

Proceso de construcción de la eticidad del diseño gráfico: perspectivas éticas y épocas que definen la evolución de su ética aplicada

Construction process of the ethics of graphic design: ethical perspectives and times that define the evolution of its applied ethics

Gloria Guadalupe Vázquez Apodaca
dggloriav@gmail.com
Universidad Autónoma
de Ciudad Juárez
Ciudad Juárez, Chihuahua, México.
ORCID: 0000-0002-2304-8176

Recibido: octubre 7 de 2020
Aprobado: noviembre 11 de 2020
Publicado: enero 01 de 2021

Resumen

El artículo muestra resultados de investigación, así como la metodología implementada para explorar la ética del diseño gráfico. El objetivo fue encontrar fundamentos teóricos y deontológicos de su ética aplicada. Se realizó una investigación documental que incluyó bibliografía, códigos de ética y manifiestos publicados entre 1964 y 2020. Mediante esta exploración se define el proceso de construcción de eticidad de la disciplina; como resultado, se encontraron diferentes perspectivas éticas que los diseñadores establecieron para aportar al ethos de su profesión. Simultáneamente, a lo largo de esta exploración histórica se identificaron cinco etapas que muestran el desarrollo de la ética del diseño gráfico, lo que propició el inicio de una sexta etapa en la que existen los medios para la autorregulación. Es perceptible que existe una necesidad de construir bases teóricas sobre el tema. La primera limitante para lograrlo es la existencia de información difusa y dispersa que debe ser rescatada y acopiada. La segunda limitante es que incluso las aportaciones ya recopiladas, requieren ser analizadas a profundidad de forma crítica. No obstante, la profesión está en proceso de establecer fundamentos teóricos y metodológicos de su ética aplicada, estableciendo pautas de reflexión sobre la práctica del siglo XXI al replantearse las responsabilidades del diseñador bajo nuevos enfoques y formas de pensamiento, lo que favorece a la disciplina y al gremio.

Palabras clave: Autorregulación profesional, deontología, diseño gráfico, ética aplicada y perspectivas éticas.

Abstract

The article shows research results, as well as the methodology implemented to explore the ethics of graphic design. The objective was to find theoretical and deontological foundations for his applied ethics. A documentary investigation was carried out that included bibliography, codes of ethics and manifestos published between 1964 and 2020. Through this exploration, the process of construction of ethics of the discipline is defined; As a result, different ethical perspectives were found that the designers established to contribute to the ethos of their profession. Simultaneously, throughout this historical exploration, five stages were identified that show the development of the ethics of graphic design, which led to the beginning of a sixth stage in which the means for self-regulation exist. It is perceptible that there is a need to build theoretical bases on the subject. The first limitation to achieve this is the existence of diffuse and dispersed information that must be rescued and collected. The second limitation is that even the contributions already collected need to be critically analyzed in depth. However, the profession is in the process of establishing theoretical and methodological foundations of its applied ethics, establishing guidelines for reflection on the practice of the 21st century by rethinking the responsibilities of the designer under new approaches and ways of thinking, which favors the discipline and to the guild.

Keywords: Professional self-regulation, deontology, graphic design, applied ethics and ethical perspectives.

◆ Introducción

El siguiente artículo muestra los avances de investigación y metodología que se realizaron para explorar el tema de la ética del diseño gráfico, el estudio forma parte del estado del arte y de los antecedentes de mi investigación doctoral que aún se encuentra en proceso. El objetivo general de esta exploración fue encontrar los fundamentos teóricos y deontológicos de la ética aplicada al diseño gráfico. Al retroceder en el tiempo y encontrar algunos esbozos de lo que se ha establecido como una ética del diseño gráfico me pareció importante encontrar en la literatura tanto académica como comercial o en publicaciones de carácter informal, algunos puntos clave que han forjado un pensamiento reflexivo y ético en los diseñadores. Se examinaron diversas referencias encontradas entre los años de 1964 y el 2020. Todas se pueden clasificar bajo diferentes perspectivas: compromisos, estrategias, diálogo entre diseñadores, investigaciones, educación en diseño y crítica del diseño. Los documentos revisados son evidencia de las perspectivas éticas que existen en el campo del diseño y el proceso construcción de la eticidad de la disciplina a la cual pertenece la profesión del diseño gráfico.

Las profesiones afines a la disciplina del diseño, han definido un marco de acción ético conforme a su desarrollo como práctica y a su crecimiento como comunidad epistémica. Es decir, su red de profesionistas y especialistas han manifestado a través del tiempo, una serie de pautas que definen lo que es una práctica ética.

La *ética aplicada* al campo profesional, requiere de un acercamiento a tres ejes principales: la profesión, el profesionista y la práctica. En este sentido, la profesión es el ente primario, el campo del conocimiento, la monopolización de actividades en un cuerpo de saberes. Luego, el profesionista es quien posee el conocimiento, las habilidades, aptitudes y actitudes para ejercer y llevar a cabo prácticas que atienden una necesidad social. La práctica es entonces, la simbiosis entre la profesión y su ejecutor, es ahí donde se encuentra el comportamiento ético y la manifestación de buenas o malas prácticas.

Internamente cada profesión y cada profesionista adquiere experiencia en campo de la ética. La formación ética es un ejercicio personal

¹ "Una comunidad epistémica se define como una red de profesionales con reconocida experiencia y competencia en un campo particular." (Maldonado, 2005, p. 108)

y colectivo que ocurre de forma empírica, un fenómeno que incluye la aplicación de principios, valores, competencias y deberes éticos. Existen términos comunes en este tema: ética profesional, deontología profesional, autorregulación profesional, entre otras. Cada uno de estos conceptos centrales expresan diferentes niveles de actuación y responsabilidad para el profesionista. En el plano personal, cualquier profesionista adquiere un compromiso intrínseco con su quehacer. Es así como se pone en práctica su ética profesional, es decir, de manera individual reconoce que tiene responsabilidades y las asume mediante principios éticos que ha aprendido a lo largo de su educación y proceso de moralización. De igual forma, al pertenecer a un gremio debe tener en cuenta la deontología de su profesión, la cual es un modelo de comportamiento que intenta a manera de normas estandarizar el ejercicio ético de ese colectivo. Incluso, al paso del tiempo los mismos profesionistas aportan y elaboran instrumentos adicionales que son aplicables a la práctica, tales como: manifiestos, manuales, métodos, recomendaciones, etcétera.

En el caso de la ética del diseño, son útiles las aportaciones y experiencias provenientes del ejercicio diario, ya que la ética profesional o deontología profesional por sí solas suelen idealizar comportamientos que no son compatibles con la realidad. Es así que, considero prudente hablar de una ética aplicada en el diseño, tal como lo señala Adela Cortina (1996), una de las tareas de la ética es procurar “aplicar” lo que se ha obtenido y descubierto por medio de la fundamentación de la *filosofía moral*².

◆ Antecedentes

Es importante destacar que el diseño gráfico compartió su crecimiento y evolución con el diseño industrial durante el siglo XX, por ello, dentro de este recorrido histórico he encontrado fundamentos que provienen del diseño industrial. Ambas son profesiones que deben definir sus propios estándares de comportamiento ético, sin embargo, durante algunos años, estas dos disciplinas han compartido fundamentos *teórico-metodológicos*³ y en el ámbito de la ética no es la excepción. Por ejemplo, en México uno de los códigos de ética del diseño más reconocidos es el del Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, S.A., (CODIGRAM), por lo tanto, comparten a la fecha un mismo código.

Como sabemos, el concepto de diseño puede incluir diversas especialidades o profesiones que no tienen la misma finalidad. Ante este problema, cuando se reflexiona sobre la ética en la práctica profesional del diseño, los límites son muy importantes. Considero que cada especialidad tiene sus especificidades, por lo tanto, los marcos de acción ético pueden variar. Si bien, se pueden compartir criterios generales, no todas

² Llamada comúnmente, ética.

