

## La educación holística para los profesionales del diseño

**Erika Rivera Gutiérrez**

Universidad Autónoma del Estado de México  
[ad\\_graf@yahoo.com.mx](mailto:ad_graf@yahoo.com.mx)

**Alejandro Higuera Zimbrón**

Universidad Autónoma del Estado de México  
[higuerathesis@yahoo.com](mailto:higuerathesis@yahoo.com)

*Miguel Ángel Rubio Toledo*

*Universidad Autónoma del Estado de México*  
[miguelblond72@yahoo.com.mx](mailto:miguelblond72@yahoo.com.mx)

**Sandra Alicia Utrilla Cobos**

Universidad Autónoma del Estado de México  
[sautrillac@uaemex.com](mailto:sautrillac@uaemex.com)

**Arturo Santamaría Ortega**

Universidad Autónoma del Estado de México  
[arturo\\_santamaria@hotmail.com](mailto:arturo_santamaria@hotmail.com)

### Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo presentar un análisis de dos componentes principales que están relacionados actualmente con la educación holística: la pertinencia social y educativa y su relación con el diseño, tomando como base a los programas académicos de Diseño Gráfico y Diseño Industrial de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx). Considerando que actualmente el mundo moderno del diseño requiere de una integración del conocimiento en un proceso multidisciplinario que incluya el quehacer científico, tecnológico, social y cultural, con el fin de ampliar sus perspectivas de desarrollo, acorde a una problemática social.

Lo anterior a causa de los problemas ambientales que desde hace ya más de tres décadas se han venido planteando. Por lo cual se considera que hoy en día la educación de los profesionales del diseño debe estar basada en una serie de componentes estratégicos sostenibles (CES, Diseño estratégico, ético y sostenible, con amplio sentido de responsabilidad social, consumo y de comercio justo).

**Palabras clave:** Educación holística, diseño estratégico, ética, responsabilidad social, comercio justo.

---

## Introducción

Los programas académicos (PA) flexibles de Diseño Gráfico (LDG) y de Diseño Industrial (LDI) de la Facultad de Arquitectura y Diseño (FAD) de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx), surgen bajo el Modelo de Innovación Curricular, planteado dentro del Plan Rector 2001-2005, de la UAEMéx.

Donde el proceso de enseñanza-aprendizaje está centrado en el alumno, con tres núcleos de formación profesional (básico, sustantivo e integral), basado en competencias, (conocimientos, habilidades, aptitudes y valores); y caracterizado por una estructura interdisciplinaria y flexible, que permite la toma de decisiones por parte del estudiante, sobre sus trayectorias escolares, en la selección de áreas de formación, auto regulando su aprendizaje y su proceso para participar en comunidades permanentes de aprendizaje, desarrollando un pensamiento crítico y habilidades para la solución de problemas, el trabajo en equipo y la toma de decisiones con un amplio sentido de responsabilidad, compromiso social y ético; en pocas palabras, este modelo curricular dota al individuo de las herramientas para enfrentarse al mundo globalizado de nuestros días.<sup>1</sup>

Todo sistema educativo y PA debe enfocarse a las necesidades sociales actuales. En ese sentido todas las instituciones de educación superior deben mantener una articulación con las diferentes regiones internacionales, nacionales y locales. Particularmente la UAEMéx y FAD, deben trabajar con base a las necesidades sociales, con el objeto de atender tanto los problemas de desigualdad como los del desarrollo y especialmente aquellos relacionados con los de la producción en la pequeña, mediana y gran empresa y con lo cual estar en la posibilidad de contribuir al desarrollo económico nacional.

La fundamentación social se basa en la idea de que toda actividad académica no debe actuar bajo percepciones individuales, sino debería estar en función de las estadísticas desde el punto de vista, históricas - culturales, económico, sociales y ambiental, sobre todo con base en las expectativas de la comunidad.

Por lo anterior, la inclusión social en la educación es el punto de partida para la relación educación y sociedad. La acción social de enseñanza - aprendizaje está estructurada de acuerdo a normas compartidas y aceptadas por los miembros de una colectividad o cultura de un comportamiento humano con relación a las necesidades básicas según las teorías de Maslow<sup>2</sup>.

Las Universidades en este siglo son lugares de frustración en el ámbito de la educación, ya que no logran dar respuesta a las nuevas necesidades de la sociedad, entendiendo que el acelerado proceso de cambio que se produce en todas las áreas del quehacer humano hace que la estructura académica vigente quede obsoleta.

---

<sup>1</sup> UAEMéx. Planes de Estudios Flexibles 2004.

<sup>2</sup> La pirámide de Maslow, o jerarquía de las necesidades humanas, es una teoría [psicológica](#) propuesta por [Abraham Maslow](#) en su obra: *Una teoría sobre la motivación humana* (en inglés, *A Theory of Human Motivation*) de 1943, que posteriormente amplió. Maslow formula en su teoría una jerarquía de necesidades humanas y defiende que conforme se satisfacen las necesidades más básicas (parte inferior de la pirámide), los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados (parte superior de la pirámide).

Por lo cual es importante considerar el valor estratégico de la formación de profesionales, científicos y tecnólogos en un marco de competencia global, salta a la vista la importancia de impulsar el conjunto de conocimientos que, en cada caso, conforman un sistema científico-tecnológico de nuestro país y particularmente de nuestro estado.

### **Antecedentes**

Los PA de Diseño Gráfico de la Universidad Autónoma del Estado de México en la Facultad de Arquitectura y Diseño respondieron en su momento a un contexto social con las siguientes características<sup>3</sup>:

- Aprendizaje por competencias.
- Movilidad.
- Convertibilidad uso de redes de información y comunicación.
- Conectabilidad atención educativa a través de múltiples canales.
- Omnipresencia o democratización total de la información.
- La extensión tecnológica.
- Integración a través de mayor interdependencia curricular del sistema educativo.

Estos PA se desarrollaron con un enfoque más relacionado con la globalización que con la humanización. Es por ello que los Profesionales del Diseño en el tema gráfico e industrial están más involucrados con temas como la tecnología, la tradición cultural y los sistemas de representación colectiva.

La pertinencia de los programas de LDG y LDI se sostienen en la idea de que toda actividad académica no debe actuar bajo percepciones individuales, sino todo lo contrario estar en función de la estadística desde el punto de vista, históricas - culturales, económico, sociales y ambiental, sobre todo con base en las expectativas de la comunidad.

Es un hecho que la formación educativa para los diseñadores, les confiere posibilidades no sólo de creación, innovación, y optimización de tecnologías y productos, sino también la de planificador, supervisor y director de proyectos y procesos. Sin embargo, en los distintos ámbitos de trabajo estas potencialidades han sido subutilizadas.

