

- Clarence-Fincham, J. a. (2013). Taking a Longer View: Processes of Curriculum Development in the Department of Graphic Design at the University of Johannesburg. *Critical Studies in Teaching and Learning (CriSTaL)*, 1(1), 80-102.
- Devalle, V. (2009). *La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del Diseño Gráfico (1948-1984)*. Buenos Aires: Paidós.
- Dorochesi, M. (2013). *C3, Creatividad, Complejidad y Cambio*. Valparaíso: USM.
- Frankel, L. y Racine, M. (2010). *The complex field of research: For design, through design, and about design*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2015, de Design & complexity: International conference of the Design Research Society. Design Research Society: <http://www.designresearchsociety.org/docs-procs/DRS2010>
- Friedman, K. (2003). Theory construction in design research: criteria: approaches, and methods. *Design studies*, 24(6), 507-522.
- Maturana, H. (2008). *Emociones y Lenguaje*. Santiago: J.C. Sáenz.
- Mazzeo, C. (2014). *¿Qué dice el diseño de la enseñanza del diseño?* Buenos Aires: Infinito.
- Meggs, P. y Purvis, A. (1991). *Historia del Diseño*. McGraw-Hill.
- Pontis, S. (2009). Diseño gráfico: Un novel objeto de investigación. Caso de estudio, el proceso de diseño. *Iconofacto*, 5(6), 9-18.
- Satué, E. (1987). *El diseño gráfico en Europa y América*. Madrid: ARAM.
- Schön, D. (1992). *La formación de profesionales reflexivos. Hacia un nuevo diseño de la enseñanza y el aprendizaje en las profesiones*. Barcelona: MEC - Paidós.
- Swanson, G. (1994). Graphic Design Education as a Liberal Art: Design and Knowledge in the University and the "Real World". *Design Issues*, 53-63.
- Vilchis, L. d. (2002). *Metodología del Diseño. Fundamentos Teóricos*. México: Editorial Claves Latinoamericanas.

Abstract: In Ecuador are exiguous investigations that expose the origin of the academic discipline despite having several universities that offer career at the national level, however, there is information relating

to unveil the process of graphic design as a profession. Particularly in the city of Riobamba, the construction of the graduate profile and training carried out by the race has turned away from priority issues, in addition to the methodology used in learning and research processes, diminishing visual communication skills and Cultural against the growth of other Higher Education Institutions (IES).

Keywords: Institutionalization - Design - Ecuador - University - Education.

Resumo: No Equador são poucas as pesquisas que exponham a origem da disciplina acadêmica apesar ter várias universidades que oferecem a carreira a nível nacional, mas, existe informação referente para develar o processo do design gráfico como um ofício. Particularmente na cidade de Riobamba, a construção do perfil de egresso e a formação profissional realizada pela carreira apartou-se de questões prioritárias, além da metodologia empregada na aprendizagem e os processos de pesquisa, reduzindo habilidades de comunicação visual e cultural em frente ao crescimento de outras Instituições de Educação Superior (IES).

Palavras chave: Institucionalização - Projeto - Equador - Universidade - Educação.

(*) **Santiago Fabián Barriga Fray**. Docente investigador Diseño Gráfico - Facultad de Ciencias de la Educación. Ecuador. Licenciado en Diseño Gráfico en 2008 y Magíster en Desarrollo de la Inteligencia y Educación en 2013 por la Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH), de Ecuador. Magíster en Diseño y Gestión de Marca en 2014 por la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) de Ecuador. Actualmente estudiante de Doctorado (PhD) en Diseño por la Universidad de Palermo de Argentina. Ha realizado publicaciones dentro del campo de la Educación y el Diseño participando como Ponente en Congresos Nacionales e Internacionales. Es Docente de la Carrera de Diseño Gráfico UNACH desde el año 2011 hasta la actualidad.

Responsabilidad social para un diseño sustentable

Jorge Manuel Castro Falero (*)

Actas de Diseño (2019, julio),
Vol. 28, pp. 184-190. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2016
Fecha de aceptación: febrero 2017
Versión final: julio 2019

Resumen: Una empresa responsable es "aquella que, cumpliendo con la normativa vigente, integra armónicamente el desarrollo económico con el respeto por la ética, las personas, la comunidad y el medio ambiente, en toda su cadena de valor" (Deres - Uruguay - 2015). En esa dirección se deberá tener en consideración que las prácticas productivas apunten a un desarrollo sustentable, revisando constantemente que se tengan en consideración los aspectos económicos, medioambientales y sociales, bajo un manto de una ética profesional que abrigue las decisiones a tomar. Desde la Universidad y como parte de su Responsabilidad Social se deben transmitir permanentemente estos principios a los futuros profesionales, para que en el cumplimiento de su tarea, los tengan siempre en consideración en el cumplimiento de sus prácticas.

