

## El diseño gráfico frente a la crisis ambiental. El papel del docente dentro del proceso creativo

Actas de Diseño (2021, diciembre)  
Vol. 35, pp. 99-103. ISSN 1850-2032  
Fecha de recepción: julio 2016  
Fecha de aceptación: julio 2017  
Versión final: diciembre 2021

María Victoria Jiménez Sánchez (\*)

**Resumen:** El presente trabajo plantea la necesidad de que el docente incluya dentro del proceso de creación de los diseños, en específico el diseño gráfico, la conciencia de los materiales que hacen posible el diseño. El diseño gráfico debe formar parte del cambio de esquemas, no solo en su discurso o en los materiales, sino desde la estrategia, el desarrollo y la investigación, conscientes de los impactos ambientales que ocasiona para la producción de éstos y los impactos que ocasionan después de ser desechados.

**Palabras clave:** Diseño gráfico - docencia - universidad - medio ambiente - sustentable - reciclar - ecodiseño - tinta - papel - residuos.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en pp. 102-103]

### Contenido

El hombre cobra conciencia de los impactos ambientales que suceden en el planeta después de pasar por distintas guerras, crisis económicas y crisis sociales. Entonces, la preocupación por la paz mundial y los derechos del hombre lleva a los científicos para debatir sobre los cambios que se están produciendo en el planeta a consecuencia de la forma de vida del hombre.

Y en esa preocupación, en 1987 se utilizó por primera vez el término desarrollo sustentable, en el conocido *Informe Brundtland* (Margolin, 2008), el cual se definía como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones, dependiendo de acciones políticas decididas que permitan el adecuado manejo de los recursos naturales. Este informe explica que la sociedad y el medio ambiente son los pilares principales de este modelo para el desarrollo económico cuyo objetivo es, como dijimos antes, garantizar el progreso humano y la supervivencia del hombre en el planeta, por lo que el ambiente debe ser parte medular en la política, la economía y la sociedad del mundo.

Sin embargo, la sustentabilidad está basada en el dominio de la naturaleza por el hombre, aspecto muy cuestionado por la epistemología del ambiente que dice que la sustentabilidad, en palabras de Leff (2006):

...rompe el círculo unitario del proyecto positivista para criticar la retórica del desarrollo sostenible y para plantear la construcción de nuevos conceptos para fundar una nueva racionalidad social y productiva. (...) El ambiente es un saber que cuestiona al conocimiento. El ambiente no es un simple objeto de conocimiento o un problema técnico. El ambiente emerge del orden de lo no pensado por las ciencias, pero también del efecto del conocimiento que ha desconocido y negado a la naturaleza y que se manifiesta ahora como una crisis ambiental (pp. 7-11).

Por otro lado, en la Jornada de conferencias *Equilibrio-Desequilibrio*, Priotto (2012) en su ponencia "Aportes epistemológicos, éticos y políticos ante los desafíos ambientales", considera que el concepto de crisis está muy instalado en nuestra sociedad, pues se habla de crisis política, crisis económica, crisis civilizatoria, crisis financiera, etcétera; en este sentido, Priotto recalca que la palabra crisis denota que algo está mal y, por tanto, es tiempo de cambiar, de hacer algo, de romper los paradigmas.

Partiendo de los dos párrafos anteriores de este texto, se pone en juicio el concepto de sustentable y sobre todo cómo lo ha adoptado el diseñador gráfico, pues dentro de una economía de desarrollo de crecimiento desmedido que habla de expansión, en un planeta finito resulta contradictoria. Pero si se retoman estas contradicciones y partimos de realidades no definitorias para dar lugar a la ciencia del ambiente en armonía con la economía ecológica, se irá más allá de una economía consumista, de un ecodiseño, de un diseño sustentable o de un diseño verde. No es retomar el concepto de sustentabilidad y adjudicárselo a toda acción del hombre. No puede existir un diseño gráfico sustentable, si antes no hay un análisis exhaustivo de nuestra disciplina, sobre todo en el proceso de enseñanza aprendizaje del diseño, donde se plantee al diseño gráfico como parte del cambio de esquemas, no solo en su discurso o en los materiales, sino desde la estrategia, el desarrollo y la investigación.