En la actividad profesional, los investigadores de la profesionalización del diseñador formulan una infinidad de planteamientos, aceptando que sus vínculos con la economía producen un fenómeno de afectación en el momento en que las características del binomio diseño-producto son ampliamente influidas por las condiciones económicas de la sociedad.

En la estructura capitalista, el libre mercado determina los costos de la materia prima, por lo tanto también sus posibilidades de presentación. Una economía retraída limita la

aplicación del diseño, ya que este rubro es uno de los primeros que está sujeto a la restricción de presupuesto. En el neoliberalismo, el diseño gráfico e industrial es parte fundamental de la empresa cualquiera que sea, lo que produce una amplia competencia por mejorar los productos e imagen de acuerdo con las preferencias del mercado.

El diseñador gráfico e industrial desempeñan actividades importantes en el ámbito de las profesiones, gracias a su impacto en la conducta social;

1. El área de la producción,
2. El área de gestión,
3. El área de la investigación y la docencia
4. Instituciones públicas,
5. Ejercicio libre de la profesión,
6. Trabajo asalariado en el sector privado,
7. Trabajo asalariado en el sector público,
8. Trabajo asalariado para organizaciones civiles o culturales.

**Desafortunadamente el éxito del Diseño Gráfico e Industrial en México no depende de un grupo de profesionales entusiasmados con su área de acuerdo a las actividades anteriores, sino es mediante de la influencia de otros actores importantes como empresarios, políticos, gobernantes y usuarios, además de políticas de promoción y difusión del diseño. Es importante que el propio gremio inicie estos movimientos con el fin de que se entienda la importancia estratégica que el diseño es para el país y para la sobrevivencia de la Industria en general en México. Menciona Gutiérrez Ruiz (2012), que los nuevos escenarios conllevan importantes cambios de carácter económico, comercial, social, organizacional e incluso ambiental, de tal magnitud que se plantea a los diseñadores el reto de redefinir conceptos esenciales de la disciplina para poder responder con efectividad y rapidez a las nuevas dinámicas del contexto.**

De ahí la importancia de realizar un análisis de los PA de Diseño Gráfico y Diseño Industrial donde se puede resumir que el PA DE Diseño Gráfico no contempla temas relacionados con la ética, sostenibilidad, responsabilidad social, consumo, etc. Sin embargo, el PA de Diseño industrial considera más información relacionada con un sistema con las siguientes características:

Sistemas de indagación  
Perspectivas paradigmáticas  
Teóricos del sistema  
Capacidad de comunicación  
La construcción de valores  
Conciencia ética  
Conciencia cultural  
Conciencia histórica  
Epistemas de la ciencia y la técnica  
Responsabilidad ambiental

Todo lo anterior no garantiza que el conocimiento de cada uno de esos elementos se dicte de forma permanente un cada una de las unidades de aprendizaje, no obstante es por ello que mediante el diagnóstico curricular se puede saber en qué estado se encuentra.

En el campo del Conocimiento del Diseño debe plantearse entre otras la organización de la currícula de las diferentes licenciaturas y posgrados en la educación superior. Lo cual se logrará, a través de la renovación de los contenidos y las habilidades de los estudiantes, partiendo de nuestros retos y oportunidades, especialmente a los que se refiere el profundo rezago social y económico en un contexto de amplias desigualdades regionales y locales.

Es importante, hacer mención, que al conferir prioridad a la parte moderna e industrial del país o región, se podría desestimar el mundo que representa la pobreza y la marginación, factores que deberán abordar las diferentes currículas de la Facultad de Arquitectura y Diseño, de la Universidad Autónoma del Estado de México.

### **Marco teórico conceptual**

La Educación con miras al Desarrollo Sostenible, es documento presentado en el año 2004 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y la Cultura (UNESCO)<sup>4</sup>. Ha sido una iniciativa ambiciosa y compleja, sus repercusiones ambientales, sociales, económicas y culturales son inmensas y conciernen a muchos aspectos de la vida de la población mundial. El objetivo general, consiste en integrar los principios, valores y prácticas del desarrollo sostenible en todas las facetas de la educación y el aprendizaje.

Esta iniciativa educativa busca fomentar los cambios de comportamiento necesarios para preservar en el futuro la integridad del medio ambiente y la viabilidad de la economía, y para que las generaciones actuales y venideras gocen de justicia social.

En ese sentido, el papel del organismo rector de la U N E S C O, y asimismo, la labor de los Estados Miembros, están definidos en los cuatro aspectos principales de la Educación para el Desarrollo Sostenible:

- I.- Mejorar el acceso a una educación básica de calidad.
- II.- Reorientar los programas educativos existentes.
- III.- Aumentar el conocimiento y la conciencia del público.
- IV.- Impartir formación.

Con respecto a esto surge este análisis que pretende descomponer los PA de Diseño Gráfico y Diseño Industrial, con el objetivo de verificar que el mapa, las unidades de aprendizaje y

---

<sup>4</sup> En diciembre de 2002, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó la Resolución 57/254 por la que proclamó un Decenio de las Naciones Unidas de la Educación con miras al Desarrollo Sostenible (DEDS) que se extendería de 2005 a 2014. Se designó a la U N E S C O organismo rector del Decenio y se le encomendó la preparación de un proyecto de plan de aplicación internacional al respecto.

sus contenidos contemplen temas relacionados con los componentes estratégicos sostenibles (CES) <sup>5</sup>.

Los PA de Diseño Gráfico y Diseño Industrial consideran temas de: sistemas de indagación, perspectivas paradigmáticas, teóricos del sistema, epistemes de la ciencia y la técnica, comunicación, construcción de valores, conciencia ética, cultural y ambiental.

Sin embargo, todo lo anterior, en su aplicación no garantiza que el conocimiento de cada una de esas variables se dicte de forma permanente para cada una de las unidades de aprendizaje porque no se encuentran plasmadas ni en los contenidos ni en los propósitos como adelante se verá, no obstante, es por ello que a través del diagnóstico curricular se puede saber en qué estado se encuentran.

El análisis de diagnóstico curricular, se enfocó en la revisión de las unidades de aprendizaje que componen el plan de estudios de cada programa y su vinculación con los componentes estratégicos sostenibles.

Los PA están estructurados bajo un sistema flexible establecido por un marco institucional de la UAEMéx, es decir; trabajo interdisciplinario que demanda un análisis integral de los fenómenos y procesos, que no pueden ser explicados de manera parcial desde perspectivas disciplinarias e incluso, multidisciplinarias; entonces el aprendizaje se concibe a partir del teorías constructivista que deberían promover la investigación de los primeros semestres. El trabajo académico semestral del estudiante se orienta a desarrollar capacidades de autoaprendizaje y de trabajo en equipo, a través de un modelo por competencias que va desarrollando.

