crisis ambiental.

Hoy, resulta una necesidad que cada nueva actuación urbanística, cada nuevo desarrollo urbano, se convierta en un ejemplo de respeto hacia el medio y la salud de la personas. Sin embargo, estos criterios se introducen de manera muy limitada, a una velocidad mucho menor de lo deseable, valga como ejemplo el citado Forum de Barcelona.

Los principios de Hannover son consejos para crear de forma más humana, para crear algo mejor para todos. Hacerlos nuestros y ponerlos en prác-

tica en todo proceso de diseño es una urgencia para nuestras ciudades, nuestros campos, y para todos los habitantes del planeta.

1.5. Ciclo de vida “cradle to cradle” (de la cuna a la cuna)

Retomado de twenergy.com:

Tratar de ser “menos malo” no es ser “bueno”. Cuando aplicamos en nuestro día a día las consignas de “Reducir, reutilizar, reciclar” limitamos nuestro impacto negativo sobre el medio ambiente, hacemos más con menos, ralentizando la degradación del mismo, pero más tarde o más temprano estaríamos llegando a un mismo final.

¿Por qué no pensar que nuestras acciones diarias, en lugar de ser simplemente menos perniciosas, puedan ser positivas para el planeta?

El químico alemán Michael Braungart y el arquitecto estadounidense William McDonough tienen una teoría, que llaman “de la cuna a la cuna” (“cradle to cradle” en inglés), que defiende que es tiempo para los seres humanos de jugar un papel constructivo en la naturaleza y atajar los problemas desde su mismo origen, trabajando para que desde el propio diseño y concepción de cualquier producto se tengan en cuenta todas las fases de su ciclo de vida (extracción, procesamiento, utilización, reutilización, reciclaje...) de manera que el balance de gastos y aporte de materias primas y energía sea positivo.

Para esto abogan por edificios que, al igual que los árboles, produzcan más energía de la que consumen y depuren sus propias aguas residuales, industrias que generen como efluente agua potable y productos que, una vez finalizada su vida útil, no se conviertan en basura inútil, sino que puedan ser devueltos al suelo para que se descompongan y se conviertan en alimentos para plantas y animales, y en nutrientes para la tierra; o, en caso contrario, que puedan ser reincorporados a los ciclos industriales para proporcionar materias primas de alta calidad para nuevos productos.

Productos con un ciclo de vida inteligente

Existen ya muchos ejemplos de productos fabricados con esta filosofía: bolígrafos y alfombras hechos con material 100% reciclado y reciclable, pañales biodegradables, zapatillas y sillas construidos con material reciclado y que se pueden desmontar al final de su vida útil para separar los materiales biodegradables de los otros que pueden ser reciclados para cerrar el ciclo y volver a empezar.

Uno de los ejemplos más curiosos es una tienda de campaña hecha de cartón reutilizado, con pequeñas plantas en su cubierta, diseñada específicamente para durar el tiempo de un festival de música y luego descomponerse, concebida para atacar la problemática del gran número de tiendas baratas abandonadas por los participantes al finalizar los festivales.

Braungart y McDonough quieren un mundo de abundancia y no uno de limitaciones, polución y desechos, trabajando sobre las cosas correctas en lugar de hacer que las cosas incorrectas sean menos malas. Cuando las cosas se hacen correctamente, entonces sí tiene sentido hacerlas “bien” con la ayuda de la eficiencia, entre otras herramientas.

1.6. Paradigmas del desarrollo sustentable

Evelin Möller (1989) El diseño que reutiliza neumáticos de automóviles y cajas de las bolsitas de té no colabora de forma decisiva a una solución frente a la acumulación de basuras y a los problemas del medio ambiente». Reynol (2011) El desarrollo sustentable es un nuevo paradigma, un proceso que empezó a promover, a partir de 1980, la Comisión Brundtland en la Cumbre de Río de 1992 produjo la Agenda 21 la cual incorpora como eje central tres dimensiones de igual importancia: la económica, social y ambiental, definiendo al desarrollo sustentable como la capacidad de las generaciones para atender y satisfacer sus necesidades dejando a las generaciones futuras un ambiente sano y limpio, con recursos naturales suficientes para enfrentar y cubrir sus necesidades de desarrollo y bienestar. De esto se infiere la equidad intergeneracional se basa en la filosofía del desarrollo sustentable, pero también que las nociones de eficiencia, resiliencia, con-

servación y permanencia a largo plazo del hábitat y los ecosistemas deben ser parte sustantiva del mismo principio de sustentabilidad.

El mercadólogo Luis Maram en su blog publica “Levi’s lanza jeans hechos de botellas recicladas” podemos encontrar:

«¿Coca-Cola y Levi’s se meten en esto solo porque son buenos ciudadanos y ayudan al planeta? Por supuesto que no. La rentabilidad derivada de enormes ahorros en la cadena de suministro gracias al reciclaje, más la tremenda reducción en el uso de agua y energía, le confieren a estas iniciativas un ROI imposible de obtener de forma tradicional, sin hablar claro del aumento de bursatilidad de sus marcas.

El marketing sustentable, como podrán ver, no es un montón de iniciativas hippies o activistas. Es [...] el atributo más sólido y permanente del nuevo marketing. Hacia allá se están moviendo las industrias. No lo olviden: Green is the new black! (Verde es el nuevo negro)».

Hay quienes creen que el marketing sustentable es una de esas modas más de la disciplina que llegan y se van; la verdad no están entendiendo que es una característica sólida y permanente en el nuevo marketing.

Considerar al diseño industrial como una actividad poco sustentable y contaminante... (es un cliché), es el equivalente a tachar al abogado de estafador.

También es un cliché el pensar que la verdadera sustentabilidad de un producto radica en la cantidad de cartón con que se fabrique o en el hecho de convertir a un objeto obsoleto en otra cosa para poder reciclarlo.

La sustentabilidad en el diseño no va de la mano de la reutilización; afirmar eso es la salida fácil. El diseño verde comenzó con buenos principios, pero terminó como un estilo más y un estilo en nuestra época se difunde rápido, y también muere rápido.

Intentemos definir de qué modo se establecen las relaciones entre cultura y sustentabilidad ecológica. En el libro «Desarrollo sustentable, la salida de América Latina», escrito por Arnoldo José Gabaldón, un gran venezolano que siempre vio con preocupación las erráticas políticas de los diferentes

gobiernos en torno al desarrollo sustentable, el autor dice:

«La sustentabilidad no se puede interpretar como simple mente referida al manejo racional del ambiente, sino que se debe aludir a un proceso de desenvolvimiento social basado en la interacción constructiva y sinérgica de las dimensiones: ambiental, económica, productiva, socio-cultural y política».

Basados en esto, podemos inferir que la sustentabilidad va más allá de una simple condición racional del hombre y del entendimiento de cómo sus acciones producen determinadas consecuencias en su entorno o ambiente. La relación que el hombre ha sostenido con el medio ambiente ha sido de usufructo, desde épocas ancestrales. Ha hecho uso y provecho para su beneficio y el de su entorno social. Esa interrelación es la base del desarrollo de los aspectos socio-culturales que han formado la sociedad actual.

Para comprender mejor en qué forma se produce esta relación entre cultura y sustentabilidad, debemos analizar esquemáticamente las tres formas básicas en que el ser humano interactúa con su entorno:

Uso de los recursos naturales. El ser humano hace uso de los recursos naturales en una medida determinada que establece su relación con el entorno, tanto en un contexto social como productivo. El uso de los recursos como bienes de servicio en su estado natural se refiere a: algunos alimentos, el agua, los suelos o lo obtenido a través del proceso productivo o industrial (de tipo elaborado).

Cambios en el uso del suelo. La ocupación del espacio geográfico para localizar actividades sociales y productivas.

Liberación de desechos. Es producto de actividades sociales y procesos productivos. Pueden ser sólidos, líquidos o gaseosos. Los desperdicios afectan suelos, atmósfera y agua.

La sustentabilidad real está en diseñar pensando en la obtención de la materia prima, el transporte, el proceso de transformación, distribución, uso, deshecho y reciclaje o degradación. Pero seamos conscientes de que este tipo de sustentabilidad, si bien la concibe el diseñador industrial,

la aprueba la industria, el inversionista y, finalmente, el consumidor. Si ninguno de estos tres factores busca sustentabilidad, será difícil que el diseñador pueda encontrarla.

02

El Diseño Gráfico con responsabilidad social y ética profesional

2.1. Diseño Gráfico

Nos topamos con él en las señales de nuestras calles, carreteras, publicidad, las revistas, los paquetes de tabaco, las pastillas para el dolor de cabeza, el logotipo de nuestra camiseta o la etiqueta de las instrucciones para el lavado de nuestra chaqueta. No es solo un fenómeno capitalista o moderno, sino que ya los habitantes del antiguo Egipto, del medioevo italiano o de la Rusia soviética afrontaban de forma habitual calles repletas de comunicados oficiales y noticias varias.

Twemon (2007) Nos envuelve aportando significados y trasfondo a nuestro entorno vital.

El Diseño Gráfico cumple distintas funciones. Clasifica y diferencia- distingue una empresa, organización o nación de otra-. Informa y comunica -nos dice como deshuesar un pato o como registrar a un recién nacido-. El diseño Gráfico no es simplemente una frivolidad extrema; sus usos y objetivos son tan consubstanciales al mundo moderno y a la civilización que para calificar al ser humano, Marshall McLuhan acuñó el término entre comillas “hombre tipográfico” .

Como cualquier otra actividad, el diseño forma parte sustancial de nuestra cultura.

Todo diseño se produce gracias a la tecnología, su evolución es inseparable del desarrollo tecnológico. Unos pocos ejemplos son suficientes para ilustrar este punto. Se acuñó en 1922 el término “Diseño gráfico” por quien es

considerado el padre mismo el americano William Addison Dwiggins; un próspero diseñador que trabajo con material publicitario en distintos formatos, desde carteles y panfletos hasta anuncios en periódicos y revistas.

“El deber básico de cualquier diseñador que trabaje con el papel es conseguir una presentación clara del mensaje: resaltar los anuncios en los enunciados importantes y colocar los elementos secundarios de forma que no sean desestimados por el lector, ello requiere un ejercicio del sentido común y una capacidad de análisis más que unas habilidades artísticas”. Con lo anterior, podemos descubrir de forma inmediata cuales eran, hace aproximadamente un siglo, los ingredientes principales para un diseño gráfico; palabras de Dwiggins: tipos de letra, espacios en blanco, ornamentos, bordes y otros complementos de imágenes. Dwiggins concebía el Diseño gráfico casi exclusivamente como la organización de los materiales que debían pasar luego al papel.

Uno de los términos alternativos que relacionaba con el Diseño gráfico era super-printing (súper-impresión), entendiendo súper como “previo” o “anterior”. Pero, en la cantidad, el Diseño gráfico y la tipografía se conciben generalmente desde otra perspectiva. El Diseño gráfico sería un concepto más amplio que incluiría disciplinas graficas como: la construcción y manipulación de imágenes, cuyas posibilidades han aumentado considerablemente desde los tiempos de Dwiggins; el diseño de logotipos y la creación de identidad corporativa; el diseño de exposiciones; el diseño de embalajes

y paquetes, etc. Muchos de estos trabajos se reproducen por métodos muy alejados de la tradicional impresión en papel.

Las ideas de Dwiggins acerca del diseño se relacionan con la consumación de un resultado previsible.

El tipógrafo e impresor Francis Maynell tenía una percepción más sugerente del papel del Diseño gráfico. En 1923 escribió una obra titulada *Con 26 soldados de plomo he conquistado el mundo*. “ellos, profundidades y alientos de las cosas naturales y tangibles. (Los paisajes, la puesta del sol; -todas las inconmensurables emociones y agitaciones de la mente humana, todos se circundan, atemperan y ordenan en un ligero revoltijo las letras-. “¡Veintiséis signos!”

En contraposición a Dwiggins Maynell pone énfasis en el contenido poético y estético del diseño.

Dwiggins trataba con mensajes comerciales poco interesantes, Maynell trabajó en la composición e impresión de libros Shakespeare incluido-. Pero en estos dos ejemplos encontramos la semilla de la tensión cardinal que envuelve al diseño en tanto que disciplina u oficio. La primera establece que el Diseño esencialmente una actividad funcional que refleja, ante todo, las necesidades del cliente que paga. La segunda prefiere entender el diseño como algo demasiado importante como para someterse a dichos fines, algo que debe utilizarse de manera que puede explorar y poner de relieve su potencial expresivo. Función frente a posibilidades estéticas. Estas dos posturas se enfrentan constantemente, tanto a nivel del Diseño gráfico en general como particular en el corazón de cada uno de los diseñadores.