³ El diseño industrial es una: “Disciplina a la que acude el diseño de la comunicación gráfica para la comprensión de materiales y procesos de producción para las posibles relaciones de objetos bidimensionales con objetos tridimensionales, con esta disciplina todavía se comparten aspectos teórico-metodológicos.” (Vilchis, 2016, p. 61)

las profesiones ejercen de la misma manera, incluso tienen diferentes mecanismos de regulación. Por otro lado, se que hablar de fronteras y convergencias entre disciplinas es común y de provecho para el crecimiento de la profesión:

El diseñador ha tenido que aprender a reflexionar sobre su práctica, como explican Buchanan y Margolin (1995): el diseñador debe trabajar de cerca con otros especialistas para aprender un lenguaje más objetivo, sin dejar de lado su caracterización como un profesionalista intuitivo, creativo y propositivo. A través del tiempo, el diseñador se ha sentido a gusto cuando ha cruzado los límites de su disciplina y ha ampliado su actividad, pero no siempre está preparado cuando otros campos explican su quehacer con otros términos, conceptos y métodos de argumentación que le resultan poco familiares. (Ariza, 2012, p. 39).

Los límites se cruzan fácilmente, pero recurrir a la ética para reflexionar la práctica del diseño es un ejercicio que permite aplicar razonamientos y fundamentos ajenos al diseño. Vilchis (2016), explica que existen relaciones interdisciplinarias y transdisciplinarias fundamentales en el diseño. Como su vinculación con la filosofía, específicamente la ética “guía el sentido personal, profesional y social que el diseño tiene en tanto forma de comunicación y transmisión de valores.” (Vilchis, 2016, p. 62).

Es así que, el proceso de construcción de la eticidad del diseño ha requerido la colaboración de diferentes tipos de pensadores y críticos. Analizar las implicaciones éticas que tiene el diseño como práctica, no sólo requieren ser entendidas por el diseñador a través de su experiencia, sino ser observadas desde fuera, ya sea por historiadores, críticos, filósofos, sociólogos, psicólogos, etcétera. Por lo tanto, es un ejercicio colaborativo.

Cabe resaltar que, en esta investigación, me he encontrado con algunas dificultades, ya que existen diversas formas de comprender y observar el fenómeno de la ética en el campo del diseño, a esto, lo denomino perspectivas éticas del diseño. Pero, el primer problema fue encontrar los límites en cuanto a una definición que especificara la vinculación entre ética y diseño. Por lo tanto, me parece importante definir la forma más adecuada de nombrar a la ética correspondiente al campo del diseño, tal como otras profesiones lo han hecho (véase Tabla 1).

Tabla 1. Enfoques de la ética en el campo profesional

Enfoques de la ética en el campo profesional	Profesiones			
	Derecho	Periodismo	Publicidad	Medicina
<p>Ética aplicada Adela Cortina (1996) Es interdisciplinar. Este tipo de ética no prescribe, orienta la acción y ofrece un marco reflexivo para la toma concreta de decisiones. Descubrimiento de principios y valores morales propios del ámbito. La ética aplicada es una acción colectiva (moralizar las instituciones u organizaciones).</p>	Ética jurídica	Ética de la comunicación o de los medios de comunicación	Ética publicitaria	Bioética
<p>Deontología Augusto Hortal (2002) “La deontología formula ante todo los deberes y obligaciones del profesional, aquello que hay que exigir de todo profesional en el desempeño de sus funciones profesionales. Lo normal es que hayan sido escritas, recogidas en un código escrito y aprobado por el colectivo (Colegio) profesional” (p. 193).</p>	Código de ética del abogado: Deontología jurídica	Código de ética del periodista: Deontología del periodismo	Código de ética del publicista	Código de ética del médico: Deontología médica
<p>Autorregulación Ramón Feenstra (2019) “La autorregulación se entiende como una disciplina donde los responsables de un ámbito concreto asumen un papel activo y directo en la búsqueda por mejorar sus prácticas. La autorregulación se implementa mediante la incorporación de una serie de instrumentos —códigos, sistemas de reclamaciones, sistemas de asesoría ética— con el fin de reducir, tal y como señala Aznar, ‘la distancia entre el mínimo regulador del derecho y el ideal ético en una esfera de actividad social, propiciando que cada uno asuma su parte correspondiente de responsabilidad’ (2005: 13).” (p. 106).</p>	Comités de ética y justicia. Asesoría y monitoreo. Auditorías internas	Autorregulación de la comunicación. Autorregulación de los medios	Autorregulación publicitaria Regulación de la publicidad Consejos de autorregulación y ética publicitaria	Comités de ética Tribunales de ética médica

Fuente: Elaboración propia (2020), primera columna basada en Cortina (1996), Hortal (2002) y Feenstra (2019)

En ese sentido, algunas profesiones tienen un avance significativo en el desarrollo de su ética aplicada, deontología y autorregulación. Estos tres aspectos tienen puntos de convergencia, pero también funciones diferentes. La ética aplicada es una propuesta que se fundamenta teóricamente a través de la práctica, para facilitar la toma de decisiones e incitar a la reflexión, por su parte la deontología se limita al deber y a prescribir normas a través de los códigos de ética y la autorregulación es la aplicación de diferentes instrumentos elaborados desde el gremio para mejorar las prácticas (véase Tabla 1).

De acuerdo a lo anterior, han surgido diferentes formas de concretar esa unión de palabras o disciplinas, es decir, entre la ética y el diseño (véase Tabla 2). Cabe señalar que tanto en inglés como en español no existe uniformidad, esto influye en la forma en que una comunidad epistémica define las bases para construir su propia teoría.

Tabla 2. Términos comúnmente utilizados para definir la relación entre ética y diseño

Términos comúnmente utilizados para definir la relación entre ética y diseño	
Ética del diseño:	Design ethics
Ética en el diseño:	Ethics in design
Ética para el diseño:	Ethics for design
Diseño ético:	Ethics design
Ética para diseñadores:	Ethics for designers

Fuente: Elaboración propia

Cualquiera de los siguientes términos podría funcionar, pero, creo que la más adecuada para el tema es: ética del diseño. El binomio podría complementarse especificando la especialidad a la que corresponde, por ejemplo, ética del diseño gráfico, ética del diseño industrial, ética del diseño de interiores, etcétera. Tal vez, esta definición permita concretar un estudio del tema, es decir, formalizarlo desde la academia. Esto facilitaría la búsqueda de información y el establecimiento de una nueva rama o teoría del diseño desde cada una de las especialidades.

En el año 2005, Richard Buchanan escribió para la Encyclopedia of Science, Technology, and Ethics, la definición de Design ethics:

Design ethics concerns moral behavior and responsible choices in the practice of design. It guides how designers work with clients, colleagues, and the end users of products, how they conduct the design process, how they determine the features of products, and how they assess the ethical significance or moral worth of the products that result from the activity of designing. (Buchanan, 2005, párr. 1).

Esta propuesta me parece congruente y adecuada para explicar que la ética del diseño se refiere al comportamiento moral del diseñador y a las elecciones responsables en la práctica del diseño. También, define que la ética del diseño sirve como guía durante el proceso de diseño y en la relación que se tiene con diversos agentes en el ámbito laboral. Me parece importante que haga énfasis en el producto, ya que este profesionalista podría responsabilizarse hasta donde le sea posible, en la creación

de productos que no sean dañinos para la sociedad y el usuario. En este mismo texto, el autor señala que la definición de diseño es muy amplia, debido a los varios campos de aplicación que existen, de tal forma, que Buchanan (2005) define Design ethics en forma general, al explorar cuatro dimensiones éticas del diseño (véase Tabla 3).