En la Facultad de Arquitectura y Diseño, el programa académico de Diseño Gráfico está constituido por 78 unidades de aprendizaje a través de tres núcleos: básico, sustantivo e integral (ver cuadro 1).

Cuadro 1. Unidades de aprendizaje de Diseño Gráfico que trascienden en los componentes estratégicos sostenibles.

| <b>DISEÑO GRAFICO</b>                                       |               |                   |                 |              |
|---|---------------|-------------------|-----------------|--------------|
| <b>Núcleos</b>  | <b>Básico</b> | <b>Sustantivo</b> | <b>Integral</b> | <b>Total</b> |
| <b>Unidades de Aprendizaje</b>                              | 15            | 39                | 14              | 78           |
| <b>UA orientadas (Componentes Estratégicos Sostenibles)</b> | 1             | 9                 | 1               | 11           |
| <b>Porcentajes</b>  |               |                   |                 | %            |

Fuente: Elaboración propia con del Plan de Estudios 2004 de LDG

<sup>5</sup> Componentes Estratégicos Sostenibles (CES): Diseño estratégico, ético y sostenible, con amplio sentido de responsabilidad social, consumo y de comercio justo.

El cuadro anterior, contempla el total de las UA del programa académico de Diseño Gráfico que es de 78, de ese total, analizando el mapa se detectó que existe la posibilidad de que 11 UA's, una del núcleo básico, nueve del núcleo sustantivo y una del núcleo integral que por su disciplina podrían considerar temas relacionados con los CES, sin embargo, como se puede ver en el cuadro número 2, en el propósito de las UA no se contempla el estudio de los CES.

Cuadro 2. Propósito de las unidades de aprendizaje de Diseño Gráfico que trascienden en los componentes estratégicos sostenibles.

| Número | UA                         | Propósito   |
|--------|----------------------------|---|
| 1      | Ética Profesional          | Hacer consciencia de la responsabilidad que ejerce el alumno como persona, como ciudadano y como profesional, donde el diseñador gráfico debe estar consciente de saber conducirse con rectitud y verdad.   |
| 2      | Desarrollo del Emprendedor | El alumno tiene que identificar los elementos relevantes para adquirir una actitud emprendedora durante su formación profesional, así como la interrelación de la administración en una empresa con el diseño.  |
| 3      | Mercadotecnia              | Conocerá el entorno y los fundamentos de la mercadotecnia: Definiciones, terminología básica, naturaleza, importancia y relaciones que juega; los mercados, segmentos de mercado y nichos a los cuales existe posibilidad de dirigir un producto (bien, servicio, persona, idea, lugar); describiendo e integrando cada elemento de la mezcla de mercadotecnia para proponer esta última adecuadamente. |
| 4      | Publicidad                 | Conocer el entorno, los fundamentos, las definiciones y los agentes activadores de la publicidad, como una herramienta integrada al sistema de comunicación de mercadotecnia, para planear y generar mensajes publicitarios adecuados a los medios y al público objetivo.   |
| 5      | Comunicación               | Conocerá y comprenderá el proceso de la comunicación, sus elementos y niveles principales, así como su naturaleza y funciones, llevándolos a su práctica cotidiana como personas y de manera específica dentro el diseño gráfico estructurando un objeto de diseño con un objetivo de comunicación particular.  |

|    |  |   |
|----|--|---|
| 6  | Legislación del Diseño                   | Los alumnos van a analizar los aspectos legales y normativos que se deben tomar en cuenta para la producción legal del diseño gráfico, en México.   |
| 7  | Materiales y Procesos para el Diseño     | El alumno podrá planificar y aplicar lo aprendido en su formación profesional en un proyecto que le retribuya logrando desenvolverse adecuadamente ante un cliente o ante una oferta de trabajo, a través de la realización de un portafolios de trabajo efectivo   |
| 8  | Comunicación y Estrategias Publicitarias | Conjugar los elementos que integran una campaña publicitaria aplicada a partir de los diversos modelos de comunicación para la planeación y realización de la misma, dando respuesta a problemáticas existentes.  |
| 9  | Liderazgo y Calidad                      | Comprometer al diseñador con el concepto de calidad total y liderazgo, para alcanzar niveles competitivos, coherentes, innovadores y conscientes en la aplicación rigurosa de normativas y metodologías en el diseño de nuevos productos y el ofrecimiento de sus servicios. Al término del curso, el alumno será capaz de incorporar evaluaciones y conceptos rectores que haga de sus proyectos, verdaderas propuestas a problemáticas de cualquier índole, al tenor de los lineamientos de calidad total y la dirección con liderazgo orientada a la excelencia profesional integral.  |
| 10 | Sustentabilidad del Diseño               | Concientizar, entrenar e integrar al diseñador a la responsabilidad que la disciplina tiene actualmente a nivel mundial hacia la cultura de la sustentabilidad a través del diseño sostenible, para comprender su papel social y ambiental con el fin de alcanzar un nivel de aportación a la investigación y el desarrollo de propuestas que transformen la actitud y los procesos de calidad total en el diseño de proyectos sociales y ambientales. Al término de la unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de tomar decisiones conscientes, analizadas y responsables de su trabajo en relación con la sociedad y el medio ambiente, con el fin de procurar una intervención profesional diferente a aquella desarrollada a lo largo de sus primeros años de formación durante los estudios profesionales. |
| 11 | Envase y Embalaje                        | Conocer los conceptos teóricos, técnicos y metodológicos relacionados al diseño de envase, embalaje y etiqueta; indispensables en el desarrollo total del diseño de un envase, para con ello comprender el papel que debe desarrollar un diseñador gráfico en este ámbito.  |

Fuente: Elaboración propia con del Plan de Estudios 2004 de LDG.



El PA de Diseño Industrial contempla 78 unidades de aprendizaje a través de núcleos: básico, sustantivo e integral (ver cuadro 3).

Cuadro 3. Unidades de aprendizaje de Diseño Industrial que trascienden en los componentes estratégicos sostenibles.

| <b>DISEÑO INDUSTRIAL</b>                                    |               |                   |                 |              |
|---|---------------|-------------------|-----------------|--------------|
| <b>Núcleos</b>  | <b>Básico</b> | <b>Sustantivo</b> | <b>Integral</b> | <b>Total</b> |
| <b>Unidades de Aprendizaje</b>                              | 17            | 43                | 18              | 78           |
| <b>UA orientadas (Componentes Estratégicos Sostenibles)</b> | 2             | 12                | 5               | 19           |
| <b>Porcentajes</b>  | 5.12%         | 8.9%              | 6.41            | 20.43        |

Fuente: Elaboración propia Plan de Estudios 2004 de LDI.