Palabras claves: Responsabilidad social - Ética - Sustentabilidad - Inclusión - Investigación - Extensión.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 190]

“La RSE es la responsabilidad de las empresas por sus impactos positivos y negativos en la sociedad”.

Introducción

Las acciones enmarcadas dentro de la denominada Responsabilidad Social Empresarial deben contemplar iniciativas y buenas prácticas en las siguientes áreas: Ética y transparencia en la gestión de la dirección, compromiso en la protección y mejoramiento del medioambiente, intentando minimizar los impactos de su proceso productivo en el mismo, control permanente en la cadena de valor a los efectos de dar cumplimiento de lo pactado tanto con los consumidores, clientes, proveedores como competidores. Asimismo debe buscar involucrarse en la comunidad a fin de colaborar en la inclusión y el desarrollo socio-económico de la misma, y por último no debe descuidar la calidad de vida de sus colaboradores, y propender hacia un desarrollo seguro e integral de los mismos para mejorar su calidad de vida.

Como se ve son cada vez más los actores sociales tanto individuales como colectivos, que reclaman y exigen a las empresas el cumplimiento de sus tareas de acuerdo a políticas de Responsabilidad Social, que no sólo tengan en consideración la rentabilidad, sino que también tengan en consideración a su público interno, a los proveedores, competidores y clientes, como así también a la comunidad, el Estado y el respeto por el medio ambiente.

Las mencionadas prácticas, no deben aparecer como meros impulsos emocionales de integrantes de la organización, sino que deben estar integrados a lo que se denomina Plan de Responsabilidad Social, que a su vez debe guardar coherencia con los principios de la organización. Se recrea a nivel empresarial el concepto de Responsabilidad Social, donde a partir de diversas prácticas las organizaciones deben apuntar a tener “una visión de negocios que integre a la gestión de la empresa, el respeto por: los valores y principios éticos, los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente” (DERES, 2014). Esto en sí resulta importante, dado que las prácticas consideradas bajo éste concepto, exceden necesariamente a las normativas impuestas, por lo que trasmite un esfuerzo por parte de las organizaciones para contribuir al mejoramiento de las condiciones generales de vida, tanto económicas, sociales y medioambientales.

Desde la Universidad y como parte de su Responsabilidad Social, se deben transmitir permanentemente estos principios a los futuros profesionales, para que en el cumplimiento de sus prácticas, los tengan siempre en consideración.

Asimismo los tres aspectos fundamentales de la Sustentabilidad, que son el económico, el medioambiental y el social, deben ir unidos permanentemente a la ética profesional.

El profesional de diseño en especial, no debe escapar al deber de tener en consideración éstos lineamientos, y debe tenerlos internalizados en sus prácticas cotidianas. Al estar comprometido con el medio en el que habita, no sólo debe tener en consideración los materiales a utilizar en el proceso productivo, el proceso de renovación (de ser renovables) de los mismos, los ritmos de esa renova-

ción que hoy la naturaleza ayudada por la tecnología le permiten, y como trabajar los desechos de la producción. Concomitantemente con estos aspectos, debe bregar por el bienestar de sus colaboradores, brindando continua capacitación, posibilidades de ascenso, y condiciones seguras para el desempeño de la tarea. Asimismo visualizar la posibilidad de incluir tanto a nivel productivo o como nuevo consumidor, a integrantes de la comunidad que se encuentren por fuera de estos circuitos, mejorando su calidad de vida, contribuyendo a la sostenibilidad de la organización, como también al entorno que la rodea. Kate Fletcher y Lynda Grose (2012) en *Gestionar la sostenibilidad en la moda* ponen sobre la mesa las diversas transformaciones que se deben incorporar en la industria de la moda, cambios que se deben dar tanto en los productos, los sistemas y ritmos de producción, y fundamentalmente en las prácticas del diseñador de moda, su forma de pensar y llevar adelante su profesión. Este nuevo escenario, supone un cambio en la construcción social de la realidad, una visualización diferente por parte de los distintos actores sociales, que redunde en un crecimiento tanto cuantitativo como cualitativo de las condiciones de vida del comunitario.

Inteligencia social de las organizaciones

El informe Brundtland (1987) señala que la búsqueda de desarrollo económico no debe descuidar aspectos cualitativos, tales como la calidad de vida, o la preservación del medio ambiente, sin olvidar un compromiso ético con las generaciones del futuro.

