



DiseñÉtica

Memoria DiseñÉtica
Andrea Hernández Armas

Diseñética

Proyecto de un juego didáctico sobre
la ética en el diseño.

Trabajo Fin de Grado
Andrea Hernández Armas

**DiseñÉtica: Proyecto de un juego didáctico
sobre la ética en el diseño.**

Autora
Andrea Hernández Armas

Tutor
Dr. Bernardo Antonio Candela Sanjuán

Facultad de Bellas Artes
Grado en Diseño
Universidad de La Laguna

Promoción 2020 - 2024
Curso Académico 2023 - 2024
Presentación TFG Junio 2024

Reservados todos los derechos. No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión por cualquier forma o cualquier medio sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright.

© 2024, DiseñÉtica

A mis abuelos,
por siempre creer en mi.

Con esperanza de que puedan ver
que su mayor deseo está cumplido.

Resumen

En un mundo donde el diseño influye en cada aspecto de nuestras vidas diarias, la ética se convierte en el pilar esencial que guía cómo ideamos, desarrollamos y compartimos soluciones.

Es en este contexto que nace DiseñÉtica, un juego educativo que amplía nuestra comprensión de las implicaciones éticas en el diseño. Sumergiendo a los jugadores en desafíos simulados, proporcionando una experiencia interactiva única.

Este proyecto se presenta como una herramienta innovadora, educativa y reflexiva que busca inspirar a la próxima generación de diseñadores a considerar no solo la estética, sino también las implicaciones éticas de sus decisiones. A través de la interacción con el juego, se espera que los participantes adquieran las habilidades necesarias para enfrentar los desafíos éticos de manera informada y responsable en su práctica profesional, contribuyendo así a un entorno de diseño más ético y consciente.

Palabras Clave

Diseño, ética, juego didáctico, impacto social, experiencia interactiva, diseño gráfico

Abstract

In a world where design influences every aspect of our daily lives, ethics becomes the essential pillar guiding how we conceive, develop, and share solutions.

It is in this context that DiseñÉtica is born, an educational game that expands our understanding of the ethical implications in design. Immersing players in simulated challenges and real-life cases, it provides a unique interactive experience.

This project is presented as an innovative, educational, and reflective tool aiming to inspire the next generation of designers to consider not only aesthetics but also the ethical implications of their decisions. Through interaction with the game, participants are expected to acquire the necessary skills to address ethical challenges in an informed and responsible manner in their professional practice, thereby contributing to a more ethical and conscious design environment.

Key Words

Design, ethics, educational game, social impact, interactive experience, graphic design

Listado de abreviaturas

BEDA	Oficina de Asociaciones Europeas de Diseño
DICA	Asociación de Diseñadores Canarias
DPEJ	Diccionario Panhispánico del español
ENAD	Encuentro Nacional de Asociaciones de Diseño
EEES	Espacio Europeo de Educación Superior
ESO	Educación Secundaria Obligatoria
ICGD	Icograda
ICOD	Internacional Council of Design
RAE	Real Academia Española
READ	Red Española de Asociaciones de Diseño
TFG	Trabajo Fin de Grado
ULL	Universidad de La Laguna
UNICEF	United Nations International Children's Emergency Fund

Índice

1. INTRODUCCIÓN	14	4.5 El juego para el aprendizaje	34	5.4.6 Otros detalles.	54
2. OBJETIVOS	17	4.5.1 Referencias de juegos éticos.	35	6. DESARROLLO	57
3. METODOLOGÍA	20	4.5.2 Referencia taller ético.	37	6.1. Naming	57
4. INVESTIGACIÓN	24	4.5.3 Referencias actividades éticas.	38	6.2 Identidad visual corporativa	59
4.1 El rol del código en el papel profesional	24	4.5.4 Dilemas éticos aplicados al código deontológico.	40	6.2.1 Construcción	60
4.1.1 Ámbitos profesionales.	25	4.6 Entrevistas a profesionales	41	6.2.2 Tipografía	61
4.2 Códigos de diseño internacionales	26	4.7 Conclusión	43	6.2.3 Paleta cromática	62
4.2.1 ICOD: Conductas ética.	26	5. IDEACIÓN	46	6.3 Productos	63
4.2.2 Código ético de Canadá.	27	5.1 Focus Group	46	6.3.1 Tablero	63
4.2.3 Código ético de BEDA.	28	5.1.1 Público objetivo	46	6.3.2 Cartas	67
4.3 Iniciativas nacionales y autonómicas.	29	5.1.2 Público persona	47	6.3.3 Packaging	78
4.3.1 Código deontológico del diseño READ.	29	5.1.3 Moodboards Focus Group	48	6.3.4 Manual de instrucciones	82
4.3.2 ENAD, Encuentros Nacionales de Diseño.	31	5.2 Propuesta del juego.	49	6.3.5 Otros elementos	86
4.3.3 Traducción del código de conducta profesional para diseñadores relacionado con la comunicación. Autonómica, DICA.	31	5.3 Primeros modelos de juego.	50	7. CONCLUSIÓN	98
4.4 Cómo se introduce la ética en el diseño	32	5.4 Ideación final del juego.	53	8. BIBLIOGRAFÍA	101
		5.4.1 Objetivo del juego	53	9. ANEXO	105
		5.4.2 Preparación del juego	53	10. MANUAL DE IDENTIDAD	133
		5.4.3 Empieza el juego	53		
		5.4.4 Cómo jugar	54		
		5.4.5 Materiales	54		



INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN

Este apartado introduce el Trabajo de Fin de Grado de DiseñÉtica que se basa en el desarrollo de un juego didáctico para fomentar la conciencia ética en futuros diseñadores y diseñadoras.

Los desafíos múltiples, complejos y cambiantes en el entorno actual, donde el diseño, no solo es una expresión creativa sino también, una fuerza poderosa con implicaciones éticas significativas, han llevado a generar un cruce entre creatividad y responsabilidad.

El presente Trabajo de Fin de Grado explora la concepción y desarrollo de un juego didáctico diseñado para sumergirnos en los diferentes desafíos éticos del diseño.

Este proyecto se adentra en la importancia de cultivar conciencia en el proceso creativo, utilizando “Diseñética” como un vehículo educativo y reflexivo. A lo largo de estas páginas se explicará la génesis, diseño, creación de identidad visual corporativa e implementación del juego, destacando su potencial para inspirar a la próxima generación de diseñadores y diseñadoras a considerar, no sólo, la estética, sino también, las implicaciones éticas de sus decisiones.

2.

OBJETIVOS

2.

OBJETIVOS

Para asegurar que el juego cumpla con su propósito, se detallarán tanto el objetivo general como los objetivos específicos que guiarán el desarrollo de este proyecto.

GENERAL

Crear un juego didáctico que instruya sobre las complejidades éticas que guían cada decisión de diseño, a raíz del Código deontológico del diseño READ, para poder aplicarlo en sus proyectos.

ESPECÍFICOS

- 01** Investigar los códigos deontológicos, con el propósito de incorporarlos, de manera educativa, en el juego.
- 02** Generar todo el material necesario para la creación del juego, su posterior implementación y además su uso.
- 03** Elaborar tanto, una identidad visual corporativa, como una tipografía propia para la aplicación del juego.
- 04** Poner en práctica habilidades de diseño para concebir un producto final que sea funcional y estéticamente atractivo.

3.

METODOLOGÍA

3.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este proyecto se ha utilizado una metodología *ad hoc* con diferentes fases y herramientas. Este proceso se ha dividido en cinco etapas principales.



La metodología realizada se divide en diferentes fases:

1. Fase de investigación

Se realizó un análisis exhaustivo sobre las siguientes temáticas:

- Códigos deontológicos.
- Iniciativas nacionales, internacionales y autonómicas.
- Aplicación de la ética en las universidades españolas.
- Juegos, actividades y talleres éticos.

Para ello, se consultaron múltiples fuentes, incluyendo tesis, libros, artículos académicos, informes y sitios web. Adicionalmente, se realizaron entrevistas semiabiertas vía Google Meet con dos profesionales del diseño, entre ellos el responsable del código deontológico del diseño READ y una docente de filosofía del Grado de Diseño en la Universidad de La Laguna.

También se llevó a cabo una exploración detallada de distintos juegos, y se elaboraron tablas para analizar objetivamente las diversas características, contenidos y funcionalidades de cada uno de ellos.

2. Fase de ideación

En esta etapa, se definió el público objetivo al que se dirigirá con la ayuda de un focus group para extraer sus preferencias logrando así una mayor aceptación por parte de los usuarios. A tenor de lo anterior, se comienza a desarrollar la ideación del juego.

3. Fase de desarrollo

Se elaboraron todos los aspectos necesarios para poder llevar a cabo el juego, incluyendo la marca con su naming, construcciones y paletas cromáticas. Posteriormente, los elementos del juego, tales como: el tablero, las cartas, el packaging, las instrucciones, etc.

4. Fase de implementación

En este punto del trabajo queda plasmado el producto final a raíz de fotografías profesionales para asegurar que todos los detalles se han plasmado correctamente, y se cumple con una calidad adecuada.

5. Conclusión

En esta fase se evalúa y analiza todo el proyecto, revisando detenidamente los puntos destacados en los objetivos iniciales y verificando que se hayan cumplido en su totalidad.

4.

INVESTIGACIÓN

4.

INVESTIGACIÓN

Para que este juego didáctico sea efectivo es necesario realizar una investigación exhaustiva que respalde la fundamentación teórica del proyecto, permitiendo enfocar eficazmente los esfuerzos y lograr un impacto significativo en la conciencia ética de los futuros diseñadores y diseñadoras.

4.1 El rol del código en el papel profesional

Los códigos deontológicos son conjuntos de principios éticos y normas de conducta que guían el comportamiento de los profesionales en el ejercicio de sus actividades. Estos códigos son elaborados por organizaciones y colegios profesionales para establecer estándares éticos y promover la integridad en sus respectivas disciplinas. (DPEJ - RAE, 2023).

Su propósito abarca la protección de los intereses y la seguridad del público, previniendo conductas inapropiadas y fomentando la responsabilidad. La transparencia, la integridad y el respeto no solo son valores fundamentales en estos códigos, sino también elementos clave para consolidar la confianza del público, de los profesionales y la integridad de la profesión en sí. Estos códigos, además de proporcionar una guía ética, sirven como herramientas para abordar y resolver conflictos, ofreciendo directrices para enfrentar situaciones difíciles y dilemas éticos. Esto va más allá de la

práctica individual, implica la promoción del bienestar público y la contribución activa al bien común. Son pilares esenciales para la construcción de una relación de confianza y para el compromiso cívico. (Union Profesional, 2009).

Hay que tener en cuenta que los códigos deontológicos no son estáticos y pueden evolucionar con el tiempo para abordar nuevos desafíos y situaciones éticas. Asimismo, su efectividad depende, en gran medida, de la voluntad de los profesionales en adoptar y aplicar estos principios, en su práctica diaria.

Ámbitos profesionales

Los códigos deontológicos son fundamentales y es por ello que, en muchos ámbitos profesionales, cuentan con el suyo propio, algunos ejemplos son:

En el ámbito de enfermería, sus códigos abordan aspectos como la confidencialidad de la información médica, el respeto a la autonomía del paciente y la responsabilidad ética en la toma de decisiones médicas.

En el campo del derecho, sus códigos se centran en la relación con los clientes, la confidencialidad de la información legal, la imparcialidad en la representación y la lealtad al sistema legal.

Los ingenieros/as, tienen códigos éticos que se centran en la seguridad pública, la integridad profesional y la responsabilidad en el diseño y ejecución de proyectos de ingeniería.

Los códigos deontológicos de los veterinarios/as destacan por la obligación de velar por el bien-

tar animal, la confidencialidad de la información, altos estándares de higiene y cuidado, y la actualización continua en conocimientos.

Los arquitectos/as, por su parte, se centran en la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente, la seguridad y funcionalidad de las edificaciones, la integridad en las relaciones profesionales, la honestidad, transparencia, y el respeto a la normativa vigente. (Union Profesional, 2009).

En conclusión, no sólo son guías éticas sino, instrumentos para abordar situaciones difíciles, subrayando su relevancia en la responsabilidad social y la aportación al beneficio colectivo. Su capacidad de evolucionar demuestra su adaptabilidad a desafíos emergentes y, su eficacia radica en la implementación activa por parte de los profesionales.

4.2 Códigos de diseño internacionales

ICOD: Conductas éticas

ICOD, el Consejo Internacional de Diseño, incluye en sus recursos un apartado dedicado al código de conducta profesional del Consejo Internacional de Diseño. Este busca establecer un estándar internacional para la ética y el profesionalismo en el diseño. Se enfoca en la autoconciencia y la acción colectiva para elevar el prestigio de la disciplina. Aunque las diseñadoras y los diseñadores individuales no son miembros directos, se alienta a las organizaciones y asociaciones a adoptar y adaptar el código. Este aspira a ser una guía que busca adherirse a estándares internacionales y mejorar la práctica del diseño en todo el mundo. (ICOD, 2020)

Este código se organiza en tres secciones principales:

- **Desempeño Profesional:** Esta sección abor-

da el mantenimiento de altos estándares de competencia y la actualización continua de conocimientos y habilidades a lo largo de las diferentes carreras profesionales de las y los diseñadores.

- **Conducta Profesional:** Aquí se destacan los principios éticos que las y los diseñadores deben seguir, como la honestidad, la integridad y el cumplimiento de las leyes y regulaciones relacionadas con su trabajo. También se enfatiza la importancia de educar a los/as clientes/as y proteger la confidencialidad de la información.
- **Responsabilidad Profesional hacia la Sociedad:** Esta parte del código se centra en el papel de la promoción de la sostenibilidad ambiental, la equidad social y la diversidad cultural. Las y los diseñadores son instalados a considerar el gran impacto social y ambiental de sus diseños, así como a abogar por prácticas comerciales que sean justas y transparentes. (ICOD, 2020)

ICOD (2020) hace alusión directa a que **“Los diseñadores tienen la responsabilidad de utilizar su conocimiento y habilidades para contribuir a un futuro económicamente viable, socialmente equitativo, culturalmente diverso y ambientalmente sostenible.”**

Código ético de Canadá

Este código ético se ha diseñado para reforzar el compromiso con elevados estándares profesionales y éticos en sus interacciones con clientes/as y/o empleados/as y, cuyo objetivo, es facilitar su aplicación organizando normas en categorías, con la intención de que sean claras, objetivas y sencillas de seguir.

- **Responsabilidades con la organización:** Cumplimiento legal, integridad profesional, promoción de certificación y confidencialidad.
- **Responsabilidades con la profesión y otros diseñadores/as:** Contribución al mejoramiento profesional, evitar críticas injustas y rechazar prácticas poco éticas.
- **Responsabilidades ante clientes/as y empresarios/as:** Priorizar los intereses del cliente/a, cumplir con responsabilidades financieras, evitar conflictos de interés y garantizar contratos.
- **Responsabilidades con la sociedad y el medio ambiente:** Evitar acciones perjudiciales, considerar implicaciones ambientales y culturales, y contribuir a proyectos de bien público.
- **Responsabilidades en competencia y tasas:** Promover la competencia justa, evitar trabajo sin compensación y participar en pruebas de habilidades sin compensación en procesos de solicitud de empleo.
- **Responsabilidades relacionadas con la propiedad intelectual:** Dar crédito a colaboradores/as, obtener permiso para usar el trabajo de otras personas diseñadoras y educar a las personas sobre derechos de propiedad intelectual.
- **Responsabilidades relacionadas con la propiedad intelectual ajena:** Prohibir copiar o reclamar como propio el trabajo de otras personas, verificar el uso correcto de material con derechos de autor y buscar acuerdos de compensación en caso de infracción.
- **Responsabilidades de los empresarios/as:** Cumplir con la ley, promover un entorno laboral inclusivo, compensación justa y dedicación a proyectos de bien público.
- **Responsabilidades de los educadores/as:** Enseñar ética y legalidad, preparar estudiantes para la industria, concientización sobre implicaciones del trabajo y educación sobre derechos de propiedad intelectual.

El código enfatiza la importancia de la integridad, profesionalismo y respeto en todas las interacciones dentro de la profesión del diseño. (ICOD, 2017)

Código ético de BEDA

El Código de Ética del Diseñador Profesional de la Alianza France Design fusiona los compromisos eco-responsables de la antigua Carta AFD para Diseñadores/as-Ecodiseñadores/as.

Este código tiene 37 artículos: Del 1-10 hacen alusión a diez compromisos que uscan abordar problemas sociales y ambientales.

Destacan principios como mejora continua, enfoque sistémico, colaboración con clientes y clientas, además de proveedores y proveedoras, responsabilidad social en elecciones de materiales y empresas, consideración del agua, aire y suelo como bien común, minimización de necesidades de energía, gestión de residuos y envases, impacto sanitario y, protección de la biodiversidad. Estos compromisos buscan satisfacer las demandas de clientes y clientas preocupadas por problemas climáticos y humanos, convirtiendo estas habilidades en esenciales para responder a mercados más amplios.

Del 11-20 abordan la práctica de la profesión del diseñador y la diseñadora.

Del 21-29 versan sobre el entorno profesional de un diseñador y de una diseñadora.

Del 30-35 reflexionan sobre la forma de ejercer la profesión de diseño, como parte de una empresa o como entidad independiente.

Y, por último, el 36-37 sobre la implementación de las normas salariales. (BEDA, 2021)

Por lo tanto, estos compromisos reflejan una creciente conciencia y preocupación por cuestiones climáticas y humanas entre los clientes, lo que hace que estas habilidades sean esenciales para los diseñadores y diseñadoras, queriendo fomentar la adopción de éstas y, contribuyendo así, a un futuro más equitativo, sostenible y responsable.

4.3 Iniciativas nacionales y autonómicas

Código deontológico del diseño READ

La READ es la Red Española de Asociaciones de Diseño que defiende los intereses de la profesión. Además, promueve una actitud analítica que ayuda a consolidar la cultura ética del diseño y, cumple diversas funciones: establecer principios éticos, definir la identidad profesional, comunicar valores éticos, diferenciar entre buenas y malas prácticas, proporcionar criterios de evaluación, controlar comportamientos negativos, proteger a la sociedad, y educar a los profesionales y estudiantes del diseño. (READ, 2022)

También, se inspiran en una serie de valores, entre los que destacan:

- **Sostenibilidad:** Promover el diseño sin dañar irremediablemente a personas, sociedad y/o medio ambiente, priorizando la preservación de la Tierra sobre el lucro.
- **Crítica:** Analizar y debatir sobre todas las for-

mas de diseño para mejorar la calidad de vida y, por tanto, tener un futuro mejor.

- **Compromiso:** Participar en la construcción de una realidad positiva a través del diseño, manteniendo coherencia y ética.
- **Respeto:** Reconocer y tratar con dignidad a personas, objetos y naturaleza, es decir, a nuestra vida cotidiana.
- **Creatividad:** Ver la realidad de manera innovadora y ofrecer soluciones novedosas para construir un futuro mejor.
- **Resiliencia:** Persistir y encontrar soluciones en situaciones desafiantes/límites a través del ingenio, esfuerzo y creatividad. (READ, 2022)

La estructura que contempla los 52 artículos se organiza en tres niveles:

NIVEL 1 (artículo 1 - 6): Busca hacer explícitos los principios fundamentales de todas las éticas aplicadas, transformándolos en reglas. Estos principios, que son la base de cualquier reflexión ética aplicada, se convierten en herramientas útiles para analizar críticamente los acontecimientos

que ocurren cotidianamente.

El nivel 1 permite analizar la práctica profesional y saber si una decisión que tomamos cumple con el estándar ético básico. Destaca la **beneficencia** (hacer el bien), la **no maleficencia** (evitar hacer el mal), el **respeto a la autonomía** (permitir a las personas actuar de manera autónoma y considerar a otros), el **rigor** (exigir altos estándares éticos), la **justicia** (distribuir de manera equitativa y sin prejuicio) y la **transparencia** (tomar decisiones de manera clara, justa y sin privilegios, además de respetar la confidencialidad).

NIVEL 2 (artículo 7 - 13): Detalla los principios generales que tienen todos los códigos deontológicos. Estas reglas regulan aspectos como el cumplimiento de la **legalidad**, la **profesionalidad**, la **confidencialidad**, la **fidelidad a responsabilidades específicas**, la **buena fe**, la **evitación de conflictos de intereses** y el **respeto** hacia todas las personas involucradas en el proceso de diseño. Además, este nivel 2 actúa como una herramienta para validar y evaluar las reglas en el nivel 3 del código ético.