El cuadro anterior, contempla el total de las UA del PA de Diseño Industrial que es de 78, de ese total observando el mapa se detectó que existe la posibilidad de que 19 UA's, dos del núcleo básico, doce del núcleo sustantivo y cinco del núcleo integral que por su disciplina podrían considerar temas relacionados con los CES, sin embargo como se puede observar en el cuadro número 4, en el propósito de las UA se pueden detectar que existen al menos temas relacionados con los CES, sin embargo no, se contemplan la mayor parte de ellos.

Cuadro 4. Propósito de las unidades de aprendizaje de Diseño industrial que trascienden en los componentes estratégicos sostenibles.

| <b>N</b> | <b>UA</b>                 | <b>Propósito</b>  |
|----------|---------------------------|---|
| 1        | Materiales Básicos        | Identificara y comprenderá las características y presentaciones comerciales de la madera, polímeros y metales, diferenciando las variables tecnológicas que se aplican en su transformación, para el desarrollo y fabricación de objetos. |
| 2        | Recursos naturales        | Generar modelos con aplicación de conceptos básicos sobre energía, potencia, recursos renovables y no renovables.   |
| 3        | Antropología y Sociología | Identificar al hombre y los fenómenos sociales que establecen sus modos de organización y producción, estudiando las tecnologías y los productos. Y como se establecen vínculos con el hombre, y por ende en las sociedades.              |
| 4        | Ética                     | Identificar los fundamentos de una ética del proceso de diseño y de la inserción en el contexto socioeconómico de los proyectos   |

---

|    |   |   |
|----|---|---|
|    |   | desarrollados   |
| 5  | Diseño y Biónica  | Estudiar la anatomía y fisiología de los seres vivos y abstraerá sus principios y características, para aplicarlo en el diseño de objetos   |
| 6  | Materiales y procesos   | Identificará y comprenderá las características y presentaciones comerciales de la cerámica, vidrio y textiles, diferenciando las variables tecnológicas que se aplican en su transformación, para el desarrollo y fabricación de objetos. |
| 7  | Reciclado de materiales   | Describir las estrategias de diseño y seleccionar los tipos de alternativas de uso para el reciclado de diversos materiales   |
| 8  | Prácticas de Polímeros  | Aplicar los conocimientos teóricos sobre los plásticos en el desarrollo práctico de los ejercicios de planeación productiva de objetos en sus diferentes ramas industriales.  |
| 9  | Resistencia de materiales   | Aplicar los conceptos de las propiedades mecánicas de los materiales en diferentes pruebas, para determinar su viabilidad en los proyectos  |
| 10 | Diseño Automotriz, juguetes, muebles, electrodomésticos, equipo y máquinas. | Evaluar los aspectos ergonómicos, tecnológicos, productivos y estéticos en un contexto determinado para proponer la manufactura de objetos o artefactos en herramientas que contribuyan al enriquecimiento de la cultura material         |
| 11 | Impacto Ambiental   | Comprender las relaciones existentes entre los elementos de un ecosistema, sus insumos y productos formando un todo, dentro del cual el ser humano es parte.  |
| 12 | Envase y Embalaje   | Diseñar envases, embalajes e imagen que satisfagan los requerimientos de carácter funcional y estético  |
| 13 | Sustentabilidad del Diseño  | Aportar los elementos necesarios para la aplicación de nuevas tecnologías y materiales con el objetivo de conservar el medio ambiente.  |
| 14 | Gestión Empresarial   | Analizar las estrategias de la empresa para vincularse con el mercado interno y externo a través de productos y servicios de diseño industrial.   |
| 15 | Producción Artesanal  | Analizar los procesos artesanales y los principales productos.  |
| 16 | Mercadotecnia   | Identificar las estrategias para la promoción integral de un producto o   |

---

|   |              |  |
|---|--------------|--|
| 6 | nia Integral | servicio.  |
| 1 | Gestión del  | Identificar los aspectos administrativos y de promoción del proceso de   |
| 7 | Diseño       | diseño en el ejercicio profesional   |
| 1 | Nuevos       | Esta unidad de aprendizaje pretende reforzar y continuar   |
| 8 | materiales   | desarrollando en el discente de la carrera de Diseño Industrial, las siguientes competencias: La investigación, generación, desarrollo e innovación de propuestas creativas para la solución de problemas asociados con el uso de Nuevos Materiales; así mismo podrán interpretar, caracterizar y e identificar a los Materiales de última generación asociándolos con un aplicación específica en el Diseño, con conciencia plena del mejoramiento y conservación del medio ambiente. |
| 1 | Emprended    | Identificar las aptitudes, actitudes y habilidades del emprendedor, así  |
| 9 | urismo       | como el procedimiento del plan de negocios aplicados a objetos de diseño industrial.   |
| 2 | Ergonomía    |  |
| 0 | Aplicada     |  |

Fuente: Elaboración propia Plan de Estudios 2004 de LDI.

Los Programas Académicos de las Universidades y particularmente los de la Universidad Autónoma del Estado de México y de la Facultad de Arquitectura y Diseño, en sus ofertas de las LDG y LDI, requieren de una reorientación de programas y contenidos acorde con las demandas sociales y epistémicas, bajo una vertiente de una educación holística.

Según Barrera Morales (2002) la holística alude a la tendencia que permite entender los eventos desde el punto de vista de las múltiples interacciones que los caracterizan; corresponde a una actitud integradora como también a una teoría explicativa que orienta hacia una comprensión contextual de los procesos, de los protagonistas y de sus contextos. La holística se refiere a la manera de ver las cosas enteras, en su totalidad, en su conjunto, en su complejidad, pues de esta forma se pueden apreciar interacciones, particularidades y procesos que por lo regular no se perciben si se estudian los aspectos que conforman el todo, por separado (Barrera, 2002: 141).

En lo que se refiere al campo del diseño se percibe un aislamiento disciplinario y requiere ser multidisciplinario, sobre todo por la dinámica global, la economía, la sostenibilidad, el cambio climático, etc. Es decir, se debe manejar un discurso analítico fundado de manera teórica y práctica desde varias perspectivas:

*...los centros de enseñanza del diseño han hecho esfuerzos por convencer a sociólogos, semiólogos, filósofos, matemáticos y hasta poetas para que apliquen sus saberes a la*

*comprensión y la explicación del significado técnico y cultural del diseño a fin de integrar sus aportaciones teóricas como asignaturas del currículo (Arfuch, Leonor et al., 1997:122).*

La cita anterior menciona un sólido planteamiento que hace reflexionar, y se afirma que los diseñadores deben trabajar permanentemente en completar una educación holística relacionada con los componentes estratégicos sostenibles: Diseño estratégico, ético y sostenible, con amplio sentido de responsabilidad social, comercio justo y consumo. Su análisis en conjunto coadyuvará a completar la formación de los profesionales del diseño en cualesquiera que sean sus ámbitos laborales.