En cuanto al tema del discurso, retomaremos la definición de Vilchis (2007), quien dice que "el contenido del texto, aunque no todo este en el texto, cada discurso oculta algo [la intención y el sentido] y que está en sí mismo". Sobre las categorías conceptuales, Vilchis señala que hay diferentes formas de categorizar o jerarquizar el lenguaje visual, por lo que para lograr una totalidad de sentido en el diseño gráfico, el mensaje se articula conforme a los repertorios de correspondencia y combinación de códigos, géneros y discursos.

Entonces, la intención y el sentido presentes en el diseño dan lugar a diferentes discursos: editorial, social, político

y el más recurrido, el publicitario. Es en este último en el cual haremos hincapié y, como lo menciona Julier (2010): "...a menudo el estudio del discurso se reduce a un hábil aunque limitado análisis de las imágenes" (p. 18). Así, al diseñar un mensaje, las preocupaciones principales son establecer persuadir al usuario de comprar la mercancía objeto de la publicidad, los medios que se utilizarán, los soportes, los materiales. En este sentido:

El predominio del análisis publicitario, desde una posición próxima a la crítica literaria, ha distraído la atención sobre el hecho de que en esto tiempos la publicidad es solo una de las muchas que emplean las corporaciones e instituciones para colonizar el mundo del consumo (Julier, 2010, p 19).

Más allá de lograr el éxito del consumo mediante la autoexpresión y cierto placer estético, no se propone nada que trascienda este discurso publicitario y que se detenga a realizar preguntas como ¿la publicidad es para el bienestar del consumidor? Enfocándonos en nuestro tema de análisis ¿qué pasará con los desechos de los materiales que se utilicen en su difusión y distribución?, ¿cómo se podría reducir la contaminación que se ocasiona?, ¿soy parte de un sistema que repercutirá en otros sistemas? Y enfatizamos esta reflexión con Jorge Frascara (2000) que en su libro *Diseño gráfico para la gente*, dice:

La descontextualización del diseño de comunicación visual y la frecuente concentración de la enseñanza del diseño en la creación formal han empujado a muchos diseñadores a una práctica concentrada en la búsqueda de un estilo, donde las dimensiones de la moda han tomado el centro de la escena, transformando la práctica en un campo de auto-expresión y placer estético.

En esta descontextualización muy enfocada a la moda, entran prácticas turbias, confusas y ambiguas sobre el cuidado del ambiente y la postura y conciencia del diseñador gráfico se vuelve parcial sobre el bienestar del consumidor y los supuestos mensajes de beneficios ambientales en los que el diseñador en muchas ocasiones participa, ya sea por desconocimiento o porque así lo cree. Esto se conoce *green wash* (Thackara, 2008), una práctica que engañosamente promueve productos creando la percepción de que son amigables con el ambiente. En realidad es una actividad que utiliza la mercadotecnia para esconder sus prácticas contaminantes reales; así, diseña campañas, etiquetas y mensajes publicitarios encaminados a convencer al cliente de que es responsable con el ambiente cuando consume estos productos.

Por otro lado, la publicidad, concepto adoptado por la mercadotecnia, es una actividad representativa de esta práctica en esta sociedad consumista de estilo y "buena posición", que contribuye, lo explica Julier (2010, p. 85), a lo que se conoce como "estrategias de la obsolescencia". En este contexto, los productos tienen una vida limitada y predeterminada, bien sea por falta de durabilidad física o porque pronto pasarán de moda. De este modo, en vez de difundir y promover un mensaje, lo manipulan de manera tendenciosa y poco ética. En cierta manera, la

publicidad roza los límites de la ilegalidad con sus prácticas en ocasiones agresivas con el receptor-consumidor. Tan arraigada está la influencia de estas técnicas "que los límites entre imagen y realidad a menudo se vuelven borrosos" (Heskett, 2005), incluyendo la ética.

¿Y qué es la ética en un mundo neoliberal, donde las garantías del Estado para la sociedad se han hecho a un lado? Esta tendencia del diseño gráfico publicitario tiene efectos económicos y sociales y, en el entorno de una comunicación de masas, mantiene a la sociedad en el vaivén de una marea de consumo.