En su libro *Variables de la sustentabilidad* Luz del Carmen Vilchis nos dice:

“El Diseño gráfico se entiende como problema, aquella necesidad que se resuelve por la actuación constante del pensamiento; siempre se presenta relacionado con múltiples factores y su solución suele generar reacciones por parte del perceptor y receptor.”

2.1.1 Definición

Dentro del texto ¿Qué es el Diseño gráfico? De Twemon nos describe la actividad como una disciplina la cual se ve inmersa no solo en la proyección puramente estética, sino también en un planteamiento.

Richard Hollis percibe ante todo al Diseño gráfico como “una modalidad del lenguaje con una gramática incierta y un vocabulario en constante crecimiento”.

“La primera función del diseño es la identificación”

[...] La segunda función estaría relacionada con la información y la instrucción: indicaría la relación de una cosa con otra en cuanto a la dirección, posición y escala; pretendiendo atrapar la mirada del espectador–usuario y hacer que el mensaje sea recordado.

Este tipo de definición nos muestra de forma nítida cuales son los objetivos básicos del diseño gráfico, pero su tipificación en cajones independientes es un poco confusa, pues la mayor parte de obras de diseño desempeñan simultáneamente varias funciones.

“El Diseño gráfico es el oficio de construir y seleccionar signos y colocarlos adecuadamente en una superficie con el fin de transmitir una idea”

Richard Hollis

La modernidad conlleva la aparición de la producción en serie y diseño gráfico, no es sino Reproducción en serie. En la actualidad, la mayor parte del diseño se arraiga en lo digital un material mucho más maleable y fluido de lo que Eric Gill. En el librito de la Licenciatura de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma del Estado de México describe al quehacer del diseño como un deber a responder a una labor metodológica de generación de ideas y soluciones. Por lo que se vislumbra que la disciplina sea reconocida como una actividad que requiere de una preparación especializada, con actitud y conciencia profesional. La creatividad no es concebida como un don especial, sino como un sistema ordenado de ideas, análisis y evaluación.

Asimismo, la creatividad no se limita a la producción gráfica, implica la sistematización del uso de recursos, generación de ideas, ser factor de cambio social, propiciando el análisis crítico y propositivo del entorno actual. En este proceso se aplican principios de interrelación entre el ser humano y el producto de diseño desde un enfoque funcionalista y administrativo de los recursos que intervienen en el mismo.

Frascara en su libro Diseñar es una actividad abstracta que implica programar, proyectar coordinar una larga lista de factores materiales y humanos, traducir lo invisible en visible, comunicar. Incluye juicios de valor, aplicaciones de conocimientos, adquisición de nuevos conocimientos, uso de intuiciones educadas y toma decisiones.

2.1.1. Ética profesional

Lara Flores en su libro primer curso de contabilidad nos define a la ética como una teoría o ciencia del comportamiento moral de los hombres en sociedad, o sea, la ciencia de una forma específica de conducta humana. La moral es un sistema de normas, principios y valores que regulan las relaciones mutuas entre los individuos o entre ellos y la comunidad, de tal manera dichas formas, tienen un carácter histórico y social, se acaten libre y consistentemente, por una convicción íntima y no de un modo mecánico, exterior o impersonal.

- Es considerada una de las ramas más importantes de la filosofía
- Reflexiona en torno a la moral humana
- Busca transformar nuestro comportamiento para lograr una vida mejor
- Estudia la conducta moral de las personas en la vida social
- Se deriva de la palabra griega “ethos”
- Homero- Lugar habitado por seres humanos y animales
- Martin Heidegger- lugar o morada
- La morada del ethos del ser humano es el ser
- Ethos- costumbres adquiridas por el hábito
- Aristóteles Las virtudes éticas son fruto de las costumbres-
- Las virtudes éticas tienen que ver con la moralidad
- Las virtudes dianoéticas- con la intelectualidad

María del Carmen Rodríguez Aguilar Licenciada en Filosofía y Letras publica en la revista digital de la UNAM un artículo donde nos muestra otro punto de vista de la ética al considerarla como la reflexión filosófica sobre la moral que a su vez consistiría en los códigos de normas impuestos a una sociedad para regular los comportamientos de los individuos.

El ethos griego, libre trabajo ejercido sobre sí, tenía como eje una idea de autoperfección y belleza determinados: estética y estilización de la existencia y la libertad que actualmente no tenemos y por ello se nos dificulta la tarea de establecer fronteras y relaciones que proporcionen tanto descripciones como análisis adecuados a nuestra confusa actualidad. Recordemos que la libertad del ethos clásico se concebía como una creación sujeta al escrutinio de los dioses y tenía el firme propósito de aproximarse y obtener su aprobación haciéndose su semejante. El ser humano “bello” lograba su ethos en tanto desarrollara lo que había en él de divino.

Profesional

Un profesional es quien ejerce una profesión (un empleo o trabajo que requiere de conocimientos formales y especializados). Para convertirse en profesional, una persona debe cursar estudios (por lo general, terciarios o universitarios) y contar con un diploma o título que avale los conocimientos adquiridos y la idoneidad para el ejercicio de la profesión.

La calificación de profesional no sólo está vinculada a los conocimientos o al título habilitante, sino que también puede hacer referencia al compromiso, la ética y la excelencia en el desarrollo de las actividades laborales o de otro tipo.

Se trata de un uso relativo y carente de precisión, ya que no requiere de un conocimiento específico de la profesión a la cual se hace alusión.

Cabe mencionar que en la mayoría de los casos sigue siendo necesario un título para ser admitido por ciertas empresas, con lo cual el camino de la formación independiente no siempre es el ideal. Por otro lado, si uno apunta a montar su propia compañía, la libertad que proporciona no estar ligado a un estudio formal resulta muy compatible, dado que permite racionalizar el conocimiento según las necesidades y la disponibilidad de cada momento.

El adjetivo profesional también hace referencia a la actividad que se lleva a cabo como profesión (en el sentido de que implica una retribución económica), y no como afición o pasatiempo.

En este sentido, incluso un individuo con pocos conocimientos y sin habilidades dignas de ser destacadas puede ser considerado un profesional en un área dada, mientras que alguien que dedica largas horas al día al mismo campo, con resultados brillantes y consiguiendo importantes descubrimientos, pero sin una relación laboral con una compañía, un mero aficionado. Esto se contradice con el peso que, como se menciona en párrafos anteriores, el mismo adjetivo tiene cuando se utiliza para resaltar la destreza de una persona en una disciplina determinada.

La Real Academia Española define a la ética profesional como el conjunto de normas morales que rigen la conducta humana.

La ética profesional es la ética en sí aplicada al ejercicio de una profesión y comprende los principios básicos de la actuación moral de parte de los miembros de una profesión específica, en las circunstancias peculiares en que sus deberes profesionales los colocan.

Lara (2009) Se suele definir como la ciencia normativa que estudia los deberes y derechos de los profesionales; representa, en suma el compromiso moral y de conducta correcta.

En el sitio La ética profesional pretende regular las actividades que se realizan en el marco de una profesión. En este sentido, se trata de una disciplina que está incluida dentro de la ética aplicada ya que hace referencia a una parte específica de la realidad.

En la página web de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá encontramos que para que una persona considere algo como bueno o correcto, intervienen diversos aspectos tales como el tiempo, espacio, educación, religión, conciencia y criterio personal. Cabe hacer mención que si al individuo en la vida real se le plantea una situación, el problema de cómo actuar de manera que su acción pueda ser buena, o mejor dicho, valiosa moralmente, tendrá que resolverlo de una forma que él reconozca y acepte; de este modo será inútil que recurra a la ética con la esperanza de encontrar

en ella lo que se debe hacer en cada situación concreta. La ética podrá decirle, -en general- lo que es una conducta sujeta a normas, o en qué consiste aquello -lo bueno- que persigue la conducta moral, dentro de la cual entra la de un individuo en particular o la de todos.

Rodríguez, G. (1969), afirma que la ética tiene como objeto de estudio el tipo de actos humanos: los actos conscientes y voluntarios de los individuos que afectan a otros, a determinados grupos sociales, o a la sociedad en su totalidad; así la ética se relaciona con otras ciencias que estudian, -desde diversos ángulos- las relaciones y los comportamientos de los hombres en sociedad, proporcionando datos y conclusiones que contribuyan a esclarecer el tipo peculiar de conducta humana que es la moral.

Todas y cada una de las profesiones, están sometidas a una serie de normas y principios que rigen la conducta del profesionista. Cabe aclarar que la importancia de la ética profesional puede considerarse en el orden especulativo o en el orden práctico. El primero analiza los principios y fundamentos de la moral individual y social poniéndolos de relieve en los deberes profesionales; en el segundo, la importancia está determinada por la conveniencia y consecuencia que mutuamente rigen las relaciones entre profesionales y clientes. En otras palabras, la ética profesional consiste en la aplicación de los principios de la ética general a los problemas que se presentan en instituciones, en determinadas disciplinas o en otras áreas.

Conjunto a lo expresado anteriormente el autor configura que para la formulación de una ética profesional el profesionista requiere estar identificado con sus diferentes formas de manifestarse dentro de una sociedad:

Formación profesional

Ponz, P. (2002) afirma que los años de actividad intelectual y de convivencia humana transcurridos durante los estudios de una carrera, el modo de ser del ambiente y de la vida entera de una universidad, configuran en conjunto lo que se ha dado en llamar estilo o espíritu universitario.

Resulta claro que si la universidad está dominada por una idea pragmática y “profesionalista”, en la que todo se encamina a la adquisición de conocimientos “utilitarios” para la profesión y que cualquier otra actividad es considerada pérdida de tiempo (dimensión humana), será difícil que se

adquiera el espíritu universitario y en cambio se obtendrá un “producto calificado” que quizá sea capaz de dar solución a las cuestiones técnicas que se le presenten, como podría hacerlo un robot altamente programado, pero que tendrá muy probablemente escaso criterio y personalidad, ignorando las cuestiones de mayor trascendencia para su propia vida y la de sus semejantes.

Carácter profesional

Doménech, M. (2002) afirma que el individuo al tener una presencia o personalidad variable, puede modificarse, es decir, puede engrandecer su ego, puede tener una sed inmensa de llegar a la perfección de su profesión, haciéndolo para él un modelo sin errores e inequívocos.

Vocación

Para Doménech, M. (2002), la vocación es un deseo entrañable hacia lo que uno quiere convertirse en un futuro, a lo que uno quiere hacer por el resto de su vida, es algo que va enlazado y determinado por los conocimientos generales propios. Un profesional que carezca de vocación, el proceso puede ser más tardío y difícil para poder desarrollar sus conocimientos, a diferencia de un profesional que sienta una verdadera vocación.

Orientación profesional

Ibarra L. (2002) señala que por mucho tiempo se consideró que la orientación profesional era una actividad que se programaba para el período de la vida correspondiente a la elección de la profesión. Por suerte este enfoque ha ido quedando atrás, se considera que la orientación profesional es un proceso permanente que se debe de ofrecer al niño, al adolescente, al joven y también al adulto, de manera tal, que la elección profesional no sea una solución rápida para un problema urgente para el cual el sujeto no tuvo preparación previa.

Responsabilidad

Se dice de una persona que es responsable cuando está obligada a responder de sus propios actos. Doménech, M. (2002) afirma que aunque algunos autores mantienen que la libertad es definida por la responsabilidad, la gran mayoría de éstos están de acuerdo en que el fundamento de la responsabilidad es la libertad de la voluntad.

2.1.2. Código profesional

Código de ética profesional

Lara (2009) Conjunto de reglas o preceptos sobre cualquier materia. Un código de ético profesional no solo sirve de guía a la acción moral sino que también, mediante él, la profesión declara su intención de cumplir con la sociedad, de servirle con lealtad y diligencia y respetarse a sí misma.

Para la elaboración de un código de ética se recomienda el uso de reconocidos principios de ética aplicables directamente a la profesión, principios a los que en este código nos referimos como postulados.

Se estima que estos postulados representan la esencia de las intenciones de la profesión para vivir y actuar dentro de la ética y generalmente se agrupan en diferentes rubros.

A continuación se muestran los parámetros para la elaboración de un código de ética profesional de la empresa Crowe Horwath en Bogotá Colombia realizado el año de 2011 por el Eduardo J. Pestarino Regional Executive, The Americas

Código de Ética

Una parte del código establece los principios fundamentales de la ética profesional para los profesionales contables y provee un marco conceptual que los contadores deben aplicar para:

Identificar amenazas al cumplimiento de los principios fundamentales
Evaluar la significación de las amenazas identificadas; y aplicar las salvaguardas, cuando sea necesario, para eliminar las amenazas o reducirlas a un nivel aceptable Las salvaguardas es necesario cuando los contadores determinan que las amenazas podrían afectar significativamente el cumplimiento de los principios fundamentales.