### **Componentes Estratégicos Sostenibles (CES)**

#### **Diseño estratégico**

La principal meta económica y social de un país es elevar de forma constante y creciente el nivel de vida de su población, es un reto para todas las naciones. Esto no sólo depende de la competitividad nacional, sino de la productividad.

Para mantener las ventajas competitivas de una economía se requiere implantar estrategias orientadas a la innovación y desarrollo en actividades privadas o públicas, transformando procesos, actualizando constantemente las condiciones técnicas de producción y soportadas en el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC's). Por lo tanto, el diseño, y sobre todo el diseño estratégico es hoy una herramienta clave para generar estas ventajas competitivas.

Según Warren Berger (2014), "Life design becomes an iterative evolving process, always growing, always changin", el diseño estratégico se nutre de una red de conexiones y dinámicas globalizadas, donde confluyen los conceptos y acontecimientos del proyecto: lo sostenible, la burocracia, la economía, lo social, las corporaciones, las identidades, la investigación, la enseñanza, el consumo, el comercio, los objetos, los sujetos... convirtiéndose más en un pensamiento equipado con una serie de accesorios que fortalecen a los planteamientos e interactúan entre sí.

El diseño estratégico parte de un concepto que enuncie con precisión las propiedades materiales e inmateriales de los productos, (de consumo, de negocios, de duración y tangibilidad) su grado de innovación y, sobre todo, el sentido que pretende transmitir a la gente. Un concepto, podríamos decir, que defina la identidad genética del producto. Tal concepto se construye, en una red de "conexiones" en la cual se conectan todas las acciones y los acontecimientos que participan del proyecto.

Es importante resaltar el propósito de incorporar al diseño estratégico en las unidades de aprendizaje de las licenciaturas en diseño, no es el de adquirir los conocimientos necesarios para actuar en el campo específico de otras disciplinas, sino más bien el de comprender los puntos de vista de esas disciplinas para poder interactuar con las mismas.

## **Diseño ético**

El Diseño se asocia directamente con el concepto de creatividad e innovación, considerando elementos estéticos y funcionales. Es decir, dar forma estética a ideas concebidas en la mente. En este sentido, según María Gabriela Huidobro de la Universidad de Chile, el aporte social que el Diseño puede realizar, no adquiere una connotación negativa. Es decir, el Diseño no debe ocuparse tanto en las restricciones éticas que pudiera tener, sino más bien en los aspectos positivos que puede aportar para mejorar la calidad de vida de los habitantes (Huidobro, 2005). Por lo tanto, el profesional del diseño debe desenvolverse creativamente en aquello “debe y quiere realizar”.

El diseñador gráfico, en primer lugar, es quien logra dar una respuesta creativa e innovadora a la necesidad de las empresas modernas, a fin de otorgar una identidad a cierta imagen, mensaje o sitio que lo requiera. Un buen profesional de esta área debe ser capaz, en este sentido, de considerar el estado global actual de las comunicaciones y de los mercados, pudiendo crear soluciones cuyo lenguaje resulte comprensible, universal y adecuado además a los parámetros estéticos actuales (Huidobro, 2005: 32).

El diseñador industrial sigue la línea de la creatividad orientada a la solución de problemas en el sector productivo relacionados a su ámbito propio. Es esta área la que relaciona íntimamente los requerimientos estéticos y utilitarios, pues en su interdependencia será capaz de hallar las respuestas necesarias para tener éxito en un sistema integrado de producción y mercado (Huidobro, 2005: 35).

Así, se puede analizar que la ética en el diseño está basada en considerar principios y valores del quehacer diario; integridad, conducta, confidencialidad, respeto, responsabilidad, objetividad e independencia. No obstante, la ética del diseñador está directamente vinculada con colegas y clientes, en cada uno de ellos se ejercen temas de ética. Es un hecho que el Diseño se presenta como una profesión mucho más trascendente que la mera aplicación superficial de un determinado estilo o técnica, pues en su doble dimensión, funcional y estética, es capaz de orientarse no sólo a la provocación del placer visual, sino que también al mejoramiento de la calidad de vida.

Por esta razón, el Diseño puede ser analizado desde una perspectiva ética, pues tanto el profesional implicado como los productos que realiza repercuten en otros, posibilitando su contribución en su mundo laboral y en un ámbito social.

## **Diseño para la sostenibilidad**

Algunas referencias sobre manejo de los recursos naturales y el diseño pueden encontrarse en los escritos de John Ruskin, autor del siglo XIX que consideraba que los objetos debían ser de calidad, duraderos y permitir la apreciación de la naturaleza con el fin de dar bienestar al usuario.

Una mirada histórica es la reflexión de un grupo de diseñadores sobre las implicaciones que las prácticas del diseño podían tener en la sociedad. Entre ellos se encontraba el paisajista Ian McHarg quien en 1969 publicó *Design with Nature*, considerado un clásico dentro de la bibliografía del ecodiseño, en el que hacía una serie de recomendaciones para evitar que el proceso de desarrollo se volviera destructivo en materia de recursos naturales. Ese mismo año, el International Council of Societies of Industrial Design (ICSID) proponía pensar acerca de las consecuencias morales, económicas y sociales del trabajo del diseñador.

En 1970, Victor Papanek en *Design for the Real World* da relevancia al trabajo del diseñador industrial en las cuestiones medioambientales ya que su actividad es una herramienta poderosa para dar forma a los útiles y ambientes en los que vive el hombre, lo que demanda una alta responsabilidad moral y social (Pelta Resano, 2010: 4).

El término ecodiseño se instala cuando la Ecological Design Association - fundada en Inglaterra en 1989- publica su revista *Ecodesign*. Al comienzo esta línea hacía énfasis en requerimientos ambientales para la producción, la utilización de la materia prima, el consumo energético y la disminución de residuos. La posibilidad de medir estos residuos llevó a países como Holanda y Australia a desarrollar proyectos oficiales que incluían el análisis del Ciclo de Vida de los productos como herramienta de evaluación para la optimización ambiental del diseño industrial. (Chambouleyron y Pattini, 2004: 86).