NIVEL 3 (artículo 14 - 52): Se trata de una guía de comportamiento moral creada para promover las buenas prácticas y evitar las malas en diseño. (READ, 2022)

En resumen, el código ético del diseño se estructura en tres niveles: nivel 1, que establece principios éticos generales; nivel 2, que detalla reglas éticas más específicas; y nivel 3, que proporciona reglas concretas para la práctica profesional del diseño. Esta estructura pretende ser una herramienta accesible para comprender cómo se desarrollan las reglas éticas sin requerir conocimiento especializado en ética aplicada.

Si un profesional del diseño enfrenta un dilema no contemplado en las reglas del nivel 3, puede tomar decisiones éticas basándose en los principios generales del nivel 2 o en los del nivel 1. (READ, 2022)

ENAD, Encuentros Nacionales de Diseño

ENAD, son eventos anuales que reúnen a diversas entidades colaboradoras para analizar y discutir asuntos relacionados con el diseño en España. Estos encuentros sirven como plataforma para evaluar el estado actual del diseño en el país, proponer nuevas direcciones de trabajo y abordar temas de importancia tanto para los profesionales del diseño como para la industria y la cultura del diseño. Se han llevado a cabo de manera anual en diferentes ciudades de España, siguiendo un formato que incluye expertos internacionales y mesas de trabajo, inspirado por el Foro READ de 2011 en Bilbao. (ENAD, 2013)

En los encuentros se han abordado mesas de trabajo para fortalecer el ámbito del diseño en el país. A lo largo de las diferentes ediciones destacan **iniciativas claves**. Tras analizarlas se llega a la conclusión de que quieren fortalecer la presencia del diseño, abordar desafíos éticos, promover la igualdad de género y potenciar la innovación.

Traducción del código de conducta profesional para diseñadores relacionado con la comunicación. Autonómica, DICA.

Se basa en un texto traducido al español sobre la buena praxis donde, su objetivo principal, es establecer fundamentos éticos internacionales relacionados con la práctica del diseño, en los que todas las organizaciones miembro de *Icograda* estén de acuerdo. *Icograda* es la entidad global que reúne a profesionales del diseño en el ámbito de la comunicación. Sus miembros valoran la colaboración entre diferentes disciplinas y la importancia de tener una voz unificada para representar la industria del diseño. (ICGD, 2015)

El código establece las obligaciones y responsabilidades de los diseñadores, tanto individuales como asociados, en diferentes aspectos de su profesión. Estas obligaciones incluyen:

Los diseñadores/as deben mantener la dignidad de la profesión, actuar ecológicamente y respetar el medio ambiente. Deben proteger los intereses

del cliente, informar sobre conflictos de interés y mantener la confidencialidad. Con otros diseñadores/as, deben evitar la competencia desleal, ser justos en las críticas y rechazar el plagio. Es importante cobrar tarifas justas, aceptar proyectos gratuitos, sólo para organizaciones sin fines de lucro y, comunicar claramente la estructura de su remuneración. Además, deben revelar cualquier interés económico relevante, abstenerse de aceptar pagos por recomendar otros diseñadores, evitar competiciones no reguladas y garantizar que su publicidad sea veraz y justa, permitiendo el uso de su nombre solo en condiciones apropiadas. (ICGD, 2015)

El código de buena praxis de *Icograda* establece estándares éticos para los diseñadores. Al seguir estas normas, se fortalece la reputación y credibilidad de la industria del diseño.

Para visualizar las iniciativas claves de los eventos anuales de ENAD: **Anexo 1**

4.4 Cómo se introduce la ética en el diseño

Para obtener información detallada sobre la integración de la ética en los programas de diseño en las universidades españolas, se consulta un estudio que se enfoca en la carencia percibida de la enseñanza formal de ética en el diseño durante la formación universitaria.

Se basa en la revisión de literatura y la hipótesis de que la ética se aborda de manera informal en el historial académico. Su objetivo principal es verificar la presencia del término 'ética' en los grados en Diseño y analizar características de las asignaturas, títulos y universidades que la abordan. La metodología incluye observación documental y extracción de datos de plataformas públicas e instituciones oficiales.

Se comenta que la educación en diseño ha experimentado una evolución desde su origen en escuelas politécnicas de Artes y Oficios. Inicialmente, la formación tenía un enfoque más pragmático

para satisfacer las necesidades del mercado e industria, sin cuestionar modelos socioeconómicos. Sin embargo, con la transición a las universidades, especialmente con la implementación del Espacio Europeo de Educación Superior EEES en 2010, la formación en Diseño adquirió estatus universitario en España.

Este cambio destacó la importancia del componente intelectual y crítico del diseño, orientándose hacia la adquisición de competencias sociales, éticas, instrumentales y cognitivas para preparar a los profesionales ante las demandas de la sociedad globalizada del siglo XXI. (Canevari y Feijoo, 2023)

Los datos extraídos del análisis de guías docentes de grados de Diseño en universidades españolas, la palabra 'ética' se menciona en 638 guías (25.7% del total) de 43 títulos. Predominan en la rama de Ingeniería y Arquitectura (53.5%). La mayoría de las menciones están en el apartado 'Competencias' (86.1%), principalmente relacionadas con competencias genéricas. Un 55.3% de

las asignaturas que mencionan ética son obligatorias. (Canevari y Feijoo, 2023)

Finalmente, Canevari y Feijoo (2023) llegan a la conclusión de que: **“Existe la presencia formal de la ética en los estudios de grado en Diseño [...] La enseñanza de ‘ética’ tiene una presencia discreta en las guías docentes de los grados en Diseño: 25% de las guías docentes citan el término. Existen apenas 2% de asignaturas dedicadas a la enseñanza de la Ética (disciplina de la Filosofía)”**.

Centrándonos específicamente en la Universidad de La Laguna, se realiza un análisis detallado sobre cómo se introduce la ética en el diseño. Al examinar, se observa como algunas asignaturas básicas y obligatorias del grado, menciona la ética como una competencia general, ocupando consistentemente el primer lugar en las guías docentes. Esta competencia ética la define La Universidad de La Laguna (ULL-2024) como **“Compromiso ético: capacidad crítica ante los problemas tal como le son planteados y auto-crítica para evaluar la calidad de la obra propia en sí misma y contextualizada. Capacidad de buscar soluciones orientadas a la universalidad de uso y la igualdad de oportunidades y la igualdad entre hombres y mujeres.”**

Las asignaturas donde se observan son: Introducción a la historia del arte, Cultura visual y Creación artística contemporánea, Introducción a la historia, Teoría del diseño, Ilustración, Teoría y lenguaje de la imagen, Historia del diseño, Técnicas y procedimientos en el diseño gráfico y la imagen III, Taller de concursos profesionales y propuesta

TFG, Ámbitos de actuación del diseño y nuevas tendencias, Legislación civil y protección jurídica del creador, Marketing, Practicum, Trabajo de Fin de Grado. Siendo, el 50% de asignaturas que introducen en sus guías docentes la responsabilidad ética.

En el contexto general español, se nota una notable falta de enfoque en la enseñanza ética del diseño en las instituciones educativas. No obstante, en la Universidad de La Laguna, se destaca una tendencia positiva, ya que la mayoría de las asignaturas respaldan activamente la promoción de la ética en el diseño. Este hallazgo subraya la importancia de dotar a los diseñadores/as del siglo XXI con habilidades sustanciales en este ámbito, resaltando la necesidad de un enfoque más robusto en la formación ética de los profesionales del diseño.



Figura 1: Logotipo de la Universidad de La Laguna

4.5 El juego para el aprendizaje

Participar en juegos es una actividad completa que va más allá del entretenimiento, ya que también puede tener un componente educativo. Los juegos crean encuentros sociales donde, a través de reglas específicas, se generan situaciones con diversas funciones o propósitos. Desde las edades más tempranas, los niños y niñas buscan juegos que les ayuden a comprender el mundo que les rodea y expresar sensaciones o deseos aún no verbalizados. Jugar es un elemento fundamental de la naturaleza humana tanto para niños y niñas como para adultos en su vida diaria. (Unicef, 2018)

En el ámbito de la educación superior, la inclusión de juegos y actividades lúdicas se ha destacado como una estrategia pedagógica innovadora con impactos significativos en los procesos de aprendizaje. Estas prácticas no solo aportan un elemento de diversión al aula, sino que también, fomentan la absorción de conocimientos por parte de los estudiantes. Sin embargo, para aprove-

char al máximo los beneficios de los juegos, es crucial una planificación cuidadosa que garantice su alineación con los objetivos y resultados previstos a los que se quiera llegar. En este contexto, esta investigación explora cómo los juegos y las actividades lúdicas pueden potenciar los procesos de enseñanza y aprendizaje, destacando su papel como herramienta clave para la creación de entornos educativos estimulantes. A medida que se abordan los beneficios y desafíos asociados con la implementación de juegos, se busca avanzar hacia la conceptualización de un enfoque metodológico replicable y adaptable, capaz de maximizar el potencial educativo de estas prácticas innovadoras. (Franco, 2022)

Los beneficios clave son:

El compromiso activo, el desarrollo de habilidades, el trabajo en equipo, la resolución de problemas, la motivación y la reducción del estrés, la aplicación práctica del conocimiento, la creatividad y el pensamiento lateral, el ambiente de aprendizaje positivo: Los estudiantes experimentan el placer de aprender mientras se divierten, lo que puede

mejorar su actitud hacia el estudio. (CEU, 2019)

Generar juegos para el aprendizaje de ética en el diseño motiva a los estudiantes, creando un entorno atractivo y participativo. Los juegos ofrecen un espacio seguro para explorar decisiones éticas, promoviendo la comprensión profunda de los conceptos.

En resumen, los juegos transforman el aprendizaje, haciéndolo más efectivo y motivador para los futuros profesionales del diseño.

Referencias de juegos éticos

QUORUM LIFE

Temática: Valores

Ambientación: Educar en valores

Objetivo: Emplear la simulación social como base para la educación en valores, proponiendo dilemas éticos que los jugadores tienen que resolver utilizando su propia escala de valores.

Tiempo del juego: 60 min

Número de jugadores: 2-6 jugadores

Edad: Mayores de 15 años

Año de publicación: - -

Autor: Javier Ortega Vizcaino

Estilo gráfico: Ilustraciones planas estilo minimal

Dinámica: Ayudar a las personas a expresar su opinión sobre temas cotidianos y defender su postura e ideas en los juicios.

Mecánica: Valores y adivinanzas, dilemas, discurso de investidura, casillas extras.

Componentes: 6 fichas, 6 tarjetas de valoración
70 fichas de valores (naranjas), 15 fichas de dilemas (azules) y 15 fichas de adivinanzas (rojas)
6 cartas de condenas, 50 cartas de suerte, 100 cartas de valores, 120 cartas de dilemas, 45 cartas de adivinanzas y 20 cartas de discurso de investidura.

Materiales: 1 bloc de notas, 1 lápiz, 1 reloj de arena, 1 dado de seis caras, 1 diploma de ganador y un manual de instrucciones.



Figura 2: Juego Quorum Life



Figura 3: Juego Final touch

FINAL TOUCH

Temática: Ética artística

Ambientación: Educación artística

Objetivo: Cada jugador asume el papel de un falsificador tratando de crear la mejor imitación de una obra maestra famosa. El objetivo es engañar a los expertos y obtener la mayor cantidad de puntos por sus falsificaciones.

Tiempo del juego: 15 min

Número de jugadores: 2-4 jugadores

Edad: A partir de 8 años

Año de publicación: 2015

Editorial: Asmodée

Autor: Mike Elliott

Estilo gráfico: Tiene una estética colorida con colores muy vibrantes y artísticos.

Dinámica: Justicia, legalidad, cultura y respeto

Mecánica: Gestión de mano y cumplimiento de contratos

Componentes: 25 cartas de obra maestra y 60 cartas de toque de color

Materiales: Manual de instrucciones

RESCATE

Temática: Situaciones de rescate y emergencia

Ambientación: Juego de cooperación

Objetivo: Rescatar a víctimas de un edificio en llamas. El objetivo es que los jugadores deben coordinar sus acciones y tomar decisiones estratégicas para maximizar las posibilidades de éxito en cada misión.

Tiempo del juego: 45 min

Número de jugadores: 2-10 jugadores

Edad: más de 10 años

Año de publicación: 2011

Autor: Kevin Lanzing

Editorial: Devir

Estilo gráfico: Realista y detallado

Dinámica: Razonamiento, atención selectiva, lenguaje, planificación y organización, toma de decisiones.

Mecánicas: El juego utiliza mecánicas de gestión de recursos, movimiento de personajes y resolución de problemas

Componentes: 6 Figuras de bombero, 33 fichas de incendio, 18 fichas de puntos de interés, 24 cubos de daño, 8 fichas de puerta, 24 fichas de focos de calor, 21 puntos de acción, 3 primeros auxilios, 6 materiales peligrosos, 2 fichas de vehículos y 6 tarjetas

Materiales: Tablero de juego y manual de instrucciones



Figura 4: Juego Rescate



Figura 5: Juego Inventa Kit SuperPowers

INVENTA KIT SUPERPOWERS

Temática: Medioambiente

Ambientación: Crear inventos para ayudar al medio ambiente

Objetivo: La superheroína Lua necesita ayuda porque ella sola no puede. Permite convertirse en auténticos inventores. Crear diseños de utensilios favorables para el medio ambiente. También aprender a reciclar, reutilizar materiales o ahorrar agua. El objetivo es crear un planeta ecológico y causar el menor daño al medio ambiente.

Tiempo del juego: 20 min

Número de jugadores: 1

Edad: a partir de 6 años

Año de publicación: -

Autor: Dani Gete y Beatriz Sigüenza

Editorial: Kibo

Estilo gráfico: Ilustraciones planas, colores vivos y llamativos

Dinámica: Creatividad, empoderamiento de la mujer y conciencia sobre el medio ambiente

Mecánicas: Selección de las tarjetas de retos y la realización del invento

Componentes: 40 cartas con diferentes retos

Materiales: diplomas personales para ir anotando los logros, bloc de notas y manual de instrucciones

Referencia taller ético

El propósito de este taller ético es cultivar las habilidades de debate ético y moral entre estudiantes de 15 y 16 años, abordando temas pertinentes a su edad. A lo largo de tres sesiones, se busca no solo, mejorar sus capacidades de argumentación, investigación y trabajo en equipo, sino también fomentar, la capacidad de escuchar y discutir ideas diversas.

Durante la primera sesión, se introduce la importancia del debate ético y se les permite a los estudiantes elegir un tema de interés para investigar en grupos. Se establecen las reglas del proyecto y se les proporciona orientación sobre cómo proceder con la investigación y la preparación de argumentos. En la segunda sesión, los estudiantes comienzan a elaborar sus argumentos, discutiendo y analizando las fuentes de investigación pertinentes. Se les enseñan técnicas para construir argumentos efectivos y se fomenta la colaboración en equipo para fortalecer las posturas individuales. En la tercera sesión, se lleva a cabo el de-

bate ético, donde los estudiantes presentan sus argumentos y defienden sus puntos de vista.

Al finalizar, se realiza una evaluación mutua donde se considera la capacidad analítica, la participación en el debate y la eficacia del trabajo en equipo durante todo el proyecto. (Sánchez, 2023)

Referencias actividades éticas

Actividad 1: ¿Por qué eligió dedicarse a la docencia universitaria?

El texto trata sobre cómo nuestros recuerdos de profesores/as pueden influir en nuestra elección de ser docentes. Al principio, perseguimos un sueño romántico de cambiar la sociedad, pero las realidades económicas y laborales pueden desviar ese ideal. Es clave mantener una visión equilibrada que combine la pasión por enseñar con el respeto por los derechos laborales. Es importante reflexionar regularmente sobre nuestras motivaciones para renovar nuestro compromiso con la educación y el futuro de los estudiantes. (López, 2013)

El objetivo que menciona López (2013) es **“Reflexionar sobre las motivaciones para ejercer la profesión docente”**.

Esto se hace a través de esta actividad en la que colocan diferentes imágenes con textos explica-

tivos y López (2013) indica una serie de instrucciones:

“ 1. Seleccione una de las 20 imágenes que se presentan a continuación y que, mejor represente su motivación principal para ser docente universitario.

2. Busque a otro participante y dialoguen sobre sus elecciones. Pueden hacer modificaciones o explicaciones adicionales a las presentadas.

3. Cada uno(a) presentará a su pareja ante la audiencia diciendo su nombre, facultad, años de experiencia docente y el número de la imagen que mejor representa su motivación principal. Llene la hoja provista a esos efectos.

4. Se seleccionarán dos voluntarios para que lleven cuenta de cuantos participantes seleccionan cada imagen para luego informarlo al pleno.”

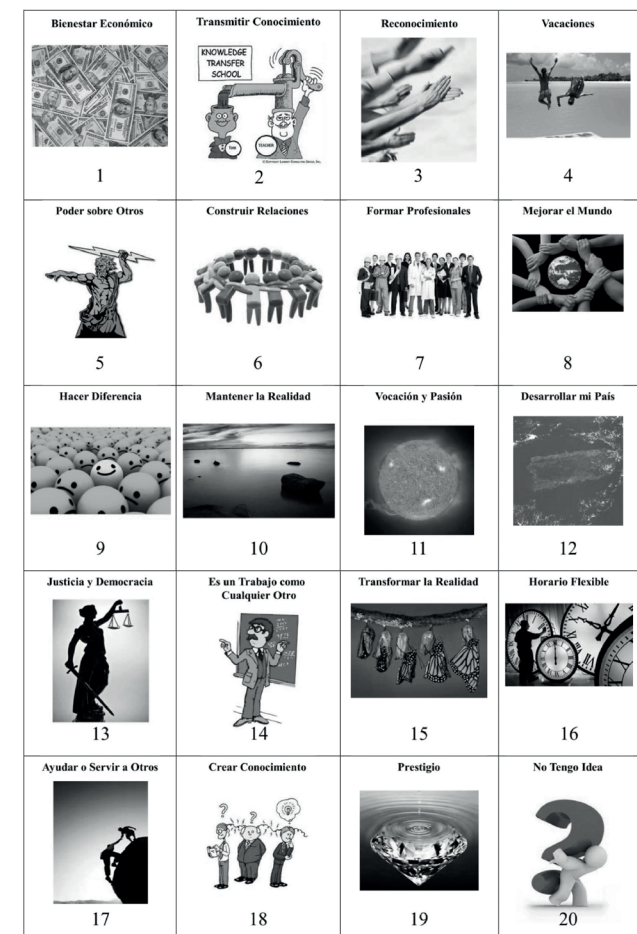


Figura 6: Imágenes con textos explicativos

Actividad 2: La ética y su aplicación al salón de clases.

Detalla un texto que a lo largo del tiempo, la humanidad ha creado múltiples teorías éticas para determinar lo correcto en diversas situaciones. Estas teorías tienen sus fortalezas, pero ninguna ofrece respuestas definitivas para todas las circunstancias, ya que pueden surgir conclusiones conflictivas al analizar un problema desde diferentes perspectivas. Los conceptos éticos clave son ambiguos y dependen de juicios individuales. La Bioética, con sus cuatro principios, ofrece un marco teórico simple para abordar los conflictos éticos en la labor docente. (López, 2013)

El objetivo que menciona López (2013) es **“Aplicar los principios bioéticos al proceso de enseñanza - aprendizaje”**.

Esto se hace a través de esta actividad en la que López (2013) indica una serie de instrucciones:

“1. Los participantes se reunirán en grupos de

cinco y analizarán las actividades en el salón de clases desde una perspectiva bioética durante 15 minutos. Luego, se discutirán las conclusiones de cada grupo en la audiencia en pleno.

2. En la siguiente tabla incluyan actividades y comportamientos que los docentes deben observar en el salón de clases basados en cada uno de los principios bioéticos.”