Según Paul Mattick (1972), basado en Ernest Mandel, "el consumo, constituye la forma más pura de capital que haya surgido, una prodigiosa expansión del capital hacia zonas que no habían sido previamente convertidas en mercancías". En este marco podríamos decir que existe un diseñador gráfico posmoderno que es producto de esta época, pues "las ideas posmodernas sobre el diseño se han generalizado con propósitos comerciales, convirtiendo productos eficaces, económicos y accesibles en manifestaciones inútiles, caras y elitistas". El diseñador, al igual que la mayoría de los consumidores posmodernos, consume no porque lo necesite, sino porque lo desea. Así, los intereses y objetivos del diseño publicitario van más allá de la comunicación certera y eficaz de las ventajas del producto; al respecto, Fernando Martín (2002) comenta: "el diseño es una creencia: un modo de vinculación intangible entre los miembros de una comunidad, entre sus deseos, su pasado y sus proyectos comunes". Su propósito es que el receptor piense, actúe, se conduzca por la vida de una manera y con un estilo que dicta la sociedad de consumo. Para ello, el diseñador gráfico debe crearlo, debe vivirlo, desde su equipo de trabajo, su equipo de comunicación, los materiales que utiliza, la calidad de sus productos. Su postura ante la sociedad se refleja en su trabajo. No trasciende la inmediatez del resultado y solo espera una respuesta: el consumo. Por su parte, aunque el diseñador es un innovador natural, se convierte en una víctima fácil de la innovación tecnológica, de modo que limita sus capacidades creadoras a la utilización de la técnica por la técnica misma, hasta llegar a la exageración y su sobreexplotación.

Si se pensaba que el fin de la tecnología era la satisfacción de las necesidades primordiales del ser humano, esta época ha demostrado que no es así. La publicidad utiliza la tecnología para vendernos sueños, fantasías y anhelos que el diseñador gráfico publicitario pone ante nuestros ojos para satisfacer nuestro "apetito del deseo". En este camino se pierde el original significado útil de las cosas, como dice Fedric Jamenson en su libro *El posmodernismo* (1991), "hay una ruptura en los significantes y el verdadero uso de los objetos, por lo que es más importante el significado del objeto mismo que su uso".

Y no dejamos todo el cargo de responsabilidad al discurso publicitario, la situación es similar en el "discurso propagandístico político" (Vilchis, 2007), que integra las relaciones de la imagen diseñada con el pensamiento político. En muchos casos, las fronteras entre propaganda y publicidad se han diluido, pues las propuestas políticas se ofrecen como mercancías, cuya moneda de cambio es el voto. La veracidad de estas campañas también se equipara con la de la publicidad, incluyendo la ausencia de

ética. Finalmente, se debe mencionar la gran cantidad de basura y contaminación que generan las campañas políticas gracias a la acumulación de medios impresos y otros. Estos discursos proponen un compromiso superficial con una sociedad consumista y competitiva, mientras dejan a un lado la profunda responsabilidad que tiene el diseñador gráfico con la sociedad y el planeta en el que vivimos.

Cabe mencionar de manera meritoria que en la actualidad hay diseñadores que se encuentran ocupados y algunos preocupados por el bienestar social y del ambiente, ya con una postura ecológica bien definida; al respecto, John Tackara (2008) nos dice en su libro *Diseñando para un mundo complejo*:

Muchos jóvenes diseñadores que buscan un nuevo rumbo, han estado muy ocupados diseñando anuncios y noticias para crear conciencia. Pero estos mensajes por más inteligentes o evocadores que sean, no suelen ser eficaces si el sistema económico subyacente sigue sin cambiar y, que si ha de sobrevivir, requiere un conocimiento perpetuo. Por tanto es muy importante que los diseñadores desarrollen una comprensión de cómo funcionan los sistemas a gran escala. Tenemos que aprender a intervenir en ellos de tal manera que cambiemos el comportamiento en su conjunto. Estas intervenciones no tienen que ser grandes proyectos, pero es necesario tener en cuenta el cuadro completo. La transición hacia la sostenibilidad ya no se trata de mensajes, se trata de acciones —ayudar a personas reales, problemas reales, a cambiar un aspecto de su realidad cotidiana.