El ciclo de vida de los productos abrió también líneas de trabajo específicas dentro del diseño que marca una de las líneas predominantes actualmente en materia de diseño sustentable. William McDonough y Michael Braungart, proponen un enfoque de diseño de producto, denominado *Cradle to Cradle* (de la cuna a la cuna), que tenga en cuenta todos los factores que intervienen en su ciclo de vida: desde el gasto energético hasta su desaparición. Este paradigma se basa en la observación del ciclo de la naturaleza. Para los autores “eliminar el concepto de residuo significa diseñar las cosas –los productos, los embalajes y los sistemas- desde su puro origen, pensando que no existe el residuo.” (Braungart y McDonough, 2005: 98)

Si se sigue escalando este complejo concepto de diseño sostenible como elemento de cambio social se encuentran con otras cuestiones que aunque no se desarrollarán a detalle no se puede dejar de mencionar la relación diseño sostenible y contexto socio económico.

Sin embargo es urgente que en los Programas Académicos de la Facultad de Arquitectura y Diseño, LDG y LDI se trabaje permanentemente para incorporar conceptos sobre sostenibilidad. La creciente preocupación global sobre problemas medioambientales tales como cambio climático, contaminación y pérdida de biodiversidad, así como problemas

sociales relacionados con pobreza, salud, circunstancias laborales, seguridad y desigualdad han fomentado enfoques de sostenibilidad de parte de la industria.

Como es sabido, las estructuras actuales de consumo y producción no son sostenibles. Los procesos de aceleración de la globalización y de la liberalización del comercio, apoyados por los avances de las tecnologías informáticas, han cambiado fundamentalmente el entorno del sector privado en todas las economías – desarrolladas o en vías de desarrollo – proporcionando así nuevas oportunidades y retos para mejorar la sostenibilidad.

La innovación de productos está directamente vinculada con la sostenibilidad: ambos están dirigidas al cambio y al futuro. La sostenibilidad se preocupa por el bienestar en el futuro. La innovación de productos se preocupa por la creación de nuevos productos y servicios que generan un valor solo si encajan en este futuro.

Para ser sostenible, la innovación del producto debe cumplir con una serie de retos vinculados con personas, planeta y ganancia: expectativas sociales y una distribución equitativa de valor en la cadena global de valor y la innovación deben trabajar dentro de la capacidad de carga de los ecosistemas.

### **Diseño y comercio justo**

El comercio justo surge de la voluntad de poner en marcha el ideal de los países productores de materias primas: “comercio, no ayuda” (trade, not aid), concepto que surgió en el seno de la Comisión de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), desde la década de los 60.

Según Almanza-Alcalde (2005), se entiende por comercio justo “como un mini-sistema paralelo insertado en uno más grande, que presentando una diversa gama de valores para demostrar que se puede hacer una diferencia en cuanto a los resultados finales del comercio.”

También la red FINE<sup>6</sup>: “El Comercio Justo es una asociación comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca obtener una mayor equidad en el comercio internacional. El comercio justo contribuye al desarrollo sostenible proponiendo mejores condiciones comerciales a los productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur, y garantizando sus derechos. Por lo tanto las organizaciones de Comercio Justo (respaldadas por los consumidores) se comprometen activamente a apoyar a los productores, crear conciencia, y llevar a cabo campañas para favorecer los cambios en las reglas y las prácticas convencionales del comercio internacional.

La Comisión de Ética de la Coordinadora de Organizaciones de Comercio Justo de España la define como: “El comercio justo, alternativo y solidario es un movimiento social integrado por productores, comerciantes y consumidores que trabajan por un modelo más

---

<sup>6</sup> (1) <http://www.fairtrade-advocacy.org/index.html>

justo de intercambio comercial, posibilitando el acceso de las o los productores más desfavorecidos al mercado y promoviendo el desarrollo sostenible”

“El término justo y equitativo se refiere al beneficio ecuánime entre productores, consumidores e intermediarios, mediante tratos comerciales más humanos y de mutua confianza. Alternativo se refiere a una vía alterna de comercialización que tiene actualmente el pequeño productor al no poseer los medios para integrarse al comercio tradicional, y solidario, porque trata de ayudar al que ha sido marginado por décadas de los beneficios que el mismo ayuda a formar”(CIAT 2004).

Por lo anterior, como lo señala Amartya Sen (2002), “hace falta crear condiciones que permitan un reparto íntegro y más justo de los enormes beneficios del comercio.” Esas condiciones corresponden a procesos que en un plano muy amplio están identificadas con la urgencia de disminuir la pobreza en el planeta, mediante estrategias y programas particulares<sup>7</sup>.

En ese sentido el comercio justo es una alternativa de innovación social en el que diversas disciplinas resultan factores de impacto, tal es el caso de la educación y en particular, los profesionales del diseño. En ese sentido los diseñadores se interrelacionan por tres factores<sup>8</sup>: la interrelación de productos y de servicios en una serie de actividades con valor agregado; la configuración espacial y organizacional, así como territorial de las empresas que forman la red de producción y de marketing; la relación de poder o la estructura de gobernabilidad que determina la ubicación de los recursos en la cadena de producción.

No obstante el reto principal es incorporar el tema del comercio justo en las materias para los profesionales del diseño. En todo caso estadísticamente, el diseñador debe comprender que el nicho de mercado ocupado por el comercio no convencional, justo y solidario después de medio siglo de creación, no alcanza a ser el 1% del mercado total y esa es una ventana de oportunidad (New Economics Foundation 1998).

Los principales planteamientos del comercio justo son:

Trabajar deliberadamente con productores y trabajadores marginados a fin de ayudarles a cambiar de una posición de vulnerabilidad a la seguridad y la autosuficiencia económica;

1. Dar mayor peso a los productores y a los trabajadores como partes interesadas de sus organizaciones;
2. Jugar activamente un mayor papel en la arena internacional para lograr mayor equidad en el comercio internacional”. (Bowen, 2001)
3. Hacer evolucionar las prácticas comerciales hacia la sostenibilidad y la integración de los costes sociales y medioambientales, tanto a través del ejemplo como militando a favor de un cambio en las legislaciones.

---

<sup>7</sup> *Ibidem.*

<sup>8</sup> Marie-Cristine Renard, “The interstices of globalization: the example of fair coffee”, *European Society for Rural Sociology*, Vol. 39, No. 4, 1999.



## Diseño y consumo

El diseño tiene su origen en el cambio social que la industrialización propició en el siglo XIX. Es un fenómeno ligado a la economía que a la expresión creativa y al arte<sup>9</sup>. Surgió en momentos de gran avance económico e industrial como algo directamente relacionado con la expansión del consumo y la producción y, por tanto, contribuyó, en mayor o menor medida, a ese cambio.