Principios Bioéticos	
Beneficencia = obligación de actuar en beneficio de otros, promoviendo sus legítimos intereses y suprimiendo perjuicios.	No Maleficencia = abstenerse de realizar acciones que puedan causar daño o perjudicar a otros
Autonomía = cuando la persona tiene un entendimiento adecuado que le permite gobernarse a sí misma libre de restricciones externas o internas para actuar de acuerdo a su plan personal.	Justicia = se debe tratar a cada uno como corresponda, con la finalidad de disminuir situaciones de desigualdad

Figura 7: Tabla para incluir actividades y comportamientos

Dilemas éticos aplicados al código deontológico

El ejercicio se basa en 5 dilemas éticos, cada uno acompañado de un texto que presenta una situación particular. Al final de cada dilema, se plantea una pregunta con una serie de respuestas entre las cuales debes seleccionar la opción que consideres más adecuada según tus valores y principios éticos. Una vez que hayas completado todos los dilemas, el siguiente paso es identificar los artículos específicos del código ético al que hacen referencia los dilemas planteados. Luego, se te solicitará reconocer los principios éticos aplicados de nivel 1 en cada dilema, que son los principios generales de ética que subyacen en la situación presentada.

Posteriormente, se pedirá identificar los principios de los códigos deontológicos de nivel 2 que están presentes en cada dilema. Estos principios son directrices específicas de comportamiento ético establecidas por organizaciones profesionales o instituciones.

Finalmente, se requerirá identificar los principios éticos aplicados de nivel 3 en cada dilema, que son aquellos que se derivan de teorías éticas más elaboradas y complejas, proporcionando un análisis más profundo de la situación moral planteada.

La finalidad de este ejercicio es fortalecer la capacidad de análisis ético de los participantes, presentando situaciones complejas que los inviten a reflexionar sobre sus valores y principios éticos. Al enfrentar dilemas y tomar decisiones éticas, se busca mejorar la habilidad para reconocer y aplicar principios éticos en situaciones prácticas, vinculando los principios abstractos con su aplicación concreta en el ámbito profesional o social. En esencia, el ejercicio promueve el desarrollo de la conciencia ética y la capacidad de tomar decisiones informadas y reflexivas en diferentes contextos de la vida. (Mañach, 2020)

4.6 Entrevistas a profesionales

Para concluir la investigación, se realizaron diversas entrevistas con expertos que han trabajado en el desarrollo de códigos éticos y que se han especializado en la pedagogía de la filosofía del diseño. Estos expertos también imparten o han impartido docencia relacionada con la ética en el ámbito del diseño. El objetivo de las entrevistas fue conocer sus opiniones sobre la importancia de los códigos deontológicos y su aplicación en la práctica diaria de los diseñadores, así como obtener orientación para la creación de este juego.

Entrevista 1: Antoni Mañach: Ex Profesor de Ética del Diseño en la Escola Superior de Disseny de la Universitat Ramon Llull. Creador del Código Deontológico de READ.

Este proyecto se desarrolla a raíz del código deontológico del diseño, era totalmente necesario conocer a la persona que lo ha elaborado. Para esta entrevista se habían diseñado una serie de preguntas, pero con la respuesta de la primera el propio entrevistado fue enlazando temas como la ética, el diseño, la docencia y otras actividades. Para finalizar la entrevista, se planteó una última pregunta para concluir de manera más general el tema principal.

La entrevista fue realizada vía Meet el 29 de enero del 2024.

1. ¿Cómo surgió en el marco de READ la creación del código deontológico?
2. Mirando hacia atrás, ¿cuáles son las lecciones más importantes que se han aprendido durante la creación del código deontológico?



Figura 8: Antoni Mañach

Para visualizar las respuestas obtenidas en la entrevista: **Anexo 2**

Entrevista 2: Maria Rosario Hernández Borges: Vicerrectora de estudiantes y Profesora de Introducción a los Problemas Filosóficos del Grado en Diseño de la Universidad de La Laguna.

Para este proyecto también era deseable contar con una experta en ética, es por ello que se contactó con una docente licenciada en Filosofía. Las preguntas utilizadas en esta entrevista se redactaron teniendo en cuenta cinco objetivos para entender mejor la perspectiva ética en el diseño. La entrevista fue realizada vía Meet el 5 de febrero del 2024.

Objetivo 1: Entender los contextos sociodemográficos y sociofamiliares para explorar cómo han influido.

1. ¿Cuántos años tienes?
2. ¿De dónde eres?
3. ¿Dónde resides actualmente?
4. ¿Dónde y qué estudiaste?
5. ¿Actualmente a qué te dedicas exactamente

y dónde elaboras tu trabajo?

6. ¿Hay experiencias o valores familiares que consideras fundamentales en tu práctica docente?

Objetivo 2: Comprender la perspectiva y fundamentos éticos del profesor.

1. ¿Crees que es importante aplicar la ética en las aulas?
2. ¿Cuáles son los principios éticos fundamentales que consideras esenciales en tu enfoque como profesor?

Objetivo 3: Evaluar la manera en que se enseña y modela la ética en las aulas.

1. ¿Puedes proporcionar ejemplos concretos de cómo aplicas la ética y en la interacción con los alumnos?

Objetivo 4: Explorar las dificultades y desafíos

1. ¿Cuáles consideras que han sido tus desafíos

más significativos al enseñar ética en el aula?

2. ¿Cómo abordas situaciones éticas difíciles que puedan surgir?

Objetivo 5: Explorar la visión del alumnado sobre el futuro de la ética.

1. ¿Has observado un cambio en la percepción ética de los estudiantes a lo largo del tiempo?
2. ¿Qué sugerencias les darías a los estudiantes para que sean éticos?



Figura 9: Maria Rosario Hernández Borges

Para visualizar las respuestas obtenidas en la entrevista: **Anexo 3**

4.7 Conclusión

El juego educativo “DiseñÉtica” responde a la necesidad vital de formar diseñadores y diseñadoras con conciencia y responsabilidad, integrando principios éticos en su práctica diaria. La investigación sobre diversos códigos deontológicos y la ética profesional en el diseño ha proporcionado una base sólida para el desarrollo del juego. Un aspecto destacado es el análisis de la enseñanza de la ética en las universidades españolas, que revela una carencia significativa en la formación en este ámbito. Es crucial que todas las instituciones educativas refuercen la enseñanza de la ética en el diseño, respondiendo así a la necesidad de proyectos como “DiseñÉtica”.

El uso de juegos como herramienta educativa ha demostrado ser eficaz para mejorar el compromiso, la resolución de problemas y la aplicación práctica del conocimiento, haciendo el aprendizaje más atractivo y significativo, por ello la elección de este formato.

En resumen, “DiseñÉtica” es una herramienta innovadora con el potencial de transformar la enseñanza de la ética en el diseño, preparando a los futuros diseñadores y diseñadoras para enfrentar los desafíos éticos de su profesión de manera informada y responsable.

5.

IDEACIÓN

5. IDEACIÓN

Después de una investigación exhaustiva que sustenta la fundamentación teórica del proyecto, el siguiente paso es la fase de ideación. Esta incluye un análisis del público objetivo y propuestas de juego, esenciales para diseñar un juego didáctico innovador, atractivo y adaptado a las necesidades de los futuros diseñadores y diseñadoras.

5.1 Focus Group

La realización de un **focus group** es esencial en la fase de ideación de un juego didáctico por varias razones fundamentales.

En primer lugar, permite comprender al público objetivo, capturando sus preferencias, necesidades y expectativas para garantizar que el juego resuene con ellos/as. Además, sirve para validar conceptos y propuestas preliminares, afinando ideas para asegurar su efectividad y aceptación. Los participantes en el focus group tienen la capacidad de detectar problemas y áreas de mejora, brindando retroalimentación valiosa para perfeccionar el juego, como la jugabilidad y el diseño, asegurando su relevancia y atractivo.

Además, el focus group permite explorar aspectos del juego fomentando una mayor participación y compromiso, lo que ayuda a diseñar un juego que no solo eduque, sino que también mantenga el interés y la motivación de los usuarios. En última instancia, la interacción directa proporciona

insights cualitativos profundos que son fundamentales para alinear el juego con las expectativas del público objetivo.

Público objetivo

El proyecto se dirige principalmente a la Generación Z¹ en España, compuesta por jóvenes que, tras concluir su educación secundaria, optan por continuar sus estudios universitarios en un grado relacionado con el diseño.

Este público objetivo se centra en individuos a partir de los 17 años de edad, sin distinción de género ni situación económica, con el fin de garantizar igualdad en el proyecto. La ocupación de los participantes puede variar entre estudiantes de diseño y aquellos que están dando sus primeros pasos en el mundo laboral. Se requiere que hayan completado los niveles de educación primaria, secundaria (ESO) y bachillerato. En términos generales, el proyecto se caracteriza por su inclusividad y accesibilidad para todos los miembros de este grupo demográfico.

Este público se distingue por su mentalidad de aprendizaje continuo, fuerte motivación para mejorar, creatividad, capacidad para resolver problemas e interés en explorar nuevas técnicas y disciplinas dentro del diseño. Además, muestran una inquietud por ser versátiles en su práctica futura.

En conclusión, este público objetivo es dinámico, apasionado y busca constantemente mejorar y crecer como diseñadores y diseñadoras.

Para visualizar las preguntas del focus group: **Anexo 4.**

¹La Generación Z abarca a aquellos nacidos entre 1997 y 2012. Son destacables por su familiaridad con la tecnología digital desde una edad temprana.

Público persona

Abraham Hernández Rodríguez, 21 años.

El joven está cursando, actualmente Diseño en la Universidad de La Laguna. Hace 4 años que entró en la carrera y nos comenta: “Es cierto que dimos filosofía en primero pero no recuerdo hacer cosas específicas de ética, ahora que estoy en cuarto considero que es más necesario incidir en ello y sobre todo en años más adelantados, no al comienzo la carrera”.

Datos que corroboran insights extraídos anteriormente.

Es un perfil de chico, activo, creativo y que ya ha tenido la oportunidad de realizar diferentes encargos de diseño gráfico. Por lo tanto, hace alusión a los datos sacados en la segmentación de mi público y, es por ello que, es un candidato perfecto para demostrar que es necesario generar y probar esté juego didáctico.



Figura 10: Abraham Hernández Rodríguez



Figura 11: Yael Peña Suárez

Yael Peña Suárez, 24 años.

Este es su primer año en la Universidad de La Laguna, cursando Diseño. Yael expresa: “Estamos desarrollando un juego de rol en Historia Contemporánea, y considero que se deberían de implementar más juegos en las aulas ya que observamos que aporta aspectos super positivos en relación entre alumnos y el aprendizaje en clase”.

Datos que siguen corroborando los insights extraídos anteriormente.

Es un perfil de chico principiante pero inquieto, mezcla el diseño analógico con el moderno, diferenciándose del resto y generando un estilo único. Todavía no ha tenido la oportunidad de generar encargos de diseño. Esto proporciona información respalda y refuerza los conocimientos previos obtenidos, lo que resulta fundamental para desarrollar el juego de manera efectiva.

Moodboard Focus Group

Para determinar qué estética atraía más la atención del público a primera vista, se diseñaron **cuatro moodboards** con estilos completamente diferentes, cada uno distinguido por tipografías, paletas cromáticas y estilos únicos.

Al analizar los resultados, se observó un empate entre el moodboard 1 y el moodboard 4.

Ambos presentan una estética visualmente atractiva, destacando por colores vibrantes y un diseño llamativo que capta la atención. Durante todo el proceso de desarrollo de los productos finales, se aseguró de tener en cuenta esta serie de elementos clave para garantizar el logro efectivo de los objetivos establecidos. Destacando del moodboard 1 sus colores y formas y del moodboard 4 su tipografía.

Para visualizar todos los moodboards realizados:
Anexo 5.



Figura 12: Moodboard 1



Figura 13: Moodboard 4

5.2 Propuesta de juego

A raíz del focus group se determina que este juego es una herramienta para promover una ética adecuada entre los estudiantes de diseño, al mismo tiempo que proporciona un ambiente de aprendizaje dinámico y entretenido. Les impulsa a reflexionar sobre su enfoque de trabajo y los factores que influyen en sus decisiones. Además, fomenta diálogos importantes y disminuiría la incertidumbre en el campo ético del diseño.

El propósito fundamental de este juego es hacer entender y conocer el código deontológico en el campo del diseño, preparar a los estudiantes para desafíos éticos y promover una práctica ética del diseño a lo largo de sus carreras.

Este juego será cien por cien físico, con una estética cromática y moderna. Todo esto responde a los deseos e inquietudes del público objetivo.

5.3 Primeros modelos de juego

El juego, en primera instancia, implica tomar decisiones basadas en el código deontológico.

Para avanzar en el juego, a través de un camino en espiral, los jugadores deben superar etapas del proceso de diseño, reflejadas a través de diferentes colores: investigación (rosa), conceptualización (azul), desarrollo (verde), implementación (amarilla) y evaluación (naranja).

Los jugadores, representados con fichas, enfrentan dilemas éticos mediante cartas de "Desafío ético", pueden disponer de ventajas con cartas de "Éxito ético" o enfrentar obstáculos con cartas de "Desafío Adicional".

El objetivo es llegar a la sección "Éxito del caso" superando decisiones éticas acertadas.

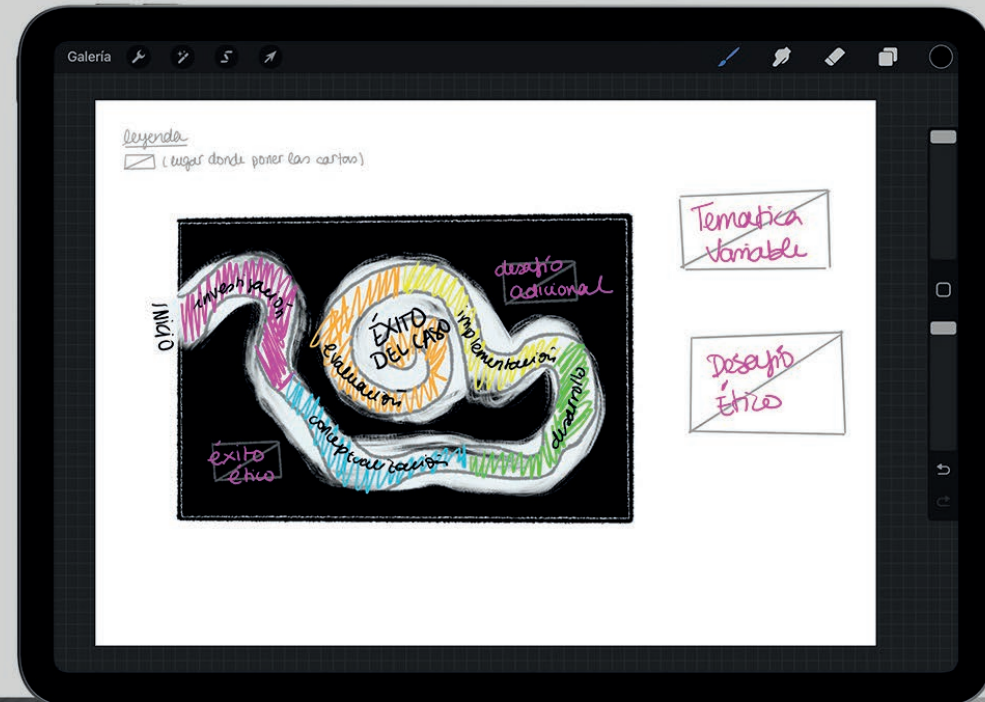


Figura 14: Primer boceto del juego

En segunda instancia, se continúa desarrollando el juego, de manera que cada jugador comienza con una estrella negra vacía, que debe ir completando con los triángulos de las diferentes etapas del juego. Las etapas del proceso de diseño continúan representadas por colores, se añadieron casillas y escaleras para dar ventajas.

Los jugadores seleccionan una carta de temática variable y se enfrentan a cinco desafíos éticos por fase. Superar todos los desafíos de una fase otorga un triángulo de color y una carta de éxito ético. No superar los desafíos te retrasa en el tiempo aunque, continúas avanzando hasta el quinto, pero si fallas éste, implica recibir una carta de “desafío adicional” que conlleva una penalización.

El primer jugador que complete su estrella con triángulos de todos los colores de las diferentes etapas, es el ganador del juego.



Figura 15: Segundo boceto del juego

En tercera instancia, para hacer el juego más dinámico, se modificó el tablero a una forma redonda sin fin, manteniendo las etapas del proceso de diseño representadas por colores.

Los 52 artículos éticos del código deontológico del diseño READ se **dividieron entre estas fases**.

Al caer en una casilla de un color específico, los jugadores enfrentan actividades relacionadas con los códigos éticos de esa etapa.

Las casillas incluyen iconos que representan diferentes actividades: una escalera (Escalera del Infierno), un check (Selección Acertada), una pregunta (Adivina la Palabra), una careta (Juego de Rol), un lápiz (Ahorcado) y V/F (Verdadero o Falso).

Las cartas de actividades están codificadas tanto por color e ícono.

Los jugadores deben superar tres actividades del mismo color, recibiendo una ficha redonda de ese

color por cada actividad completada.

Al reunir tres fichas redondas del mismo color, obtienen un triángulo del color correspondiente y una carta de éxito ético. Si fallan la tercera actividad, no reciben triángulo, pero sí, una carta de desafío adicional con penalización.

El objetivo es completar la ficha estrella con triángulos de todos los colores para ganar.

Para visualizar como se dividieron las frases:
Anexo 6.



Figura 16: Tercer boceto del juego

5.4 Ideación final del juego

Objetivo del juego

Conseguir en tu carta “A jugar” tres fichas redondas de cada uno de los colores: rosa, naranja, verde y azul para poder formar una estrella de cuatro puntas con los mismos colores. El primero en conseguirlo se proclamará ganador o ganadora del juego.

Preparación del juego

Sitúate en un espacio grande donde puedan caber de dos a cinco jugadores. A continuación, abre el tablero, éste se desarrolla en un camino circular infinito con una casilla de inicio, indicando donde empieza la partida.

Asimismo, cuenta con una esfera en el centro que determina el ámbito de diseño a jugar (tecnológico, de moda, de producto o gráfico).

Consta de tres modalidades para elegir el ámbito.

- **Modalidad 1:** Al principio de la partida, se gira la esfera y se juega en ese ámbito.
- **Modalidad 2:** En cada turno, se gira la esfera para determinar el ámbito.
- **Modalidad 3:** Los jugadores/as deciden el ámbito en el que quieren jugar.

Coloca dentro del tablero las cartas “Éxito ético” y “Desafío Adicional”, y alrededor del tablero sitúa las fichas redondas, triangulares, los personajes, el reloj de arena, la pizarra y las demás cartas.

Empieza el juego

Cada casilla tiene un color e ícono que indican qué carta de actividad tomar, excepto la casilla marrón que permite lanzar el dado de nuevo. Las cartas tienen la actividad en la parte delantera y la respuesta en la parte trasera. Debe ser un rival quien lea la carta disponiendo del tiempo del reloj de arena para contestar.

- **Naranja - pregunta:** Se presenta una situación con tres opciones de artículos éticos, debes decidir a cuál se refiere el contexto.

- **Rosa - descifralettras:** Recibes un contexto de los principios del código, dibuja la horca y las barras bajas, adivina las palabras diciendo letras. Si son incorrectas añade partes del cuerpo a la horca.
- **Azul - verdadero falso:** Hay una afirmación y tienes que decidir si es verdadera o falsa. Se debe indicar a qué artículo va dirigida.
- **Verde - veto:** Tienes un contexto sobre los principios del código deontológico, debes adivinar la palabra correcta a raíz de que otro participante diga palabras similares.
- **Amarillo - roles:** Recibes un contexto y un desafío ético, si la respuesta es coherente con el artículo ético del código, puedes volver a tirar el dado.



Como jugar

Las personas participantes en el juego toman su carta "A jugar" y eligen un peón para recorrer el tablero. Todos los jugadores lanzan el dado una vez, y el jugador que obtenga el número más alto es el primero en comenzar.

Si respondes correctamente, obtienes una ficha redonda del color correspondiente a la casilla. Si respondes incorrectamente, no recibes nada. En ambos casos, el turno pasa al siguiente jugador/a.

Cuando un jugador/a acumula tres fichas redondas del mismo color, automáticamente recibe un triángulo de ese color y una carta de "Éxito ético", que proporciona ventajas en el juego. Si al intentar conseguir la tercera ficha responde incorrectamente, no recibe ni la ficha redonda ni la ficha triángulo, pero recibe una carta de "Desafío ético", que proporciona desventajas.

Una vez tengas el triángulo de un determinado color si cae en una casilla de este mismo color, se

repetirá el lanzamiento del dado, hasta caer en un color del cual no se posea el triángulo.

El participante que gane, tendrá que leer la carta "Escalera del infierno" a modo de reflexión final del juego.