Margolin (2008), citando a Clive, habla de “convertir nuevamente al diseño en un medio para ordenar el mundo, más que en una mera actividad consistente en dar forma a la mercancía y desmaterializar los objetos”.

Entre los trabajos que encontramos desde los años noventa, el diseño industrial ha recorrido un gran camino, por lo que constituye un antecedente importante para los estudios sobre el quehacer profesional de los comunicólogos de la imagen. Sobre todo porque el diseñador industrial ha tomado la decisión de analizar los materiales con los que va a trabajar y no de esperar lo que el proveedor le ofrece. Análisis y desarrollos que retoma el diseño gráfico y que provocan acciones y reacciones ante la eminente crisis ambiental, aunque falta camino por recorrer.

Ante la crisis ambiental, es el momento de hacer a un lado la actitud egoísta y reduccionista que envuelve el quehacer profesional del diseñador gráfico. El docente tiene la tarea de desarrollar un pensamiento ambiental en el estudiante de diseño gráfico, no en una sola vertiente ya sea creativa, innovadora, de comunicación, en beneficio personal o de un sector social muy reducido, quien detenta el poder por medio de las reglas del consumo. Es tiempo de que los diseñadores, y es aquí donde participa el docente en diseño gráfico, formen parte de una solución holística: es decir, poner nuestra *expertise* a trabajar en conjunto con otras disciplinas, en este trabajo de construir nuevo conocimiento a través de la multidisciplinaria, con el objetivo de solucionar problemas

complejos globales, de manera que trascienda al bienestar social, económico y del ambiente (Morin, 1999). Así se crearían nuevos conocimientos a partir de sistemas complejos (Miramontes, 1999) en beneficio del ambiente, con las aportaciones de otras disciplinas.

Hoy en día, encontramos diferentes trabajos que hablan sobre el diseño gráfico sustentable, los que se plantean diferentes estrategias para que nuestra producción sea menos dañina al planeta, como usar papeles reciclados, tintas sin base petróleo, papeles sin clorina, impresoras y computadoras con certificaciones amigables con el ambiente.

La propuesta de esta investigación, más que trabajar de manera “menos dañina” sería trabajar de manera crítica y ampliar el método de creación de los diseños a un proceso transdisciplinar, que no se basa en lo que el mercado de materiales te ofrece, sino en estudios que los economistas, biólogos, ingenieros de materiales, etcétera, están realizando hoy en día.

## Conclusiones

Es difícil desligar al diseño gráfico de una actividad de producción y distribución de consumo masivo. Por esta razón, Leff (2006) apuesta por: “una nueva teoría de la producción, basada en la articulación de procesos ecológicos, tecnológicos y culturales y por la contribución de diferentes disciplinas en los campos de la ecología y las etnociencias” (p. 31). La cual parte de la premisa de que la cultura es conocimiento y de que cada grupo o individuo tiene su propio sistema para percibir y entender al mundo.

Así, dentro del proceso de enseñanza aprendizaje en la creación de los diseños, en específico el diseño gráfico, si bien es cierto que es de vital importancia la conciencia de los materiales que hacen posible el diseño, también una propuesta en métodos creativos sustentables para el diseño incluirá conceptos como responsabilidad social, creatividad, innovación, multidisciplinaria y prospectiva, lo que permitirá la inclusión de otros conocimientos en nuestro conocimiento.

Se debe destacar la importancia que tiene la incorporación de otras disciplinas, en el marco de una crisis ambiental, pues sus puntos de vista influyen en el diseño gráfico profesional.

La crisis nos está sobrepasando en todos los aspectos y es preponderante que el diseño de la comunicación visual tome cartas en el asunto y lleve la práctica profesional a los problemas complejos que hoy están en discusión a escala mundial, como es la crisis ambiental.