Tabla 3. Dimensiones éticas del diseño

Dimensiones éticas del diseño según Richard Buchanan (2005)	
1.- Carácter y valores personales	El diseñador no es neutral, tiene creencias y preferencias que crean su carácter personal. Buchanan explica que dentro de esta dimensión entran todo tipo de declaraciones escritas por los diseñadores: por ejemplo, en sus biografías, blogs o manifiestos. Estos son mensajes que expresan y evidencian su posición como individuo. Incluso, menciona que esas declaraciones son las primeras manifestaciones de la ética del diseño.
2. Integridad del rendimiento	Surge durante la planificación y al momento de llevar a cabo los productos a la realidad. Esta dimensión está relacionada con la integridad profesional y personal, involucra las relaciones con otras personas en el ejercicio profesional (empleados, colegas, clientes, etcétera) y la responsabilidad compartida entre ellos. De igual manera, abarca cómo toma decisiones e implementa valores profesionales (equidad, honestidad, lealtad, entre otros). Estas cuestiones provienen de dos ámbitos, el personal y de los códigos de ética de la profesión. Menciona que los diseñadores comenzaron a fundar asociaciones tal y como ocurrió con otras profesiones y de esa forma se establecieron estándares éticos.
3. Integridad del producto	Se refiere al propósito y valor del producto. Señala que existen problemas éticos con los productos en cuanto a seguridad, confiabilidad, cumplimiento de leyes o códigos y hasta en el tema de sostenibilidad. Respecto a la integridad ética del producto, Buchanan refiere que debe ser útil, utilizable y deseable. Explica que, en el diseño gráfico, la utilidad está relacionada al contenido del mensaje, a que sea verídico y honesto; la usabilidad respecto al tamaño de las fuentes, el diseño de información o aquello que esté relacionado a la correcta comprensión y legibilidad. La estética favorece a que el producto sea deseable, pero eso está relacionado al valor cultural, social o político que se le otorga al producto. Estas cualidades son los mínimos requerimientos para que un diseño cumpla con su función ética.
4. Estándares éticos y propósito final del diseño	Aquí convergen las tres dimensiones anteriores. Refiere que es importante comprender que una de las intenciones fundamentales del diseño es ayudar a que las personas logren sus propósitos, es decir, crear productos que faciliten la vida de las personas, o mejoren su calidad de vida. Me parece que, en esta dimensión Buchanan intenta explicar que la función que tiene el diseño debe estar enfocada hacia objetivos éticos. Asimismo, señala que es importante reflexionar cuál es el propósito del diseño, el valor moral de los productos, sus efectos y definir cuáles son los estándares éticos que deben emplear los diseñadores para tomar buenas decisiones y hacer un uso adecuado de su quehacer. Buchanan describe que en el diseño existen productos buenos o en su caso instrumentales.

Fuente: Elaboración propia basada en Buchanan (2005)

Por lo tanto, aquí es importante aclarar cuál es la diferencia entre dimensiones y perspectivas éticas, esta radica en que una observa la práctica del diseñador y la otra, la manera en que la profesión ha creado su ética aplicada. Primeramente, según Buchanan (2005) las dimensiones éticas representan la red de medios y fines, es decir, giran en torno al diseñador y su práctica. Estas dimensiones están relacionadas a: qué tipo de valores y carácter forjan su comportamiento profesional, cómo se relaciona con las demás personas, qué tipo de valores profesionales pone en práctica, con qué parámetros diseña sus productos y finalmente que tenga claro cuáles son los propósitos del diseño, en conclusión la conducta moral en la práctica diaria del diseño. Esta es una forma general de comprender cómo el diseñador pone en acción su ética profesional. Por otro lado, las perspectivas, son aquellas formas que han creado los diseñadores para aportar al ethos de su profesión, son evidencias de cómo definen lo que es bueno o malo en la práctica, mediante todo tipo de acciones, enfoques teóricos, estrategias, declaraciones, actitudes, textos, etcétera. Al diseñador le convendría involucrarse con el tema, ya que la ética es una herramienta básica para la práctica, de hecho, considero que es esencial. En este sentido, Peter Buwert en el año 2016, señala que en el campo del diseño existen seis sitios potenciales para la ética, los cuales están relacionados al discurso del diseño y cómo se involucra la ética en él (véase Tabla 4).

Tabla 4. Sitios potenciales para la ética en el diseño

Sitios potenciales para la ética según Peter Buwert (2016)	
1	Los códigos de ética
2	Los manifiestos de diseño
3	La ética del diseñador (visualizarlo en diferentes roles: autor, productor y empresario)
4	El diseño para el bien
5	El activismo en el diseño
6	Las prácticas críticas

Fuente: Elaboración propia basada en Buwert (2016)

Buwert (2016), en su disertación doctoral aborda a profundidad esos seis sitios y deja claro que pueden existir otros más. Coincido con él, al detectar diferentes situaciones o acciones que han permitido la instauración de una ética aplicada al diseño. Es claro, que se requiere de una pronunciación oficial por parte del gremio a través de códigos o *manifiestos*⁴. Es decir, dar a conocer públicamente su función, compromiso y utilidad para con la sociedad, esto demuestra una participación y estructuración del gremio como comunidad epistémica. Aunado a ello,

⁴ Sin embargo, esto no quiere decir que deba ser algo obligatorio, pero la creación de un código es un ejercicio que optan aquellas profesiones que buscan legitimidad ante la sociedad.

mostrar los estándares bajo los que deben actuar y producir los diseñadores establecen los límites del quehacer. Este ejercicio reflexivo es importante y es un fenómeno que se ha dado en muchas profesiones.

◆ Metodología

La presente investigación fue de corte cualitativo con un alcance descriptivo. Es decir, se describió de forma cronológica el fenómeno a través de la información recabada y de las aportaciones de diversos autores. Para llevar a cabo esta exploración, se requirió hacer una búsqueda de fuentes en diferentes bases de datos. Este tipo de investigación documental tiene como propósito revisar qué se ha escrito y publicado sobre el tema investigado (Guevara, 2016, p. 168), tratando de encontrar evidencias que ayuden a construir conocimiento al respecto.

Al iniciar la construcción del estado del arte, detecté que la profesión tiene una forma particular de integrar y abordar la ética a su quehacer, al establecer métodos o incluir en sus proyectos estrategias que favorecen a la profesión, al producto, al usuario o la sociedad. Por lo tanto, fue necesario hacer una revisión sistematizada de las fuentes desde una perspectiva ontológica y epistemológica para definir los fundamentos teóricos y deontológicos de la ética aplicada al diseño gráfico.

◆ Recopilación de información

Al hacer esta exploración documental, fui identificando diversos tipos de contenido. Mediante esta búsqueda logré el acopio de algunos documentos que integraban en su texto las siguientes palabras clave: ética y diseño. Sin embargo, debido a las inconsistencias y falta de información, se fueron incluyendo temáticas secundarias que estaban intrínsecamente relacionadas a la ética del diseño, como: reflexiones sobre el quehacer del diseño, las responsabilidades del diseñador, la función social del diseño, el diseño social, el diseño con fin político, el diseño verde o ecodiseño, el buen diseño, el diseñador ciudadano, la sostenibilidad, la bondad del diseño, entre otros.