Materiales

1 caja
 Tablero de juego
 Instrucciones
 5 cartas de carta "A jugar"
 30 cartas de actividades
 8 cartas de "Éxito ético"
 8 cartas de "Desafío adicional"
 3 cartas de "Escalera del infierno"
 1 pizarra
 1 rotulador
 1 dado
 1 reloj de arena
 55 redondas
 25 triángulo
 5 peones

Otros detalles

- El juego está diseñado para un mínimo de 2 y un máximo de 5 jugadores.
- La duración de cada partida es de 45 minutos aproximadamente.
- La edad mínima es de 17 años.

6.

DESARROLLO

6.

DESARROLLO

En esta fase, se elaboran todos los materiales necesarios, incluyendo la marca. Aquí se podrán ver los resultados finales y cómo se ha materializado el juego en su totalidad.

6.1 Naming

El proceso de naming para el juego se centró en un objetivo claro: encontrar un nombre memorable, evocativo y resonante para los jugadores y jugadoras que buscan una experiencia que combine diversión y aprendizaje en el ámbito del diseño y la ética.

Inicialmente, se consideró utilizar “DesignEthics” como nombre para el juego. Sin embargo, surgieron varias preocupaciones. El nombre en inglés podría ser difícil de pronunciar para el público hispanohablante, afectando la accesibilidad y popularidad del juego.

El tono del nombre debía ser divertido y lúdico, atractivo para un público joven y universitario, reflejando el componente ético del juego de una manera accesible y no demasiado seria, con un toque de creatividad que enganche a los jugadores.

Se utilizaron juegos populares como referencia,

tales como Monopoly y Party & Co., y se optó por explorar nombres que jueguen con las palabras.

Durante el proceso de brainstorming, se seleccionaron palabras clave que describen el juego:

- arte
- diseño
- ética
- creatividad
- conéctate
- aprender
- diseñar
- moral
- jugar
- explorar
- juego
- proyecto
- didáctico
- actividades

A partir de estas palabras, se generaron diferentes combinaciones, estas dieron resultado a propuestas para el naming.

PROPUESTAS:

- “ÉticaLand”
- “ConÉtica”
- “ÉticaPlay”
- “Proyectico”
- “CódigosCreativos”
- “MoralizArte”
- “EticGame”

Finalmente, el nombre seleccionado tras las diferentes propuestas fue **“Diseñética”**.

Este nombre se destacó por varias razones. Combina “Diseño” y “Ética” de una manera creativa y clara, es fácil de recordar y pronunciar, y su combinación de mayúsculas y minúsculas lo hace visualmente atractivo.

Para verificar la disponibilidad del término “Diseñética”, se realizó una búsqueda en el registro de marcas dentro de la Unión Europea. En ella, no se encontró ningún registro con ese nombre, por lo que se determinó que estaba completamente libre para ser utilizado como nombre del juego.

“Diseñética” resonará con el público objetivo, ya que los estudiantes de diseño universitarios se sentirán identificados con un nombre que refleja tanto su campo de estudio como el componente ético que el juego pretende enseñar.

“Diseñética”

6.2 Identidad visual corporativa

Inicialmente, se elaboraron bocetos que ilustran la forma deseada para el diseño, utilizando distintos formatos y versiones.

A partir de estos bocetos, se descargaron diversas tipografías que buscaban transmitir la sensación específica del juego (buscar trasladar seriedad con un toque de dinamismo, destacando que se trata de un juego y no de un documento tedioso con artículos).

En los siguientes puntos, se definieron el logotipo, la tipografía y la paleta de colores consolidando así la identidad visual corporativa de Diseñética.

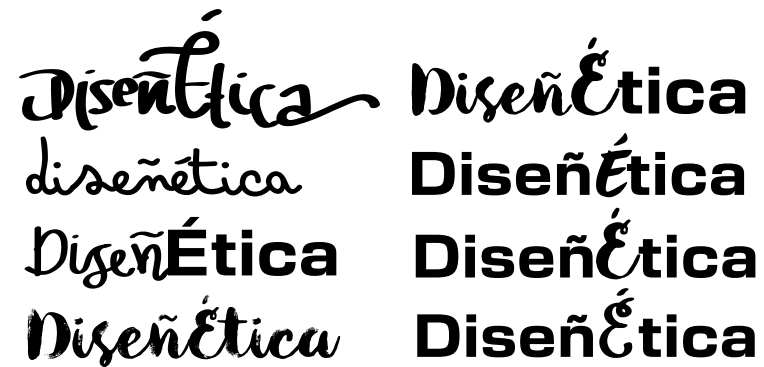


Figura 17: Procesos con tipografías

Diseñética

Figura 18: Logotipo final Diseñética

Construcción

La versión oficial del logotipo se presenta en posición horizontal para garantizar claridad e impacto visual en la mayoría de las aplicaciones. Sin embargo, cuando se requiere aplicar la marca en tamaños inferiores a 30 mm de ancho, se utiliza el símbolo, el uso de este asegura que la marca mantenga presencia visual en tamaños tan pequeños.

Además, para reforzar el concepto, se ha desarrollado una mascota corporativa. Esta mascota complementa la marca y actúa como un recurso visual adicional, aportando personalidad y dinamismo a la identidad de Diseñética. La mascota facilita la conexión con el público objetivo y comunica los valores del juego de manera efectiva.

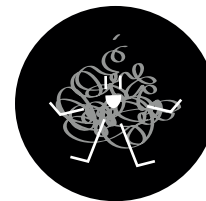
LOGOTIPO

Diseñética

SÍMBOLO



MASCOTA CORPORATIVA



Tipografía

El logotipo definitivo está compuesto por dos tipografías diferentes.

La primera denominada, “New Science”, que es una fuente moderna y versátil. Sus características principales incluyen líneas limpias y precisas que facilitan la legibilidad, y formas geométricas que aportan un aspecto contemporáneo. Esta tipografía se adapta bien a diferentes contextos, desde titulares hasta cuerpos de texto más extensos, ideal para transmitir una imagen de profesionalismo y modernidad.

La segunda tipografía denominada “Driwi”, busca transmitir dinamismo, por lo que se creó una **tipografía propia** personalizada. Fue diseñada específicamente para generar coherencia con la aplicación del juego, incorporando trazados ovalados que refuerzan esta sensación. Ideal para su aplicación en elementos de menor tamaño.

Para la construcción del logotipo, se emplea la ti-

pografía “New Science” para la parte “Diseñ”. La primera letra está en mayúscula, mientras que las siguientes están en minúscula. Para la parte “Ética”, se utiliza la tipografía personalizada “Driwi”. Aquí, la primera letra también está en mayúscula, aprovechando el juego de palabras del logotipo para darle mayor énfasis, con las letras restantes en minúscula.

Esta combinación de tipografías no solo aporta dinamismo y coherencia, sino que también realza la identidad visual del juego.

Para visualizar la rejilla de la tipografía propia: **Anexo 7.**

NEW SCIENCE

**A B C D E F G H I J K L M N O P
Q R S T U V W X Y Z**

**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s
t u v w x y z**

DRIWI

**A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z**

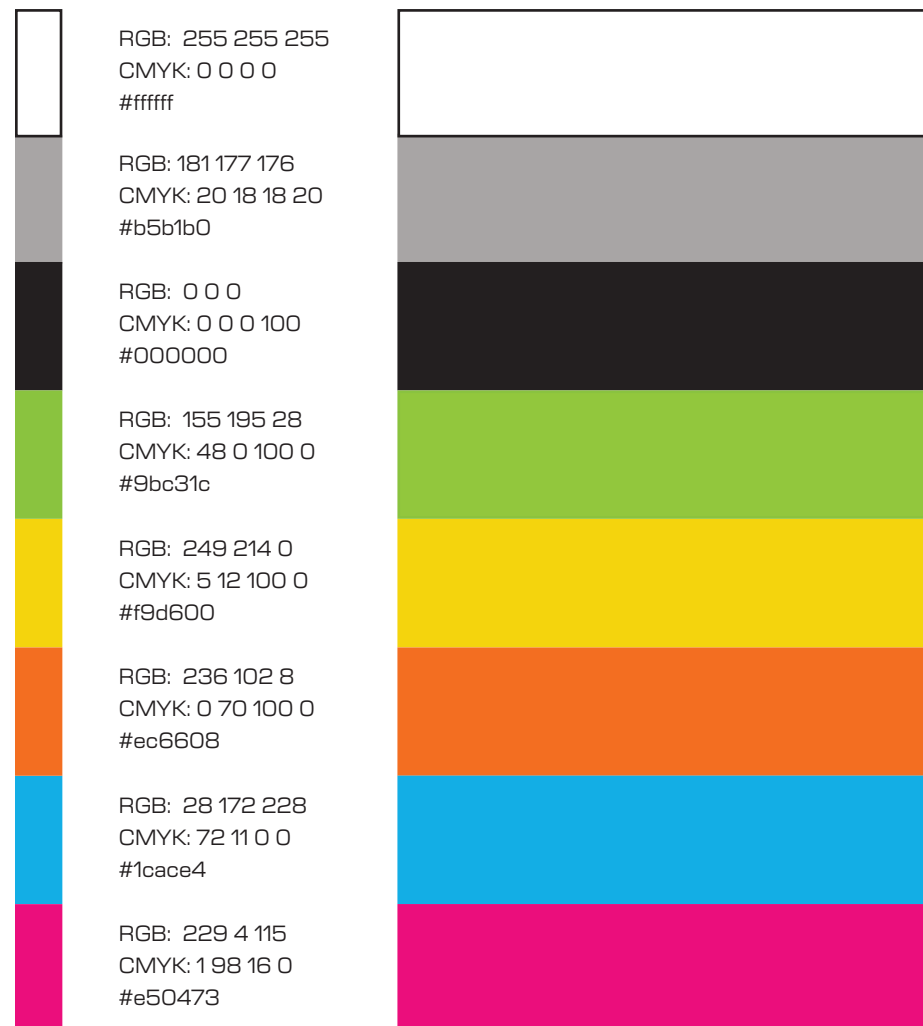
**a b c d e f g h i j k l m n o p
q r s t u v w x y z**

Paleta cromática

La elección de la paleta cromática fue una tarea sencilla gracias a la valiosa retroalimentación obtenida del focus group, que proporcionó una comprensión profunda de las preferencias de nuestro público objetivo. Esta paleta incluye tonos de rosa, amarillo, naranja, verde y azul, así como blanco, negro y gris.

Estos colores fueron cuidadosamente seleccionados para capturar la esencia del juego: el rosa y el naranja infunden energía y creatividad, el amarillo evoca una sensación de alegría y optimismo, el verde sugiere crecimiento, y el azul aporta confianza y tranquilidad. El uso equilibrado de blanco, negro y gris añade neutralidad y contraste, asegurando que el diseño sea atractivo y dinámico.

En conjunto, la combinación de estos colores evoca una sensación de juego agradable y visualmente atractiva, a pesar de que el tema del juego pueda parecer inicialmente abrumador.



6.3 Productos

Tablero

Tomando las ideas y conceptos recopilados, el tablero se concibió como un espacio amplio y cuadrado, exactamente con un tamaño cuadrado (52 x 52 cm), tiene una disposición interior redondeada con 28 casillas que facilita la fluidez del juego

Se utilizó la paleta cromática principal añadiendo transparencias, manteniendo así un diseño atractivo y simple, evitando la sobrecarga visual. Los trazos ovalados añaden un toque lúdico y distintivo, suavizando la seriedad de “la ética en diseño” y haciéndolo más adecuado para el público objetivo.

El tablero fomenta la interacción y dinamismo del juego, integrando fichas, cartas, dados, reloj de arena y un apartado giratorio, enriqueciendo la experiencia de juego con una dimensión sensorial que potencia la inmersión de los jugadores en el mundo del juego.

El tablero fue diseñado utilizando el programa Adobe Illustrator. El producto final está compuesto por un tablero de cartón duro al que se le ha adherido un vinilo impreso profesionalmente en una imprenta.

Para visualizar los bocetos del tablero:

Anexo 8.



Figura 19: Prototipado tablero.



ÉXITO
ÉTICO

DISEÑO
DE MODA

DISEÑO
TECNOLÓGICO

DISEÑO
DE PRODUCTO

DISEÑO
GRÁFICO

Cartas

Para el juego se definieron tres tipos principales de cartas para jugar:

Cartas de actividades: Se crearon 30 cartas de 70 x 100 mm, con un diseño vertical y esquinas redondeadas. El anverso tiene un trazo grueso del color de la actividad, con una cita en la parte superior, una esfera con el icono correspondiente en la esquina inferior izquierda y la palabra de la actividad en mayúsculas en la parte inferior central. El reverso tiene un trazo grueso blanco, un interior del color de la actividad con el icono repetido en formato de cuadrícula, y la palabra “RESPUESTA” en la parte superior, con la cita de la respuesta en el centro y la palabra de la actividad en mayúsculas en la parte inferior central.

Cartas de ventajas y desafíos: Se desarrollaron 16 cartas, divididas en 8 de “Éxito Ético” y 8 de “Desafío Adicional”, cada una de 100 x 70 mm con un diseño horizontal y esquinas redondeadas. Ambas caras son blancas con texto negro; el an-

verso muestra el título y el reverso una frase.

Cartas “Escalera del Infierno”: Se crearon 3 cartas de 70 x 100 mm con un diseño vertical y esquinas redondeadas. El anverso muestra el título en negro sobre fondo blanco y el reverso contiene el texto para análisis, también en negro sobre fondo blanco.

Todas las cartas fueron diseñadas en Adobe Illustrator y posteriormente impresas con papel estucado mate de 350 g.

Para visualizar los bocetos de las cartas:

Anexo 9.



Figura 20: Prototipado carta actividad "Roles"



Figura 21: Prototipado carta actividad "Veto"



Figura 22: Prototipo de carta actividad "Verdadero Falso"



Figura 23: Prototipado carta actividad "Pregunta"



Figura 24: Prototipado carta actividad "Descifra letras"

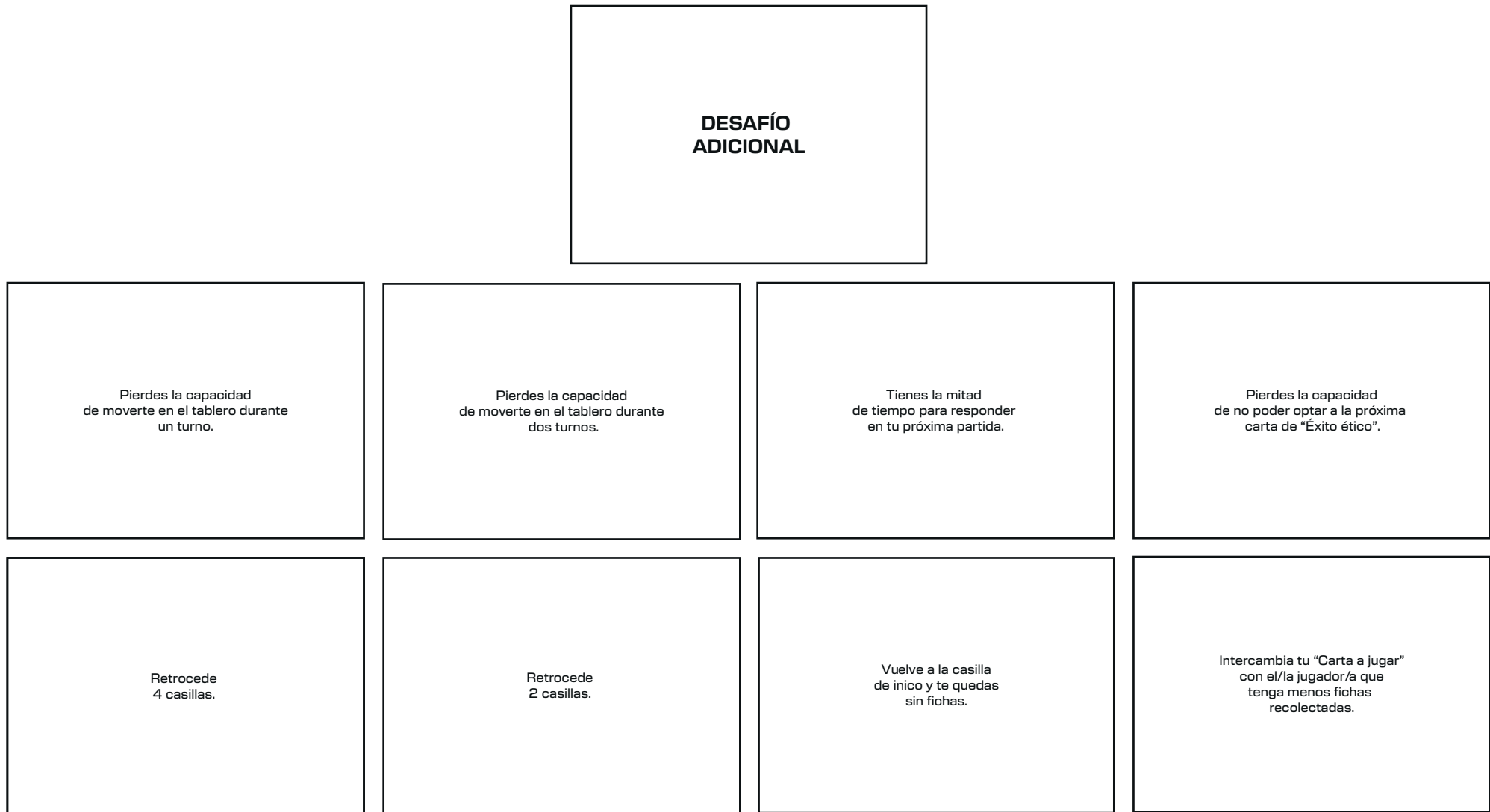


Figura 25: Prototipado carta actividad "Desafío adicional"

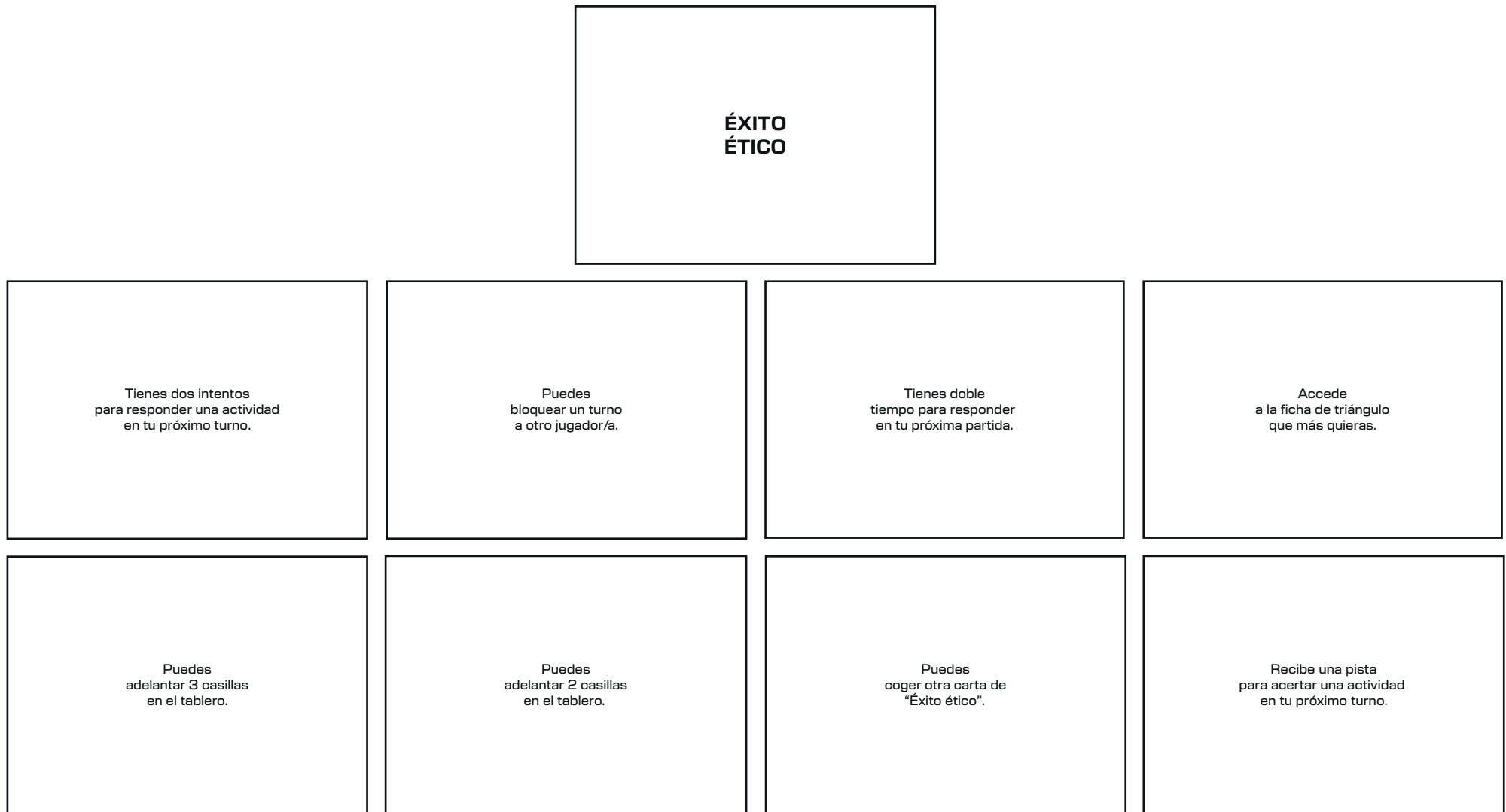


Figura 26: Prototipado carta actividad "Éxito ético"