La segunda y tercera sección del código refiere a la descripción de cómo se aplica el marco conceptual en determinadas situaciones y provee ejemplos de salvaguardas que podrían ser apropiadas para las amenazas detectadas.

La Parte B es aplicable a profesionales en práctica pública y la Parte C a contadores actuando en los negocios.

Principios fundamentales

- a) Integridad
- b) Objetividad
- c) Competencia Profesional y Debido Cuidado
- d) Confidencialidad
- e) Comportamiento Profesional

A continuación se presenta la estructura de un posible código de ética del Diseñador gráfico publicada en el sitio web de “Reticular” (empresa mexicana con más de diez años de experiencia servicios de publicidad integral, fue creada por el Licenciado en Diseño Gráfico y Maestro en Mercadotecnia José Arturo Alfonzo Aguilar).

Responsabilidades del diseñador hacia el usuario

Ejercer la profesión con el objeto de satisfacer las necesidades del usuario tanto nacional como extranjero, las cuales deben Incluir no sólo aquellas de índole racional sino también emotiva, respetando su tradición y cultura.

Ejercer para lograr reducir el precio sin detrimento de la calidad, a través de minimizar la complejidad estructural y maximizar la calidad funcional de los bienes y mensajes visuales.

Responsabilidades del diseñador hacia el cliente

No deberá ejercer simultáneamente para dos clientes directamente competidores entre sí, sin el previo acuerdo de los clientes o empleadores.

Deberá ejercer tratando con absoluta confidencialidad las Intenciones, métodos de producción o Impresión, materiales y organización del cliente. No divulgará tal Información a menos que cuente con autorización del mismo y será corresponsable de que sus empleados y colaboradores se comporten del mismo modo.

Así mismo, todo diseñador empleado o colaborador del diseñador o empresa de diseño contratada, será. Así mismo responsable de respetar esta cláusula, siendo sujeto de las sanciones correspondientes.

En correspondencia el cliente, a su vez, deberá tratar de Igual modo el material que le sea entregado por el diseñador o empresa de diseño contratada.

Deberá ejercer sin difundir a través de la prensa u otro medio de Información acerca del trabajo que realiza, a menos que el cliente haya dado su consentimiento. Las muestras de trabajo que presente a sus prospectos en el portafolio de trabajos previos, deberá contar con carta de autenticidad firmada por el cliente de cada trabajo, especificando el grado y tipo de participación que tuvo en el mismo.

No deberá mostrar en su portafolio de trabajos realizados en empresas de diseño en los que haya participado como dibujante. Sólo podrá Incluirlos cuando su participación en el mismo haya sido en el campo del diseño (la determinación de la complejidad estructural y funcional del objeto o mensaje visual) y contando con una carta de autenticidad firmada por el despacho o empresa en que se especifique el grado y tipo de participación.

Al mostrar a un prospecto de cliente su portafolio de trabajos, deberá ser honesto y explicar su participación en la ejecución del diseño y en caso de haberlo trabajado en equipo con otros colegas, mencionar sus nombres.

Deberá especificar y demostrar sus estudios universitarios de licenciatura y, en su caso, los de Posgrado que haya llevado a cabo. Así mismo, bajo solicitud del cliente deberá mostrar su cédula profesional.

Siempre deberá cobrar sueldo, honorario o regalía por los servicios que presta, a menos que se trate de obras de beneficencia pública.

No deberá retener sin consentimiento del cliente ningún descuento, comisión o beneficios que generen los proveedores o contratistas.

En caso de que este comprometido con alguna empresa que resulte beneficiada por las recomendaciones dadas en el curso de su trabajo, debe notificar al cliente de este hecho con anticipación.

Bajo ninguna circunstancia deberá sobornar u otorgar comisión alguna a empleados o ejecutivos del cliente, con el fin de lograr obtener la contratación para desarrollar el trabajo.

Responsabilidades del diseñador hacia sus colegas

Deberá ser honesto en su crítica y no difamar o denigrar el trabajo o reputación de otro diseñador.

No deberá aceptar con conocimiento de causa ningún trabajo profesional en que otro diseñador haya estado o esté actuando sin notificárselo y que este satisfecho de este acto.

No deberá intentar suplantar a otros diseñadores ni tampoco competir con otros por medio de una deliberada reducción de honorarios (por debajo de su costo de operación) u otros procedimientos de competencia desleal.

No debe aceptar instrucciones de su cliente que implique plagio a diseñadores nacionales o extranjeros o actuar conscientemente de alguna manera que también lo implique.

En caso de que sea requerido para aconsejar a la selección de diseñadores, no debe aceptar ningún pago por parte del diseñador recomendado.

No debe realizar ningún trabajo sin que se le retribuya apropiadamente, a menos que sea para Instituciones de caridad o no lucrativas.

En el caso de que emplee a colegas diseñadores, deberá respetar el derecho moral a créditos de los mismos y no adjudicárselo en forma Individual.

En el caso de haber trabajado con otros colegas o haber sido empleado dentro de alguna empresa de diseño, deberá ser honesto y explicar su grado de participación y los nombres de los mismos o el nombre de la empresa donde se llevó a cabo el trabajo. Si trabajó exclusivamente como dibujante, no tendrá derecho a crédito alguno en cuanto a derechos de autores se refiere.

En el caso de realizar actividades docentes, no deberá Intentar o llevar a cabo trabajos con la utilización de sus grupos de alumnos que puedan ser injustamente competitivos con la actuación profesional de sus colegas y de los mismos alumnos en su futura actuación profesional.

En el caso de que, para fines de contratación, alguno Institución docente le solicite su portafolio de docencia, podrá mostrar aquellos trabajos que los alumnos elaboraron bajo su supervisión directa, explicando claramente que se trata de ejercicios escolares y dando datos de la escuela donde se llevaron a cabo y su grado de participación específica dentro del trabajo. Así mismo deberá mostrar carta de autenticidad firmada por la Dirección de dicha escuela, averiando lo mencionado.

Evitará participar en concursos que vayan en detrimento de los Intereses económicos del gremio o en contra del status y honor de la profesión.

Cualquier anuncio o publicidad de índole profesional que se realice deberá tener juicios objetivos y verdaderos, debe ser justo con clientes, con otros diseñadores y estar de acuerdo con lo dignidad de la profesión.

El diseñador podrá permitir o exigir, en su caso, a sus clientes el uso de su nombre asociado al producto o mensaje visual, cuando a consideración del primero, su trabajo hay sido reproducido dentro de un estándar apropiado de calidad y así mismo, que dicha difusión no vaya en detrimento de la dignidad de la profesión.

2.2. Responsabilidad social

La NMX-SAST-26000-IMNC-2011 de la Secretaría de Economía Mexicana define a la Responsabilidad Social como la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medioambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; y que cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones. La característica esencial de la RS es la voluntad de las organizaciones de incorporar consideraciones sociales y ambientales en su toma de decisiones y de rendir cuentas por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente. Esto implica un comportamiento transparente y ético que contribuya al desarrollo sostenible, cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento. También implica que la responsabilidad social esté integrada en toda la organización, se lleve a la práctica en sus relaciones, y tenga en cuenta los intereses de las partes interesadas.

Tanto la percepción que se tenga acerca del desempeño de una organización en materia de responsabilidad social, como su desempeño real pueden influir, entre otras cosas en:

- Ventaja competitiva
- Reputación
- Capacidad para atraer y retener a trabajadores o miembros de la organización, clientes o usuarios
- Mantenimiento de la motivación, compromiso y productividad de los empleados requeridos.
- Percepción de los inversionistas, propietarios, donantes, patrocinadores y comunidad financiera.
- Relación con empresas, gobiernos, medios de comunicación, proveedores, organizaciones pares, clientes y la comunidad donde opera.

Uno de los hechos más visibles de la cultura contemporánea es la incorporación de una gran cantidad de objetos e instrumentos artificiales al ámbito de nuestra vida práctica. Este fenómeno, conocido como era tecnológica, parecería consistir en la aplicación instrumental de principios racionales a la eficiencia y al consumo de todo tipo de productos. Sin embargo, en cuanto evaluamos la existencia de los objetos no a partir de su manifestación factual sino de su impronta sobre las conductas y la organización de las colectividades, nos percatamos de que el universo de lo artificial parece incidir en el funcionamiento social no solo por un aspecto técnico sino por sus efectos simbólicos y educativos, ya que los artefactos estructuran el desempeño de las actividades, la organización de las actitudes y los comportamientos y los ámbitos de cultura y aprendizaje.

Ello es, en efecto, producto del desarrollo industrial, que ha generado un proceso donde el avance científico y tecnológico se proyecta en los individuos y en su organización económica y cultural a través de los instrumentos y de las mercancías, de los sistemas regulados de signos y de los espacios habitables en que se resuelve nuestro comportamiento social. La impronta de artificial alcanza así un estatuto verdaderamente antropológico en la civilización contemporánea al insertarse en cada una de las acciones humanas y plantearse como un intermediario ineludible entre el hombre y su entorno, regulando las formas de pensamiento a través de lo que se hace y de lo que se cree (usos, costumbres, modas, etc.).

El diseño era desde sus primeros años, un eslabón en el proceso industrial que daría sentido y organización a la planificación del entorno, el diseño incorporaría el arte de la industria, estaría determinado por artefactos producidos en serie y que la necesidad de enriquecer y no solo de multiplicar

tendría que dar lugar a un ámbito de planeación e intelección que permitiera dotar de contenido a los nuevos objetos de contenido dispuestos.

Al ubicarse como uno de los ejes del proceso cultural del diseño parece haber ocupado un lugar que durante todo el siglo buscó, ya que en la actualidad el ámbito de la producción lo considera como un factor clave de su génesis. Un ejercicio de conceptualización y de abstracción se antepone entonces en el tramado de la planificación, dando lugar así a la necesidad de pensar sobre las cualidades de lo artificial para generar objetos, imágenes y entornos urbanos no de forma irreflexiva sino, precisamente, a partir del diseño, es decir, circunscribiéndolas a sus determinaciones cognitivas, económicas, simbólicas y políticas para refigurar su aparición.

Tapia (2004) Las reflexiones del diseño se han estancado así en el estudio de las formas (o de la relación que guardan estas entre sí) o en la postulación de sus atributos funcionales, olvidando la impronta interpretativa de que toda “función” implica para el universo social y cultural; de este modo, como han señalado ya muchos críticos la producción de lo artificial se ha escindido entre un avasallador desarrollo de las tecnologías y una actividad puramente artesanal que no es capaz de terminar y regular su relación con el entorno, que era su meta original.

Como una influencia a la vez prolífica y depredadora, en efecto, el diseño está en todas partes: en las imágenes de los productos, en los sistemas de lectura, en los espacios habitables, en las llamadas realidades virtuales y en el ciberespacio, pero, al mismo tiempo es el principal generador de la basura que rodea a las ciudades y de la vanidad de los contenidos que definen buena parte de nuestro universo cultural. El diseño parece haberse marginado del debate social y cultural de la era contemporánea, sin embargo se requiere de ver al diseño como uno de los fenómenos centrales de la vida contemporánea.

Diseñar es una tarea compleja, pues integra un universo que contiene desde requisitos técnicos hasta necesidades biológicas, con referencias psicológicas, apoyándose en materiales, forma, colores, espacios, estéticas, volúmenes, etc., pensado como un todo. El diseñador es el moderador, el intermediario entre el mensaje y quien lo recibe, por lo que el mensaje debe estar cargado de signos y de un código comprensivo para la audiencia a quien va dirigido y por supuesto debe ser estético a la vista del receptor.

El diseñador profesional tiene responsabilidades, una de ellas es la calidad de la comunicación visual que rodea el ambiente ya que este se encuentra saturado del diseño.

Vilchis (2012) Mientras una obra pictórica puede terminar en la pared de una casa, no sucede lo mismo con un libro o un empaque, reproducidos miles de veces, expuestos en vidrierías, depositados en diversos sitios y ubicados en múltiples casas promocionados en millones de diarios, miles de piezas publicitarias y cientos de carteles, todo ello ejerce una presencia intrusiva que influye en la sociedad. Es por esto que la calidad del diseño gráfico trasciende a la función específica de la comunicación y requiere ser tratada responsablemente como un objeto cultural de alto impacto en la vida cotidiana del planeta.

En 1972 Victor Papanek propuso una nueva agenda para el diseño poniendo como punto primordial las responsabilidades de los diseñadores hacia el entorno y las necesidades sociales.

El diseñador está comprometido a ser consciente de su papel social como generador de basura no reusable, pues muchas veces circula en la calle diseño-basura carente de concepto, realizado en servicio de los medios masivos, lo que ocasiona problemas ambientales. Al diseñador le corresponde maximizar los beneficios del diseño al convertir el producto o servicio, facilitando su reincorporación a cadenas de uso con lo cual mejoraría sus variables funcionales.