Esta era del consumo comenzó en los países desarrollados hace un siglo, y se debe reconocer que alcanzó una gran expansión e intensidad en el último medio siglo. Todos sabemos que a consecuencia del aumento de la actividad mercantil, los recursos energéticos escasean diariamente y la actividad industrial genera impactos en los ecosistemas y es causa del deterioro medioambiental que afecta a las condiciones de vida de la población mundial.

No obstante, el diseño existe porque hay industria y estándares, porque hay economía y consumo<sup>10</sup>. En ese sentido, el Diseño y medios de comunicación se convierten en piezas indispensables de la maquinaria que sostiene el orden económico. El diseño, entendido de modo muy genérico como el instrumento necesario para formalizar los objetos industriales en productos consumibles, tiene también por misión visualizar valores y creencias en un mercado competitivo sujeto a fuertes tensiones. El diseño facilita la ubicación de lo que se quiere vender en la mente de los compradores, formaliza en los objetos comerciales aquello que da satisfacción a sus necesidades y emociones.

El consumo juega un papel importante. La gente no compra sólo para dar gusto a la industria; lo hacen de buena gana, con la mejor disposición; sólo la carencia de dinero pone coto a este deseo. A la gente le gusta ir de compras, ahora bien, unas cosas se venden mejor que otras. La creciente demanda por parte de los particulares de todo tipo de cosas hace necesaria la fabricación de objetos que deben ser formalizados mediante el diseño y puestos en manos de la gente a través de las redes de transporte y comunicación que cubre todo el planeta.

El diseño es un lógico instrumento en este complicado entramado para acercar a la gente la oferta disponible. Es difícil creer que el diseño pueda existir al margen de esta forma de organización económica, que pueda desarrollarse alejado del intercambio mercantil. En ese sentido, la propuesta de los diseñadores está en hacer transformaciones innovadores que redimensionen la dinámica actual.

---

<sup>9</sup> Eugenio Vega. Diseño para el consumo. Universidad Complutense. Paperback | 07 2011 | ISSN 1885-8007

<sup>10</sup> Álvaro Magaña Tabilo. Foro Alfa.2013

## **El Diseño y su responsabilidad social**

Desde finales del siglo pasado la sociedad ha interpelado a las empresas para que rediseñen su identidad y redefinan su rol. Desde entonces los lazos entre empresas y sociedad dejaron de ser puramente económicos dando paso a lo que se denomina comportamiento socialmente responsable o responsabilidad social empresarial (RSE).

Este comportamiento se caracteriza por una nueva dinámica en donde la empresa desarrolla su gestión con base en valores y principios, es decir, una ética de la responsabilidad en sentido weberiano<sup>11</sup>, sin dejar de cumplir su función económica, que continúa siendo la esencia de su razón de ser (Sturzeneger, 2003, p.13).

Esta nueva política, genera una demanda al exterior, de productos bajo una perspectiva de sostenibilidad, y al interior de respeto a los derechos laborales de los trabajadores, además de que haya acciones empresariales de ayuda a los sectores vulnerables de la comunidad para erradicar sus problemas. Éstos, entre otros aspectos, caracterizan políticas corporativas que son ya tomadas en cuenta por los consumidores en el momento en que compran un producto o contratan servicios (Roinstein, 2004; Campbell, 2007).

Por lo anterior, las distintas disciplinas han desarrollado esquemas particulares para responder a las necesidades del mercado y a su vez, interpretar en sus productos el cambio social que se viene dando. Para lograrlo el tema de la responsabilidad social se ha incorporado dentro de los actores de la sociedad, el gobierno, la industria y no menos importante el sector académico. En este último, “la responsabilidad social universitaria, está marcada para ser una organización que desarrolla ideas, en donde se investiga y se aprende de sí misma para el bien de la sociedad” (Vallaes, et. al. 2009: 2). Es decir, en una universidad socialmente responsable debe permear esa filosofía hacia todos y cada uno de sus grupos de interés.

Dentro de esos grupos están los estudiantes que a través de los programas académicos de todas las licenciaturas deberán comprender cómo desde las últimas décadas se observa un cambio de paradigma en los intereses de los diversos sectores, que ya no sólo debe dar resultados y satisfacciones, a corto plazo, a sus accionistas y acreedores sino también al conjunto de los actores: sociedad civil, consumidores, sector público y proveedores. Este reposicionamiento social del mundo corporativo exige del mismo un accionar comprometido –y claro- para el mejoramiento sistemático de la calidad de vida de la sociedad en su conjunto (Roitstein 2004, p.7).

---

<sup>11</sup> El pensamiento weberiano se encuentra marcado por una titánica lucha entre, por un lado, el análisis científico y “objetivo” de la realidad de la civilización tecnificada y burocratizada del capitalismo y la democracia de masas, y por otro lado el esfuerzo ético dirigido a “salvar” al individuo de las fuerzas impersonales que le avasallan, restaurar un sentido a la existencia, y proteger los valores de la creatividad personal frente a la burocratización y el colectivismo. Romero, A. (1998). *Desencanto del mundo, irracionalidad ética y creatividad humana en el pensamiento de Max Weber*.

Se concibe a la Responsabilidad Social desde una mirada holística, que parte de una concepción del desarrollo, que se apoya en tres pilares: La necesidad de un ambiente sostenible, una economía próspera y una sociedad con equidad social. Es decir que la sostenibilidad forma parte de la estructura de la Responsabilidad Social.

### **Propuesta**

Con base a todo lo anterior, es importante continuar recalcando la importancia que la educación de los profesionales del diseño debe incluir los temas de ética, sostenibilidad, responsabilidad social y consumo, por lo cual en la los PA de Diseño Gráfico y Diseño Industrial de la UAEMéx no deben ser la excepción, si bien el proceso de enseñanza está centrado en el alumno, con tres núcleos de formación profesional (básico, sustantivo e integral), basado en competencias, (conocimientos, habilidades, aptitudes y valores); y caracterizado por una estructura interdisciplinaria y flexible, donde el alumno tiene que desarrollar un pensamiento crítico y habilidades para la solución de problemas, debe tomar decisiones con un amplio sentido de responsabilidad, compromiso social y ético.