## Referencias bibliográficas

- Heskett, J. (2005). *El diseño en la vida cotidiana*. Barcelona: GG Diseño.
- Julier, G. (2010). *La cultura del diseño*. Barcelona: GG Diseño.
- Martín, F. (2002). *Contribuciones para una antropología de diseño*. México: Gedisa.
- Margolin, V. (2008). *Las políticas de lo artificial. Ensayos y estudios sobre diseño*. México: Designio.

- Leff, E. (2006). Aventuras de la Epistemología Ambiental: de la articulación de ciencias al diálogo de saberes. *Centro de Desarrollo Sustentável*, 56. Recuperado de: <http://www.ceapedi.com.ar/imagenes/biblioteca/libros/299.pdf>
- Mattick, P. (1972). *Crisis y teoría de la crisis*. Recuperado de: <https://marxismocritico.files.wordpress.com/2012/06/paul-mattick-crisis-y-teoria-de-la-crisis-pdf.pdf>, consultado 2013.
- Morin, E. (1999). *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. UNESCO, 68.
- Miramontes, O. (1999). Sistemas Complejos como instrumentos de conocimiento y transformación del mundo, *Prospectivas en las teorías de sistemas*. UNAM, México. Recuperado de: <http://scifunam.fisica.unam.mx/mir/mundo.html>.
- Priotto, G. (2012). *Aportes epistemológicos, éticos y políticos ante los desafíos ambientales* (2 de 2). [Video]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=ByOtu0fWEq8>.
- Vilchis, L. (2007). *Reflexiones sobre el diseño: proceso metodológico como proceso de interpretación, pensar en las artes y el diseño*. Recuperado de: <http://luzdelcarmenvilchis.blogspot.mx/2007/02/reflexiones-sobre-el-diseo-proceso.html>.
- Thackara, J. (2008). *Diseñando para un mundo complejo*. México: Designio.
- Bibliografía**
- Acatlan (2013). *Programa de asignatura: Diseño gráfico sustentable*. Recuperado de: <http://www.acatlan.unam.mx/repositorio/general/Temarios/Licenciatura/Diseno-Gráfico/1366/09op-diseno-grafico-sustentable.pdf>
- AHEC, E. (2012). *¿Qué es la silvicultura sostenible?* Recuperado de: <http://www.americanhardwood.org/es/sostenibilidad/una-gestion-forestal-sostenible/what-is-sustainable-forestry/>
- Baudrillard, J. (1991). *La transparencia del mal. Ensayo sobre los fenómenos extremos*. Barcelona: Anagrama.
- Chávez, C. (2013). *Diseño Gráfico Sustentable: Estrategias para el uso de materiales y procesos en el diseño*. Posgrado de Diseño, UNAM.
- Controls Johnson (2011). *Energy & Climate Policy*. Recuperado de: <http://www.institutebe.com/energy-policy/energy-policies.aspx?lang=es-ES>
- De Fleur, M. L. (1963). *Teorías de la comunicación de masas*. Paidós Ibérica.
- Ecología verde (2010). *Los bosques primarios*. Recuperado de: <http://www.ecologiaverde.com/los-bosques-primarios/#ixzz3qYUNzISF>
- García Canclini, N. (2002). *Culturashibridas*. Buenos Aires: Grijalbo.
- Goyes, G. (2010). *Críticas al ecodiseño*. Argentina, Universidad de Palermo. Recuperado de: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectorgraduacion/archivos/610.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/610.pdf)
- Grupo de Investigación en Gestión Ambiental (2008). *Ciclo de vida de varios tipos de bolsas de comercio*. Barcelona: Plastivida.
- Hernandez, A. (2012). *Diseño gráfico sustentable. Posgrado de Artes y Diseño*. UNAM, México.
- Hischier, R.; Achachlouei, M. A. y Hilty, L. M. (2014). Evaluating the sustainability of electronic media: Strategies for life cycle inventory data collection and their implications for LCA results". *Environmental Modelling & Software*, 56, pp. 27-36. Recuperado de: <http://doi.org/10.1016/j.envsoft.2014.01.001>
- Jameson, F. (1984). *Ensayos sobre el posmodernismo*. Buenos Aires: Ediciones Imago Mundi.