El diseño responsable no es sinónimo de mal diseño, diseño austero o diseño que no cumple su función, al contrario es un gran reto para el diseñador involucrarse en infinitas posibilidades de formas, colores, formatos, explotar la creatividad, aplicar todos los conocimientos adquiridos para resolver problemas y causar impacto positivo incidiendo directamente en los espectadores quienes finalmente serán los receptores del diseño.

En el siglo XXI todo diseñador consciente deberá diseñar con integridad, sensibilidad y consciencia para que sus comunicaciones satisfagan las necesidades sociales considerando los recursos naturales.

Diseñar para crear objetos, servicios y materiales sustentables significa: el uso adecuado, el conocimientos de materiales y técnicas con que se cuenta

para la explotación racional, la obtención de beneficios múltiples, así como las condiciones de generación reúso y reciclaje, sin alterar o restringir los recursos para generaciones futuras.

El diseño, sin embargo, tendría que ser una actividad integradora capaz de nutrir con diversas disciplinas y saberes la comprensión del entorno para restablecer el puente que existe entre esas determinaciones y las producciones específicas, llevando a cabo además, una integración de estas premisas antropológicas con el ámbito de la planeación, es decir, el pensamiento del diseño podría arrojar luz al debate contemporáneo justamente porque reintegraría a la tecnología, los procesos culturales y a los aspectos sociales sujeto a lo artificial, estableciendo una base común para entender los fenómenos de la producción, el consumo y el uso de la dimensión humanística y social. Victor Margolini dirá que aunque existan vacíos en los paradigmas teóricos que definen “el bajo perfil que el diseño tiene en los diseños industriales/postindustrial o moderno/posmoderno [...] Ello no refleja una marginalidad inherente del diseño, sino que más bien es una indicación de su debe en conceptualización” (Margolini, 1989:8)

El diseño tendría que afrontar este escenario con una revisión conceptual que le permitiera salir de las fronteras en las que generalmente se mueve, ya que los estudios tradicionales están aún anclados en análisis (y exaltación) de la noción del objeto, de la composición o de la forma, y esta debilidad conceptual no le permite proyectarse fuera de sus propios límites.

Alejandro Tapia en su libro El diseño gráfico en el espacio social afirma que el diseño parece haberse establecido, por un lado, una reflexión abstracta que no explica su praxis y, por otro, una producción irreflexiva y acrítica que no se responsabiliza de sus fundamentos, lo que nos obliga a replantear los problemas y a salvar, como señala A. Balauvelt, aleatoria no para rescatarla a ella misma, sino para recuperar la práctica.

En la práctica generalizada del diseño la teoría parece excluirse por antonomasia, pues es vista como un agente externo e incluso como una intrusa para “la creatividad y la experimentación”, que son los atributos que a menudo se considera naturales en el acto de diseñar, sobre todo cuando se insiste en circunscribir al diseño dentro del espectro de las artes aplicadas o de la acción instrumental

Los avances del Diseño Gráfico frente a la opinión pública ha mostrado que un logotipo puede ser más que un logotipo. En efecto, entre los más jóvenes al menos, un logotipo suele ser una especie de carnet de identidad de hábitos y preferencias, un pasaporte para los lugares comunes de una generación, una bandera (Satué 1992b:47)

En el marco de la globalización, nos apuraríamos a decir que los fenómenos del marketing representan para el desarrollo de la profesión una transición considerable. El marketing y su relación con el diseño, sin embargo, es algo que debe ser ponderado cuidadosamente porque si bien su intercambio e influencia es visible a todas luces, no significa que tal relación se vuelva unívoca o exactamente simétrica. En efecto, el empobrecimiento del panorama del diseño puede ser parte del universo del marketing, lo que hace ver que entre la publicidad y el diseño hay confluencias y diferencias fluctuantes. La idea de empobrecimiento cultural y del entorno que ha generado el diseño ha sido señalada por Abernethy, Abraham Moles y el propio Satué (Satué, 1992b:II-24), quien cuya perspectiva el objetivo del diseñador se tendría que plantear –incluso dentro de los fenómenos del mercado- en términos más coherentes con la producción cultural (pues este papel depredador es lo que le resta, justificadamente, crédito social y académico a la profesión), sobre todo porque la relación diseño-consumo se ha ejercido muchas veces con superficialidad y ha dado pie a manifestaciones realizadas acriticamente y con poca calidad de sus contenidos.

Hecha esta distinción hemos de consignar además que el papel de la comunicación gráfica no se ha producido solo al ámbito del consumo. En realidad, su espectro es mucho más amplio y profundo en el desarrollo de las tipografías, en la innovación de los medios de lectura y enseñanza, en instrumentos de interacción a distancia (como internet), además de los ámbitos tradicionales como el cartel o las señales viales. Muchas instituciones, no solo las empresas, han depurado sus instrumentos de diseño, y hemos dicho ya que por definición el usuario del diseño es múltiple. Veamos por ejemplo el planteamiento diseñístico realizado por Emil v. Zmazyński para reelaborar gráficamente la estructura de la tabla periódica de los elementos, en la cual son asentadas las relaciones logarítmicas y distribucionales, cruciales para la química y su didáctica, a diferencia de su modelo anterior explicado.

Y es que el diseño no está en los objetos sino en el planteamiento que se aborda, en el objetivo a trabajar. Sin embargo esta labor más silenciosa y por tanto siempre sujeta a su autorización por otros campos, imposibilita la aportación intelectual propia de los diseñadores, sobre todos si estos no han establecido claramente el núcleo conceptual que los acredite dentro de estos fenómenos. La ponderación del discurso del diseño implica plantearse entonces como la presencia de los objetos (y la telepresencia, dada una era del sistema social o distancia que el paradigma del avance tecnológico ha puesto en marcha) significa que la valoración de la producción de información es más significativa que la producción de objetos advirtiéndose que ello es lo que ha cambiado la naturaleza fenomenológica del proceso de diseño, especialmente en lo que se ha denominado con el nombre futurista de “sociedad de la información” .

Hasta ahora la vocación del diseñador había sido conceptual y concreta. La cuestión ahora es como esta vocación ha sido modificada para bien o para mal, por el avance inexorable de la cultura inmaterial [...] La actividad misma del diseño está cambiando porque los dispositivos del diseñador se han vuelto inmateriales, así como las vidas de aquellos para los cuales los productos son ofrecidos. Los productos son ahora semi robots, controlados por absurdos programas, modelos inaccesibles y hechos por un creador ubicuo (Moles en Margolin, 1989: 268-270).

La comunicación gráfica tiene una enorme trayectoria, imposible de ponderar, aquí, que quizá se remonte a los inicios del hombre. Ha sido un artificio de considerable importancia para hacer avanzar a la civilización, no solo en los fenómenos de la cultura escrita y la lectura sino en la emblemización de las actividades políticas, mercantiles y religiosas. Si queremos entender al diseño como un discurso social tenemos reconocer que la relación del diseño con la tecnología (que es el logos de la técnica) no se reduce al empleo de las máquinas o de los aparatos con los que se reproduce. Estos son resultado de otra tecnología que desde luego está en contacto dialéctico con el diseño.

Dewey sostiene que el fundamento de la tecnología es más el pensamiento experimental y la invención generados para proyectarse sobre las ciencias, las artes, la acción política y social (Dewey, 1948)

Tapia (2004) Este planteamiento inicial nos ayuda a ubicar a la comunicación gráfica en el horizonte de la cultura más allá de su papel estético. Muestra la distinción necesaria que el diseño gráfico debe hacer con el arte, dirá Pierre Bourdieu, implica la noción de distanciamiento estético en la percepción de los objetos (y exigen del lector la disposición estética, que se materializa, por ejemplo en el museo).

El diseño es una disciplina orientada a generar de un modo planificado el mundo artificial, y en tanto profesión constituida pareciera que sus modelos de operación podrían ser estructurados y fijados. Sin embargo, vemos que en realidad los modelos llevan implícita una perspectiva de lo social y que por tanto, extiende numerosos (y conflictivas) ideas de lo que el mundo social es, resulta imposible hablar de una teoría única del diseño. Como señala Victor Margolin: “Podemos usar una amplia definición del diseño [...] Para el establecimiento de relaciones entre diferentes tipos de diseño, pero no podemos asumir que un solo modelo caracterizará el proceso de diseño para todos” (Margolin, 1998:7).

La cultura del diseño abarca diferentes fenómenos, conocimientos, instrumentos de análisis y modelos de producción que intentan explicar cómo los objetos y las comunicaciones son generados, producidos, distribuidos y usados dentro de contextos económicos y sociales cada vez más complejos e indeterminados.

Tapia (2004) La disciplina del diseño, y por tanto de los efectos colectivos de su discurso, ha sido necesario hacerse cargo no solo de los aspectos tradicionales, como las formas o los instrumentos de producción, sino de los efectos que generan los productos de diseño sobre el uso y el consumo. La incorporación de estos aspectos a la reflexión de los diseñadores será entonces determinante en la nueva constitución de la disciplina. Los diseñadores no deben olvidar que si bien sus herramientas y habilidades operan sobre objetos y formas, el eje de sus conceptos y acciones se ubica más bien a fuera, en las relaciones que echan a andar en el entorno y en el compromiso que tienen en la construcción de una “ecología urbana”; en consecuencia, hay una responsabilidad visual o formal con el objeto, pero ellos solo es un aspecto de una responsabilidad mayor y no objetual que responde a la función ética y social con que el diseño participa en la cultura; de ello están ocupándose las teorías contemporáneas del diseño.

María Ledesma, quien intentando caracterizar la compleja red de determinaciones que subyacen a la idea del Diseño gráfico, preguntándose sobre todo por su “necesidad”, sostiene que tendría las siguientes características:

El diseño remite a la comunicación siempre colectiva y social de la vida urbana, potencia la complejidad comunicacional transformándola en una red intrincada. El diseño actúa en ella mediante una especie de aplicación del volumen de la información, puede ser para un uso efímero y a veces para un rendimiento prolongado

El diseño aparece como un regulador social, un ordenador de los comportamientos sociales; sino que organiza cierto tipo de información para hacerla legible y regula ciertos comportamientos; en este sentido, el diseño opera como un factor de institucionalización que abarca el sistema general de los comportamientos sociales.

Frente a las autoridades, el diseño regula comportamientos en función de las necesidades reconocidas como por ejemplo vender y comprar.

La interpretación de los mensajes supone entonces otorgar legitimidad al que comunica (que no es un diseñador sino una institución). A su vez se dirigen a grupos o sectores diversos, que son segmentados.

La complejidad de la competencia y la necesidad de afrontar una constante movilidad de los factores de atención de los auditorios, aumenta la provisionalidad del valor simbólico de sus productos, lo que trae como resultado la necesidad de una constante existencia de variedad.

La atracción comunicativa en la que se inserta el diseño no se ejerce solo desde el diseño, sino que forma parte de un conjunto discursivo amplio (cf. Ledesma, 1997:46-54).

Tapia (2004) Por ello es quizá más importante la definición del escenario, evento o situación comunicativa porque en ello confluyen una gran cantidad de aspectos culturales como la búsqueda de legitimidad, la necesidad de informarse, la articulación de las opiniones públicas, la adopción de modelos estéticos, y es sobre esos elementos, colocados en situaciones particulares, donde el diseño gráfico interviene haciendo visibles ciertos ar-

gumentos. Jorge Frascara dicho por ello que el papel del Diseñador gráfico no es producir formas, sino crear comunicaciones.

El énfasis no debe ponerse en el diseño físico, ya que este es solo un medio. El diseñador esencialmente diseña un evento, un acto en el cual el usuario interactúa con el diseño y produce la información. Entonces el Diseñador gráfico es el diseño de situaciones comunicacionales (Frascara, 1994:26)

Y el discurso del diseño estará sujeto entonces a la comprensión de la comunicación dentro de los escenarios contingentes.

Ann C. Tyler sostiene que la acción persuasiva se encuentra en todos los niveles, y la diferencias estarían en los modos como la comunicación gráfica intenta conseguir sus objetivos. Así, a diferencia del modelo anterior Tyler dirá que la persuasión en el Diseño gráfico se alcanza a través de uno de los siguientes artificios:

Inducir a la audiencia a realizar cierta acción.-como en un anuncio donde se encuentran las ventajas de un museo, tratando de mostrar sus cualidades para lograr el aumento de los visitantes-.

Educar a la audiencia (persuadiéndola a aceptar ciertos datos o información haciéndolos parecer fiables) –como el caso de la identidad o institucional o el itinerario de una compañía-.