Garet Morgan en su texto *Imágenes de la Organización*, aplica el concepto de metáforas para poder analizar a una organización, y afirma que podemos reconocer a una organización a partir de: su mecanicismo en los procesos, la adaptación a entornos variables, la permisividad a la creatividad e innovación, la dominación de unos integrantes sobre otros, como procesa los procesos de cambio que sufre, y como se visualiza a ella misma y sus prácticas, y en función de las políticas que lleva adelante en los diversos ámbitos en los cuales le toca interactuar. Es por ello que podemos identificar a una organización como socialmente inteligente en función de cómo actúa, que son el reflejo de las políticas, de su adaptación a los cambios, a los entornos variables, y de los espacios que crea para generar nuevas oportunidades constantemente. La tecnología transforma necesariamente los equilibrios del ecosistema, y crea nuevos equilibrios artificiales, que sólo pueden resolverse tecnológicamente, pero el ritmo de desarrollo tecnológico es más lento que el poder de depredación que el hombre impone a la naturaleza.

En esa dirección existen diseñadores que se han embarcado en lo que denominan *Slow fashion* o “moda lenta”, que se enmarca dentro de esa visión que construye la realidad a partir del concepto que intenta contrarrestar a la vertiginosidad de la obsolescencia programada. También se privilegian las posiciones que promueven el reducir, reutilizar y reciclar los insumos, a los efectos de bajar por un lado las necesidades de materias primas nuevas para la producción, y por otro lado el aprovechamiento

de los desperdicios que el aparato productivo genera actualmente, bajando así los índices de contaminación. Otros aspectos importantes a tener en cuenta son la comunicación organizacional, el manejo de las emociones y el trabajo en equipo, cuyo mejoramiento abre nuevas alternativas para que lo que un tiempo atrás se veía como imposible, hoy den lugar a nuevas posibilidades de desarrollo de organizaciones socialmente inteligentes. Existen ejemplos de buenas prácticas que pudieron llevarse adelante, debido a que actores hasta no hace mucho enfrentados, hoy dan paso al diálogo y a la búsqueda de soluciones que beneficien a todas las partes.

Comunicación

Resulta una paradoja, que las actuales sociedades que poseen muchas más herramientas de comunicación que sus antecesoras, y un desarrollo tecnológico que así lo amerita, la comunicación sea una de los problemas centrales de todas las organizaciones en particular, y de la sociedad en su conjunto.

El Dr. Rafael Echeverría, manifestó en una de sus disertaciones que se está cada vez formando más individuos que potencialmente tendrán bajo su dirección a otros trabajadores, y su función principal es la de comunicar, dialogar, negociar. Para que esas tareas se lleven adelante con éxito, se deben desarrollar las habilidades que potencien a las mismas, y según su relato se está ante un déficit de transmisión de los conocimientos que ellos poseen. Existen problemas comunicacionales muy importantes, que traen como resultado que a pesar que el individuo posea diversas competencias técnicas para llevar adelante las tareas inherentes al puesto que desempeña, carece de la competencia comunicacional que hace a su vínculo con el entorno, resultando ésta fundamental para el trato con el resto del personal.

En su obra *Ontología del Lenguaje*, el propio Echeverría afirma que: “Las competencias conversacionales serán el fundamento en la construcción de la empresa del siglo XXI. Se basan en la capacidad innovadora, y el poder transformador del lenguaje”.

Dejando atrás las visiones de lo activo del emisor y la pasividad del receptor, el autor afirma que el lenguaje representa una acción transformadora capaz de generar nuevas realidades. Y por qué nos resulta por demás interesantes sus definiciones, pues para que la realidad se transforme, se deben tender puentes de entendimiento entre los diversos actores sociales, deben caer las denominadas Torres de Babel donde todos hablan pero nadie se entiende, y arribar así a soluciones de bien común cargadas de equidad y justicia social, las cuales se transformen en una base sólida de ciudadanía.

Cuando escuchamos las inquietudes de las personas, escuchamos el por qué las personas realizan las acciones que realizan.

Las personas que saben escuchar son aquellas que se permiten interpretar constantemente lo que la gente a su alrededor está diciendo y haciendo. Pero para ello también debe aparecer una habilidad fundamental como el ser empático, es decir poder ponerse en el lugar del otro, conocerlo y poder comprender su posición.

Un aspecto que debe participar en todo tipo de prácticas es el manejo de las emociones. Según Echeverría: “Un gerente que hoy carezca de esas competencias operará como un elefante en una cristalería”.