Debe incorporar en cada uno de los núcleos, y dentro de las áreas académicas, los conceptos de Diseño Sostenible, Ética y Responsabilidad Social, Gestión de Proyectos Productivos y Diseño Estratégico. Es decir, deben estar inmersos en ambos sentidos, que permita permearlos en cada una de las unidades de aprendizaje, no si antes considerar la inclusión de una subárea académica, que éste integrada por u.a. seriadas con éstas temáticas, considerando que la Universidad actualmente se está también visualizando como una universidad emprendedora enfocada al desarrollo sustentable. (Refer Agenda Informativa)

Esta propuesta está basada en un planteamiento moderno innovador y acorde con las necesidades de un sistema educativo eficiente y eficaz, que permita a la Universidad en general y sobre todo a la Facultad de Arquitectura y Diseño, sus programas de Diseño Industrial y Diseño Gráfico estar no sólo cumpliendo con lo estipulado por los planes institucionales de desarrollo, sino, por aquello que la sociedad demanda y sobre todo nuestro entorno.

Lo anterior se logrará, a través de la renovación de los programas por competencias y sus contenidos, partiendo de nuestros retos y oportunidades, especialmente a los que se refiere el profundo rezago social y económico en un contexto de amplias desigualdades regionales y locales. En el campo del conocimiento del diseño debe replantearse la organización y operación del plan de estudios.

Para ello, los PA de Diseño Gráfico y Diseño Industrial de la UAEMéx no deben ser la excepción, si bien el proceso de enseñanza está centrado en el alumno y caracterizado por una estructura interdisciplinaria y flexible, donde el alumno tiene que desarrollar un

pensamiento crítico y habilidades para la solución de problemas, debe tomar decisiones con un amplio sentido de responsabilidad, compromiso social y ético. La actualización del conocimiento está prevista mediante la incorporación de unidades de aprendizaje de libre configuración (unidades optativas), de tal forma que será posible incorporar conocimientos de vanguardia para cada materia del plan de estudios.

La meta es incorporar en cada uno de los núcleos, y dentro de las áreas académicas, el tema de los CES. Es decir, estar inmersos en ambos sentidos (trasversal y horizontal), que permita permearlos en cada una de las UA como temas necesarios de discusión. La relevancia e importancia de ellos los hacen indispensables para su análisis.

## Bibliografía

- Almanza Alcalde H. (2005). *El comercio justo visto como movimiento*. Vinculando.org, Revista Electrónica Latinoamericana en Desarrollo Sustentable, Consultado 05 mayo 2013, disponible en: [http://vinculando.org/comerciojusto/mst\\_comercio\\_justo/movimiento\\_comercio\\_justo.html](http://vinculando.org/comerciojusto/mst_comercio_justo/movimiento_comercio_justo.html)
- **Arfuch, Leonor et al. (1997). Buenos Aires: Diseño y comunicación. Editorial Paidós, pp. 121 y 122**
- Amartya Sen (2002). *Prólogo del informe. Cambiar las reglas. Comercio, globalización y lucha contra la pobreza. Comercio con Justicia*. Oxfam Internacional.
- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, (ANUIES) de México (2012), *Inclusión con Responsabilidad Social. Una - Nueva Generación de Políticas de Educación Superior*, México, Primera edición 2012.
- Barrera Morales MF. (2002). *Planificación Prospectiva y Holística*. Colección Holos. Cooperativa Editorial Magisterio. 141.
- **Bisaillon, V., Gendron, Corinne y Turcotte, Marie-France. (2005). Taller sobre Comercio justo de la Alianza para un mundo responsable, plural y solidario. Cátedra de responsabilidad social y de desarrollo sostenible. Escuela de ciencias de la gestión, Universidad de Quebec en Montreal. Hard copy.**
- Braungart, M.; McDonough, W. (2005). *Cradle to Cradle (De la cuna a la cuna)*. Rediseñando la forma en que hacemos las cosas, Madrid, McGrawHill / Interamerican de España S.A,
- Chaves, Norberto. (2001). *El Oficio de Diseñar*. Ed Gustavo Gili. Barcelona, España..
- Campbell, J. (2007). *Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility*. En *Academy of Management Review* Vol. 32 N°3. New York, Academy of Management.
- Chambouleyron, M. y Pattini, A. (2004). *El diseño y el imperativo ecológico*. En *Revista Huellas : búsquedas en artes y diseño*, N° 4. Mendoza, Universidad Nacional de Cuyo. Facultad de Artes y Diseño. Dirección de Investigación y Desarrollo

- **Centro Tecnológico para el Diseño y la Producción Industrial de Asturias (2010). *Diseño Estratégico, Guía Metodológica*, España, Ed. Fundación Prodimtec.**
- CIAT Centro Interamericano de Administración Tributaria, 2004.
- Gutiérrez Ruíz José Javier (2012). *Conceptos Clave para la Formación del Diseñador Industrial*. UAM 978-606-477-626-5
- HAMEL, Gary / BREEN, Bill. (2007). *The Future of Management*. Hardcover, October 8.
- LEIRO, Reinaldo J. (2006). *DISEÑO: Estrategia y Gestión*. Ediciones Infinito, Buenos Aires, Argentina. Pág. 23.
- Huidobro G. (2005). *Manual de ética para el diseño*. Universidad de Chile.
- Juárez José de Jesús Flores Figueroa - Juan Manuel Madrid Solórzano - Cesar Omar Balderrama Armendáriz. (2011). *Diseño Holístico: Creatividad y Holística*. Primera edición, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. México
- Manual de primeros pasos (2009). Banco Interamericano de Desarrollo y Mcgraw-hill interamericana editores, S. A. de C. V. México.
- Marie-Cristine Renard, (1999). "The interstices of globalization: the example of fair coffee", European Society for Rural Sociology, Vol. 39, No. 4.
- Maslow, Abraham (1991). *Motivación y Personalidad*, Madrid, España, Ed. Díaz de Santos.
- Rodriguez, G. (1984). *Manual de Diseño Industrial México*, GG Ediciones
- **Roitstein, F. (2004). *La responsabilidad social empresarial en la Argentina: tendencias y oportunidades*. Revista Latinoamericana de Administración N° 32. Bogotá, Cladea.**
- **Pelta Resano, R. (2010). *Diseñadores, medio ambiente y sostenibilidad. Actitudes para un nuevo activismo social*. Ponencia presentada en 1er Congreso Internacional de Diseño e Innovación de Catalunya.**
- Sturzenegger, A., Flores Vidal, F. y Sturzenegger, G. (2003). *Hacia una cultura de la Responsabilidad Social Empresaria en Argentina*. Buenos Aires, Foro Ecuménico y Social.
- UAEMéx. Planes Flexibles. LDG-LDI. 2004.
- Vallaes, Francois, de la Cruz, Cristina y Sasia, Pedro (2009). *Responsabilidad social universitaria*. Mcgraw-hill interamericana editores, S. A. De C. V. México
- Vega Eugenio. (2013). *Diseño para el consumo*. Universidad Complutense. Paperback | 07 2011 | ISSN 1885-8007 Álvaro Magaña Tabilo. Foro Alfa.