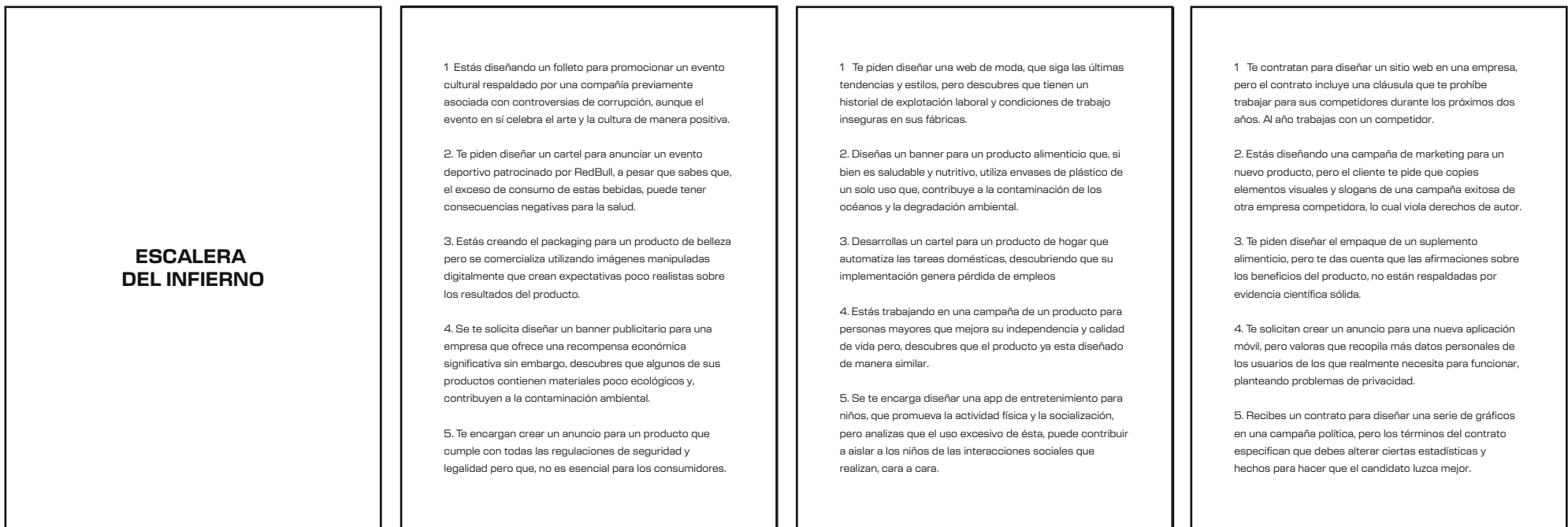


Figura 27: Prototipado carta actividad “Escalera del infierno”

RESPUESTA

Artículo 12: Las personas evitarán conflictos de intereses, impidiendo cualquier nepotismo o trato de favor y evitando la confrontación entre los intereses de una persona o empresa y los intereses de otras personas implicadas o profesionales.

ROLES

PREGUNTA

"Principio que requiera que el diseñador/a gráfico/a fomente elevados estándares de calidad, práctica, estética, simbólica y ética en las fases de proyecto, producción, venta y consumo o uso".

--- O ---

DESCIFRA LETRAS

"Es responsabilidad de los diseñadores gráficos ayudar a las nuevas generaciones de diseñadores/as en su entorno laboral".

FALSO. Según el Artículo 31, los diseñadores gráficos deben obtener el consentimiento del cliente antes de aceptar cualquier trabajo que compitan entre sí.

Accede a la ficha de triángulo que más quieras.

Retrocede 4 casillas.

ÉXITO ÉTICO

DESAFÍO ADICIONAL

... que el diseñador/a
... áreas confiadas al
... as
... pten, las
... les durante

ROLES

Nivel 2. Lleva el diseñador gráfico es
encargado de crear un anuncio
publicitario para un producto que prometa
resultados milagrosos y poco realistas. Quiere
enseñar como quedan esos productos
realmente.

... el diseñador/a
... estándares de
... tética, simbólica y
... s de proyecto,
... venta y consumo o uso".

DESCIFRA LETRAS



VETO



ESCALERA DEL INFIERNO

... el diseñador gráfico...
... estándares de...
... tética, simbólica y...
... s de proyecto,
... venta y consumo o uso".

Packaging

El [diseño de la caja](#) es cuadrado, con dos tapas (superior e inferior) y una estructura interna para organizar los materiales del juego.

La tapa superior imita el tablero del juego, con un degradado de la paleta cromática principal, en el centro, está el logotipo con su eslogan, rodeado de iconos de actividades con transparencias. Los laterales presentan el logotipo, el eslogan y la mascota corporativa para mantener la coherencia visual.

La tapa inferior tiene un fondo blanco central con el logotipo y una breve descripción del juego. Además, muestra el contenido de la caja y una imagen del mismo organizado, junto a tres iconos que indican la edad recomendada, el número de jugadores y la duración del juego. También incluye iconos circulares con explicaciones de las actividades para facilitar su comprensión. Los laterales de esta sección siguen el degradado de la paleta cromática principal y el logotipo.

El diseño de las tapas se realizó en Adobe Illustrator y Photoshop, posteriormente se llevó a una imprenta para ser impreso en vinilo. Se utilizó una caja reciclada como base, donde se pegó el vinilo. La estructura interna también se fabricó con cartón reciclado, y todo el proceso de ensamblaje, pegado y forrado fue hecho a mano.

Para visualizar los bocetos del packaging:

Anexo 10.

Para visualizar los planos del packaging:

Anexo 11.

Para visualizar la realización del packaging.

Anexo 12.



Figura 28: Prototipado a sangre caja superior

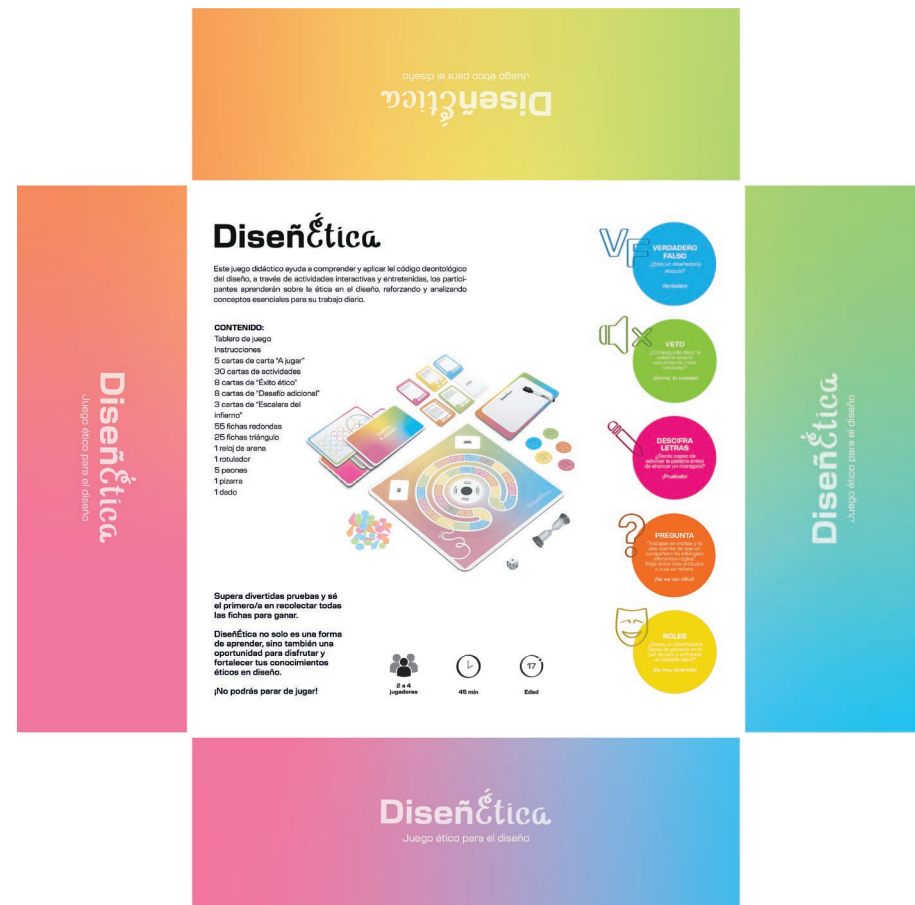


Figura 29: Prototipado a sangre caja inferior



Diseñética

Juego ético para el diseño

Diseñética
Juego ético para el diseño



Diseñética

Este juego didáctico ayuda a comprender y aplicar el código deontológico del diseño, a través de actividades interactivas y entretenidas. Los participantes aprenderán sobre la ética en el diseño, reforzando y analizando conceptos esenciales para su trabajo diario.

CONTENIDO:

- Tablero de juego
- Instrucciones
- 5 cartas de carta "A jugar"
- 30 cartas de actividades
- 30 cartas de "Éxito ético"
- 8 cartas de "Desafío adicional"
- 3 cartas de "Escalera del infierno"
- 55 fichas redondas
- 25 fichas triángulo
- 1 reloj de arena
- 1 rotulador
- 5 peones
- 1 pizarra
- 1 dado



VETOS
140.000
El jugador que
se quede con
más fichas
gana el juego.

VETO
Cuando un jugador
propone una actividad,
los demás jugadores
pueden vetar.

DESCIFRA LETRAS
Una de las formas de
resolver la actividad es
encontrar el código secreto.

PREGUNTA
"¿Cómo se puede
resolver la actividad?
¿Cómo se puede
resolver la actividad?
¿Cómo se puede
resolver la actividad?"
No es tan fácil.

ROLES
Cada jugador tiene
un rol y debe cumplir
con él. Es muy divertido.

Supera divertidas pruebas y sé el primero/a en recolectar todas las fichas para ganar.

Diseñética no solo es una forma de aprender, sino también una oportunidad para disfrutar y fortalecer tus conocimientos éticos en diseño.

¡No podrás parar de jugar!

2 a 4 jugadores

45 min

17+ Edad

Diseñética
Juego ético para el diseño

Manual de instrucciones

Para la creación del manual de instrucciones, se decidió emplear un cuadrático de 604 x 151 mm, en plegado acordeón, un formato que combina funcionalidad, comodidad y estética de manera óptima. Dado el volumen de información a transmitir, se consideró que este formato resultaría más accesible y cómodo para el lector.

Esta elección permite presentar de forma concisa la información esencial, abarcando aspectos como: la definición de Diseñética, las bases, los fundamentos del juego, las indicaciones sobre los materiales, el objetivo, las instrucciones de preparación, cómo comenzar a jugar y una explicación detallada de las reglas.

El diseño abarca dos caras, en las que se organiza toda la información, para mantener la coherencia visual con los demás elementos del juego, se emplearon degradados de la paleta cromática principal, así como iconos y la mascota corporativa.

El diseño fue realizado en Adobe Illustrator y luego impreso en papel mate de 150g.

Para visualizar los bocetos del manual de instrucciones:

Anexo 13.



Figura 30: Prototipado a sangre manual de instrucciones



Este juego se basa en los artículos del Código Deontológico del Diseño READ (Red Española de Asociaciones de Diseño).

Defiende los intereses de la profesión y promueve una cultura ética en el diseño. Cumple varias funciones: establecer principios éticos, definir la identidad profesional, comunicar valores, diferenciar buenas y malas prácticas, proporcionar criterios de evaluación, controlar comportamientos negativos, proteger a la sociedad y educar a diseñadores.

Su código ético se organiza en tres niveles:

- Nivel 1 (artículos 1-6): Principios fundamentales (beneficencia, no maleficencia, autonomía, rigor, justicia, transparencia).
- Nivel 2 (artículos 7-13): Principios generales (legalidad, profesionalidad, confidencialidad, buena fe, evitación de conflictos de intereses).
- Nivel 3 (artículos 14-52): Guía de comportamiento moral para promover buenas prácticas.

Para mejorar tu experiencia de juego, escanea el código QR, encontrarás todos los artículos e información relevante.



Diseñética es un juego didáctico que busca promover el conocimiento ético de la profesión del diseño entre estudiantes, ofreciendo un ambiente de aprendizaje dinámico y entretenido.

Fomenta la reflexión sobre el enfoque de trabajo y los factores que influyen en la toma de decisiones, estimulando diálogos importantes y reduciendo la incertidumbre ética en el diseño. También prepara al alumnado a enfrentarse a situaciones prácticas en el ámbito laboral, fortaleciendo su capacidad para abordar dilemas éticos. En esencia, el juego ayuda a comprender el código deontológico del diseño, preparando a los estudiantes para desafíos éticos y fomentando una buena práctica ética a lo largo de sus carreras.

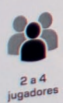
Diseñética
Juego ético para el diseño



Título Final de Grado.
Grado de Diseño.
Andrés Hernández
Armas



MATERIALES



2 a 4 jugadores



45 min



Edad

OBJETIVO DEL JUEGO

Conseguir en tu carta "A jugar" tres fichas redondas de cada uno de los colores: rosa, naranja, verde y azul para poder formar la estrella de cuatro puntas con los mismos colores. El primero en conseguirlo se proclamará ganador o ganadora del juego.

PREPARACIÓN DEL JUEGO

Sitúate en un espacio grande donde puedan caber de dos a cinco jugadores. A continuación, abre el tablero, éste se desarrolla en un camino circular infinito con una casilla de inicio, indicando donde empieza la partida. Asimismo, cuenta con una esfera en el centro que determina el ámbito de diseño a jugar (tecnológico, de moda, de producto o gráfico). Consta de tres modalidades para elegir el ámbito. Modalidad 1: Al principio de la partida, se gira la esfera y se juega en ese ámbito. Modalidad 2: En cada turno, se gira la esfera para determinar el ámbito. Modalidad 3: Los jugadores/as deciden el ámbito en el que quieren jugar.

Coloca dentro del tablero las cartas "Éxito ético" y "Desafío Adicional", y alrededor del tablero sitúa las fichas redondas, triangulares, los personajes, el reloj de arena, la pizarra y las demás cartas.

EMPIEZA EL JUEGO

Cada casilla tiene un color e icono que indican qué carta de actividad tomar, excepto la casilla marrón que permite lanzar el dado de nuevo. Las cartas tienen la actividad en la parte delantera y la respuesta en la parte trasera. Debe ser un rival quien lea la carta disponiendo del tiempo del reloj de arena para contestar.



CÓMO JUGAR

Las personas participantes en el juego toman su carta "A jugar" y eligen un peón para recorrer el tablero.

Todos los jugadores lanzan el dado una vez, y el jugador que obtenga el número más alto es el primero en comenzar.

Si respondes correctamente, obtienes una ficha redonda del mismo color correspondiente a la casilla. Si respondes incorrectamente, no recibes nada. En ambos casos, el turno pasa al siguiente jugador/a.

Cuando un jugador/a acumula tres fichas redondas del mismo color, automáticamente recibe un triángulo de ese color y una carta de "Éxito ético", que proporciona ventajas en el juego. Si al intentar conseguir la tercera ficha responde incorrectamente, no recibe ni la ficha redonda ni la ficha triángulo, pero recibe una carta de "Desafío ético", que proporciona desventajas.

Una vez tengas el triángulo de un determinado color si cae en una casilla de este mismo color, se repetirá el lanzamiento del dado, hasta caer en un color del cual no se posea el triángulo.

El participante que gane, tendrá que leer la carta "Escalera del infierno" a modo de reflexión final del juego.

Diseñética

Otros elementos

Los elementos del juego incluyen fichas redondas y triangulares, con tamaños específicos de 17,47 x 17,47 mm y 15,83 x 32,71 mm respectivamente. Las fichas triangulares son una simplificación de una estrella de cuatro puntas.

La pizarra, de 190 x 110 mm, tiene esquinas redondeadas y un borde grueso con un degradado de los colores principales del juego, destacando el logo del juego en la parte superior.

Las cartas "A Jugar", de 190 x 110 mm, son distintivas en ambas caras. En el reverso, presentan círculos de colores y una estrella de cuatro puntas rodeada por un trazo fino blanco. En el anverso, tienen un trazo fino blanco alrededor, un degradado de los colores principales y los iconos de las actividades en formato cascada, enmarcando el texto central "Carta a Jugar".

Los peones, cinco en total y con dimensiones de 26 x 26 mm, están representados por los colores

principales de la paleta cromática. Están formados por trazos ovalados que generan círculos infinitos y poseen expresiones y movimientos únicos, trazados con líneas blancas.

Todos los diseños se crearon utilizando Adobe Illustrator.

A excepción de la pizarra, todos los elementos fueron impresos a doble cara con papel estucado mate de 350g. La pizarra está hecha de madera decorada con vinilo transparente para el logo y vinilo blanco para el degradado, con una lámina adherida en la parte superior para poder utilizar el bolígrafo borrable.

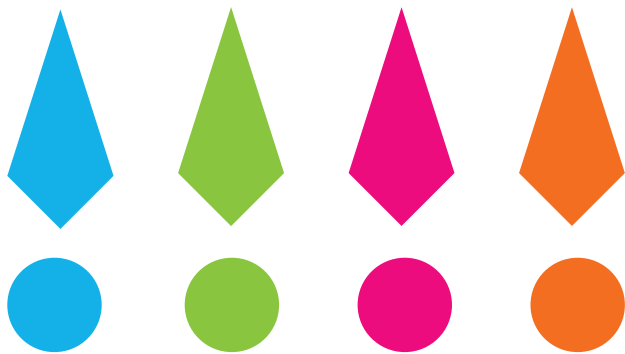


Figura 31: Fichas redondas y triangulares

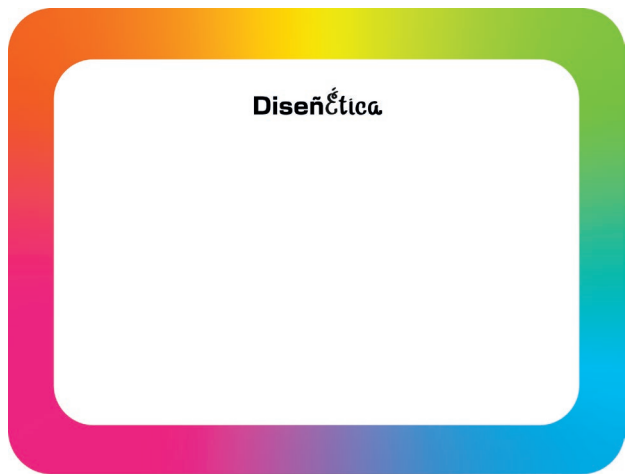


Figura 32: Pizarra

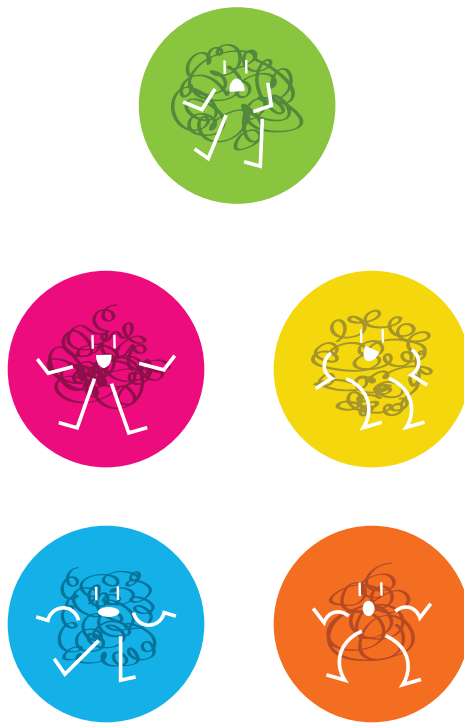
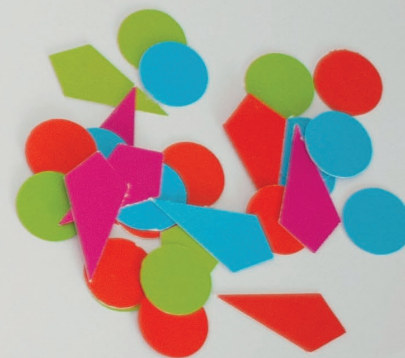


Figura 33: Peones



Figura 34: Carta "A jugar"





Diseñética

Juego ético para el diseño



Supera divertidas pruebas y sé el primero en recolectar todas las fichas para ganar.
Diseñética no solo es una forma de aprender, sino también una oportunidad para disfrutar y fortalecer sus conocimientos éticos en diseño.
¡No podrás parar de jugar!