Manejo de las emociones

Allá por el año 1983, el docente de la Universidad de Harvard, Howard Gardner reivindicó la multiplicidad de inteligencias que posee el denominado Homo Sapiens Sapiens, a diferencia del concepto casi uniforme que se reconocía hasta ese momento. El habló de las en principio 7 tipos de inteligencias a saber: Inteligencia lingüística, lógico-matemática, espacial, musical, corporal-cinestésica, intrapersonal e interpersonal.

Posteriormente en 1995, el psicólogo norteamericano Daniel Goleman, puso especial énfasis en lo que denominó la Inteligencia emocional, manifestando que un individuo que es capaz de auto-conocerse, puede auto-controlar sus puntos débiles a nivel de emociones, esto posibilita no sólo saber motivarse sino también motivar al resto, pues logra la capacidad de ser empático, es decir ponerse en el lugar del otro, lo cual redundará en un mejoramiento de las relaciones eficientes y eficaces con su entorno.

El neurólogo argentino Antonio Damasio en su texto *El error de Descartes*, menciona que el ser humano es un ser emocional antes que racional, y lo ha sido a través de toda la historia desde su aparición en la tierra. La mente emocional es mucho más rápida que la racional, y según su posición, Descartes priorizó lo racional antes que lo emocional, dado que el sistema capitalista trabaja en base a una fuerte racionalidad, que como afirmaba Max Weber, se traduce en una racionalidad de todas las esferas de la vida del ser humano como ser, de la vida económica, política y hasta de su vida personal, sin embargo y a pesar de ello hoy es frecuente ver como en un mundo en donde el consumismo prima, las empresas recurren por ejemplo en sus publicidades al manejo de las emociones y no de la racionalidad para intentar captar y fidelizar clientes. Entendemos que desde la génesis de incorporar dentro de los objetivos de la organización, la realización de prácticas de responsabilidad social empresarial, habla de empresas y personas socialmente inteligentes, sensibles a las desigualdades, que son empáticos con dichas situaciones, y que trabajan en la búsqueda de soluciones que beneficien no sólo a la organización, sino a muchos actores, que si revierten sus situaciones, se pueden transformar en futuros colaboradores y/o clientes de las mismas.

Trabajo en equipo

Según Ferdinand de Saussure: “El punto de vista crea el objeto”. Dos o más disciplinas pueden estudiar un mismo segmento de la realidad, pues los objetos de estudio no son los simples hechos, sino que estos son vistos y contruidos en función de una problemática teórica particular. Hoy el trabajo en equipo se ha transformado no en una opción, sino en muchos casos en una necesidad para el logro de mejores resultados. La propia realidad puede ser virtual, ya que depende de quien la mire y desde donde la observe. El intercambio de opiniones, la práctica de una buena comunicación, el lograr ser empáticos con los

otros, trabajado todo esto con un buen trabajo en equipo acrecienta la probabilidad de alcanzar mejores soluciones que a través de lógicas compartimentadas, ciegas por desconocimiento de una parte de la realidad.

No resulta una tarea sencilla en un momento como el actual, en donde el individualismo casi hedonista lleva a que los individuos crean más en sí mismos y en lo que piensan que en soluciones construidas a partir del trabajo colectivo, pero es uno de los desafíos a lograr.

Existen ejemplos de buenas prácticas llevadas adelante en nuestro país en donde diversos actores sociales, que en el imaginario se encuentran confrontando, se sentaron alrededor de una mesa, dialogaron, se escucharon, y llegaron a soluciones que derivaron en el reconocimiento por parte de DERES como la práctica de Responsabilidad Social no sólo más innovadora, sino como aquella que atendió una problemática compleja que justamente debió ser trabajada desde diversas ópticas, diversos actores y conocimientos puestos al servicio de la búsqueda de una solución que resultase buena para la empresa, para los funcionarios, para las familias de éstos y para la sociedad en su conjunto.

Inclusión social

Actualmente se trabaja desde diversos ámbitos para intentar asegurar a todos los integrantes de una sociedad una participación real e igualitaria en la práctica cotidiana, en las diversas dimensiones: económica, política, social y cultural. Por lo tanto la inclusión social está relacionada con la integración, la cohesión y la justicia social, en un intento por reconstruir los lazos o vínculos que unen al individuo con la sociedad.

Berger y Luckman (1968) afirman que la realidad es entendida como una serie de fenómenos “externos” a los sujetos (no pueden controlar su existencia en el mundo) y el conocimiento es la información respecto de las características de esos fenómenos. Realidad y conocimiento se encuentran íntimamente relacionados a partir del proceso en que un cuerpo de conocimiento sobre un fenómeno determinado queda establecido socialmente como realidad

Ese concepto de construcción social de la realidad pasa por éstas nuevas formas inclusivas de generar negocios, donde se parte del entendido de que una sociedad donde haya excluidos, es una sociedad donde algo falla.

El Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible (2004) define en su trabajo World Business Council for Sustainable Development - Oportunidades de negocios para reducir la pobreza; que:

“Los negocios no pueden ser exitosos en una sociedad que fracasa, y un planeta con 4.000 millones de pobres se parece mucho más a una sociedad global fracasada”. La forma de intervenir en proyectos que benefician a la comunidad en su conjunto, es un tema de debate entre los interesados en la denominada Responsabilidad Social Empresaria. El relativamente nuevo concepto de “negocios inclusivos” muestra como las empresas pueden contribuir desde diversos ámbitos y con diferentes recursos a mejorar las condiciones de vida de los sectores más pobres y excluidos de la población.

Los sectores de menores ingresos pueden ser fuente de interés para el desarrollo de negocios, que a su vez contribuyan a mejorar su calidad de vida, a través del diseño y comercialización de bienes y/o servicios a los que normalmente no tienen acceso. Por otro lado se conocen experiencias nuevas de negocios, donde las empresas incorporan a los sectores de bajos ingresos para actuar como proveedores o distribuidores dentro de sus cadenas de valor. En algunos casos se trata de nuevos proveedores y/o distribuidores de productos ya existentes, y en otros, las empresas desarrollan nuevas líneas de negocios, en las que las comunidades pobres realizan esas funciones. Sin duda que éstos negocios brindan beneficios para los sectores de bajos ingresos, como ser ofrecerles la posibilidad de obtener precios más beneficiosos para sus productos, eliminando a los intermediarios que se apropian normalmente de una parte sustancial del valor, quedando éste en manos del productor. También corrige y resuelve uno de los problemas que normalmente encuentran éstos sectores, que se encuentra en el acceso a canales de comercialización, muchas veces en manos de aquellos intermediarios nombrados con anterioridad, o por falta de tiempo y/o competencias para terminar de cerrar el círculo producción-comercialización. Por último aparece a partir de una posible transferencia tecnológica por parte de la empresa a los proveedores, mejorando sustancialmente los niveles de productividad, talón de Aquiles de los sectores más carenciados.

Los negocios inclusivos como mencionamos pueden representar una ventaja competitiva ya que no sólo puede verse desde la función extractiva de materias primas, sino que también a medida que se vayan incorporando hábitos de trabajo asociado a emprendimientos, esos mismos individuos pueden pasar a desarrollar parte de los mismos procesos productivos, como por ejemplo pueden no sólo extraer, sino que también pueden realizar alguna tarea de preparación o incorporación de valor agregado a dichas materias primas, generando y profundizando también un sentimiento de ciudadanía que es fundamental para construir procesos que perduren en el tiempo en cualquier sociedad.

La responsabilidad social en la universidad

Si enseñamos a nuestros estudiantes a considerar los problemas sociales importantes, y pensar con rigor intelectual sobre ellos, entonces es claro que nuestras instituciones de aprendizaje darían un ejemplo elocuente sobre cómo conducir sus propios asuntos. Además de responder a sus alumnos, una universidad debe examinar sus responsabilidades sociales si desea adquirir una adecuada comprensión de su función y propósito en la sociedad actual (Bok Derek 2002, p. 23).

La Universidad moderna, no puede ser solamente una trasmisora de conocimientos, debe convertirse en un actor social importante cuya labor trascienda el aula, acerque a los estudiantes a los problemas del contexto, los sensibilice y vaya construyendo ciudadanos responsables y comprometidos con la sociedad y sus problemas.

En estas sociedades fragmentadas, el concepto de inclusión social también va de la mano por romper con los estereotipos que nos creamos sobre las realidades que no conocemos directamente.

Es en esa dirección que debe llevar adelante observatorios, investigar, generar conocimiento genuino, contextualizado y de primera mano, contribuyendo a la búsqueda de soluciones, y no pidiendo siempre prestado de materiales creados en el exterior, muy valiosos por cierto pero que trabajan sobre realidades diferentes.

Es por ello que el papel de los Departamentos de Investigación y Extensión debe ser fundamental, produciendo en gran medida y estando al servicio de la Educación, cerrando el círculo de las denominadas funciones universitarias.

La investigación y la responsabilidad social

La investigación y el desarrollo, comprenden el trabajo creativo llevado a cabo de forma sistemática para incrementar el volumen de conocimientos, incluido el conocimiento del hombre, la cultura y la sociedad, y el uso de esos conocimientos para crear nuevas aplicaciones.