Cabe aclarar que en la literatura revisada existen dos tipos de aportaciones: primero, una que procede del interior del gremio y otra que proviene del exterior, a través de otro tipo de especialistas. Ya sea que se hayan producido de forma endógena o exógena, consideré ambas como valiosas para el presente estudio. Algunos de los autores considerados no pertenecen al campo del diseño gráfico, sin embargo, su aportación es fundamental ya que lo analizan con una perspectiva diferente a la del gremio. Asimismo, me parece importante señalar que en el campo académico y de investigación, el diseñador, desde sus estudios de posgrado, ha empezado a aportar al tema en cuestión. Esta recolección de documentos me proporcionó datos significativos. En consecuencia, al hacer la lectura y revisión de los mismos, me fue posible hacer una selección de aquellos que abordaban de forma crítica la ética del diseño.

◆ Análisis Contextualización

De las 82 fuentes seleccionadas y examinadas, se identificó: año de creación, país de procedencia del autor, su sede laboral, profesión y especialidad, así como un breve resumen de la propuesta que hace en su obra (véase Figura 5). En esta fase de contextualización, se requería especificar los límites espaciales y temporales de la información (Guevara, 2016, p. 174).

Sistematización de información

Partiendo de la primera obra analizada, establecí una cronología de 1964 hasta el 2020. Al tabular la información en la matriz de análisis, se llenaron los datos básicos de cada obra y se especificó qué tipo de documento era: manifiesto, código, decálogo, juramento, libro artículo, ensayo, tesis, blog, conferencia, video o método (véase Tabla 5).

Como resultado, fui detectando la intencionalidad y origen de dichas perspectivas. Con ello, se inició una primera clasificación de contenidos, que con el tiempo se fue afinando y reestructurando. No es una clasificación definitiva, pero permite identificar la procedencia y la aportación de los autores. Incluso, me permitió encontrar puntos clave en el tiempo que me ayudaron a establecer cinco épocas trascendentales del proceso de construcción de la eticidad del diseño.

Tabla 5. Matriz de análisis

Perspectivas éticas del diseño gráfico (1964 - 2020)							
No.	Año	Autor	País de origen	Cede laboral	Obra	Profesión y especialidad	Propuesta
1	1964	Ken Garland	Reino Unido	Londres, Inglaterra	<i>First Things First Manifiesto (manifiesto)</i>	Diseñador gráfico, fotógrafo, educador y escritor.	Manifiesto en el que se propone un cambio de prioridades a favor de formas de comunicación más útiles y perdurables. Lo firman diseñadores gráficos, fotógrafos y estudiantes. Garland contextualiza la época a través de ejemplos, señala que como creativos han dedicado su talento a fines triviales. También, señala que existen cosas más valiosas en las que pueden emplear su capacidad.
2	1977	Victor Papanek	Austria	Estados Unidos	<i>Diseñar para el mundo real, ecología humana y cambio social (libro)</i>	Diseñador, antropólogo, escritor y profesor de diseño industrial en la Universidad de Purdue en Indiana y California Institute of the Arts.	Crítica al diseño, Responsabilidad social y moral del diseñador. Aborda la importancia del cuidado del medio ambiente.
3	1983	International Council of Graphic Design Association (ICOGRADA)	Inglaterra	Londres, Inglaterra	<i>Ethical Code of Professional Practice (código)</i>	Asociación internacional de diseñadores gráficos fundada en 1963.	Publicado por: International Council of Graphic Design Associations, International Council of Societies of Industrial Design, y International Federation of Interior Architects/Interior Designers. Es un código que ha inspirado a muchas asociaciones y colegios de diseño en el mundo.
4	1983	The American Institute of Graphic Arts (AIGA)	Estados Unidos	Estados Unidos	<i>Code of Ethics Professional Conduct for Graphic Designers (código)</i>	Asociación internacional de diseño.	5 ejes temáticos: 1. La responsabilidad profesional del diseñador 2. La responsabilidad del diseñador hacia los clientes 3. La responsabilidad del diseñador hacia otros diseñadores 4. Autopromoción 5. Autoría

5	1987	Dieter Rams	Alemania	Alemania	<p>Ten principles for good design (decálogo)</p> <p>Diseñador, Arquitecto y profesor de la Escuela Superior de Bellas Artes de Hamburgo.</p> <p>Especialidad: Rams es un diseñador industrial que pertenece a la corriente del diseño funcionalista.</p>	<p>El buen diseño:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Es innovador 2. Hace del producto algo útil 3. Es estético 4. Es comprensible 5. Es discreto 6. Es honesto 7. Tiene valor duradero 8. Concibe hasta el último detalle 9. Respeto el medio ambiente 10. Es un diseño en su mínima expresión
---	------	-------------	----------	----------	--	---

Fuente: Elaboración propia

Resultados a) Clasificación de las perspectivas éticas del diseño

Como primer resultado, defino las formas en las que se ha construido y puesto en práctica el ethos del diseño, es importante recordar que está perfilado hacia el diseño gráfico. No todos los documentos provienen de la academia ni de una investigación, las primeras aportaciones provienen de una reflexión empírica sobre el quehacer del diseño, para ello, los diseñadores crearon compromisos, estrategias o iniciaron debates dentro del mismo gremio. Consecutivamente, se iniciaron investigaciones y modelos para aplicar a la enseñanza del diseño, incluso aparecieron incontables críticas provenientes de expertos.



Figura 1. Clasificación de las perspectivas éticas del diseño

Fuente: Elaboración propia

Como vemos, a través de estos incisos (véase Figura 1) existen diferentes formas en que la profesión y los diseñadores establecen parámetros éticos para el ejercicio de sus actividades, definiendo qué es lo correcto o incorrecto en la práctica.

Los primeros textos académicos respecto a la ética y el diseño se encuentran en inglés. En 1994, Alain Findeli desarrolló investigaciones respecto a la ética, la estética y el diseño desde el ámbito educativo de esta profesión, pero su enfoque proviene del diseño industrial. Lo relevante de este investigador es que reconoce la función de una ética aplicada al diseño. En 1995, aparecen los términos *ethics into design*, *ethics*

of design y ethics in design con Carl Mitcham, pero están relacionados con el diseño de ingeniería, área que no tiene relación directa con el diseño gráfico. Ninguno de los dos textos ofrece suficiente información que pueda extrapolarse al campo del diseño gráfico, pero ambos hacen referencia al interés de abrir un campo de saber respecto a la ética en el diseño por medio de una reflexión teórica y su promoción en la educación. Mitcham (1995) menciona que los problemas del diseño no sólo se encuentran en la técnica y la estética, sino también en la ética. Asimismo, señala que cada tradición o disciplina de diseño desarrolla su propio ethos.

b) Proceso de construcción de la eticidad del diseño gráfico

Como segundo resultado de esta exploración, delimité algunas pautas temporales que quedaron asentadas en un diagrama. Al examinar la información contenida en la matriz de análisis, se evidenciaron ciertos fenómenos que permitieron la creación de una línea del tiempo. Si bien es un periodo de tiempo muy amplio, en esos 56 años se pueden detectar las *transformaciones*⁵ que ha tenido la *profesión*⁶ y los enfoques de diseño responsable que han prevalecido. Es interesante observar que los investigadores o diseñadores van conectando ideas y reforzando lo que el mismo gremio expresa. Los textos seleccionados para este análisis tienen contenido diverso y provienen de diferentes países del mundo. La línea del tiempo parte del año de 1964, con el surgimiento del primer manifiesto de diseño elaborado por el británico *Ken Garland*⁷ y llega hasta el año 2020, al momento en el que la profesión del diseño gráfico parece estar entrando en una fase de reestructuración. Algunos de los diseñadores e investigadores señalados en esta línea del tiempo (véase Figura 2), han colaborado en la comprensión de la práctica del diseño, su función en la sociedad, la responsabilidad que conlleva el quehacer del diseño y la manera en que el diseñador podría asumir sus diversas responsabilidades. Asimismo, a través de esta cronología, pueden observarse los aportes que se han hecho respecto al tema de la ética del diseño, no son la totalidad de los documentos analizados ya que se hizo una selección de los que, considero, pueden ser útiles para los diseñadores gráficos. También cabe aclarar que la mayoría de los textos hacen alusión a la responsabilidad del diseñador, sin duda, este es un eje central en la ética del diseño. Este estudio temporal tiene como antecedente la fundación del International Council of Graphic Design Association (ICOGRADA) en el año de 1963, organismo que ha tenido una labor importante para el desarrollo de la profesión del diseño gráfico en varios países del mundo. Además, en esta línea del tiempo pude identificar cinco etapas importantes en el desarrollo de la ética del diseño gráfico.