Promover a la audiencia con una experiencia que dispone una exhibición de valores con los que el sujeto puede estar de acuerdo o en desacuerdo, identificarse o no con ellos –como el caso de la portada de una revista que postula su adhesión a un estilo, a una estética esperando que el público la comparta (Tyler en Margolin; 1998:104).

Tapia (2004) Este esquema tiene la ventaja de transportar la acción argumentativa a distintos procedimientos, y un elemento muy importante es que incluye al diseño en procedimientos basados en postulados estéticos, aparentemente muy interesados en la acción comunicativa como parte de las estrategias de persuasión. Ese aspecto es relevante para ciertas discusiones, pues algunos teóricos y diseñadores piensan que la cancelación del interés por la función pragmática de la comunicación pone al diseño fuera de su propio campo o en una esfera de contemplación estética donde la per-

suasión, en principio, no tendría lugar. Como ha señalado Pierre Bourdieu, y la propia Ann Tyler, la estética es también una forma de utilizar creencias para inducir a su vez nuevas creencias en la gente.

Pero entonces la naturaleza del lenguaje, de la comunicación y de la acción social y cultural del diseño nos conduce al terreno de la persuasión, y con ello al de la retórica, aspecto que por considerarlo central en esta discusión merece un estudio más pormenorizado.

2.3. El diseño Gráfico y el desarrollo sustentable

La mezcla de valores y pasión por el diseño es una combinación poderosa y muchos diseñadores gráficos descubren que pueden trabajar en organizaciones con ideas afines, apoyar causas sociales y asumir el costo.

Eric Benson, profesor asociado de la Universidad de Illinois propone para realizar buenas prácticas para el diseño de la sustentabilidad:

Determinar si el proyecto merece existir en forma tangible y preguntarse:

¿Es éste el mejor método para comunicar el mensaje?

¿Qué repercusión tiene la creación de este soporte?

¿Cómo podemos reducir el impacto durante el proceso de impresión?

Detrás de esta reflexión inicial, es importante comunicar las ideas y decisiones al equipo de trabajo y por supuesto al cliente. Antes de iniciar el proceso de diseño, es indispensable que el diseñador se documente sobre aspectos de sustentabilidad y que analice los objetivos del proyecto.

Adquirir información para el acervo personal es tan importante como informar al cliente. A medida de que el proyecto va cobrando forma, el diseñador gráfico empieza a trabajar de forma conjunta con el cliente y los proveedores hasta llegar a un resultado final que considere los siguientes principios de sustentabilidad:

- Respetar y cuidar a la comunidad
- Mejorar la calidad de vida
- Conservar la vitalidad y la diversidad de la Tierra
- Minimizar el agotamiento de los recursos no renovables
- Cambiar las actitudes y las costumbres personales para ajustarse a la capacidad del planeta

Cada uno de estos principios, a su vez, alienta al diseñador a tomar decisiones con más conciencia ambiental en el ejercicio de su profesión a partir del decálogo:

- Diseñar para la reutilización
- Diseñar cíclicamente, no de modo lineal
- Elegir materiales reciclados no tóxicos
- Reducir al mínimo el material de desecho
- Reducir al mínimo el empleo de tinta
- Elegir proveedores locales que empleen energía renovable y prácticas comerciales justas y respetuosas del medio ambiente.
- Educar a los consumidores acerca del ciclo de vida a través del mensaje y el marketing.
- Animar a otros a diseñar de una manera sostenible.
- Generar conciencia en todos los ambientes de interacción tanto profesional como socialmente.
- Vivir en congruencia a estos conceptos.

Debido a que los diseñadores somos productores y consumidores a la vez, nuestro poder para convencer respecto al cambio resulta factible. Si ayudamos a cambiar la forma en la que está funcionando actualmente nuestro entorno social, posibilitaremos una mejor calidad de vida y un futuro económico viable y duradero.

De acuerdo con Jamie Cloud, fundador del Cloud Institut for Sustainability en Nueva York, existen 6 motivos por los que la sustentabilidad está transformando el mundo empresarial (países de primer mundo).

1. Manejar la reputación y los valores de la marca. Con un verdadero valor financiero en el mercado actual, el público generalmente escoge productos y servicios de alguna compañía porque confían y creen que son positivas para el mundo. Esto asociado con ideas positivas, valores y sentimientos en mente del consumidor.

Si una empresa es descubierta como deshonesto o injusta el consumidor estará menos interesado en consumir su producto o servicio.

2. Proteger el derecho a operar Las empresas que son ambientalmente responsables se ganan la confianza del público. Siendo económicamente valiosa esa confianza al no tener que invertir tiempo y dinero respondiendo a reglamentos y aprobando al margen de la ley, evitando así juicios legales demasiado caros.

3. Construir relaciones duraderas con los clientes. Las prácticas empresa-

riales que preservan los recursos, mantienen a los productos de las compañías en las manos de sus clientes por bastante tiempo y crean necesidad de servicios a largo plazo.

4. Remunerar. Ser socialmente y ambientalmente responsable a menudo tiene beneficios económicos. Las compañías social y ambientalmente responsables operan mejor que otras compañías en la mayoría de las industrias, lo que significa más ganancias y precios fijos más altos.

5. Ser pioneros en nuevos mercados. La preocupación de los clientes acerca del impacto que generan sus decisiones de consumo en el medio ambiente y en su propia salud está aumentando. Estas demandas han significado no solo una nueva manera de diseñar y producir para las empresas, sino también han impulsado la introducción de un nuevo reglamento en base a la responsabilidad social y medioambiental dentro de ellas.

6. Ser capaces de atraer empleados que puedan progresar en el siglo XXI. Cada vez más jóvenes y no tan jóvenes, están buscando integrar en sus vidas laborales con sus valores, ética y conocimiento en sistemas independientes “Los mejores y los más brillantes” quieren trabajar para compañías de las que puedan sentirse orgullosos de representar y que éstas puedan ayudarlos a vivir saludablemente y productivamente.

Básicamente, lo que nos quiere dar a entender es que, operar de manera sustentable se trata de operar honestamente y si todas las empresas del mundo trabajaran de esta manera y la población en general tomara acciones para preservar nuestro medio ambiente, definitivamente nuestro estilo de vida sería de mejor calidad y más saludable.

Sin embargo, investigadores opinan que esto sería insuficiente para llevar un estilo de vida 100% sustentable ya que el sistema de reciclaje y el ahorro de materiales solo representan una pequeña parte del verdadero problema. Para lograr una sustentabilidad de producción consumista a un sistema de producción que sea cíclico, que sea honesto, que facilite la renovación de nuestro planeta y que no desperdicie recursos naturales ni humanos.

El Diseño gráfico sustentable es aquel que considera el impacto medioambiental de los productos relacionados con su labor.

Se puede contribuir al diseño sustentable fijándose estrategias que afectan en varios aspectos a su trabajo cotidiano.

2.3.2. Diseño sustentable en México

Garza (2010) En México, varios documentos legales dan importancia primordial a la sustentabilidad.

Citaremos a continuación los artículos que consideremos más relevantes entre ellos.

a) La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 27 establece:

“La nación tendrá en todo el tiempo el derecho de imponer a la propiedad privada las modalidades que dicte el interés público, así como el de regular, en beneficio social, el aprovechamiento de los elementos naturales susceptibles de aprobación, con el objeto de hacer una distribución equitativa de la riqueza pública, cuidar de su conservación, lograr el desarrollo equilibrado del país y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población rural y urbana... así como la conservación, el mejoramiento y crecimiento de los centros de población para preservar y restaurar el equilibrio ecológico...”

Los conceptos relevantes de este artículo son el interés público, el beneficio social, la conservación de los recursos naturales, el equilibrio ecológico y la visión de desarrollo sustentable (implícita)

b) La Ley General de Equilibrio Ecológico y de Protección al Ambiente considera los aspectos ambientales, económicos y sociales en su definición de desarrollo sustentable (artículo 3-XI):

c) El Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2007-2012, considera a la sustentabilidad ambiental es uno de sus cinco ejes primordiales. El PDN asume premisa básica la búsqueda del Desarrollo Humano Sustentable.

“Desarrollo sustentable es el proceso evaluable mediante criterios e indicadores de carácter ambiental, económico y social, que tiende a mejorar la calidad de vida y la productividad de las personas, que se funda en medidas apropiadas de preservación del equilibrio ecológico, protección del ambiente y aprovechamiento de recursos naturales, de manera que no se comprometa la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras (SEMARNAT, 2010a).

El concepto de desarrollo sustentable se implantó en México como resultado de acuerdos internacionales, muchos de los cuales tiene que ver con las políticas liberalizadoras

Impuestas en todo el mundo a partir de la década de los ochenta. Sin embargo, actualmente se habla en México de desarrollo sustentable de manera ligada, amplia y popular; el nombre lo escuchamos en discursos y disertaciones de políticos, funcionarios públicos, académicos, maestros de escuela, empresas, negocios grandes y pequeños, profesionistas, amas de casa y el ciudadano común. No cabe duda que el término, aun sin ser comprendido, ya está en el vocabulario cotidiano.

Pese a ello y aunque se ha avanzado en las últimas décadas, el modelo actual de desarrollo en México no ha podido dar solución a los grandes problemas económicos, sociales ambientales y políticos a los que se enfrenta el país actualmente; por el contrario, los ha agudizado, lo que se refleja en un mayor empobrecimiento de la sociedad y enriquecimiento desmedido para pocos. Además, este modelo de “desarrollo”, fundado en políticas neoliberales establecidas por los poderosos del planeta y consolidadas a través del Consenso de Washington, ha contribuido de manera constante al deterioro del capital natural y, en consecuencia, al deterioro en la calidad de vida de la población.

Con lo anterior es que llega a ser comprensible la escasa introducción del significado real del concepto de desarrollo sustentable, dejando clara la responsabilidad existente dentro de la sociedad para que radique los desafortunados mal entendidos de la terminología y deseche paradigmas que solo nos han sumergido como sociedad en una pérdida de recursos, benéficos solo para la cabeza política (gobierno), pero sobre todo a los “grandes” empresarios, ya que no es casualidad que el hombre más rico del mundo se a Mexicano y a su vez millones de mexicanos sufran de analfabetismo y hambre.

Como lo menciona Annie Leonard en “The story of stuff proyect” se está abusando de los recursos naturales principalmente de los países periféricos en los que se transforman las poblaciones al concentrarse como nuevas sociedades en las donde las comunidades rurales disminuyen y las ciudades se encuentran en un caos por la excesiva sobrepoblación (caso D.F.).

El gobierno como de igual manera se menciona en el texto de Garza se preocupa porque los ricos sean más ricos y los de clase media o media baja

sigan sobreviviendo con una pésima calidad de vida para que las grandes corporaciones nacionales e internacionales puedan poseer grandes riquezas y sigan explotando al país y a la clase obrera principalmente la cual cumple con el perfil descrito en “The story of stuff proyect” de solo ser unos obreros y atrapados en la caja materialistas e infelices por la poca cosa que representan para la “sociedad” mejor conocido como sistema.

Es así como dentro del tema de la sustentabilidad, al tratar el asunto de las necesidades se afirma que se debe satisfacer las esenciales, equilibrando dos conceptos fundamentales: necesidades y limitaciones. (Vilchis, 2012:53).

Dentro de la disciplina del Diseño podemos encontrar que la sustentabilidad se está implementando principalmente para la arquitectura e incluso en la aparente planificación de las ciudades; pero que hacer cuando nos enfrentamos a la bidimensionalidad...

¿Cómo es que se llega a ser sustentable ante “una realidad que se constituye, expresa y percibe de una manera cada vez más visual, dónde:

Frascara (2004) El Diseño gráfico se ha convertido en un factótum de legitimación existencial que incluye, exclusiones e influye en la totalidad de los comportamientos sociales”...

Pelta (2004) ...ocasionando la creación de necesidades ficticias, y algunos diseñadores dedican sus esfuerzos ante todo a la publicidad, el marketing y el desarrollo de la marca que satura de mensajes comerciales que están cambiando por completo el modo en el que los ciudadanos consumidores hablan, piensan, sienten, responden e interactúan?

Es por ello que diseñar es una actividad que surge en el momento que se manifiesta una necesidad y algún cliente o incluso el mismo diseñador requieren que esta se resuelva. Se entiende que los diseños son reproducidos en grandes cantidades, lo que implica que formarán parte del mundo y tendrán un efecto social, pero es necesario que el diseñador gráfico se documente sobre cuestiones de sostenibilidad y que estudie a profundidad los objetivos del proyecto considerando cinco principios: respetar y cuidar la comunidad, mejorar la calidad de vida, conservar la vitalidad y diversidad de la tierra, minimizar el agotamiento de los recursos no renovables y cambiar las actitudes y costumbres personales (Vilchis, 2012:54-55).