- Jiménez, V.; Aguilar Ibarra, A.; Méndez Rodríguez, A. y Arellano Aguilar, O. (2014). *La importancia del diseño gráfico en el ambiente*. [Video]. Disponible en: <http://ru.iiec.unam.mx/2642/2/la-importanciadeldisen%CC%83o-grafico-en-el-ambiente.pdf>.
- Martin, A. (2009). Diseño gráfico sustentable. *Foro Alfa*. Recuperado de: <http://foroalfa.org/articulos/diseño-gráfico-sustentable>
- Martins Neto, H. (2010). Tratamiento de efluentes na indústria de papel e celulose. *Revista técnica do tratamento de água e efluentes*, Brasil. Recuperado de: <http://www.revistatae.com.br/noticiaInt.asp?id=7197>
- Montalvo, A. (1994). Hacia la TV de alta definición. *Chasqui*, 48, pp. 79-81.
- Pelta, R. (2004). *Diseñar hoy*. Barcelona: Paidós.
- Pelta, R. (2012). *Diseño activista por un mundo sostenible*. Barcelona: Paidós.
- Portal de la Industria brasileña. (2015). *Papel, celulose e madeira*. Brasil. Recuperado de: <http://www.portaldaindustria.com.br/cni/iniciativas/programas/brazil-4-business/2014/09/1.62025/papel-celulose-e-madeira.html>
- PUMA - Programa Universitario de Medio Ambiente (2015). UNAM. Recuperado de: <http://www.puma.unam.mx/?p=puma>.
- Real Academia Española (2014). *Diccionario de la lengua española*, versión en línea. Recuperado de: <http://lema.rae.es/drae/?val=ambiente>.
- Rogers, E. M. y Shoemaker, F. (1971). *La comunicación de las innovaciones. Un enfoque transcultural*. México, Centro Regional de Ayuda Técnica.
- Semarnat - Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (2015). *Impacto ambiental*. Recuperado de: <http://www.semarnat.gob.mx/temas/gestion-ambiental/impacto-ambiental-y-tipos>.
- Sherin, A. (2009). *Sostenible, un manual de materiales y aplicaciones prácticas para los diseñadores gráficos y sus clientes*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Tomé López, C. (2014). *Edad de la Tierra*. España, Universidad del País Vasco. Recuperado de: <http://culturacientifica.com/2014/03/04/de-la-edad-de-la-tierra/>.
- Vilchis, L. (2013). *Teoría del diseño sustentable*. Recuperado de: <http://www.slideshare.net/luzdelcvilchis/teora-del-diseo-sustentable>.
- Vinyets, J. (1995). *Ecodiseño: Una nueva cultura del diseño*. Recuperado de: [http://tdd.elisava.net/coleccion/11/ecodisseny-del-producte-al-sistema-es/view?set\\_language=es](http://tdd.elisava.net/coleccion/11/ecodisseny-del-producte-al-sistema-es/view?set_language=es)
- Abstract:** The present work raises the need for the teacher to include within the process of creation of the designs, specifically the graphic design, the awareness of the materials that make the design possible. Graphic design must be part of the change of schemes, not only in its discourse or in materials, but from strategy, development and research, aware of the environmental impacts it causes for the production of these and the impacts that they cause afterwards, to be discarded.
- Keywords:** Graphic design - teaching - university - environment - sustainable - recycle - ecodesign - ink - paper - waste.
- Resumo:** Este artigo esboça a necessidade de que o professor contemple dentro do processo de criação dos desenhos, especificamente no design gráfico, a consciência dos materiais que fazem possível o design. O design gráfico deve formar parte do câmbio de esquemas, não somente no seu discurso ou nos materiais, senão desde a estratégia, o desenvolvimento e a pesquisa, conscientes dos impactos ambientais que traz para a produção deles e os impactos que ocasionam depois de ser desfeitos.

**Palabras clave:** design gráfico - docência - universidade - meio ambiente - sustentável - reciclar - eco design - tinta - papel - resíduos.