⁵ Toda profesión se ve afectada e influenciada por situaciones ajenas a ella, esto hace que los profesionistas respondan o se adecuen a las necesidades de quien demanda dicho servicio.

⁶ Entre ellas, la revolución digital, la aparición del internet y el ordenador como herramienta de trabajo.

⁷ Manifiesto enfocado a la actividad del diseño gráfico.

En las cuales identifico actores y documentos clave que influyeron en la evolución de este proceso de construcción de la eticidad.

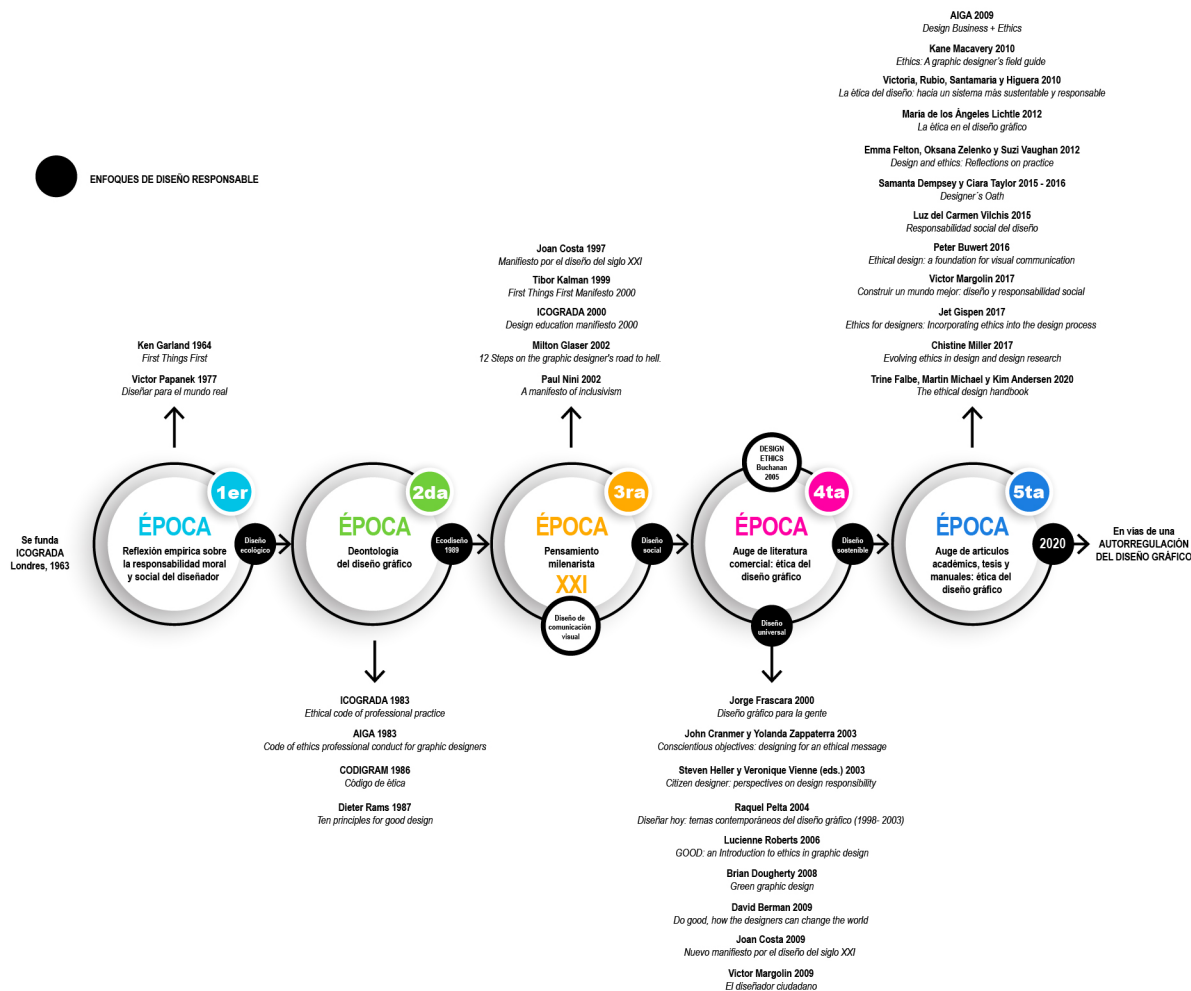


Figura 2: Proceso de construcción de la eticidad del diseño gráfico: línea del tiempo 1964 - 2020 Fuente: Elaboración propia

Primera época: reflexión empírica sobre la responsabilidad moral y social del diseñador

Está influenciada por el diseñador gráfico Ken Garland y el diseñador industrial Victor Papanek entre 1964 y 1977, su enfoque es mediante una reflexión empírica. Esta etapa cubre los años sesenta y setenta del siglo XX, está influenciada por un periodo en el que el mundo vivía los estragos y crisis de varias guerras, entre ellas la Guerra de Vietnam y los diferentes movimientos sociales que surgieron en distintos países⁸. De igual forma,

⁸ Después de la Segunda Guerra Mundial empezaron los primeros productos gráficos de carácter político (carteles), incluso de protesta. En dicho periodo surgen los movimientos estudiantiles de 1968, el movimiento feminista contemporáneo y el movimiento hippie.

surgen cambios dentro del campo del diseño, como la crisis del diseño moderno y la aparición de nuevos estilos y tendencias gracias a la entrada del pensamiento postmoderno. Raquel Pelta (2012a), señala que:

Los años 1960 fueron también los de la movilización de los diseñadores gráficos. En 1962, el diseñador británico Ken Garland comenzó a trabajar a favor de la Campaña de Desarme Nuclear (Campaign for Nuclear Disarmament) para la que realizó carteles tan conocidos como el titulado «Aldermaston to London Easter», toda una referencia de la gráfica de protesta de aquel periodo. Dos años más tarde, en 1964, publicó el manifiesto *First Things First* y consiguió el apoyo de unos cuatrocientos diseñadores y artistas, así como el respaldo del político laborista Tony Benn. Pero las propuestas de Garland no nacían de la nada. Respondían a la emergencia, ya en la década anterior, de un nuevo tipo de inquietudes políticas relacionadas con temas éticos y morales, así como con la extensión de los derechos civiles (párr. 29).

En el Manifiesto *First Things First*, Garland propone un cambio de prioridades a favor de formas de comunicación más útiles y perdurables. Inicialmente fue firmado por 22 personas (diseñadores gráficos, fotógrafos y estudiantes), el texto contextualiza la época a través de ejemplos, señala que como creativos han dedicado su talento a fines triviales (Pelta, 2012b). También, explica que existen cosas más valiosas en las que pueden emplear su capacidad creativa. Por lo tanto, es el primer llamado a contribuir a la sociedad. Asimismo, durante ese tiempo iniciaron las primeras preocupaciones por el deterioro del medio ambiente. Pelta (2011) explica que:

Fue a finales de los años 1960, cuando comenzaron a desarrollar estrategias medioambientales, con diferentes grados de compromiso, en una relación nada fácil entre producción, consumo y ecología.