Frascara (2004) Diseñar debe ser una actividad responsable y comprometida con la humanidad y el medio ambiente. Es importante para el diseñador dejar de lado la creación de falsas necesidades e identificar las verdaderas. “Si no participa en esos niveles, la tarea del diseñador se reduce a la del elegante ejecutor de la concepción de otra persona, y en consecuencia se transforma en dependiente del poder del marco dentro del cual tiene su participación profesional”.

03

Aproximación a un modelo de sistematización sostenible para el diseño

3.1. Modelo teórico-metodológico

3.1.1. Definición

Fr. Modèle, ing. Model.

En el sentido heredado de la tradición clásica, se entiende por modelo lo que es apto para servir de objeto de imitación. El modelo puede entonces ser considerado, ya sea como una forma ideal preexistente a toda realización más o menos perfecta, ya como un simulacro construido que permite representar un conjunto de fenómenos. Con esta acepción el término modelo se emplea en lingüística y, más generalmente en semiótica, donde designa una construcción abstracta e hipotética a la que considera capaz de explicar un conjunto dado de hechos semióticos.

La construcción de los modelos se realiza en la distancia que separa el lenguaje-objeto del metalenguaje. En relación con la semiótica-objeto, los modelos deben concebirse como representaciones hipotéticas, susceptibles de ser confirmada, invalidadas o falseadas. Por otro lado, dependen de la teoría semiótica general a partir de la cual son deducidos y que controla su homogeneidad y su coherencia. La elaboración y la utilización de los modelos se encuentran así pues atenazadas entre las exigencias de la teoría y la necesaria adecuación al objeto de conocimiento. Es por tanto, aquí en este nivel al que clasificamos de metodológico, en donde al situar en principio, lo esencial del hacer científico; esta doble conformidad de los modelos es lo que les presta su carácter hipotético deductivo.

El concepto de modelo, sin embargo, corre el riesgo de su consistencia por el uso demasiado extendido que de él se hace del término que lo expresa. Así, cuando N. Chomsky habla de tres modelos principales en lingüística (el modelo de Markov, el modelo sintagmático y el transformacional), el término modelo equivale al de gramática asimismo, cuando los generativistas comparan el modelo de la semántica generativa, se trata más bien, del esquema que representa la economía general de una teoría lingüística y que, por nuestra parte, denominamos recorrido generativo. Si el término modelo empleado en este sentido muy general, corresponde grosso modo, al concepto hjelmsleviano de descripción, los modelos parciales son correlativamente homologables a los procedimientos. (264:265).

3.1.2. Diversidad del Modelo

3.1.2.1. Modelos en investigación de operaciones



The image shows a screenshot of a library catalog system. The top part displays the details of a book titled 'Investigación de operaciones'. The details include: Descripción (808 p., 3:1: 24 cm.), Bibliografía (incluye referencias bibliográficas e índice.), Nota de versión original (Traducción de: Operations research, an Introduction.), Nota de idioma (Español), Materia (Investigación de operaciones, Programación (Matemáticas), Investigación operativa -- Problemas, ejercicios, etc., Programación (Matemáticas) -- Problemas, ejercicios, etc.), Autor Secundario (Navarro Salas, Rodolfo, Jr.), ISBN (9786073207966 [Versión impresa], 9786073207973 [Versión E-Book], 9786073207960 [E-Chapter]). Below the details is a table with columns: Código de libro, Biblioteca, Clasificación, Vol. / Pls. / No. / Tomo / Ejemplar, Ubicación, Tipo, and Estado. The table lists various books in the 'Acervo' collection, mostly related to 'Investigación de operaciones' and 'Programación (Matemáticas)'. The 'Estado' column shows 'Disponible' for most items, with one item marked 'Prestado'.

Código de libro	Biblioteca	Clasificación	Vol. / Pls. / No. / Tomo / Ejemplar	Ubicación	Tipo	Estado
104607	14-Fac. Contaduría (C. U.)	T.57.6.134.2012	No.1	Acervo General	Libro	Disponible
1082285	14-Fac. Contaduría (C. U.)	T.57.6.134.2012	No.2	Posgrado	Libro	Disponible
1058607	22-Fac. Ingeniería	T.57.6.134.2012	No.1	Acervo General	Libro	Disponible
1084089	22-Fac. Ingeniería	T.57.6.134.2012	No.2	Acervo General	Libro	Disponible
1132660	22-Fac. Ingeniería	T.57.6.134.2012	No.3	Acervo General	Libro	Disponible
1132661	22-Fac. Ingeniería	T.57.6.134.2012	No.4	Acervo General	Libro	Disponible
1132670	22-Fac. Ingeniería	T.57.6.134.2012	No.5	Acervo General	Libro	Disponible
1131936	22-Fac. Ingeniería	T.57.6.134.2012	No.6	Acervo General	Libro	Disponible
1131937	22-Fac. Ingeniería	T.57.6.134.2012	No.7	Acervo General	Libro	Disponible
1043555	26-C. U. Atlacomulco	T.57.6.134.2012	No.1	Acervo General	Libro	Disponible
1052183	27-Fac. Contaduría (Urbe)	T.57.6.134.2012	No.1	Acervo General	Libro	Disponible
1052184	27-Fac. Contaduría (Urbe)	T.57.6.134.2012	No.2	Acervo General	Libro	Prestado
1108149	27-Fac. Contaduría (Urbe)	T.57.6.134.2012	No.3	Acervo General	Libro	Disponible
1138476	37-NO DISPONIBLE	T.57.6.134.2012		Acervo General	Libro	Disponible

Imagen 01. Sistema bibliotecario UAEMEX (2015)

3.1.2.2. Modelos de diseño instruccional

(ID-Instructional Design),

El proceso enseñanza aprendizaje con el paso del tiempo ha venido cambiando, dejando de ser transmisor de conocimiento para convertirse en constructor de aprendizaje y generador de entendimiento, en donde el estudiante es participante activo de su propio conocimiento. (<http://medioseducativosinnovadores.wordpress.com/?s=modelo&submit=Buscar>).

Dentro del diseño instruccional, la clave de la retención y transferencia del conocimiento recae en el aprendizaje de la estructura subyacente a la organización del conocimiento mismo, del cómo se interrelacionan las cosas.

Son múltiples las definiciones que se han realizado sobre Diseño Instruccional a continuación presentamos el concepto de diseño instruccional desde la perspectiva de diferentes autores.

Bruner (1969) el diseño instruccional se ocupa de la planeación, la preparación y el diseño de los recursos y ambientes necesarios para que se lleve a cabo el aprendizaje.

Reigeluth (1983) define al diseño instruccional como la disciplina interesada en prescribir métodos óptimos de instrucción, al crear cambios deseados en los conocimientos y habilidades del estudiante.

Berger y Kam (1996) El diseño instruccional es la ciencia de creación de especificaciones detalladas para el desarrollo, implementación, evaluación, y mantenimiento de situaciones que facilitan el aprendizaje de pequeñas y grandes unidades de contenidos, en diferentes niveles de complejidad.

Richey, Fields y Foson (2001) apunta que el DI supone una planificación instruccional sistemática que incluye la valoración de necesidades, el desarrollo, la evaluación, la implementación y el mantenimiento de materiales.

Las diferentes concepciones del DI son expresadas a través de los Modelos de Diseño Instruccional que sirven de guía a los profesionales sistematizando el proceso de desarrollo de acciones formativas. Los modelos de diseño instruccional se fundamentan y planifican en la teoría de aprendizaje que se asumía en cada momento. Benitez (2010) plantea cuatro generaciones en los modelos de DI atendiendo a la teoría de aprendizaje en la que se sustentan:

1. Década 1960. Los modelos tienen su fundamento en el conductismo
2. Década 1970. Los modelos tienen su fundamento en el conductismo
3. Década 1980. Se fundamenta en la teoría cognitiva
4. Década 1990. Se fundamentan en las teorías constructivistas y de sistemas

Con los conocimientos básicos de lo que puede llegar a ser el diseño instruccional para el aprendizaje, es que se decidió incorporar como ejemplo el modelo de Jonassen (1999) quien presenta un modelo para el diseño de Ambientes de Aprendizaje Constructivistas que enfatiza el papel del aprendiz en la construcción del conocimiento (Aprender haciendo).

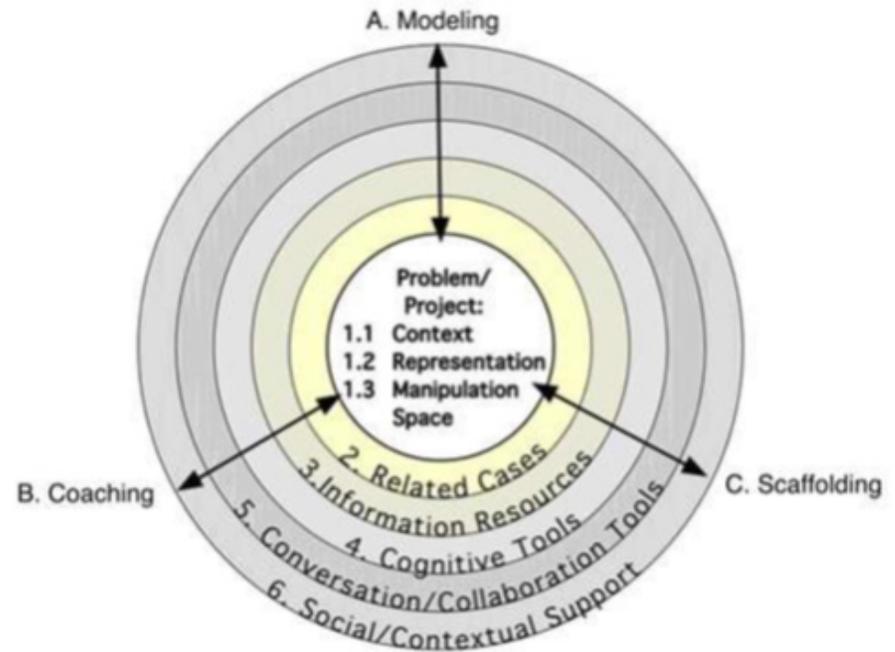


Imagen 02. Modelo para el diseño de Ambientes de Aprendizaje Constructivistas (Jonassen, 1999).

1. Preguntas/casos/problemas/proyectos. El centro de cualquier ambiente de aprendizaje constructivista es la pregunta, caso, problema o proyecto que se convierte en la meta del estudiante a resolver. El problema conduce el aprendizaje, lo cual es la diferencia fundamental entre el ambiente de aprendizaje constructivista y la instrucción objetivista.

1. Contexto del problema
2. Representación del Problema/simulación
3. Espacio de la manipulación del problema

2. Casos relacionados. Ofrecer acceso a un sistema de experiencias relacionadas (casos) como referencia para los estudiantes.

3. Recursos de Información. Los estudiantes necesitan información que les permita construir sus modelos mentales y formular hipótesis q

4.Herramientas cognitivas. Al otorgar complejidad, novedad y tareas auténticas, el estudiante necesitará apoyo en su realización. Es importante por tanto, proveerle de herramientas cognitivas que le permitan establecer los andamios o relaciones necesarias en la realización de las mismas.

5.Conversación / herramientas de colaboración. Fomentar y apoyar a comunidades de estudiantes o comunidades que construyen conocimientos a través de la comunicación mediada por computadora que apoyan la colaboración y la comunicación.

6.Social / Apoyo del Contexto. Adecuar los factores ambientales y del contexto que afectan a la puesta en práctica del ambiente de aprendizaje constructivista.

En el diseño instruccional, la finalidad del pensamiento es establecer relaciones entre conceptos, y la instrucción o enseñanza debe tender a su facilitación.

Un concepto es la representación, en función de atributos relevantes o críticos, de objetos o eventos que posean propiedades semejantes. No es una entidad discreta sino que posee un núcleo de densidad de significado, aun cuando para fines de representación puede tomársele como algo discreto, como un nodo o racimo de información. La estructura de conocimiento de un curso es el conjunto de conceptos y sus interrelaciones, que forman el contenido del curso (Donald, 1983).

El concepto existe en diferentes niveles de generalidad y abstracción, puede ser simple o complejo, puede ser una clase o categoría, y se da dentro de un marco de referencia que adopta la forma de una estructura, de un proceso o de una categoría mayor. (<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13207204>).