2 a 4 jugadores
45 min.
8 años

- VERIFICAR EL PAJILLO**
- VETO**
- DESCRIBIR LETRAS**
- PRELISTA**
- ROLAR**



INICIO

ÉXITO ÉTICO

DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO DE PRODUCTO

Diseñética



ESCALERA DEL INFIERNO

DESAFÍO ADICIONAL

PREGLATA

VF VERDADERO FALSO

DESCIFRA LETRAS

ROLES

diseñética

DISEÑO TECNOLÓGICO
DISEÑO DE MODA
DISEÑO DE PRODUCTO
DISEÑO GRÁFICO

Esta actividad se realiza con un grupo de 10 personas. Se reparten 10 cartas y se comienza a jugar. El jugador que saque la carta con el número 10 comienza a jugar. El jugador que saque la carta con el número 10 comienza a jugar. El jugador que saque la carta con el número 10 comienza a jugar.

Level 1. Los diseñadores gráficos deben presentar sus proyectos correctamente en cuanto a color y calidad antes de recibir un proyecto, evaluando, según sea posible, la descripción del proyecto, los costos, el presupuesto, los términos de negociación y los detalles de reproducción.

Principio que requiere que el diseñador gráfico supervise las tareas confiables de los colaboradores, para que respondan las tareas prácticas profesionales durante todo el proceso proyectual.

Contexto: Eres un diseñador gráfico que trabajas como subcontratista y has recibido un pago por el proyecto durante el desarrollo.
Desafío ético: Debes considerar si es ético cumplir con las obligaciones financieras acordadas con tu trabajo.



DISEÑO DE PRODUCTO
DISEÑO GRAFICO



iseñćti



CARTE



CARTA
A JUGAR

Diseñética
Juego todo para el diseño

7.

CONCLUSIÓN



CONCLUSIÓN

Este apartado marca el cierre del Trabajo de Fin de Grado de “DiseñÉtica”, analizando exhaustivamente todo el proceso hasta llegar a una conclusión final.

La conclusión del presente Trabajo de Fin de Grado marca un hito trascendental en la promoción de la ética en el diseño. A lo largo del proyecto, se ha subrayado la importancia de integrar principios éticos en la práctica profesional, reconociendo su impacto en la sociedad y la calidad de vida.

Desde la investigación inicial hasta la creación del juego, se ha destacado la necesidad de formar a futuros diseñadores/as con conciencia y responsabilidad ética. La investigación exhaustiva sobre códigos deontológicos y ética profesional en el diseño ha proporcionado un sólido fundamento para este proyecto educativo, promoviendo la reflexión y el debate sobre los dilemas éticos en la práctica diaria del diseño.

El desarrollo del juego “DiseñÉtica” aplicó conocimientos de la investigación para crear una herramienta educativa entretenida que fomenta la reflexión ética. Incorporó actividades y escenarios basados en dilemas reales, estructurados en un tablero de juego con fichas y cartas, proporcionando una experiencia interactiva y envolvente.

La identidad visual del juego se guió por principios éticos, utilizando una paleta cromática que comunica valores como la confianza y la responsabilidad. La tipografía y el logotipo se diseñaron coherentemente con los mensajes éticos, estableciendo una conexión visual con la audiencia y reforzando la importancia de la ética en el diseño.

En síntesis, “DiseñÉtica” ha hecho que pueda poner en práctica todas mis habilidades de diseño generando no solo es una actividad académica, sino también una aplicación práctica de principios éticos en el diseño. A través de la creación de este juego, se enfatiza la importancia crucial de fomentar la conciencia ética en el diseño, no solo como una obligación profesional, sino como un compromiso con la sociedad y las generaciones futuras. Se insta a los futuros diseñadores/as y a los que ya lo son, a reflexionar sobre sus motivaciones, integrar la ética en su práctica diaria y convertirse en agentes de cambio positivo en el ámbito del diseño.

8.

BIBLIOGRAFÍA

8.

BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se presentan todas las fuentes bibliográficas utilizadas en este trabajo para respaldar los argumentos y garantizar la precisión de la información.

BEDA. (2021, 10 marzo). Código de Ética del Diseñador Profesional. <https://beda.org/article/the-code-of-ethics-of-the-professional-designer/>

Canevari Modernel, R., & Feijoo Fernández, B. (2023). Análisis sobre la presencia de ética en las guías docentes de los grados en diseño. Universidad Estatal de Ponta Grossa. https://revistas.uepg.br/index.php/praxiseducativa/article/view/21009/209209217557#content/contributor_reference_1

CEU Colegio San Pablo. (2019, 15 abril). ¿Qué Beneficios Aporta el Juego Al Aprendizaje? <https://www.colegioceumontepincipe.es/blog/que-beneficios-aporta-el-juego-al-aprendizaje/>

DI-CA. (2015, 16 marzo). ICGD. Código de Conducta Profesional Para Diseñadores Relacionados Con la Comunicación. <http://di-ca.es/publications>

DPEJ-RAE. (2023). Código Deontológico. <https://dpej.rae.es/lema/código-deontológico>

Franco Silva, E. (2022). El poder del juego en educación superior, creatividad en aprendizaje terciario. En SciELO. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1019-94032022000100317

ICOD. (2017, febrero). RGD/GDC/SDGQ Code Of Ethics. https://www.theicod.org/storage/app/media/resources/RGD_GDC_SDGQ_Code_of_Ethics.pdf

ICOD. (2020, 1 septiembre). ICOD. Código de Conducta Profesional Para Diseñadores. https://www.theicod.org/storage/app/media/resources/ICO_Professional_Code_of_Conduct.pdf

Iriarte, J. (2018, 26 junio). Bebé a mordor. Juegos Por Asignaturas: Valores Sociales y Cívicos. <https://bebeamordor.com/juegos-para-valores-sociales-y-civicos/>

Kaburi. (2020). Inventa Kit: Superpowers. <https://kaburi.es/inventa-kits-superpowers.html>

López Paláu, S. (2013, octubre). CEA. Ética En

los Procesos de Enseñanza. <https://cea.uprrp.edu/wp-content/uploads/2013/10/Dra.-Silvia-López-Taller-Interactivo-Ética-en-la-enseñanza.pdf>

Mañach-Moreno, A. (2022, 1 marzo). READ. Código Deontológico del Diseño READ. https://www.designread.es/wp-content/uploads/2022/03/2022_CodigoDeontologico_READ.pdf

Planetongames. (s. f.). Quorum. <https://www.planetongames.com/es/quorum-life-p-5893.html>

READ. (s. f.). ENAD, Encuentros Nacionales de Diseño. <https://designread.es/enads/>

READ. (2013, 27 junio). Primer Encuentro Nacional de Asociaciones de Diseño. <https://www.designread.es/encuentro/>

READ. (2016, 22 septiembre). 4º Encuentro Nacional de Asociaciones de Diseño. <https://www.designread.es/4enad/>

READ. (2017, 21 septiembre). 5o ENAD. <https://www.designread.es/5enad/>

READ. (2018, 20 septiembre). 6_ Encuentro Nacional de Asociaciones de Diseño. <https://www.designread.es/6enad/>

READ. (2019, 27 septiembre). 7 ENAD. <https://www.designread.es/7enad/#7enad>

READ. (2021, 15 octubre). IX. ENAD. <https://designread.es/9enad/>

READ. (2022, 21 octubre). 10 ENAD. <https://designread.es/10enad/>

Sánchez Muñoz-Redondo, S. (2023, 30 mayo). EdutecaLab. Proyecto de Debate Ético Para Estudiantes de 15 y 16 Años. <https://edtk.co/p/3995>

ULL. (2024). Competencias Generales (GG). <https://www.ull.es/grados/disenio/plan-de-estudios/competencias/#competencias-generales>

UNICEF. (2018). Aprendizaje A Través del Jue-

go. <https://www.unicef.org/sites/default/files/2019-01/UNICEF-Lego-Foundation-Aprendizaje-a-traves-del-juego.pdf>

Union profesional. (2009, julio). DEONTOLOGÍA PROFESIONAL: LOS CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS. https://www.unionprofesional.com/estudios/DeontologiaProfesional_Codigos.pdf

9.

ANEXO

9.

ANEXO

Finalmente, esta sección ofrece la posibilidad de acceder a información detallada de manera opcional, facilitando la comprensión del trabajo.

ANEXO 1

Iniciativas ENAD

- El primer encuentro fue en Madrid, los datos extraídos destacan la falta de apoyo gubernamental al diseño en España. Se propone la creación de un Consejo Nacional del Diseño y se destaca el compromiso de las asociaciones de diseñadores para promover la profesión. (READ, 2013)
- El cuarto encuentro fue en Málaga, se inician mesas de trabajo, abordando temas como plataformas tecnológicas, memorias del diseño español, código deontológico y la iniciativa “From Spain With Design” para promover el diseño español a nivel internacional. (READ, 2016)
- El quinto encuentro fue en Valencia, se continúa con “From Spain With Design” y se discuten estrategias para la obtención de información y criterios de selección. Además, se abordan temas como transferencias y diseño circular. (READ, 2017)
- El sexto encuentro, también en Valencia, busca contribuir a un Plan de Acción para una Estrategia Nacional de Diseño, proponiendo la creación de un “Ente del Diseño” como elemento clave. (READ, 2018)
- El séptimo encuentro fue en Murcia: se destaca la creación y evaluación de un Código Deontológico para el diseño, así como la continuación de la iniciativa “From Spain With Design” con enfoque en la configuración de un comité de selección eficaz. (READ, 2019)
- El noveno encuentro fue en Santiago de Compostela, se abordaron temas como proyectos internacionales, archivo de diseño, igualdad de género en el diseño y la promoción de buenas prácticas para mejorar la ética y práctica del diseño. (READ, 2021)
- El décimo encuentro fue en Pontevedra, se exploraron áreas como ecosistemas habitables, igualdad de género en el diseño, sistema nacional de inteligencia creativa, internacionalización del diseño español, buenas prácticas y el futuro de la enseñanza del diseño. (READ, 2022)

ANEXO 2

Entrevista 1: Antoni Mañach: Ex Profesor de Ética del Diseño en la Escola Superior de Disseny de la Universitat Ramon Llull. Creador del Código Deontológico de READ.

1. ¿Cómo surgió en el marco de READ la creación del código deontológico?

Antoni comenta que en 2017, una amiga historiadora del diseño asistió a los encuentros ENAD, donde profesionales de la industria se reúnen para discutir diversos temas y trabajar en mesas temáticas. Estas mesas buscan estructurar información hablada y generar productos y reflexiones válidas. Ese año, se estableció una mesa dedicada a las “buenas prácticas”. Aunque él desconocía estos encuentros, su amiga sabía que su Trabajo de Fin de Máster, el que fue realizado en 2009, consistió en analizar 24 códigos éticos deontológicos de asociaciones de todo el mundo. Este análisis, basado en información extraída de “Icograda”, reveló valiosas diferencias y similitudes en-

tre los diferentes códigos.

Dado su interés en desarrollar un código deontológico, su amiga mencionó su investigación, y le invitaron a participar en las mesas de trabajo. Inicialmente, pretendían crear el código en un solo día, pero les demostró que era imposible. A raíz de esto, le invitaron a ser el redactor principal de los códigos deontológicos del diseño READ.

A partir de ahí, discutimos temas relacionados con actividades y talleres que Antoni había realizado en La Laguna. Aunque admitió que no salieron como esperaba, destacó que son aprendizajes claves para la evolución del código deontológico. Un ejemplo que resaltó fue el tema de la igualdad y la importancia de ser inclusivo, elementos que se reflejan consistentemente en los códigos.

También hablamos sobre los valores personales y cómo, de manera natural y a simple vista, se puede discernir el carácter de una persona. Antoni compartió experiencias y casos con su antiguo alumnado. En relación a esto, discutimos los tra-

bajos que asignaba y cómo estos generaban una cadena de ideas innovadoras y éticamente sólidas. Un ejemplo notable fue el de unos estudiantes de moda que diseñaron una camisa usando basura recogida de una playa en Barcelona.

Antoni es una persona profundamente conectada con el mundo del código deontológico, y su conocimiento y pasión se reflejan en su enseñanza y en su deseo de transmitir estos valores a sus estudiantes y al público en general. Destacó la importancia de la ética en todas las profesiones, subrayando su relevancia fundamental.

2. La última pregunta fue: mirando hacia atrás, ¿cuáles son las lecciones más importantes que se han aprendido durante la creación y aplicación del código deontológico?

Considera que no es simplemente un conjunto de reglas y artículos para dejar en una estantería, ni un documento legalista y aburrido que se lee y se olvida. Es una herramienta potente que, si se utili-

za adecuadamente, puede ser explotada pedagógicamente. De ella pueden surgir microtalleres o microdinámicas de aprendizaje útiles tanto para estudiantes que aún no han tenido experiencias profesionales como para profesionales que deseen reflexionar sobre su práctica. Es una herramienta de debate y de cultura que puede generar un impacto significativo dentro de la industria, y su importancia no debe subestimarse.

ANEXO 3

Entrevista 2: Maria Rosario Hernández Borges: Vicerrectora de estudiantes y Profesora de Introducción a los Problemas Filosóficos del Grado en Diseño de la Universidad de La Laguna.

Objetivo 1: Entender los contextos sociodemográficos y sociofamiliares para explorar cómo han influido.

Maria Rosario Hernández es una mujer de 56 años que nació y reside en Santa Cruz de Tenerife. Estudió Filosofía en la Universidad de La Laguna y actualmente trabaja como Vicerrectora de Estudiantes en la misma universidad, gestionando todo lo relacionado con los alumnos. Anteriormente, se dedicaba 100% a la docencia, aunque ahora, debido a su cargo, da muy pocas clases.

No tuvo problema en encontrar su primer trabajo en la Universidad de la Laguna como profesora y mientras trabajaba se adentró a estudiar otra carrera, Psicología, que no llegó a terminar. Con

la introducción de nuevos grados en la universidad, en este caso, Diseño, se dio la posibilidad de combinar profesores de diferentes carreras y fue ahí donde empezó a dar clases de Filosofía en el grado de Diseño.

Aunque su familia no influyó directamente en su carrera profesional, mencionó a su madre, una mujer luchadora y exigente, tuvo un gran impacto en su vida y se considera igual a ella, lo cual ha sido clave para superarse como persona.

Objetivo 2: Comprender la perspectiva y fundamentos éticos del profesor.

1. ¿Crees que es importante la ética en las aulas?

Considera que la ética es fundamental. Comenta que los estudiantes universitarios son personas adultas y deben ser tratados como tales. Los años de universidad representan una preparación crucial para su futuro. Por lo tanto, comenta que hay que predicar con el ejemplo. Ella afirma y es

consciente de que los alumnos quedan marcados por la huella que deja el profesor, por lo que los trata siempre con educación y justicia, para que en un futuro sean iguales.

2. ¿Cuáles son los principios éticos fundamentales que consideras esenciales en tu enfoque como profesor?

Los principios éticos que ella valora incluyen no mentir, tratar a los demás con respeto, realizar el trabajo con responsabilidad y ser justo en todas las situaciones.

Objetivo 3: Evaluar la manera en que se enseña y modela la ética en las aulas.

3. ¿Puedes proporcionar ejemplos concretos de cómo aplicar la ética y en la interacción con los alumnos?

Define la diferencia entre ser moral y ser ético: “La moral se refiere a los valores por los que nos guiamos, los cuales están influenciados por nues-

tras emociones y nos llevan a considerar ciertas cosas como buenas o malas, recomendables o rechazables. La ética, en cambio, es la reflexión sobre estos valores.”

Reconoce que nuestras conductas, cargadas de valores, pueden generar conflictos debido a las diferentes perspectivas de cada persona. Cuando surge un conflicto, es necesario reflexionar para decidir cómo tratar a esa persona o al grupo en general.

Ella proporciona un ejemplo relacionado con la entrega de actividades: si un estudiante no entrega un trabajo a tiempo y viene a pedir perdón, aunque presente una disculpa, no corregirá el trabajo. No sería justo para con los demás estudiantes y, además, le ayuda a ella a no ser injusta. De este modo, enseña y predica la ética no solo con textos en clase, sino a través de ejemplos reales del día a día.

Objetivo 4: Captar las dificultades y desafíos

4. ¿Cuáles consideras que han sido tus desafíos más significativos al enseñar ética en el aula?

Comparte otro ejemplo relacionado con su cargo actual, este trata del pago de matrícula de los alumnos. Relata que enviaron un correo a todos los estudiantes para que abonaran el dinero, pero muchos no lo hicieron a tiempo. Una de esas personas la buscó personalmente, llorando y rogando que le diera la posibilidad de pagar fuera del plazo. Chari le respondió que no, y en ese momento las lágrimas de la chica desaparecieron, diciendo “bueno, al menos lo intenté”. Más tarde, los padres de la estudiante también se presentaron, molestos, para intentar convencerla.

Maria Rosario explica que en situaciones así, debe mantener una postura firme porque sus decisiones pueden afectar a terceros. Si hubiera permitido a la estudiante pagar fuera de plazo, habría sido injusto para aquellos que sí pagaron a tiempo y para los que aún no habían pagado.

Aunque le resulta difícil escuchar las situaciones personales de los estudiantes y no poder ayudarlos, sabe que ser justa con todos es fundamental, y esa es una de las decisiones más difíciles que enfrenta.

Objetivo 5: Explorar la visión del alumnado sobre el futuro de la ética.

5. ¿Qué sugerencias les darías a los estudiantes en relación con la integración de la ética en sus estudios y trabajos futuros?

Comenta que como profesionales, siempre hay factores que influyen en la bondad o maldad de nuestras acciones. En el campo del diseño, menciona el libro “El diseño para el mundo real” de Victor Papanek, donde se argumenta que los diseñadores son como “asesinos” porque sus creaciones (en diseño de producto, diseño de ingeniería, etc.) pueden afectar significativamente la vida de las personas.

No solo están embelleciendo objetos, sino me-

yorando o empeorando la calidad de vida, y esto aplica a todas las profesiones. Por esta razón, las éticas profesionales y deontológicas son tan importantes, de ahí la necesidad de códigos de conducta.

Ella señala que en la profesión del diseño, existe una tendencia histórica a “querer solucionar problemas,” y es crucial tener cuidado con esto. Similar a otras profesiones, como la medicina, donde la elección entre un médico y un curandero puede tener graves consecuencias, es vital ser cuidadoso con las soluciones que se ofrecen. Se debe intentar proporcionar la mejor solución dentro de los estándares establecidos. Su consejo es claro: es esencial aplicar los códigos éticos en todas las profesiones.

ANEXO 4

Preguntas focus group

Preguntas personales

1. Nombre y edad
2. ¿Has realizado encargos de diseño?

Preguntas generales

1. ¿Qué les atrajo inicialmente a estudiarla carrera de diseño?
2. ¿Cómo se describirían como diseñadores?
3. ¿Qué ámbitos del diseño les interesan más (gráfico, producto,...)?
4. ¿Qué tipo de proyectos de diseño les resultan más estimulantes y gratificantes?
5. ¿Qué opinan sobre la importancia de la ética en el diseño?

6. ¿Qué desafíos éticos han enfrentado? Si es así, ¿cómo los has abordado?
7. ¿Cuáles son vuestros gustos estéticos?
8. ¿Han utilizado dinámicas de juegos en la Universidad de La Laguna?
9. ¿Les gustaría que hubieran dinámicas de juegos en las aulas?
10. ¿Juegan a juegos hoy en día? Si es así, ¿qué tipos de juegos?