Las primeras posturas (muy críticas) aparecieron en los años 1970 con Victor Papanek y su libro *Design for the Real World*, que sigue siendo un referente para quienes abogan por un diseño responsable, ético y comprometido social y medioambientalmente (párr. 3).

Una práctica responsable en el ámbito del diseño está ligada a fundamentos y principios éticos, como diseñadora considero que debemos ser conscientes de lo que producimos, tener los ojos abiertos ante cualquier daño y ser sensibles a la hora de conceptualizar, producir y dar vida a un objeto de diseño. Papanek fue pionero de este pensamiento, en 1977 señalaba cuáles eran las responsabilidades sociales y morales del diseñador:

debo reconocer que el diseñador, tiene responsabilidad por la forma en que el mercado reciba los productos que diseña. Sin embargo, esto sigue siendo un punto de vista estrecho y provinciano. La responsabilidad del diseñador ha de ir más allá de estas consideraciones. Su buen juicio social y moral tiene que entrar en juego mucho antes de que empiece a diseñar, porque tiene que juzgar apriorísticamente, además si los productos que se le pide que diseñe o rediseñe merecen su atención o no. En otras palabras, si su diseño estará a favor o en contra del bien social. (Papanek, 1977, p. 68).

Papanek, fue un crítico severo del diseño industrial y la publicidad, en su libro *Diseñar para el mundo real: ecología humana y cambio social* (1977), advierte varias cosas, entre ellas, que el diseñador no estaba siendo consciente de su quehacer. Pareciera ser un texto actual y apegado a la realidad, hace énfasis en el diseño irresponsable.

Estamos de acuerdo: el diseñador tiene que ser consciente de su responsabilidad moral y social. Porque el diseño es el arma más poderosa que ha recibido el hombre para configurar lo que produce, su medio ambiente, y, por extensión, a sí mismo, con ella debe analizar las consecuencias de sus actos, tanto del pasado como del futuro predecible (p. 107).

Este libro también, aborda temas como, la explotación sexual de la mujer, el cuidado del medio ambiente, diseñar productos para las minorías: zurdos, ancianos, discapacitados, obesos, embarazadas, analfabetas, niños, etcétera. Asimismo, su postura invita a repensar en las necesidades básicas de la humanidad y de los pueblos. Papanek, hace un señalamiento severo al diseñador y a la trivialidad de sus creaciones.

Segunda época: deontología del diseño gráfico

La segunda época, se encuentra a mediados de los ochenta, cuando el diseño gráfico comienza, internacionalmente, a fijar los estándares de buenas prácticas como un modelo de conducta, para ello el ICOGRADA tuvo una influencia significativa a través de la publicación del Ethical Code of Professional Practice en 1983 adoptado también por International Council of Societies of Industrial Design (ICSID) y International Federation of Interior Architects/Interior Designers (IFI). Dicho documento enuncia la responsabilidad del diseñador bajo tres ejes: hacia la comunidad, hacia el cliente y hacia otros diseñadores. Posteriormente, en el continente americano diversas asociaciones y colegios crearon sus propios códigos de ética basándose en el del ICOGRADA, por ejemplo, The American Institute of Graphic Arts (AIGA) en Estados Unidos. En México, por ejemplo, el Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, A.C. (CODIGRAM) en 1986 enuncia en su código de ética la responsabilidad del diseñador bajo cuatro ejes: hacia la comunidad, hacia el usuario, hacia el cliente y hacia los colegas. Es a partir de esta etapa que los códigos de ética comenzaron a propagarse en diferentes países.

Tercera época: pensamiento milenarista

La tercera época, se encuentra a finales de los años noventa, cuando algunos diseñadores gráficos como Joan Costa y Tibor Kalman reflexionan sobre los cambios urgentes que necesita el diseño frente al inicio del siglo XXI. La práctica tenía que definirse desde su relación con los individuos, centrarse en el ser humano, redirigir sus esfuerzos a mejorar la calidad de vida, es decir, cambiar las prioridades del diseño. Ambos personajes plantean dos manifiestos diferentes, Costa (1997) el Manifiesto por el Diseño del siglo XXI y por su lado Kalman (1999) el First Things First Manifiesto 2000, declaración colectiva firmada por varios diseñadores, los dos manifiestos tuvieron gran respuesta por parte del público, así como impacto y reconocimiento a nivel internacional.

Ambos señalan un cambio de paradigma, la necesidad de que el diseño se transforme desde sus entrañas y se redefina. Es importante mencionar, que son dos modos distintos de crítica y de reflexión. Kalman utiliza casi el mismo formato del manifiesto de Garland (1964) únicamente se adecuó al contexto. En general es un discurso sencillo, pero con énfasis en que el diseño gráfico ayude a la sociedad:

Hay actividades más valiosas para nuestras habilidades de resolución de problemas. Una crisis ambiental, social y cultural sin precedentes demanda nuestra atención. Muchas intervenciones culturales, campañas de marketing social, libros, revistas, exposiciones, herramientas educativas, programas de televisión, películas, causas caritativas, y otra información –proyectos de diseño- requieren urgentemente nuestra experiencia y ayuda. (Kalman, et al., en Pelta, 2012c, párr. 6)

Por otro lado, Costa (1997) utiliza un lenguaje teórico y crítico, hace énfasis en el diseño industrial y de comunicación. Afirma que el diseñador del siglo XXI es posindustrial: “diseña programas para procesos interactivos, hombre máquina y hombre-información” (p. 22). En resumen, expresa la necesidad de una definición universal y omnicomprendiva del diseño en sus relaciones con los individuos, una concepción que corresponda a nuestra civilización de información, centrada en el ser humano y no en los objetos de diseño, ni en la técnica, ni en el consumo; un diseño que contenga valores de autodidaxia, que promueva actividades de diseño orientadas hacia el servicio, interfaces, valores, entornos más limpios, ordenados y vivibles, hacia modos de vida más civilizados, que formen parte de los valores culturales y sociales de los países. Que estimule la originalidad y creatividad de cada país, etnia y grupo. Visualiza que el diseño del siglo XXI, no será el diseño de objetos, sino de información, de intangibles, del entorno, de programas y de valores. El diseño tendrá que ser una actividad diversificada, tomar al individuo como centro y razón de ser del diseño (Costa, 1997, pp. 23-24).

Costa, estructura una comprensión contemporánea del diseño, en general observa cuál es el papel del diseño y los cambios que son necesarios

para su práctica. Puntualiza que este siglo requiere de un diseñador más humano e intelectual, con una posición autocrítica y responsable. Define que, como sociedad hemos pasado de un consumismo salvaje a una ecología del consumo, o cultura del consumo. Considero que esta postura es un ideal de comportamiento, que implica el compromiso de la misma sociedad, en donde cada individuo reflexione sobre su consumo y exija nuevas formas de comunicación.