3.1.2.3. Modelos financieros

Para determinar el valor de un incremento financiero desarrollado; provee en una formula el valor teórico de opciones a través de diversas variables. Cuál va a ser el comportamiento proyectado por periodos determinados, cuando se hace un análisis de sensibilidad y variaciones seleccionadas. Permite preparar alternativas

Dentro de la disciplina de las finanzas, podemos encontrar una extensa gama de modelos utilizados en el campo de la teoría y su práctica; dentro de ellos podemos mencionar:

- Modelo de crecimiento auto sostenido de Giggins
- Modelo de series de tiempo en el análisis y en la planificación financiera
- Modelo de rendimiento sobre el capital
- Modelo de fijación de precios de arbitraje
- Modelo general de flujo de fondos
- Modelos de simulación

Entre otros que por fines de la investigación no se mencionan.

Analizaremos brevemente un modelo de series de tiempo en el análisis y en la planificación financiera que al estar constituidos las series de tiempo por un conjunto de observaciones de una variable en función del tiempo, el análisis de series temporales tiene por objeto la predicción de valores futuros de una variable. Para estos propósitos, los modelos de series de tiempo se apoyan solo en el comportamiento pasado de la variable.

Los modelos de series de tiempos pueden ser determinísticos, es decir que no afectan supuestos acerca de la aleatoriedad subyacente en la serie, o estocásticos, es decir, suponen que las observaciones fueron generadas por un proceso aleatorio (proceso estocástico).

Modelos estocásticos previos

En ellos se supone que la serie observada es la realización concreta de un proceso estocástico, esto es, las observaciones provienen de una distribución conjunta de probabilidad. (Pascale, R. 1999: 655).

Procesos auto regresivos integrados de medios móviles. Modelos de Box y Jenkins van directamente al comportamiento pasado, orientándose hacia una aproximación modelo/predicción.

El modelo es, en definitiva, un método de extrapolación altamente refinado. Supóngase que se busca modelar para la predicción la variable Y en el análisis de Box y Jenkins se debe transformar Y en estacionaria (como se dijo, sus propiedades estocásticas son variables ante el tiempo). (Pascale, R. 1999: 657)

Pascale (1999) Un modelo de rendimiento sobre el capital
El modelo de rendimiento sobre el capital (RC) puede comenzar a desarrollarse de la siguiente forma:

De donde:
Rendimiento sobre el capital=Rendimiento sobre activos X multiplicador de capital

O sea:
[1]

$$RC=RA \times MC$$

Dónde:
Rendimiento sobre activos = Margen de Ganancia x Utilización de activos

Es decir:
[2]
 $RA=MG \times UA$

O sea que:
Rendimiento sobre el capital= Margen de Ganancia x Utilización de activos x Multiplicador del capital

Es decir, combinando [1] y [2] se llega a:
 $RC= MG \times UA \times MC$
[3]

Una forma más detallada, que puede ser de utilidad, sería exponer [3] de la siguiente manera $RC=$

[4]

Dónde:
GN: Ganancias Netas;
IT: Ingresos totales;
AP: Activos promedio;
CP: Capital promedio

3.1.2.4. Modelos de comunicación

Podemos decir que toda comunicación humana tiene alguna fuente, es decir, alguna persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación. Una vez dada la fuente, con sus ideas, necesidades, intenciones, información y un propósito por el cual comunicarse se hace necesario un segundo componente. El propósito de la fuente tiene que ser expresado en forma de mensaje. En la comunicación humana un mensaje puede ser considerado como conducta física: traducción de ideas, propósito e intenciones en un código, en un conjunto sistemático de símbolos. (Berlo, K. 1987: 24)

A continuación enunciaremos de forma concisa la historia de la creación de los modelos o esquemas más trascendentales para la teoría del proceso de la comunicación masiva.

McQuail y Windah (1981)
Los modelos, según ambos autores, intentan mostrar los elementos principales de las estructuras o procesos de la comunicación, y las relaciones entre dichos elementos.

No es el propósito de esta investigación hacer una revisión histórica de los diferentes modelos de comunicación de masas que se ha realizado. Nos interesa, más bien, encontrar uno de ellos que nos sirva de referencia a lo largo de este texto.

La primera opción la ofrecerían los modelos psicológicos de la comunicación, como la célebre elaboración de Harold Lasswell en 1948:

Quién
Dice qué
En qué canal
A quién
Con qué efecto

Este influyente modelo, aún utilizado hoy en día, define los elementos clásicos de muchos modelos posteriores: Emisor, Mensaje, Canal, Receptor, Efecto. El siguiente modelo retoma lo anterior:

-Fuente
-Entodificador
-Mensaje
-Canal
-Decodificador
-Receptor-
Retroalimentación.

Aunque ambos modelos se ven muy completos en la identificación de los modelos claves del proceso de la comunicación, tiene un grave problema. Las dos elaboraciones, por su visión psicológica, ignoran los elementos externos al proceso de la comunicación de masas que, desde afuera, ejercen una influencia decisiva en la producción, distribución y consumo de los mensajes. Las posturas sociológicas señalan que siempre hay que ubicar los fenómenos comunicacionales dentro del más amplio contexto social, ya que la producción, difusión y recepción de mensajes se realiza dentro de él.

(https://www.google.com.mx/search?q=modelo+riley+y+riley&newwindow=1&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=-v3KSU6fSE-XK8gHUG4D4Cg&ved=0CAgQ_AUoAQ&biw=1517&bih=783&dpr=0.9#facrc=_&imgrc=MJkSWtuU-rsC-7M%253A%3BprA7zphAusu-9M%3Bhttp%253A%252F%252F3.bp.blogspot.com%252F-f_BtwAqpigg%252FUMOSSNE_LfI%252FAAAAAAAAAAAs%252FdXP-gLg0jpU%252Fs1600%252Fmod_riley.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Flenguajeact.blogspot.com%252F%3B1600%3B881)

Basta decir, por ahora, que es un modelo sociológico que describe la multiplicidad de influencias y factores, tanto a nivel micro como macro, que influyen en la producción, difusión y recepción de los mensajes

(http://www.encolombia.com/medicina/revistas-medicas/pediatria/vp-342/pediatria34299_loque36)

Se ha hecho prácticamente imposible abarcar las diferentes teorías, efectos y esquemas compuestos por elementos tales como:

Los medios masivos y sus características, sus efectos e influencias; La fuente, el ruido, el flujo de la comunicación, las diferencias entre los individuos y entre las capas sociales; la aldea global Macluhiana, la ecología de la comunicación, e principio de incertidumbre, la socialización; el cambio de actitud y de opinión, los efectos producidos por la exposición prolongada a los mensajes, la percepción, la retención, la alienación, la manipulación, la frustración, la evasión, y muchos otros más.

Modelos del proceso de comunicación de masas

Es provechoso utilizar estos ingredientes para hablar de la comunicación. Pero sería arriesgado suponer que uno de ellos se halla antes y otro después, o que son independientes unos de otros. Esto niega el concepto de proceso, y la comunicación de un proceso.

La importancia de esto puede ser caracterizada muy bien por el argumento tradicional de la prioridad relativa de los huevos y la gallina. Una frase útil para no olvidar la interrelación que implica un proceso es recordar la siguiente definición:

Un pollo es lo que un huevo hace para reproducirse a sí mismo.
(Berlo, K. 1987: 30)

3.2. Codificación

3.2.1. Definición

Connotación

Fr. Connotación connotation, ing. Connotation.

Se dice que un término es connotativo, cuando, al designar a uno de los atributos del concepto considerado desde el punto de vista de su comprensión, remite al concepto tomado en su totalidad (cf. J. S. Mill).

Dado que él (o los) atributo (s) tomado (s) en consideración depende (n) de una selección subjetiva o bien de una convención de tipo social, la connotación es un procedimiento difícil de circunscribir:

Esto explica la diversidad de definiciones que ha provocado y las confusiones que su utilización ha originado.

Desde el punto de vista semántico, la connotación podría ser interpretada como el establecimiento de una relación entre uno o varios temas situado a nivel de superficie y el sema del que forman parte y que ha de ser leído en su nivel más profundo. Así la connotación queda emparentada con una figura retórica bien conocida, la metonimia, y la relación que constituye podría ser tanto hipotáctica como hiponímica se trataría de un fenómeno que se ha procurado precisar, con el nombre de definición oblicua.

En su tipología de las semióticas, Hjelmslev ha previsto una clase particular de semióticas connotativas. El único punto común entre la connotación de conceptos (situada a nivel lexemático) y los lenguajes de connotación (que sobre determinan los discursos) reside en el reconocimiento, más bien intuitivo, de una desviación o de una relación oblicua que existiría en un significado primero, «denotativo», y un segundo significado «connotativo». Sin embargo, para postular la existencia de un plano del contenido connotativo, se necesita ser o intervenir la función semiótica (o semiosis) que lo vincularía a un plano de expresión. Éste no puede identificarse con el plano de la expresión correlacionado con el significado denotativo, sino, resultaría un solo plano del contenido. También Hjelmslev postula un plano de la expresión que ya es una semiótica (una lengua natural, por ejemplo).

Las dificultades aparecen cuando se desea abordar el análisis de dicha semiótica connotativa. Para reconocer las unidades del significante connotativo, se debe proceder ante todo, la semiótica –medio objeto considerado como «denotativa»: solo las unidades allí restringidas podrán eventualmente ser bivalentes y pertenecer a las dos semióticas a la vez. Luego hay que tener en cuenta que el rol de los significantes connotativos pueden ser desempeñados tanto por los signos de la semiótica-objeto como por las figuras de sus planos de la expresión y/o del contenido, así como también por las dos sustancias que constituyen la forma (el acento de los borgoñones, por ejemplo, será reconocida gracias a las particularidades fonéticas y no a las fonológicas). Por otra parte, todas las unidades de estos diferentes planos están lejos de poseer propiedades connotativas. De ellos se deduce que el inventario de los connotadores-significantes no puede llevarse a cabo sino por la extracción procedimiento que para Hjelmslev no es científico. Así mismo, este autor clasifica las semióticas connotativas entre las semióticas no científicas.

La existencia de connotaciones semióticas es, sin embargo, indiscutible; su importancia gracias a los trabajos de R. Barthes (para quien «la ideología sería, una suma, en forma de los significados de connotación, mientras que la retórica sería la forma de los connotadores»), ha sido suficientemente puesta de relieve. La urgencia de una teoría de las semióticas connotativas es, pues, mayor.

Aunque, en la perspectiva, hjelmsleveiana, la descripción de una semiótica connotativa debe comenzar por explorar su plano de la expresión (exploración que, gracias al principio de conmutación, está encargado de extraer progresivamente la forma del contenido connotativo), cabe preguntarse si el esfuerzo teórico no debe dirigirse, en una primera etapa, a la sustancia de ese contenido: permitirá reconocer, ya de entrada, las principales dimensiones tópicos donde se ejerce la actividad connotativa. Una aproximación socio semiótica (cf. La lingüística externa de Saussure), al elaborar modelos de premision considerados como lugares posibles de las manifestaciones de connotación, ayudaría a circunscribir mejor el fenómeno connotativo y a articular, en parte, las connotaciones sociales: encontrándolos en su camino, integraría los problemas de la categorización del mundo (hipótesis de Humboldt-Sapir-Whorf), de las funciones de lenguaje jakobsonianas, de la tipología de los géneros, etc. Paralelamente, la psicosemiotica trataría,

según la misma sugerencia de Hjelmslev, las connotaciones individuales. Solo en una etapa ulterior, podrían emprenderse el camino inverso –el de la explicación de las formas connotativas..

3.2.2. Diferencia de codificar y decodificar

La Codificación es un proceso mediante el cual interpretamos lo que el emisor comunica; decodificar es el proceso en el cual el receptor transforma el código utilizado por el emisor para interpretar los signos empleados, de esta manera los signos son asociados a las ideas que el emisor trató de comunicar.

3.3 Diseño de Modelo teórico-metodológico sustentable

3.3.1 Sustratos de la reconstrucción

El diseño gráfico sustentable es aquel que considera el impacto medioambiental de los productos relacionados con el diseño gráfico tales como el embalaje, etiquetas, publicidad gráfica, publicaciones, etc. Para desarrollar un diseño ecológico debemos considerar los elementos que se utilizan en el proceso de cada trabajo: diferentes soportes, mano de obra, transporte, utilización del producto, y su eliminación.

El diseñador puede contribuir al diseño sustentable fijándose estrategias que afectan en varios aspectos a su trabajo cotidiano, trabajo en el estudio: hábitos y entorno. Elección y producción del material: elección de imprentas, servicios, buscar material cercano a la residencia para evitar de este modo una mayor utilización del transporte, elegir modos de hacer llegar la información que precisen menos materias primas, o un sistema de alquiler de algunos productos que rebaje el consumo privado, etc.