“El investigador tiene que conducir sus experimentos con honestidad, presentar sus resultados total y abiertamente, y dar crédito a las personas sobre cuyo trabajo se basó el suyo” (Bok, 2002, p. 187).

Es necesario el uso de conocimientos establecidos, para diseñar, construir, operar y modificar procesos productivos o las propias plantas, desde una perspectiva tanto productiva como científicamente correcta. En la actualidad, es imprescindible además lograrlo, a partir de un enfoque diferente: preservación de recursos, disminución de contaminación y minimización de desperdicios.

El diseñador debe desde la concepción de los productos que va a elaborar, poner en el tapete los principios manejados anteriormente, y es por ello que también debe tener en consideración la investigación, y el permanente conocimiento de nuevas materias primas que pueden ser utilizados en sus creaciones.

Existen materiales que hoy pueden no estar siendo utilizados, debido al desconocimiento de su utilización en nuevas aplicaciones, incluso porque el hombre generalmente repite los componentes existentes sin recurrir a nuevas ideas, hasta que las dificultades de extracción, obtención o precio así se lo impongan.

Surgen así algunas especies como el Libustro, la Espina de Cristo, el Cardo entre otros.

UDE y la responsabilidad social

La Responsabilidad Social en UDE

Nuestra Universidad apunta a la implementación de políticas que se direccionen al cumplimiento de la RSE de acuerdo a los siguientes ítems:

- En la formación de los futuros profesionales.
- En las actividades donde se abren las puertas a los requerimientos sociales.

- En la actualización tanto del cuerpo docente como administrativo

- En la inclusión transversal de la ética en cada una de las asignaturas de todas las carreras.

- En la búsqueda del desarrollo sostenible y sustentable del país, la región y el mundo.

- En el mantenimiento del planeta en buenas condiciones ecológica y ambientales.

Es así que se ha trabajado en diversas temáticas directamente relacionadas con esas necesidades.

Actividades de Extensión de la Facultad de Diseño y Comunicación de UDE que apuntan a la Responsabilidad Social

Según Jesús Barbero (1990) la experimentación social representa, las estrategias de encuentro de los centros de formación con la realidad del país y la región, esto es la articulación de la docencia y la investigación, a proyectos de formulación de demandas sociales y de diseño de alternativas.

Para ello se exige la transformación de la docencia en un espacio de experimentación social, partiendo de la actitud de las instituciones de formación educativa, que deben abrirse a la comunidad, rompiendo con el formalismo del conocimiento académico, abriendo los cursos y talleres a la interpelación constante de lo que realmente interesa al país y su gente, de los docentes que deben incentivar a los alumnos a que detecten dichas necesidades y demandas, que muchas veces están muy cerca de ellos, ya sean fácilmente detectables o se muestren encubiertas, las investiguen, las legitimen y luego puedan diseñar alternativas en un proceso de interacción con los propios actores involucrados, y de los propios alumnos que deben romper con la apatía y el individualismo a los cuales son inducidos a diario a través de un aula sin docentes, pero con muchos alumnos como son: los medios de comunicación.

A modo de ejemplo

Se ha trabajado con Instituciones como:

- Laboratorio Tecnológico del Uruguay - Exposiciones y trabajo con diferentes materiales para conocer sus posibilidades de incorporar a procesos productivos.

- Organizaciones de Artesanos - “Hecho Acá”, “Manos del Uruguay”, “Tejedoras de Cardal”.

- Intendencias Municipales: Realización del evento Identidad Uruguay desde 2005 al 2011 contando con el apoyo de la Intendencia de Montevideo “Lanzamiento del libro “Profesionalización de las Mpyms para el desarrollo sustentable del Uruguay”, TREINTA Y TRES - trabajos con asociaciones de artesanos (ver). FLORIDA - Convenio para recuperar el Mercado Municipal, edificación de 1908 actualmente casi en desuso, intentando reposicionarlo como centro de atracción cultural tanto para locales como para turistas. Se están por firmar acuerdos para trabajar con tejedoras del ámbito rural y con chicos del INAU.