Al iniciar el año 2000, el ICOGRADA publica en el Manifiesto Icoagrada sobre la Enseñanza del Diseño, que el término diseño gráfico se había debilitado y que el concepto más adecuado para definirlo era diseño de comunicación visual. Asimismo, declara que el diseñador: “Se hace responsable como individuo de la ética para evitar daños y toma en cuenta las consecuencias de la acción del diseño sobre la humanidad, la naturaleza, la tecnología y factores culturales.” (p. 19)

Cuarta época: auge de literatura comercial sobre ética del diseño gráfico

Al iniciar el siglo XXI, durante la primera década del 2000 al 2009 comienza el auge de todo tipo de libros y artículos que abordan temas relacionados a la ética del diseño: el diseño social, la responsabilidad del diseño, el diseño ético, el compromiso del diseñador, la responsabilidad social, el buen diseño, el diseñador político, la sostenibilidad, la bondad y maldad del diseño, el diseño consciente, la ética en la estética, el diseño verde, el diseñador ciudadano, hacer el bien, el activismo en el diseño, entre otros más. Considero que los libros más significativos para el diseño gráfico durante esta etapa son (véase Tabla 6):

Tabla 6. Literatura comercial sobre la ética del diseño al inicio del siglo XXI

Sitios potenciales para la ética según Peter Buwert (2016)		
Autor	Año	Título de libro
Jorge Frascara	2000	<i>Diseño gráfico para la gente; comunicación de masa y cambio social</i>
Joan Costa	2003	<i>Diseñar para los ojos</i>
Steven Heller y Veronique Vienne	2003	<i>Citizen Designer: Perspectives on Design Responsibility</i>
Raquel Pelta	2004	<i>Diseñar hoy: temas contemporáneos del diseño gráfico (1998 - 2003)</i>
John Thackara	2005	<i>In the bubble: Designing in a complex</i>
Lucienne Roberts	2006	<i>GOOD: An Introduction to Ethics in Graphic Design</i>
David Berman	2009	<i>Do good, how the designers can change the world</i>

Figura 7: Literatura comercial sobre la ética del diseño al inicio del siglo XXI
Fuente: Elaboración propia

Dichos textos son un parteaguas para el desarrollo de tesis, artículos y ensayos en la segunda década del siglo XXI.

Quinta época: auge de artículos académicos y tesis de diseño sobre ética del diseño

Esta época inicia con el trabajo de Kane Macavery (2010), producto de su tesis de posgrado, propone uno de los manuales más completos respecto a la ética del diseño gráfico. Macavery aborda la legalidad, la integridad y la moralidad en el campo del diseño gráfico. Por su parte Raquel Pelta, inicia una investigación de corte histórico sobre diversos temas relacionados a la responsabilidad y ética en el diseño gráfico desde su portal en Internet llamado Monográfica. Posteriormente, son más comunes las tesis relacionadas al tema, desde nivel de pregrado hasta doctorado. Considero que la más significativa es la de Buwert (2016), por el grado de profundidad y análisis desde el aspecto filosófico. Finalmente, a partir del año 2015, empiezan a aparecer herramientas didácticas y creativas para que el diseñador implemente estrategias con la finalidad de aplicar la ética a su proceso de diseño. En esta época la práctica del diseño gráfico comienza a transformarse, existen nuevas profesiones como el diseño de experiencia de usuario (UX design), por lo tanto, inician las reflexiones respecto a las problemáticas que existen en las plataformas y productos digitales. Considero que, a partir del 2020, surgirán más manuales de ética del diseño enfocados a productos digitales como lo es *The Ethical Design Handbook*, los cuales me parecen instrumentos de autorregulación prácticos, es decir, tienen ejemplos actuales y consejos para los profesionistas.

Finalmente, en este recorrido, se puede entender el avance de la profesión en el tema de la ética, no obstante, las investigaciones de tipo académicas como tesis, son más difíciles de ubicarlas, debido al poco acceso que hay en base de datos. Sin embargo, no se descarta la existencia de más investigaciones respecto al tema de la ética del diseño.

◆ Conclusiones

Considero que la teoría ética del diseño y la práctica deben buscar puntos de encuentro, es decir, definir si la teoría es útil en la cotidianidad y conocer a través de la expresión de los mismos diseñadores cómo es que la ponen en práctica. El diseño gráfico aún está en proceso de crear bases sólidas y teóricas de su ética. Esta construcción ha sido lenta, al ser una profesión joven y un tanto volátil en cuanto a sus técnicas o actividades, el avance no ha sido significativo.

En América, es Estados Unidos quien más ha aportado al tema, en México, es notoria la poca participación del gremio, de las 82 fuentes consultadas, solamente ocho pertenecen a autores mexicanos. De Canadá, Argentina, Colombia y Chile también existen aportaciones, pero son mínimas. Por otro lado, en Europa, autores procedentes de las Islas Británicas y España son los que han contribuido más.

Por lo tanto, al hacer esta revisión de literatura, es perceptible que existe una necesidad de construir bases teóricas en el tema de la ética del diseño gráfico, pues existe información difusa y dispersa que debe ser rescatada y acopiada, por lo que sería importante establecer un neologismo adecuado para dicho paradigma, luego discernir y discutir los temas éticos que son relevantes. Asimismo, me parece importante que el diseñador desde su práctica, sin ser profesor o investigador, pueda emitir una opinión respecto al ethos de su profesión, esto es parte importante de la ética aplicada. Cada individuo debe formar un pensamiento reflexivo que le ayude a llevar a cabo su trabajo diario y aprenda a establecer parámetros que lo beneficien a él y a la profesión, pero es necesario que el gremio fortalezca sus redes y participación tanto a nivel nacional como internacional.

Como ya lo mencioné, la responsabilidad es un tema sustancial en la ética del diseño. Somos responsables de nuestros propios actos, de nuestras omisiones, de las consecuencias de nuestras acciones, de las exigencias o retos que nos llaman a actuar y de comprometernos con la humanidad (Polo, 2019, pp. 58-59). Vivimos una época donde la ética se enfoca en tener una visión global de los problemas, no ser ajenos a las necesidades del otro y del mundo. Preguntémonos entonces, ¿De qué somos responsables los diseñadores gráficos?, ante estos cuestionamientos surgieron los primeros códigos de ética. Es inevitable pensar que el diseñador como profesionista no se ha dado cuenta de las consecuencias de sus acciones y de cuáles son sus obligaciones.

Se puede concluir, que la ética del diseño gráfico esta en vías de generar una autorregulación de carácter formal, es decir, se están creando varios instrumentos provenientes de investigaciones y asociaciones internacionales que proponen a los diseñadores temas clave en los que se pueden enfocar para tener una práctica responsable y ética. Asimismo, resultado de esta reflexión colectiva están saliendo a la luz consejos y métodos para ser implementados en la práctica. ©

Referencias

AIGA. (2020). About AIGA. Recuperado de <https://www.aiga.org/about/>

Ariza, A.V. (2012). *La investigación en Diseño, una visión de los postgrados en México*. México: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.

Berman, D. B. (2009). *Do good: How designers can change the world*. Estados Unidos de América: New Riders.

Buchanan, R. (2005). Design Ethics. En *Encyclopedia of Science, Technology, and Ethics*. Encyclopedia.com Recuperado de <https://www.encyclopedia.com/science/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/design-ethics>

- Buwert, P. (2016). *Ethical design: a foundation for visual communication* [Tesis para obtener el grado de Doctor en Filosofía]. Escocia: Robert Gordon University. Recuperado de <https://rgu-repository.worktribe.com/output/248849/ethical-design-a-foundation-for-visual-communication>
- CODIGRAM. (s.f.). *Código de ética*. Recuperado de <http://www.codigram.org/codigo.pdf>
- Cortina, A. (1996). El estatuto de la ética aplicada. *Hermenéutica crítica de las actividades humanas. Isegoría*. (13), 119-134. Recuperado de <http://isegoria.revistas.csic.es/index.php/isegoria/article/view/228>
- Costa, J. (1997). Manifiesto por el diseño del siglo XXI. *DX, Estudio y experimentación del diseño*, (4).
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos* (2ª.ed.). Bolivia: Grupo Editorial Design.
- Costa, J. (2009). *Nuevo manifiesto por el diseño del siglo XXI*. Recuperado de http://www.danielraposo.com/temps/artigos/04_07_11_20_Manifiesto_siglo_XXI.pdf
- Cranmer, J., & Zappaterra, Y. (2003). *Conscientious Objectives: designing for an ethical message*. RotoVision.
- Dempsey, S. & Taylor, C. (2015). *Designer's Oath*. Recuperado de <https://designersoath.com/index.html>
- Dougherty, B. (2008). *Green graphic design*. Estados Unidos de América: Allworth Press.
- Falbe, T, Michael M. & Andersen K. (2020). *The Ethical Design Handbook*. Recuperado de <https://ethicaldesignhandbook.com>
- Feenstra, R. A. (2019). La corregulación de la publicidad a debate: una aproximación teórica. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 10(2), 105-114. Recuperado de <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2019.10.2.1>
- Felton, E., Zelenko, O., & Vaughan, S. (Eds.). (2012). *Design and ethics: Reflections on practice*. Estados Unidos de América y Canadá: Routledge.
- Findeli, A. (1994). Ethics, aesthetics, and design. *Design issues*, 10(2), 49-68.
- Frascara, J. (2000). *Diseno gráfico para la gente: comunicacion de masa y cambio social*. Argentina: Ediciones Infinito.
- Gispen, J. (2017). *Ethics for Designers: Incorporating ethics into the design process* [Tesis para obtener el grado de maestría]. Países Bajos: Delft University of Technology. Recuperado de <http://resolver.tudelft.nl/uuid:b0645822-b0b4-45d8-af7f-57a34b369cd9>
- Glaser, M. (2014). *Diseñador-ciudadano: cuatro lecciones breves (más o menos sobre diseño)*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