La revista australiana Desktop2, nos habla de las diferentes iniciativas de los diseñadores para contribuir al medio ambiente aportando otras soluciones más ecológicas a los clientes. Anna Carlile puso en marcha en Mel-

burne el estudio de diseño Viola Ecographic Design, que ofrece soluciones sostenibles. Además pone a disposición de otros diseñadores una guía con información útil sobre el papel y los sistemas de impresión para conseguir un diseño ecológico. Entre sus propuestas encontramos las siguientes:

- Comprueba con tu impresor con qué formato puedes aprovechar mejor el pliego en la imposición y de esta manera ahorra papel.
- Asegúrate del tipo de emisión de gases en el proceso de impresión: tintas, barnices, pegamentos, soluciones de limpieza, etc.
- Comprueba con el impresor la opción de imprimir sin fotolitos, directamente a plancha.
- Elige tintas vegetales con papel sin estucar siempre que sea posible.
- Evita las tintas metálicas y fluorescentes
- Elige barnices al agua, antes que barnices UV o plastificados.
- Comprueba que en la imprenta con la que trabajas reciclan y utilizan algún sistema de ahorro energético.
- Comprueba que tu trabajo se puede reciclar fácilmente, que no contiene ningún material o efecto no reciclable.
- Elige un papel que se haya elaborado con árboles de plantaciones creadas con este fin. Fíjate que tenga el certificado FSC.

Podemos realizar un diseño sustentable si elegimos imprentas que consuman poca energía y cuyos productos consumibles perjudiquen lo menos posible al medio ambiente. Hoy en día existen sistemas de impresión que, además de respetar la naturaleza, garantizan la máxima calidad en el diseño. Las tintas convencionales están basadas en petróleo y se mezclan con disolventes con alcohol de base, que transmiten gases tóxicos a la atmósfera, perjudiciales para la salud y para el ecosistema. Como alternativa, existen máquinas que desarrollan soluciones ecológicas, como la impresión sin alcohol y el offset sin agua. Otra opción es la utilización de tintas a base de aceites naturales, que no emplean aceites minerales. La ventaja de estas tintas es que se mantienen frescas en el tintero, ofrecen una buena absorción y dejan menos residuos. Por otra parte, los diseñadores cada vez utilizamos con más frecuencia acabados con barniz, por lo que también deberíamos exigir a la imprenta con la que trabajemos que empleen o bien barnices al agua, o bien exentos de amoníaco y aminas.

Dani Armengol en el Blog de Usolab menciona una nueva corriente en di-

seño sustentable: el “eco-feedback”, que describe como el diseño que intenta modificar la conducta de los usuarios de un sistema informando sobre las consecuencias medioambientales de sus acciones.

Existen diferentes posibilidades para lograr diseño sustentable, para lograrlo se debe seguir una metodología que permita desde el proceso de conceptualización abordar el enfoque sustentable en el proyecto para hacerlo eficiente y evitar el desperdicio de recursos tanto naturales como económicos.

3.3.2. Intencionalidad

El diseño gráfico es una disciplina proyectual, por lo tanto el trabajo del diseño gráfico consiste en mantener un proceso ordenado para obtener un resultado gráfico, el cual es un mensaje visual que para su efectividad debe ser percibido por su público meta.

En nuestra vida diaria estamos inmersos en diversos signos visuales así como colores, tipos de letra, fotografías, símbolos, etc., estos elementos forman parte del lenguaje del diseño, muchos de estos signos están meticulosamente planeados para ser percibidos por personas, que al observarlos implican la lectura de los componentes asociándolos con lo que ellos perciben de la realidad, el trabajo del diseñador es que cada mensaje gráfico que ha sido diseñado cause un impacto en el espectador, y para lograr este objetivo es necesaria una planeación así como un proceso que cumpla con tal objetivo, para el público esto no será obvio más que solo el mensaje que el diseñador quiera que decodifique, aunque detrás de ese mensaje se encuentre algo mucho más complejo.

Los mensajes que un diseñador proyecta no solo deben ser diseñados de acuerdo a la imagen gráfica que tendrá sino también, a la funcionalidad y temporalidad que el mensaje debe tener.

La aproximación a un modelo de sistematización sostenible para el diseño pretende retomar la relación del diseño con otras disciplinas, así como sintetizar algunos métodos de diseño y complementarlo con ideas desde un enfoque sustentable.

3.3.3. Contexto

El conjunto de circunstancias que enmarcan una situación que afecta a uno o varios individuos. Así se puede valorar y analizar dependiendo de las características del usuario. Ya que se comprende al usuario dentro del contexto donde se desarrolla. También aquí se analizan los recursos que tanto el diseñador como el cliente pretenden invertir y proponer lo que sea más favorable en cuanto a ambiente y sociedad.

3.3.4. Sujeto

Valorar al público meta en su contexto, en relación con la sociedad que comparte su cultura e intereses. Así como las características y motivaciones, el tipo de interacción y convivencia como seres a partir de vínculos con otros.

3.3.5. Análisis

Esta etapa consiste en la recolección de información del tema y del usuario, en primera instancia conocer el tema del proyecto de diseño; como funciona, que lo compone, cuáles son sus requerimientos, conocer proyectos que se hayan realizado bajo el mismo tema, con la finalidad de profundizar sobre el tema principal. Por otra parte la investigación del usuario está a la par de conocer el tema, nos permitirá obtener datos del usuario y conocer sus necesidades. También incluye conocer a la competencia para saber la funcionalidad que puede o debe tener el proyecto, y el alcance que puede generar. Por otra parte empezar visualizar el proyecto no solo como un objeto de diseño sino también investigar qué papel va a jugar en la sociedad como un proyecto sustentable.

3.3.6. Conceptualización e Interpretación

La conceptualización es una perspectiva abstracta y simplificada del proyecto, y que queremos representar. Esta representación es nuestro conocimiento del proyecto, en el cual cada concepto es expresado en términos de relaciones con otros conceptos y con sus relaciones de atributo, y también con relaciones jerárquicas. Es el primer paso para conocer gráficamente los primeros acercamientos a la solución del problema, las propuestas que el diseñador tiene para encaminarse al resultado final, de esta manera se empiezan a crear bocetos que permitan mediante el mismo concepto varias propuestas e identificar la más apropiada, la que contenga el mensaje mejor codificado para que el receptor lo interprete de la manera esperada.

3.3.7. Generalización

Elemento fundamental que se ocupa de estudiar los principios de la demostración e inferencia válida y también a instancias del razonamiento humano. Toda inferencia deductiva válida tendrá como base obligatoria la generalización. Al generalizar le atribuimos a un grupo de cosas que pertenecen al mismo género algo que ya sabemos de algunos de sus individuos, nos abstraemos de detalles particulares. Generalizamos por medio de la inducción, es decir, sumando experiencias particulares, algunas veces de manera inconsciente y algunas otras de manera deliberada.

3.3.8. Propuesta

Etapa final que consiste en materializar todo la metodología desarrollada en el objeto de diseño, ya sea de manera industrial o artesanal.

CONCLUSIONES

La situación en la que nos encontramos como sociedad, nos lleva a considerar qué realizamos como individuos para disminuir los efectos que causan el daño al planeta, de ahí surge la idea de proponer una aproximación teórico-metodológica de diseño que nos permita facilitar un cambio en las estrategias que el diseñador utiliza comúnmente, una propuesta que no nos haga cambiar lo que hacemos o cómo lo hacemos sino mejorarlo teniendo en cuenta todo lo importante que lo constituye.

Mejorar el pensamiento del diseñador el cual procure preocuparse por el proceso de diseño, incluyendo el análisis de materiales y procesos utilizados para su elaboración así como utilizar herramientas de menor costo e impacto ambiental.

Si el diseño gráfico es reconocido como una profesión creativa debería serlo desde otra perspectiva y no solo serlo de manera proyectual sino también en el proceso que desemboca en lo proyectual y adentrarnos en las alternativas que podemos retomar en el proceso de diseño preocupándonos más por la problemática que nos rodea. Si el diseño gráfico se trata de una profesión que en gran parte fomenta el consumo de productos puede lograrse que una cultura de consumo responsable en donde sea más moderado el consumo y reduzca al mismo tiempo la producción.

Diseñar sustentablemente puede significar el cambio de hábitos que un diseñador ya tiene, para que finalmente lo lleve a la toma de decisiones un

tanto más razonable y que finalmente estas decisiones conlleven la valoración del ahorro de energía, costos y producción.

El diseño gráfico sustentable se plantea solo como una alternativa que nos haga ser más solidarios y responsables con nuestro entorno, y como diseñadores debemos de conocer y emplear nuestras habilidades para mejorarlo desde la etapa del proceso de los proyectos.

Debemos entender como seres humanos y diseñadores que formamos parte de un todo, que en este caso es el planeta y debemos ser parte de la conservación adecuada del mismo, y utilizar el diseño gráfico como una herramienta que nos permita estar en armonía con el entorno que nos rodea sin dejar de satisfacer las necesidades que hemos ido adquiriendo por años. Las estrategias de diseño son importantes ya que plantean mejorar el uso de materiales, el tiempo y los procesos de producción con la finalidad de disminuir el desperdicio de materiales, los desechos, la fabricación de los mismos y esto con la finalidad de formar parte de una sociedad responsable que es este a favor del bienestar del planeta.

Para finalizar el diseño sustentable y esta propuesta de método de diseño con enfoque sustentable radica en la toma de decisiones, en las cuales se pueda ser eficiente no solo los recursos materiales con los que hacemos la producción de los trabajos, sino también en la planeación económica, en el uso de la energía que utilizamos en el ordenador, el desperdicio de

residuos, etc., la idea de este método es plantear ese razonamiento en el diseñador para su toma de decisiones.

Como diseñador podemos implementar el cambio de hábitos, que nos lleve a decisiones que conlleven la valorización del ahorro de energía, costos y producción. Tener alternativas sustentables que refleje la solidaridad y responsabilidad con nuestro entorno, y como diseñadores debemos de conocer y emplear nuestras habilidades para mejorarlo desde la etapa del proceso de los proyectos.

Como seres humanos y diseñadores debemos ser parte de la conservación adecuada del planeta, y utilizar el diseño gráfico como una herramienta que nos permita estar en armonía con el entorno que nos rodea sin dejar de satisfacer las necesidades.

Por último, esta aproximación metodológica radica en la toma de decisiones, en las cuales se pretende el uso eficaz de los recursos materiales (producción) así como la planeación económica (materiales), la sustancia de esta aproximación es plantear el razonamiento en el diseñador para su toma de decisiones.

FUENTES CONSULTADAS

Capítulo 1.

Bibliografía

1. Belz, F., (2009). Sustainability marketing: a global perspective, México, México, John Eiley&Sons Ltd.
2. Borrayo, R., (2002). Sustentabilidad y desarrollo económico, México.
3. Correal, V., (2010). Psicología de la sustentabilidad: un análisis de lo que nos hace pro ecológicos y pro sociales, México, Trillas.

Mesografía

1. About.com (2015) [en línea] disponible en <http://vidaverde.about.com/od/Vida-Verde101/g/Que-Significa-Sustentabilidad.htm> [accesado el 01 de mayo de 2015].

Capítulo 2.

Bibliografía

4. Elizalde, A., (2003). Desarrollo humano y etica para la sustentabilidad, D.F., México, PNUMA
5. Foladori, G., (2003). ¿Sustentabilidad? : desacuerdos sobre el desarrollo sustentable, México, Porrua.
6. Leff, E., (2010). Discursos sustentables, México, México, Siglo xxi editores.

Mesografía

2. Facebook.com (2015) [en línea] disponible en <http://www.ecologismo.com/2010/06/11/%C2%BFque-es-la-sustentabilidad/> [accesado el 01 de mayo de 2015].

Capítulo 3.

Bibliografía

7. López, J., (2012). Desarrollo de indicadores ambientales y de sustentabilidad en México, México, UNAM.
8. Mejía, M., (2012). Responsabilidad social total: comunicación estratégica para la sustentabilidad, México, Fondo Económico de Cultura.
9. Méndez, J., (2012). Problemas económicos de México y sustentabilidad, México, Mc Graw.
10. Comp.Milian, G., (1999). La sustentabilidad y las ciudades hacia el siglo xxi, Puebla, México, Universidad Autónoma de Puebla.
11. Rubio, M. (2013) Diseño estratégico sustentable. Aproximaciones teórico-prácticas, México, UAEMex.
12. Taddei, J., (2011). Cómo avanzar hacia la sustentabilidad en las instituciones de educación superior: sistema de gestión para la sustentabilidad en universidades (SGSU) / Jorge Luis Taddei Bringas., México, Universidad de Sonora.
13. Vilchis, L., (2012). Variables de la sustentabilidad en el ámbito del diseño gráfico, Toluca, México, UAEMex.

Mesografía

3. fao.org. (2015) [en línea] disponible en <http://www.fao.org/docrep/x5600s/x5600s05.htm#TopOfPage> [accesado el 01 de mayo de 2015].