- Ministerio del Interior: Dirección de Policía Caminera - Elaboración de campaña para bajar los siniestros de tránsito - 1er causa de muerte de los menores de 35 años.
- Asociación de Lucha contra la Obesidad - Trabajos para promover que el diseño de indumentaria llegue a sectores mayoritarios de la población. (64% de la población en nuestro país tiene sobrepeso y obesidad)
- TELETÓN - Trabajos de alumnos para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los chicos que poseen capacidades diferentes.
- Instituto Braille del Uruguay - Trabajos de alumnos con chicos de baja o nula visión, buscando a través del diseño contribuir a mejorar su calidad de vida. Precisamente una alumna de nuestra Facultad, fue distinguida con el 1er. Premio en la Bienal de Madrid (2010), presentando un juguete diseñado para chicos ciegos.
- Asociación Peluffo Giguens - Trabajos de alumnos (acolchados y pijamas para chicos con cáncer).
- Escuela Franklin D. Roosevelt - Trabajos para chicos con discapacidades motrices.
- Mutualista Casa de Galicia - Trabajos para facilitar la recuperación física de individuos que sufren las secuelas de un ACV.
- Asociación Cultural Uruguay - Lituania - Trabajos que apuntaran al mejoramiento de la imagen institucional de dicha Asociación, donde los alumnos conocen y conviven con culturas diferentes a las nuestra, pero fuertemente asociadas a nuestro acervo desde principios de siglo XX.
- Identidad Uruguay - Actividad que se viene desarrollando desde 2005, trabajando en forma de red, juntando a artesanos, empresarios, diseñadores, docentes, alumnos del área Diseño, conjuntando conocimientos y habilidades para el mejoramiento y optimización tanto de productos como del uso de los recursos necesarios para su producción.
- Residencial de la Tercera Edad - LAR - Actividad desarrollada con los residentes donde se realizó un desfile textil con una alta participación de modelos del propio centro.
- UDE Diseña - Actividad desarrollada todos los fines de año donde los alumnos exponen sus trabajos, culminando con el desfile de las alumnas de la Licenciatura de Indumentaria

A nivel publicitario, también se ha trabajado temáticas como los de la Siniestralidad Vial, el Embarazo Juvenil no deseado, la Violencia en el Deporte, la Tolerancia hacia el Diferente.

Ejemplos recientes de trabajos de estudiantes

1. Trabajo fin del Quinto Semestre de la Lic. en Diseño Industrial del estudiante Sebastián Belenda - Mutualista Casa de Galicia - Fisioterapia de Manos.

El proyecto tuvo como premisa: Diseñar objetos para el tratamiento del déficit motor que sea multi-funcional, práctico e innovador. El mismo se centralizará en el movimiento de dedos y muñeca, ayudando también en hombros y brazos.

2. Trabajo de fin de Carrera de la Lic. de Diseño Industrial de la Estudiante Florencia Sommer, Denominado: "Choque los 5" - Escuela Franklin D. Roosevelt

Los chicos que asisten a este centro educativo padecen de enfermedades tales como: Distrofias musculares - Parálisis cerebral - Espina bífida.

El trabajo tuvo como premisa: Diseñar un juego de cocina para niños con limitaciones motrices, que refuerce lo aprendido de las materias escolares.

3. Trabajo de fin de Carrera de la Lic. en Diseño Industrial Jandira Tavares Denominado: "Paco" - Mutualista Casa de Galicia - Fisioterapia de Manos.

El trabajo tuvo la particularidad de trabajar en forma acordada entre la Facultad de Salud de UDE, el Departamento de Fisiatría de la Mutualista Casa de Galicia y la Facultad de Diseño de UDE.

"Después del Cerebro, la mano es la estructura de la anatomía humana que más ha evolucionado".

El trabajo tuvo como consigna: investigación, análisis y desarrollo de productos para la rehabilitación de pacientes dentro del Dpto. de Fisiatría.

A modo de resumen

- Las acciones enmarcadas dentro de la denominada Responsabilidad Social Empresarial deben contemplar iniciativas y buenas prácticas en las siguientes áreas: Ética y transparencia en la gestión de la dirección, compromiso en la protección y mejoramiento del medioambiente, intentando minimizar los impactos de su proceso productivo en el mismo, control permanente en la cadena de valor a los efectos de dar cumplimiento de lo pactado tanto con los consumidores, clientes, proveedores como competidores. Asimismo debe buscar involucrarse en la comunidad a fin de colaborar en la inclusión y el desarrollo socio-económico de la misma, y por último no debe descuidar la calidad de vida de sus colaboradores, y propender hacia un desarrollo seguro e integral de los mismos para mejorar su calidad de vida.

- Otros aspectos importantes a tener en cuenta son la comunicación organizacional, el manejo de las emociones y el trabajo en equipo, cuyo mejoramiento abre nuevas alternativas para que lo que un tiempo atrás se veía como imposible, hoy den lugar a nuevas posibilidades de desarrollo de organizaciones socialmente inteligentes
- Desde la Universidad y como parte de su Responsabilidad Social, se deben transmitir permanentemente estos principios a los futuros profesionales, para que en el cumplimiento de sus prácticas, los tengan siempre en consideración.