- Grefé, R. & AIGA. (2009). *Design Bussines+Ethics*. AIGA | the professional association for design. Recuperado de <https://www.aiga.org/design-business-and-ethics>
- Guevara, P. R. (2016). El estado del arte en la investigación: ¿análisis de los conocimientos acumulados o indagación por nuevos sentidos?. *Revista Folios*, (44),165-179. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=345945922011>
- Heller, S., & Vienne, V. (Eds.). (2003). *Citizen designer: Perspectives on design responsibility*. Estados Unidos de América: Allworth Press.
- Hortal, A. A. (2002). *Ética general de las profesiones* (2ª. ed.). Bilbao: Desclée
- ICOGRADA. (2000). *Manifiesto Icograda sobre la Enseñanza del Diseño, Seúl 2000*. Recuperado de <https://www.ico-d.org/database/files/library/Ico-gradaEducationManifiesto.pdf>
- Lichtle, G. M. (2013). La ética en el diseño gráfico. *Insigne Visual-Revista Virtual de Diseño Gráfico-BUAP*, 2(8), 18- 6. Recuperado de http://cmas.siu.buap.mx/portal_pprd/work/sites/insigne/resources/LocalContent/43/2/Art_3.PDF
- MacAvery K., E. (2010). *Ethics: A Graphic Designer's Field Guide*. Recuperado de <http://www.ethicsingraphicdesign.org/field-guide/>
- MacAvery K., E. (2010). *Ethics in Graphic Design: A Call to Arms for an Undergraduate Course* [Tesis para obtener el grado de Maestría en Bellas Artes]. Estados Unidos de América: Savannah College of Art and Design. Recuperado de http://makinggood.ac.nz/media/1268/macaverykane_2010_thesis.pdf
- Maldonado, A. (2005). Comunidades epistémicas: Una propuesta para estudiar el papel de los expertos en la definición de políticas en educación superior en México. *Revista de la Educación Superior*, 34(134), 107-122.
- Margolin, V. (2009). El diseñador ciudadano. *FOROALFA*. Recuperado de <http://www.morfologiawainhaus.com/pdf/Margolin.pdf>
- Margolin, V. (2017). *Construir un mundo mejor: diseño y responsabilidad social*. México: Editorial Designio.
- Miller, C. (2017). Evolving Ethics in Design and Design Research. *Ethics in the Anthropology of Business: Explorations in Theory, Practice, and Pedagogy*, 87-103.
- Mitcham, C. (1995). *Ethics into design*. R. Buchanan, R. & V. Margolin, V.(Eds.). *Discovering design: explorations in design studies*, 173-189.
- Nini, P. (2004). In search of ethics in graphic design. *Voice: AIGA Journal of Design*, 16.
- Papanek, V. (1977). *Diseñar para el mundo real*. (2ª ed. en castellano). Barcelona, España: Pol-len edicions.

- Pelta, R. (2004). *Diseñar hoy: temas contemporáneos del diseño gráfico (1998-2003)*. Paidós.
- Pelta, R. (2011). De verde a sostenible. *Monográfica, revista temática de diseño, 1*. Recuperado de <http://www.monografica.org/01/Art%C3%ADculo/1236>
- Pelta, R. (2012a). Diseño y activismo. Un poco de historia. *Monográfica, revista temática de diseño, 2*. Recuperado de <http://www.monografica.org/02/Art%C3%ADculo/2909>
- Pelta, R. (2012b). First Things First Manifiesto. *Monográfica, revista temática de diseño, 2*. Recuperado de <http://www.monografica.org/02/Art%C3%ADculo/3398>
- Pelta, R. (2012c). Manifiesto First Things First 2000. *Monográfica, revista temática de diseño, 2*. Recuperado de <http://www.monografica.org/02/Art%C3%ADculo/3152>
- Polo, S. M. (2019). La responsabilidad ética. *Veritas, (42)*, 49-72. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-92732019000100049>
- Roberts, L. (2006). *GOOD: an introduction to ethics in Graphic Design: ethics of Graphic Design*. Reino Unido: Ava Publishing.
- Thackara, J. (2006). *In the bubble: Designing in a complex world*. Estados Unidos de América: MIT press.
- Victoria, R., Rubio, M., Santamaría, A. & Higuera, A. (2010). *La ética del Diseño: Hacia un sistema más sustentable y responsable*. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Ricardo_Victoria_Uribe/publication/274638707_La_etica_del_Disenio_Hacia_un_sistema_mas_sustentable_y_responsable/links/5524610c0cf2caf11bfcc72e.pdf
- Vilchis, E. L. (2015). Responsabilidad social del diseño. *Inventio, la génesis de la cultura universitaria en Morelos, 11(25)*, 5-11.
- Vilchis, E. L. (2016). *Diseño: universo de conocimiento Teoría general del Diseño*. México: Qartuppi, S. de R.L. de C.V. Recuperado de <http://www.qartuppi.com/2016/UNIVERSO.pdf>
- VITSOE. (2020). The power of good design, Dieter Rams's ideology, engraved within Vitsøe. Recuperado de <https://www.vitsoe.com/rw/about/good-design>
- Whitehouse, R. (1983). AIGA, Code of ethics and Professional Conduct for Graphic Designers. Recuperado de <http://ethics.iit.edu/codes/AIGA%201983.pdf>

 **Sobre la autora** *Gloria Guadalupe Vázquez Apodaca*

Es licenciada en Diseño Gráfico egresada de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, maestra en Estudios y Procesos Creativos en Arte y Diseño, egresada de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez y actualmente es estudiante del programa de Doctorado en Diseño de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, becaria CONACYT.

Es docente en la licenciatura en Diseño Gráfico y en la licenciatura en Publicidad en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, desde 2015, así como en la Universidad La Salle, campus Chihuahua, del curso de Ética Publicitaria en la Maestría de Publicidad desde agosto de 2019. Además, es docente en la Universidad Regional del Norte desde junio del 2018, donde imparte clases de Mercadotecnia para la Licenciatura en Comercio Exterior e Ingeniería Industrial en Calidad y Productividad, así como en la Universidad de Durango, campus Ciudad Juárez, a partir del 2020 donde imparte la materia de Marketing Promocional.

Durante el 2010 y 2018, trabajó en la empresa Casillas Group como encargada del departamento de Diseño e Impresión, y en la agencia de publicidad Visual Promo, de 2008 a 2010, desempeñándose como diseñadora gráfica y realizando diversos trabajos relacionados con la impresión.