



LA ÉTICA EN EL DISEÑO GRÁFICO

MDG. María de los Ángeles Lichtle García de Acevedo
angeles.lichtle@yahoo.com.mx



Resumen

Cualquier persona que se jacte de profesional debe ejercer o practicar su profesión de manera ética. Es importante ser justo y equitativo con los clientes, proveedores, colegas y demás personas con las que estamos siempre en contacto.

Es parte de un dilema personal saber cuándo aceptar un trabajo o negocio que quizá en el fondo sepamos no es muy correcto, que deja en desventaja a nuestra contraparte o que, simplemente, no va de acuerdo con nuestra manera de pensar. Este dilema de hacer o no, si contraviene nuestras creencias personales sobre lo que es correcto o no lo es a veces es una constante en la labor del profesionalista. Se habla mucho de la ética profesional, pero cuando se tienen gastos fijos o hay que pagar cuentas y el trabajo no cumple con los requisitos que se consideran correctos, ¿qué es lo que se debería hacer? Es cuestión de conciencia aceptar un trabajo o no, pero el pago de las cuentas no esperan y ahí es donde entra el dilema ético. Nadie nos puede decir qué proyecto aceptar o no, es una decisión muy personal.

Palabras clave

Ética, Moral, Profesionalismo, Código de ética, Diseño gráfico.



La ética y la moral

El ser humano, al ser un ente social, siempre está buscando la manera de lograr que la convivencia entre las personas sea lo más cordial posible por lo que, desde el inicio de los tiempos, el hombre ha generado leyes y ciertas normas que rijan su conducta.

La moral es una ciencia que trata del bien en general, y de las acciones humanas en orden a su bondad o malicia, pero no concierne al orden jurídico, sino al fuero interno o al respeto humano. (Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. (DRALE) Por lo tanto, la moral rige las acciones del individuo donde se le inculca, desde su nacimiento y en el seno familiar qué conductas son correctas, cómo se debe proceder ante los demás y cuáles son las consecuencias de sus actos. Cada persona desde su contexto sabe lo que es correcto hacer y los juicios que debe tomar en relación al bien y al mal. La sociedad donde se vive posee ciertas reglas morales que le indican a la persona la manera de conducirse y esto puede variar de cultura a cultura. Así la moral es personal, está en la conciencia de cada uno saber si hace bien o mal y es su propia decisión los actos que realiza, siempre y cuando no procure el mal ajeno.

Por otro lado, la ética es un conjunto de reglas impuestas por la sociedad, son normas que rigen la conducta humana. El DRALE define ética como parte de la filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del hombre. No posee un orden legal, es cuestión personal acatar estas normas, y buscan también que la convivencia humana se dé de forma correcta. El hombre la construye mediante la creación de hábitos, mismos que se alcanzan por repetición de actos. La ética es, por lo tanto, una reflexión sobre la moral.

La ética, como filosofía de la moral, se encuentra en un nivel diferente: se pregunta por qué consideramos válidos unos y no otros comportamientos; compara las pautas morales que tienen diferentes personas o sociedades, buscando su fundamento y legitimación; investiga lo que es específico del comportamiento moral; enuncia principios generales o universales inspiradores de toda conducta; crea teorías que establezcan y justifique aquello por el que merece la pena vivir.

La moral da pautas para la vida cotidiana, la ética es un estudio o reflexión sobre qué origina y justifica estas pautas. Pero las dos, si bien son distinguibles, también son complementarias. Del mismo modo que teoría y práctica interaccionan, los principios éticos regulan el compor-



tamiento moral, pero este comportamiento incide alterando los mismos principios. A menudo los conflictos de normas morales que aparecen cuando tenemos que tomar decisiones son el motor que nos impulsa a una reflexión de nivel ético. Es por ello que López-Aranguren (1995) reconociendo la vinculación entre teoría y práctica, llama a la ética *moral pensada* y a la moral, *moral vivida*.

Entendiendo de esta manera la diferencia entre ética y moral, se crean los códigos de conductas y normas éticas, que agrupan una serie de normas, códigos de conducta, principios y reglamentos para reforzar ciertas formas de proceder o evitar situaciones incorrectas, ilegales o inmorales dentro de una sociedad, empresa o negocio.

Un código de ética profesional se crea para orientar y ayudar a identificar las actividades y las maneras de proceder en el ejercicio de la profesión o de un negocio. Por lo tanto, el propósito de un código es desalentar las acciones indebidas, impulsar la honestidad y el comportamiento correcto, incluyendo el manejo con ética de conflictos de intereses entre las relaciones personales y profesionales.

En ningún código ético se puede explicar en su totalidad, ni en detalle el comportamiento ético y la conducta moral que debe adoptarse para cada situación o caso, lo que se persigue es confiar en el buen juicio de los involucrados para lograr así una buena relación comercial con quienes se relacionen con el quehacer profesional. Algunos códigos explican las consecuencias de incumplir con las reglamentaciones que incluyen e incluso cuales son las medidas disciplinarias o consecuencias, llegando algunos a revocar la licencia para ejercer la disciplina, amonestaciones, penalizaciones, consecuencias legales si es que aplican e inclusive dentro de algunas empresas contempla la rescisión de su contrato de empleo. En fin, muchas disciplinas y empresas poseen su propio código, el cual posee cláusulas adaptadas a sus necesidades particulares, pero con las mismas constantes y principios de honestidad, valores y bien común.