Preguntas específicas

1. ¿Qué formato preferirían para el juego: físico, digital o una combinación de ambos?
2. ¿Qué aspectos visuales o de diseño creen que serían más atractivos para los estudiantes?
3. ¿Cómo creen que el juego podría integrar-

se mejor en el plan de estudios de la carrera de diseño?

4. ¿Qué aspectos creen que son importantes para incluir en un juego didáctico ético destinado a estudiantes de diseño?
5. ¿Qué tipo de actividades o mecánicas de juego les parecerían más efectivas para abordar estos temas éticos?
6. ¿Consideran que deberían de existir niveles de complejidad para mantener el interés de los estudiantes de diseño en el juego?
7. ¿Cuál sería la duración ideal de una sesión de juego didáctico para estudiantes de diseño?
8. ¿Cuál sería su expectativa sobre el impacto que este juego podría tener en la formación ética de los estudiantes de diseño y en los profesionales actuales?

ANEXO 5

Moodboard 2 y 3 para el focus group



Figura 35: Moodboard 2



Figura 36: Moodboard 3

ANEXO 6

52 artículos éticos del código deontológico del diseño READ divididos en las fases de un diseño

Fase rosa - investigación: En esta fase, los artículos están centrados en la adquisición de conocimientos, la autonomía profesional, la transparencia en la recopilación de datos y la garantía de que la investigación se realice de manera ética y respetuosa.

- **Artículo 3:** Las personas asociadas a READ actuarán desde la autonomía profesional, que consta de la libertad de tomar decisiones dentro de los límites de la legislación vigente, del respeto a los derechos prioritarios, del cumplimiento de contratos sociales y de la praxis de los principios éticos universales. Principio general de la ética aplicada al diseño.
- **Artículo 14:** Las personas asociadas a READ observarán los derechos humanos y por tanto no actuarán de manera que promuevan la discriminación de ninguna persona por raza,

orígenes étnicos, religión, condición social, identidad de género o cualquier otra razón enunciada en la Declaración Universal de Derechos Humanos. Principios a los que atiende la regla: respeto, buena fe, evitar conflictos de intereses.

- **Artículo 17:** Las personas asociadas a READ informarán a la asociación de las malas prácticas realizadas por cualquier implicado en el proceso proyectual que entren en conflicto con las leyes o los principios generales de las éticas aplicadas y de los códigos deontológicos. Principios a los que atiende la regla: legalidad, fidelidad a responsabilidades concretas, evitar conflictos de intereses.
- **Artículo 19:** Las personas asociadas a READ procurarán adquirir conocimientos y competencia profesional reconocidos por la comunidad educativa y/o profesional a través de la investigación, la formación continuada y la experiencia laboral y facilitarán la adquisición de conocimientos de las personas a su cargo. Principios a los que atiende la regla: profesionalidad, fidelidad a responsabilidades concre-

tas, respeto.

- **Artículo 24:** Las personas asociadas a READ actuarán priorizando la óptima conservación del ecosistema y el medio ambiente, con pleno respeto a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Principios a los que atiende la regla: legalidad, profesionalidad, fidelidad a responsabilidades concretas, buena fe, evitar conflictos de intereses, respeto.
- **Artículo 25:** Las personas asociadas a READ promoverán las diferentes filosofías del diseño, los nuevos ámbitos de actuación del diseño y las metodologías que prioricen la cooperación entre personas para la óptima conservación del ecosistema y el medio ambiente. Particularmente, filosofías como el diseño sostenible y sus variantes (emocionalmente duradero, slow design, estética sostenible, cradle to cradle, diseño de desarrollo local sostenible), el diseño centrado en el usuario, el diseño abierto (open design), el diseño universal, el diseño pluriversal, el diseño de transición, el diseño para la innovación social, el diseño in-

novación social, el diseño inclusivo para todos o el codiseño. Principios a los que atiende la regla: legalidad, profesionalidad, buena fe, evitar conflictos de intereses, respeto.

- **Artículo 27:** Las personas asociadas a READ no perpetuarán los estereotipos religiosos, políticos, raciales, de clase, de país, de identidad de género, sexuales y físicos en los ámbitos íntimo/personal, profesional/laboral, organizativo/asociativo y cívico/social. Principios a los que atiende la regla: buena fe, respeto.
- **Artículo 30:** Las personas asociadas a READ actuarán en interés del/la cliente y/o usuario/a dentro de los límites del deber profesional y la legislación del país y la comunidad autónoma, por encima de los intereses personales, siempre que no vayan en contra del interés general. Principios a los que atiende la regla: legalidad, profesionalidad, buena fe, evitar conflictos de intereses, respeto.
- **Artículo 31:** Las personas asociadas a READ no trabajarán simultáneamente para clientes o realizarán encargos que entren en competencia directa entre sí sin haber obtenido

previamente el consentimiento informado del cliente, exceptuando los casos en los que no se generen males a ninguno de los dos clientes implicados. Principios a los que atiende la regla: buena fe, evitar conflictos de intereses, respeto.

- **Artículo 38:** Las personas asociadas a READ buscarán encargos y trabajos de manera honesta, digna, veraz y transparente, basándose en sus méritos profesionales, su rigor, su laboriosidad, sus capacidades, su eficiencia, sus competencias, su disponibilidad y su capacidad de realizar una buena propuesta proyectual, sin incurrir en competencia desleal con otros/as compañeros/as de gremio a través de guerras de precios u otras malas prácticas profesionales. Principios a los que atiende la regla: legalidad, profesionalidad, buena fe, evitar conflictos de intereses, respeto.
- **Artículo 48:** Las personas asociadas a READ no participarán en ningún concurso cuyas bases no respeten los valores del presente código deontológico. Principios a los que atiende la regla: legalidad, evitar conflictos de intere-

ses, respeto.

- **Artículo 52:** Las personas que tengan cargos directivos en READ no se aprovecharán de dichos cargos, así como tampoco del prestigio de las asociaciones que pertenecen a READ, en beneficio propio. Principios a los que atiende la regla: legalidad, buena fe.

Fase azul - conceptualización: Los artículos asignados a esta fase se centran en la formulación de propuestas éticas, la generación de ideas, la colaboración con el cliente y la formulación de conceptos iniciales que respeten los principios éticos y las necesidades de los usuarios.

- **Artículo 2:** Las personas asociadas a READ evitarán hacer mal alguno en los ámbitos íntimo/personal, profesional/laboral, organizativo/asociativo y cívico/social, siempre y cuando no puedan hacer el bien. Principio general de la ética aplicada al diseño.
- **Artículo 5:** Las personas asociadas a READ serán justas durante todo el proceso proyectual, incluido todo el ciclo de vida de sus dise-

ños, atendiendo a la imparcialidad, la equidad, el equilibrio y la proporcionalidad entre personas y en el uso de los recursos limitados. Principio general de la ética aplicada al diseño.

- **Artículo 16:** Las personas asociadas a READ defenderán con su actividad profesional el estatus, el honor, la dignidad y la integridad del diseño observando las buenas prácticas profesionales, los principios éticos, las necesidades de las personas, los objetivos de la profesión y de los proyectos en curso, las reglas, las normas, los reglamentos, las recomendaciones, las decisiones, los dictámenes, los convenios laborales, los principios o las directivas de READ, de las asociaciones de las que formen parte o de otras instituciones relacionadas con el proyecto en curso. Principios a los que atiende la regla: legalidad, profesionalidad, confidencialidad, fidelidad a responsabilidades concretas, buena fe, evitar conflictos de intereses, respeto.
- **Artículo 18:** Las personas asociadas a READ tienen la responsabilidad de proponer soluciones y caminos alternativos a las malas

prácticas generadas por las personas implicadas en el proceso de diseño, y de colaborar, junto a estas personas, en su aplicación efectiva. Principios a los que atiende la regla: profesionalidad, fidelidad a responsabilidades concretas.

- **Artículo 26:** Las personas asociadas a READ observarán el «triple balance» y promoverán los impactos sociales, medioambientales y económicos positivos en los ámbitos íntimo/personal, profesional/laboral, organizativo/asociativo y cívico/social. Principios a los que atiende la regla: buena fe, respeto.
- **Artículo 36:** Las personas asociadas a READ respetarán y harán respetar los derechos de los/las colegas y de todos/as los/las implicados/as en el proceso proyectual para evitar que se cometan injusticias. Principios a los que atiende la regla: legalidad, profesionalidad, buena fe, evitar conflictos de intereses, respeto.
- **Artículo 37:** Las personas asociadas a READ respetarán y harán respetar los derechos de los/las colegas y de todos/as los/las implica-

dos/as en el proceso proyectual para evitar que se cometan injusticias. Principios a los que atiende la regla: legalidad, profesionalidad, buena fe, evitar conflictos de intereses, respeto.

- **Artículo 41:** Las personas asociadas a READ respetarán y harán respetar los derechos de autor/a (propiedad intelectual y propiedad industrial) y tienen el deber de no plagiar, conscientemente, ni bajo instrucciones de terceros, las ideas, proyectos u obras de otros/as compañeros/as. Principios a los que atiende la regla: legalidad, profesionalidad, fidelidad a responsabilidades concretas, buena fe, respeto.
- **Artículo 44:** Las personas asociadas a READ presentarán, previamente y por escrito, las condiciones contractuales. Condiciones que deberán incorporar la descripción detallada del proyecto, la estimación de costes o bases sobre las que están calculados los honorarios, los términos y condiciones de realización o producción, el modo de pago del encargo, las condiciones de uso, los derechos de re-

producción, la cesión o propiedad del encargo, los costes de los cambios no previstos y el correspondiente cronograma. Principios a los que atiende la regla: legalidad, profesionalidad, fidelidad a responsabilidades concretas, respeto.

- **Artículo 46:** Las personas asociadas a READ mantendrán la autonomía y la independencia con respecto a proveedores, agentes, empresas, parientes y todo grupo de interés implicado o relacionado con la profesión. Principios a los que atiende la regla: legalidad, profesionalidad, fidelidad a responsabilidades concretas, buena fe, evitar conflictos de intereses.

Fase verde - desarrollo: Durante esta etapa, los artículos se enfocan en la rigurosidad en el ejercicio profesional, la calidad del trabajo, la transparencia en los procesos de diseño y la promoción de la calidad, todo ello en el contexto del desarrollo y la implementación de soluciones de diseño.

- **Artículo 4:** Las personas asociadas a READ serán rigurosas en el ejercicio de su profesión,

promoviendo la calidad, la exigencia, la tenacidad, el esfuerzo, la búsqueda de lo óptimo y la voluntad de mejora. Principio general de la ética aplicada al diseño.

- **Artículo 11:** Las personas asociadas a READ actuarán conforme a la buena fe, pensando en las demás personas a la hora de proyectar y producir, desde la veracidad, la transparencia, las buenas intenciones y la honestidad. Principio general de los códigos deontológicos.
- **Artículo 21:** Las personas asociadas a READ cumplirán con las obligaciones tributarias, financieras y contables con todas las personas, instituciones públicas o privadas implicadas en su práctica profesional (asociaciones, colegios oficiales, trabajadores/as, proveedores, administraciones públicas, gobiernos). Principios a los que atiende la regla: legalidad, fidelidad a responsabilidades concretas, profesionalidad, respeto.
- **Artículo 23:** Las personas asociadas a READ compartirán con el cliente la responsabilidad por la transmisión o comunicación de los mensajes del producto, sistema o servicio diseña-

dos. Si durante la evolución del proyecto las personas asociadas a READ no comparten los valores con el cliente, podrán abandonar el proyecto de mutuo acuerdo. Al mismo tiempo, el/la diseñador/a puede ejecutar el proyecto del cliente y desvincularse de la publicación de su nombre como autor/a. Principios a los que atiende la regla: profesionalidad, buena fe, respeto.

- **Artículo 28:** Las personas asociadas a READ fomentarán elevados estándares de calidad práctica, estética, simbólica y ética en las fases de proyecto, producción, venta y consumo o uso. Principios a los que atiende la regla: profesionalidad, buena fe, respeto.
- **Artículo 32:** Las personas asociadas a READ no transferirán encargos enteros a otros/as diseñadores/as sin el consentimiento informado del cliente. Principios a los que atiende la regla: profesionalidad, confidencialidad, buena fe, evitar conflictos de intereses, respeto.
- **Artículo 35:** Las personas asociadas a READ se responsabilizarán del cumplimiento por

parte de su equipo de trabajo de la norma de confidencialidad. Principios a los que atiende la regla: legalidad, confidencialidad, fidelidad a responsabilidades concretas, respeto.

- **Artículo 40:** Las personas asociadas a READ rechazarán un encargo, en cualquier fase del proyecto, si se ven forzadas por alguno/a de los/las implicados/as a cumplir con exigencias adicionales abusivas, ilegales, inmorales, no retribuidas o injustas. Principios a los que atiende la regla: legalidad, profesionalidad, buena fe, evitar conflictos de intereses.
- **Artículo 47:** Las personas asociadas a READ no aceptarán comisiones o pagos de cualquier otro tipo por el simple hecho de recomendar a una persona para un trabajo o ceder un encargo. Principios a los que atiende la regla: respeto, evitar conflictos de intereses, buena fe.
- **Artículo 50:** Las personas asociadas a READ no trabajarán o colaborarán con un miembro sancionado por READ o las asociaciones miembro si este se niega a rectificar una mala práctica en el proyecto en curso o en los si-

guientes. Principios a los que atiende la regla: legalidad, profesionalidad, evitar conflictos de intereses, respeto.

Fase amarilla - implementación: Los artículos asignados a esta fase se relacionan con la fidelidad a las responsabilidades profesionales concretas, la gestión de proyectos, el respeto a los derechos de autor y la garantía de que el diseño se implemente de manera ética y responsable.

- **Artículo 1:** Las personas asociadas a READ procurarán hacer el bien en los ámbitos íntimo/personal, profesional/laboral, organizativo/asociativo y cívico/social. Principio general de la ética aplicada al diseño.
- **Artículo 6:** Las personas asociadas a READ serán transparentes y promoverán la transparencia en todas las actuaciones que realicen en los ámbitos íntimo/personal, profesional/laboral, organizativo/asociativo y cívico/social, para hacer comprensible su trabajo, sus procesos y métodos, así como para evitar privilegios, conflictos o tensiones y garantizar el

derecho a la libertad de expresión. Principio general de la ética aplicada al diseño.

- **Artículo 8:** Las personas asociadas a READ actuarán conforme a la profesionalidad, ejerciendo su actividad con rigor, capacidad, esfuerzo, conocimientos, altas competencias, autonomía y servicio público; haciendo el bien y evitando males a quienes tengan algún tipo de implicación en el proceso de diseño. Principio general de los códigos deontológicos.
- **Artículo 9:** Las personas asociadas a READ mantendrán la confidencialidad de toda la información y datos adquiridos durante su trabajo que puedan dañar la reputación, el honor, afectar a la propiedad intelectual/industrial o suponer una desventaja respecto a otros implicados en la profesión. El principio de confidencialidad dejará de estar vigente cuando así lo requiera o venga impuesto por una resolución judicial. Principio general de los códigos deontológicos.
- **Artículo 12:** Las personas asociadas a READ evitarán conflictos de intereses, impidiendo cualquier nepotismo o trato de favor y evitan-

do la confrontación entre los intereses de una persona o empresa y los intereses de otras personas implicadas o profesionales. Principio general de los códigos deontológicos.

- **Artículo 13:** Las personas asociadas a READ actuarán con respeto, velando por la autonomía y el reconocimiento del valor integral de todas las personas, instituciones y de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), poniendo especial énfasis en la protección social y medioambiental. Principio general de los códigos deontológicos.
- **Artículo 15:** Las personas asociadas a READ cumplirán y respetarán las leyes recogidas en los tratados internacionales, la legislación de la Unión Europea, la Constitución, las leyes orgánicas y ordinarias, los decretos legislativos y los decretos leyes, los reglamentos del Estado y de las comunidades autónomas o del lugar en el que trabajen. Principio al que atiende la regla: legalidad.
- **Artículo 22:** Las personas asociadas a READ realizarán los encargos en relación recíproca

y colaborativa con el cliente dentro de los límites del deber profesional y la legislación del país y la comunidad autónoma, por encima de los intereses personales. Principios a los que atiende la regla: legalidad, profesionalidad, buena fe, evitar conflictos de intereses

- **Artículo 34:** Las personas asociadas a READ mantendrán la confidencialidad de toda la información de que dispongan sobre sus clientes o encargos (intenciones, métodos de producción, organización empresarial, etc.), excepto cuando tengan un requerimiento judicial y/o dispongan del consentimiento del cliente. Si el/la diseñador/a percibe que el cliente quiere cometer o ha cometido una ilegalidad, solamente podrá romper la regla de confidencialidad ante personal autorizado legalmente (policías, inspectores, abogados, fiscales y jueces). Principios a los que atiende la regla: legalidad, confidencialidad, fidelidad a responsabilidades concretas, respeto.
- **Artículo 51:** Las asociaciones de READ advertirán o sancionarán a cualquier persona que viole las reglas del Código deontológico de

forma reincidente. Principios a los que atiende la regla: legalidad, fidelidad a responsabilidades concretas.

Fase naranja - Evaluación: En la fase de evaluación, los artículos se centran en la buena fe en la crítica, el compromiso con la mejora continua, la responsabilidad por los resultados y la garantía de que el diseño se evalúe de manera justa y completa, teniendo en cuenta los principios éticos y los estándares de calidad establecidos.

- **Artículo 7:** Las personas asociadas a READ actuarán conforme a la legalidad, respetando los derechos humanos básicos y los principios éticos universales. Principio general de los códigos deontológicos.
- **Artículo 10:** Las personas asociadas a READ actuarán con fidelidad a sus responsabilidades profesionales concretas en referencia al lugar de trabajo que ocupen o a las funciones que se desarrollen en la empresa. Principio general de los códigos deontológicos.
- **Artículo 20:** Las personas asociadas a READ

demostrarán sus conocimientos y experiencia con documentos reconocidos por la comunidad educativa y/o profesional cuando ello sea requerido por personas implicadas o derive de una exigencia legal. Principios a los que atiende la regla: legalidad, profesionalidad.

- **Artículo 29:** Las personas asociadas a READ ayudarán y educarán a estudiantes, nuevas/os graduadas/os y nuevas/os profesionales en la entrada en la vida laboral, desarrollando al máximo posible sus capacidades y habilidades. Principios a los que atiende la regla: profesionalidad, fidelidad a responsabilidades concretas, buena fe, respeto.
- **Artículo 33:** Las personas asociadas a READ supervisarán las tareas confiadas al personal auxiliar y/o personas colaboradoras para que respeten las buenas prácticas profesionales durante todo el proceso proyectual. Principios a los que atiende la regla: legalidad, profesionalidad, fidelidad a responsabilidades concretas, buena fe, evitar conflictos de intereses, respeto.
- **Artículo 39:** Las personas asociadas a READ

aconsejarán a sus clientes que no incurran en malas prácticas profesionales. Principios a los que atiende la regla: legalidad, profesionalidad, confidencialidad, fidelidad a responsabilidades concretas, buena fe, evitar conflictos de intereses, respeto.

- **Artículo 42:** Las personas asociadas a READ reclamarán o renunciarán a la autoría de un proyecto individual o colectivo en función del grado de participación que hayan tenido y del grado de respeto de originalidad a su propuesta profesional inicial. Principios a los que atiende la regla: profesionalidad, fidelidad a responsabilidades concretas, buena fe, respeto.
- **Artículo 43:** Las personas asociadas a READ serán justas en la crítica a los trabajos de los/las compañeros/as, usando conocimientos y argumentos técnicos y racionales, sin denigrar ni menospreciar el trabajo o la reputación de los implicados en el proceso proyectual. Principios a los que atiende la regla: profesionalidad, buena fe, respeto.
- **Artículo 45:** Las personas asociadas a READ

realizarán sus servicios profesionales a cambio de honorarios. Solo podrán reducir o eliminar honorarios a organizaciones benéficas o sin ánimo de lucro, siempre que dicha reducción no suponga un perjuicio para la profesión y/o forme parte de una donación de servicios a dicha entidad. Principios a los que atiende la regla: profesionalidad, buena fe, evitar conflictos de intereses, respeto.

- **Artículo 49:** Las personas asociadas a READ informarán y esperarán la aprobación del cliente si el/la diseñador/a quiere concursar o publicar los resultados del trabajo encargado por el cliente, aunque los derechos de autoría permitan su utilización sin la necesidad de hacerlo. Principios a los que atiende la regla: respeto, buena fe, confidencialidad.