(\*) **María Victoria Jimenez Sánchez.** Maestra Mención Honorífica en Investigación del Diseño y Comunicación Visual en Posgrado de Artes y Diseño - UNAM. Ponente y evaluadora en XI Congreso Internacio-

nal de Tecnología, Berkeley CA (2015) y en diferentes eventos de la Facultad de Artes y Diseño - UNAM. En 2013 impartió el módulo de Electrografía en Facultad de Artes y Diseño - UNAM. Trabaja desde 2009 en Instituto de Investigaciones Económicas - UNAM y como catedrática en Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad La Salle Cancún. Trabajó como Diseñadora gráfica en el Centro de Alta Tecnología de Educación a Distancia de la UNAM en Tlaxcala.

## Metadiseño: redefiniendo el rol del futuro diseñador para un desarrollo sustentable.

Actas de Diseño (2021, diciembre),  
Vol. 35, pp. 103-107. ISSN 1850-2032.  
Fecha de recepción: julio 2016  
Fecha de aceptación: julio 2017  
Versión final: diciembre 2021

Lorna Lares (\*)

**Resumen:** En un mundo complejo, cambiante, lleno de incertidumbres, donde la tecnología e innovación son relevantes, el diseño debe ser más que una práctica especializada para responder desde lo formal-funcional-simbólico a “problemas” emergentes de manera creativa. El sistema económico imperante y los problemas medioambientales han puesto históricamente a diseñadores en un dilema ético, al promover el consumo y fomentar el crecimiento económico. A pesar del Diseño Sustentable, el Ecodiseño y otros, el agotamiento de recursos, la sobreproducción, la sobreabundancia de desechos y la contaminación ambiental siguen siendo un desafío para la formación y futuras prácticas de diseño. La noción tradicional del diseño necesita extenderse más allá de las fronteras de la disciplina. Se requiere de un nuevo marco conceptual: nuevas aproximaciones y metodologías; de una visión holística, eco-mimética y enfoque multidisciplinar para re-definir y crear las infraestructuras sociales y técnicas donde tengan lugar nuevas formas de colaboración, se requiere de Metadiseño.

**Palabras clave:** Metadiseño - diseño industrial - desarrollo sustentable - educación - ecodiseño.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 107]

## La necesidad de una educación hacia el Desarrollo Sustentable

El progreso en educación para el desarrollo sustentable ha sido muy lento, un ejemplo de ello es que desde que las Naciones Unidas declaró el Decenio de la Educación con miras al Desarrollo Sustentable (2005-2014) y definió como objetivo general “integrar los principios, valores y prácticas del desarrollo sostenible en todas las facetas de la educación y el aprendizaje”, el avance en el desarrollo de soluciones y propuestas educativas en estos contextos han sido muy escasas en América latina y especialmente en Chile.

En la declaración de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) se pone especial atención al rol que debería desempeñar la educación en mejorar la calidad de vida de las actuales y futuras generaciones. En este sentido, el actual nivel de sobreconsumo, los niveles de equidad, los problemas medioambientales, la sobre explotación de recursos y las prácticas productivas insostenibles, junto a los patrones de desarrollo, las costumbres y estilos de vida ponen en cuestionamiento si la educación actual está siendo el problema o la solución. Es así que se recomienda reo-

rientar la educación hacia la sustentabilidad como tema esencial. Asumiendo además, que cada uno de nosotros puede contribuir positivamente o negativamente en el bienestar de los otros y del medioambiente.

Si consideramos que estamos ad portas de cumplir casi tres décadas desde que Brundland Commission publicó *Our Common Future*, definiendo el concepto de desarrollo sustentable como “el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (1987), pareciera que tal definición aún no se hace realmente efectiva en las prácticas profesionales de hoy (ejercicio de las generaciones de ayer). Somos testigos de los cambios acelerados y profundos en el medioambiente; sin embargo, aún estamos a la espera que otros tomen las decisiones políticas, sociales y económicas para dar un giro definitivo a nuestra educación y a la formación de una nueva generación de diseñadores, los que sin duda están formando parte de las consecuencias de nuestro quehacer. Por tanto, si la educación es parte de la solución –sino la solución–, entonces se requiere de un profundo cambio y una amplia visión de futuro, que va más allá de las especializaciones estanco de la disciplina diseño.