Lo que aquí nos interesa en este artículo, es el Código de Ética que se vincula a la profesión del diseño gráfico. En México existe un órgano colegiado (entendiendo a un colegio como una sociedad o corporación de personas de la misma dignidad o profesión (DRALE) que agrupa a profesionales del diseño a nivel nacional llamada CODIGRAM (Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México A.C.), cuyos propósitos principales son buscar los



principios fundamentales para el desarrollo y promoción del diseño mexicano, dar certidumbre a los profesionistas del diseño ante las diferentes autoridades, así como con industriales, comerciantes y demás personas que se relacionan con el gremio. Así mismo pretende incrementar el conocimiento del diseño, impulsar su desarrollo y práctica profesional en todos los ámbitos aumentando la calidad de los productos y haciendo que la comunicación gráfica beneficie al país. (Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México A.C.:2013)

Un aspecto loable para el CODIGRAM es que lleva más de 30 años en una labor continua y es el autor del Código de Ética que rige a la disciplina del diseño gráfico en México. Este código es muy conocido en muchas universidades y por profesionistas del área y es una fuente de consulta constante para muchos. El código de ética del CODIGRAM busca ser partícipe de la evolución del contexto del diseño para construir una sociedad más justa, donde exista mayor igualdad y libertad individual; para ello la asociación elaboró un código que es compatible con las normas de las sociedades internacionales de diseño ICSID (International Council of Societies of Industrial Design) e ICOGRADA (International Council of Graphic Design Associations), fue concebido específicamente para interactuar con el contexto mexicano y contribuir a su mejoramiento.

Indica el Colegio que es necesario apegarse a su código para poder ser miembro de él. También garantiza a terceros el prestigio de sus agremiados, así como su nivel de excelencia profesional. De este modo, y en función a la voluntad expresa del gremio colegiado, el CODIGRAM podrá reprender, suspender o expulsar a cualquier miembro que infrinja este CÓDIGO DE ÉTICA, o a quien, en su opinión, se comporte de alguna manera que desacredite a la profesión, o al propio Colegio.

El código posee estatutos que se engloban en cuatro principales temas que abarcan la responsabilidad de diseñador con: la comunidad, con el usuario, con el cliente y con sus colegas. Se resumen, las ideas centrales de este código así mismo sugieren al lector que si busca más información detallada en relación con este tema entre a la página electrónica del CODIGRAM y ahí puede descargar el código de ética completo en su versión PDF.



El punto A; trata sobre la relación del diseñador con la comunidad. Habla sobre como ejercer la profesión para elevar el bienestar de la comunidad, siempre que los beneficios no vayan en contra de los intereses de la comunidad nacional, tratando de fomentar el desarrollo y creación de nuevas empresas que generen empleo e impuestos, beneficiando a los grupos más desprotegidos de la sociedad. Considera la promoción del desarrollo de bienes y mensajes visuales que sustituyan importaciones y patentes extranjeras, tratando también de ampliar las posibilidades de exportación y captación de divisas.

El punto B; habla sobre la relación del diseñador con el usuario, donde lo que se busca es satisfacer las necesidades del usuario tanto nacional como extranjero; mismas que incluyen las de carácter racional y emotivo, respetando su tradición y cultura. Menciona la importancia de reducir precios o costos sin disminuir la calidad y optimiza la complejidad funcional de los bienes y mensajes visuales.

En el punto C; en relación al trato con el cliente es muy enfático cuando determina que no se deberá trabajar al mismo tiempo para dos clientes directamente competidores entre sí, sin el previo acuerdo de ello. Se debe guardar absoluta confidencialidad, y no divulgar ningún tipo de información perteneciente al cliente por ningún medio a menos que tenga autorización para ello. El mismo criterio se deberá aplicar para el cliente en relación con el trabajo del diseñador y los materiales que éste le proporcione. En el caso del portafolio profesional solo se deberán mostrar trabajos donde se especifique el grado y tipo de participación que se tuvo en el mismo, mostrando una carta de autenticación del cliente o despacho donde se laboró. Si se trabaja en equipo es necesario indicar el grado de participación y dar el crédito correspondiente a los demás integrantes.

Por otro lado el diseñador deberá probar sus estudios universitarios o de postgrado, mostrando su cédula profesional, cuando así se le requiera, y su credencial de membresía actualizada al CODIGRAM. Siempre deberá cobrar por los servicios que presta, a menos que se trate de obras de beneficencia pública, y nunca deberá sobornar o dar comisión alguna a empleados o ejecutivos del cliente con el fin de lograr obtener la contratación para desarrollar un trabajo.