- La Universidad moderna e inteligente socialmente, no puede ser solamente una trasmisora de conocimientos, debe convertirse en un actor social importante cuya labor trascienda el aula, acerque a los estudiantes a los problemas del contexto, los sensibilice y vaya construyendo ciudadanos responsables y comprometidos con la sociedad y sus problemas. Es en esa dirección que debe llevar adelante observatorios, investigar, generar conocimiento genuino, contextualizado y de primera

mano, contribuyendo a la búsqueda de soluciones, y no pidiendo siempre prestado de materiales creados en el exterior, muy valiosos por cierto pero que trabajan sobre realidades diferentes.

- En la actualidad, es imprescindible, diseñar a partir de un enfoque diferente que tome en consideración los siguientes aspectos: *preservación de recursos, disminución de contaminación y minimización de desperdicios*. El diseñador debe desde la concepción de los productos que va a elaborar, poner en el tapete los principios manejados anteriormente, y es por ello que también debe tener en consideración la investigación, y el permanente conocimiento de nuevas materias primas que pueden ser utilizados en sus creaciones.

- Las Facultades de Diseño modernas, tienen el deber y el compromiso de llevar adelante éstos lineamientos, y deben propender a que los futuros profesionales los internalicen e incorporen en sus prácticas cotidianas en la búsqueda de un diseño sustentable y sostenible.

Bibliografía

- Berger, P. y Luckmann, T. (1995). *La construcción social de la realidad*. 15ª. Ed. (1ª Ed. en castellano) Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Bok, D. (2002). *Más allá de la Torre de Marfil. La responsabilidad social de la universidad moderna*. London
- DERES (2015). *Prácticas de responsabilidad social - 2014*.
- Durkheim, E. (1893). *La división del trabajo social*.
- Echeverría, R. (2008). *Ontología del lenguaje*. Colombia: Ed. Granica.
- Fletcher K. y Grose L. (2012). *Gestionar la sostenibilidad en la moda*. Barcelona: Ed. Blume.
- Morgan, G. (1998). *Imágenes de la Organización*. México: Ed. Alfaomega.
- Schvarstein, L. (2003). *Las organizaciones socialmente inteligentes. Desarrollando las competencias necesarias para el ejercicio efectivo de la Responsabilidad Social*. Buenos Aires: Ed. Paidós

Resumo: Uma empresa responsável é “aquela que, cumprindo com a normativa em vigor, integra harmonicamente o desenvolvimento

econômico com o respeito pela ética, as pessoas, a comunidade e o meio ambiente, em toda sua cadeia de valor” (Deres - Uruguai - 2015). Nesse sentido, as práticas produtivas devem visar o desenvolvimento sustentável, revisando constantemente que sejam levados em conta os aspectos econômicos, meio ambientais e sociais, sob um manto de ética profissional que ampare as decisões a tomar. Desde a Universidade, e como parte da sua Responsabilidade Social, devem ser transmitidos permanentemente estes princípios aos futuros profissionais para serem levados em consideração sempre no cumprimento das suas práticas.

Palavras chave: Responsabilidade social - Ética - Sustentabilidade - Inclusão - Pesquisa - Extensão.

Abstract: A responsible company is “that one which in compliance with current regulations harmoniously integrates the economic development with respect for ethics, the people, the community and the environment, throughout its value chain” (Deres - Uruguay - 2015). In that direction it should take into consideration that the productive practices aimed at sustainable development, constantly reviewing that the economic, environmental and social aspects are considered, under a professional ethic blanket sheltering the decisions to make. These principles should be transmitted constantly to the future professionals, from the University as a part of its social responsibility, in order to take them into consideration when fulfilling their practices.

Keywords: Social responsibility - Ethic - Sustainability - Inclusion - Investigation - Extension.

(* **Jorge Manuel Castro Falero**. Licenciado en Sociología, Posgraduado en Sociología Urbana, Metodología de la investigación y Marketing. Mag. © en Educación Docente G° 3 Área Teórico-Metodológica - FARQ - UDELAR. Docente de Sociología en diversas Facultades de UDE. Docente de Sociología de la Comunicación - Escuela Superior de Comunicación Social - C.E.T.P. Docente de Marketing - Instituto Metodista Crandon Autor de diversas publicaciones. Miembro de la Comisión Latinoamericana de Posgrado en Diseño y Comunicación. Miembro de la Asociación de Carreras de Diseño de Modas en Latinoamérica. Miembro del Comité Académico del VI Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño. Miembro del Comité Evaluador de RSE - DERES Uruguay.