El punto D; contempla la relación entre el diseñador y sus colegas y menciona: que "...siempre deberá ser honesto en su crítica y no difamar o denigrar el trabajo o reputación de otro colega. No aceptará un proyecto, con conocimiento de causa, en el que otro diseñador haya estado involucrado sin notificárselo antes. No competirá de manera desleal por medio de reducción de precios u honorarios, ni recurrirá al plagio por ningún motivo, así como al soborno o al cohecho. Siempre deberá cobrar por sus servicios a menos que se trabaje para actos o instituciones de caridad o no lucrativas. En caso de trabajar con colegas deberá respetar el derecho moral a créditos de los mismos y no adjudicárselo total o parcialmente en forma individual. Si se laboró como empleado dentro de alguna empresa de diseño, deberá explicar su grado de participación y mencionar los nombres de los participantes o el nombre de la empresa..."

Si se es docente no es válido utilizar a los alumnos de forma ventajosa para beneficio personal y, si se le solicita un portafolio de docencia, podrá mostrar aquellos trabajos que los alumnos elaboraron bajo su supervisión directa, explicando que se trata de ejercicios escolares, dando datos de la escuela y su grado de participación específica dentro del trabajo. Evitará participar en concursos que vayan en detrimento de los intereses económicos del gremio o en contra del estatus y honor de la profesión. Cualquier anuncio o publicidad de índole profesional que realice el diseñador, deberá tener juicios objetivos y verdaderos, y estar de acuerdo con la dignidad de la profesión. El Diseñador podrá solicitar a sus clientes el uso de su nombre asociado al producto o mensaje visual, cuando así lo estime conveniente.

Para finalizar, estas dos últimas cláusulas se mencionan tal cual porque concluyen el importante trabajo realizado por el CODIGRAM en su código de ética:

30) Cualquier persona interna o externa al CODIGRAM podrá llevar a cabo sus denuncias ante la JUNTA DE HONOR del Colegio, la cual designará una COMISIÓN DISCIPLINARIA que llevará a cabo las JUNTAS DE AVENIENCIA necesarias. Una vez recibido dicho informe, la JUNTA DE HONOR dictaminará e impondrá las sanciones correspondientes que procedan.

31) Las sanciones que imponga el CODIGRAM a la violación de este CÓDIGO DE ÉTICA por parte de sus miembros, estarán supeditadas a las normas de la LEY DE PROFESIONES de la SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA, o a las que se indiquen en los Estatutos vigentes del Colegio. (Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México A.C., 2013)



Conclusiones

Es importante destacar la importante labor del CODIGRAM así como su código de ética, en lo personal es interesante como aborda puntos relevantes para que el profesional de diseño se desenvuelva de manera correcta en sus actividades cotidianas o, por lo menos, tome en cuenta lo mencionado para saber que debe o no hacer.

Considero que este documento elaborado por CODIGRAM debería ser más difundido entre el gremio y universidades, ya que muchos estudiantes y profesionistas lo desconocen, y ya no se puede "pecar de inocencia" al decir que ignoraba o sabía tal o cual cosa para ejercer una profesión de manera recta, honesta, responsable y con valores.

Entendiendo, entonces, que un código de ética además de servir como una guía moral, también por medio de él, la profesión se declara competente para servir a la sociedad con lealtad, responsabilidad y respeto. Hecho que desgraciadamente no ocurre en la práctica cotidiana. Sabiendo que hay diseñadores o *pseudo diseñadores* que no tienen escrúpulos y hacen de la profesión un "circo".

Quizá el Código de Ética queda solo en buenas intenciones, decirnos que es bueno o malo o nos hagan ser más conscientes de una correcta práctica, es un buen inicio, pero no es suficiente, tal vez como gremio deberíamos ser más unidos y hacer mayor difusión de estos principios básicos que son muy importantes para el ejercicio profesional.

Desde una opinión personal creo que al Código de Ética presentado aunque, acertado en muchos puntos, podría incluir algunas cláusulas que hagan referencia más precisa al plagio, la calidad profesional de los trabajos y del servicio, la actualización y capacitación constante de conocimientos requeridos en el área, cuales son los derechos, obligaciones y responsabilidades de un diseñador, de la contratación y remuneración de recién egresados por despachos de diseño, de la enseñanza de mala calidad, etc. También es importante considerar la época actual en que la tecnología, la internet y la famosa aldea global están presentes en la actividad profesional del diseñador. Así, esto sería un buen ejercicio para el CODIGRAM abrirse a un diálogo con profesionistas, académicos y empresarios con el fin de enriquecer y actualizar un poco más el código que rige a la disciplina del diseño gráfico.



Fuentes de información

- CODIGRAM (Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México A.C.). (2013, 04 06). Código de ética. Retrieved from <http://www.objetual.com/di/articulos/codigram/cod>
- Ética y moral, desde la etimología. (2013, 04 01). Retrieved from <http://www.xtec.es/~lvallmaj/passeig/etimora2.htm>.
- López-Aranguren, J. L. (1995). Ética y sociedad. Madrid: Trotta.
- Real Academia Española (2013). Diccionario de la lengua española (2001). (edición 22a.). Madrid, España.