ANEXO 7 Rejilla tipografía personal “Driwi”

Para asegurar una coherencia visual integral, era fundamental crear una tipografía que se alinea con las palabras del logo “Ética”. Para ello, se recurrió a Adobe Illustrator, donde se implementó el formato deseado mediante trazos ovalados y se diseñaron manualmente todas las letras. El uso de una rejilla facilitó la precisión y comodidad en el proceso creativo. Posteriormente, esta tipografía fue convertida en una fuente, lo que posibilita su aplicación en diversas plataformas con facilidad.

!	“	”	,	.	:		
;	?	A	B	C	D		
E	F	G	H	I	J	K	L
M	N	O	P	Q	R	S	T
U	V	W	X	Y	Z	a	b
c	d	e	f	g	h	i	j
k	l	m	n	o	p	q	r
s	t	u	v	w	x	y	z

Figura 37: Rejilla Driwi 1

í	-	'	z	Á		
é	í	ñ	ó	ú		
á	é	í	ñ	ó	ú	

Figura 38: Rejilla Driwi 2

ANEXO 8

Bocetos tablero

El tablero es fundamental para la experiencia del juego, por lo que se ha diseñado con cuidado para ser funcional y visualmente atractivo.

El proceso de diseño comenzó con una lluvia de ideas para explorar conceptos y funcionalidades, seguida de la creación de un moodboard inspirado en la investigación de nuestro público objetivo. Esto aseguró que el diseño del tablero resonara con las preferencias de los jugadores.

Se desarrollaron bocetos físicos y digitales del tablero, ambos siguiendo la línea de diseño establecida para garantizar una experiencia óptima. El diseño digital se ha centrado en combinar estética y practicidad, con especial atención a la vectorización de elementos clave como el camino central y los iconos de actividades.

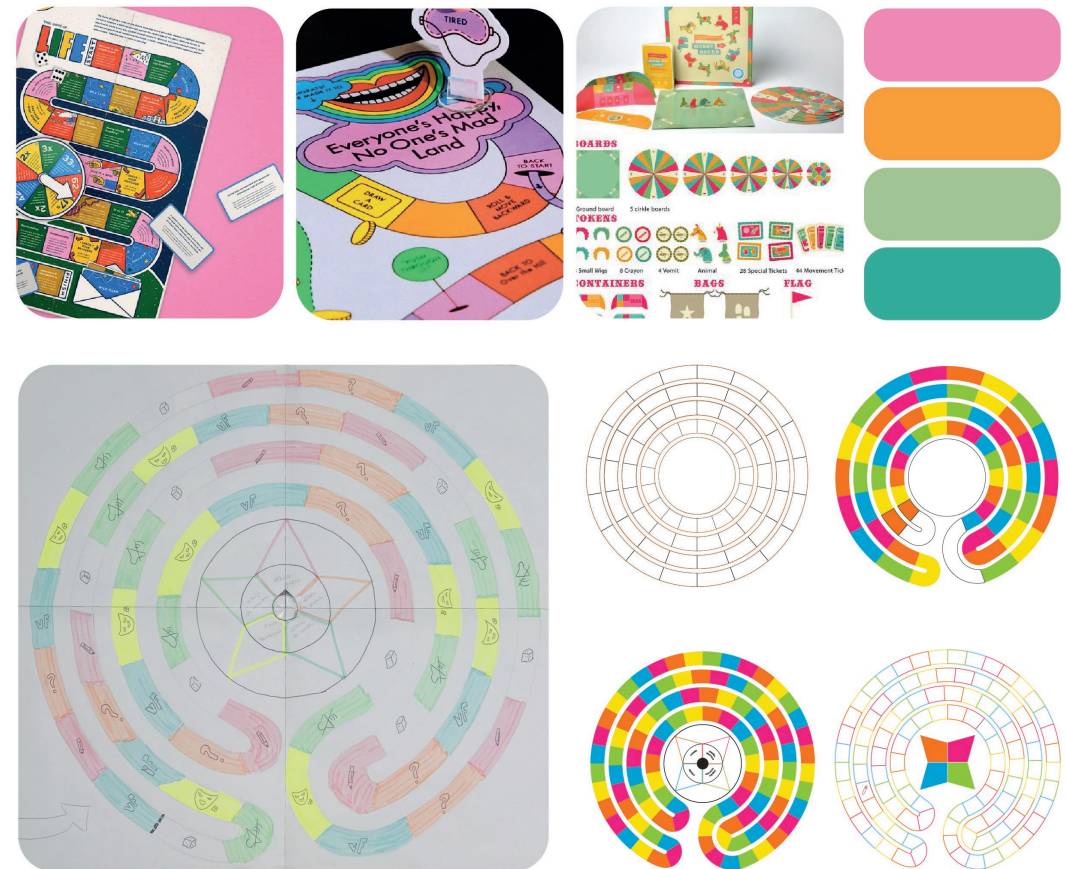


Figura 39: Bocetos tablero

ANEXO 9

Bocetos cartas

Para el juego, se identificaron tres tipos de cartas clave: cartas de actividades, que guían las acciones a realizar, cartas de ventajas y desafíos y cartas de escalera del infierno, que añaden interacción y estrategia.

El proceso de diseño de estas cartas comenzó con una lluvia de ideas, cuyas propuestas se organizaron en un moodboard. Las características destacadas incluyen tamaño pequeño, diseño sencillo, uso de blanco y colores, iconos y bordes redondeados.

Se realizaron bocetos físicos y digitales para determinar el tamaño y la estética, explorando diferentes enfoques para cada tipo de carta, desde la disposición de elementos hasta el uso de colores y tipografías.



Figura 40: Bocetos carta

ANEXO 10

Bocetos packaging

El packaging contiene todas las piezas del juego, por lo que debe tener un diseño impecable que concuerde con los demás elementos. Es crucial, ya que será la primera impresión que el público tendrá del juego.

Siguiendo la misma metodología, se visualizaron diversas ideas que luego se plasmaron en un moodboard. En esta fase, la mayoría de los diseños ya estaban realizados, por lo que se continuó trabajando con formatos similares para mantener una coherencia estética en todo el proyecto. Además, los diseños se adaptaron a las dimensiones preexistentes de la caja que se iba a reutilizar, lo que facilitó el proceso de diseño. Esto permitió optimizar el trabajo y centrar los esfuerzos en perfeccionar los detalles gráficos.



Figura 41: Bocetos packaging

ANEXO 11

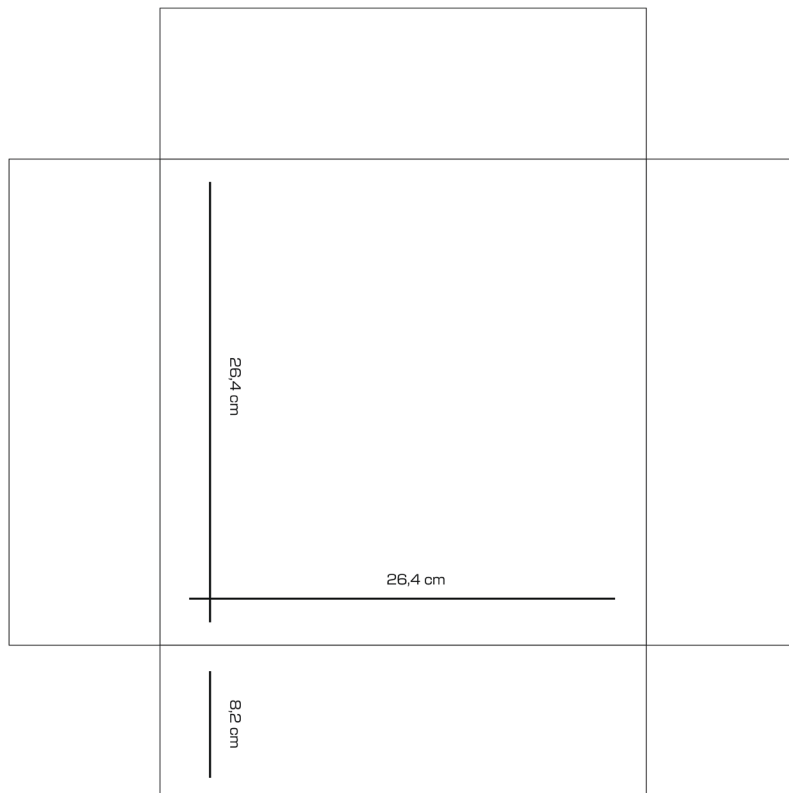
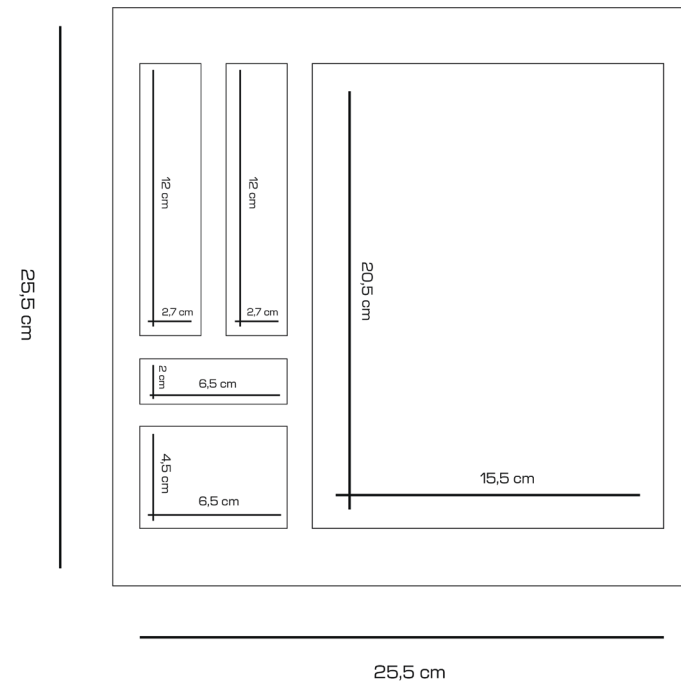
Planos packaging

Como se mencionó previamente, el embalaje se confeccionó utilizando cartón reciclado y una caja preexistente como base.

Se examinó cuidadosamente esta caja en particular y se determinaron los tamaños esenciales para su reproducción en el programa Adobe Illustrator. Se generaron planos para la parte superior, inferior e interior de la caja, garantizando así una adecuada producción del embalaje.



Figura 42: Plano caja superior

**Figura 43:** Plano caja inferior**Figura 44:** Plano caja interior

ANEXO 12

Realización packaging

Para la elaboración de la parte externa de la caja, se realizó un trabajo manual meticuloso, pegando con exactitud para lograr un acabado perfecto. Al ser la primera vez imprimiendo diseños, llevó a algunos errores. Una lección importante fue la necesidad de dejar un margen adicional al cortar vinilos. En la caja superior, no se dejó suficiente margen, lo que requirió pintar con acrílico la parte interior. En la caja inferior, al aplicar el vinilo, se observó que las letras de Diseñética en las solapas estaban al revés, se tomó nota para evitar en futuros proyectos.

La parte interna de la caja se realizó dos veces. En la primera versión, se utilizó un cartón demasiado grueso y con irregularidades, lo que no proporcionó el acabado deseado. A pesar de ser una maqueta, se decidió empezar de nuevo, esta vez utilizando un cartón más delgado y, en lugar de pintarlo, se optó por forrarlo con papel blanco para un mejor resultado.



Figura 45: Proceso de realización del packaging

ANEXO 13 Bocetos manual de instrucciones

Para elaborar este manual, se optó por crear bocetos mediante formas de papel para determinar el tamaño, el formato y las caras a tener en cuenta.

Inicialmente se consideró un tríptico, pero debido a la cantidad de información a incluir, se optó por un cuadríptico.

Se empezó por un boceto a mano, definiendo las ideas y el formato necesario. Estos bocetos se acercan más a la realidad, ya que la mayoría de los elementos del juego ya estaban creados, por lo que, el enfoque consistió en mantener la coherencia con los anteriores.

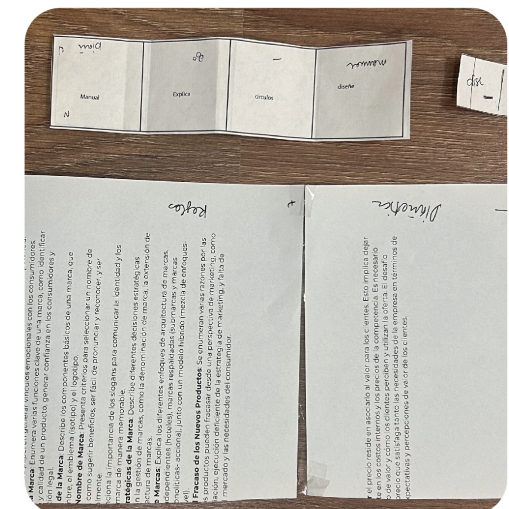
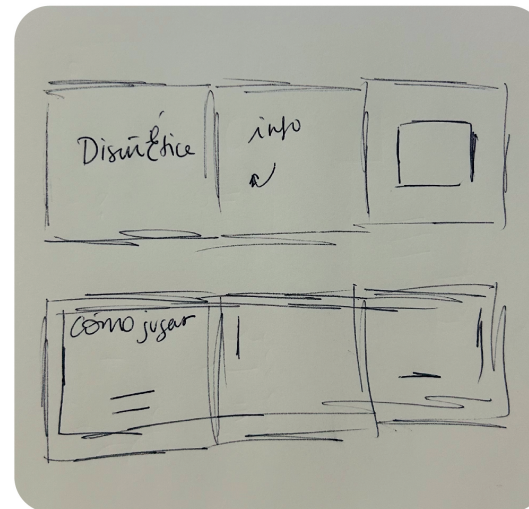
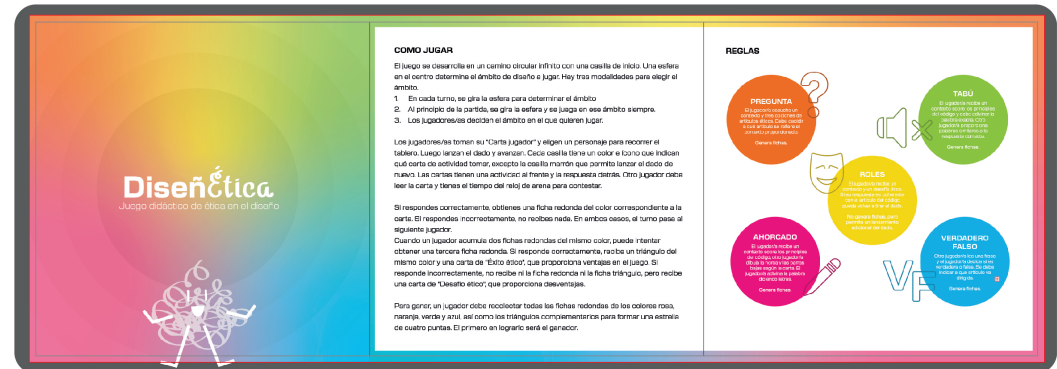


Figura 46: Boceto manual de instrucciones

ANEXO 14

Producción fotografía

Para obtener un resultado final de alta calidad de todos los productos diseñados para este juego, se creó un set casero utilizando cartulinas blancas como fondos y cinta de carroceros para fijarlas. Con un trípode, un foco y una cámara, se realizaron las fotos finales del producto.

Una vez tomadas las fotos, se procesaron con el programa Camera Raw para ajustar los blancos y la tonalidad. Posteriormente, se introdujeron en Adobe Photoshop para eliminar fondos no deseados y añadir brillo.

En la Figura 47 se puede observar cómo la primera imagen en la parte superior está sin editar, mientras que la segunda en la parte inferior muestra el resultado final. Este proceso se realizó con cada una de las fotografías.

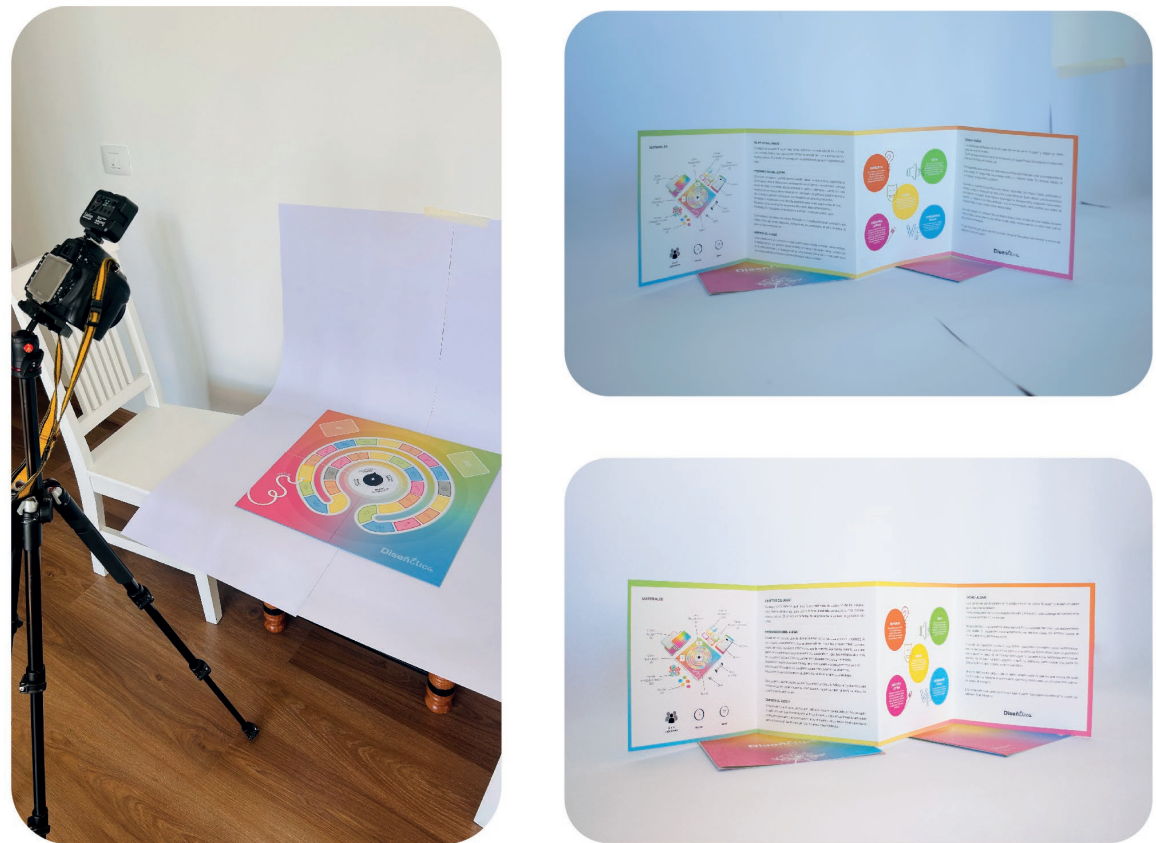
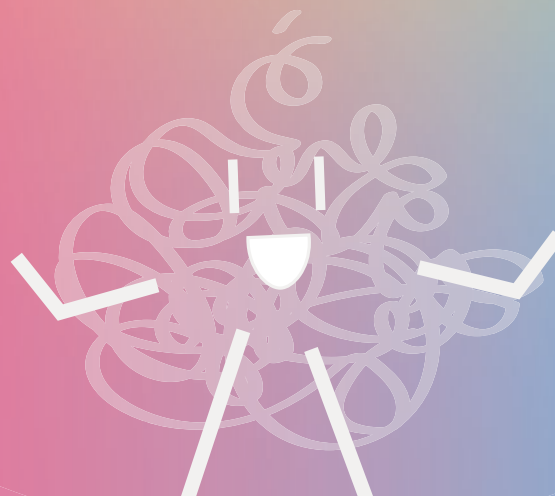


Figura 47: Set de producción y comparación de edición de imágenes

Diseñética

Manual DiseñÉtica
Andrea Hernández Armas

DiseñÉtica



Diseñética

Proyecto de un juego didáctico sobre
la ética en el diseño.

Trabajo Fin de Grado
Andrea Hernández Armas

DiseñÉtica:
Manual de Identidad Visual Coporativa

Autora
Andrea Hernández Armas

Tutor
Dr. Bernardo Antonio Candela Sanjuán

Facultad de Bellas Artes
Grado en Diseño
Universidad de La Laguna

Promoción 2020 - 2024
Curso Académico 2023 - 2024
Presentación TFG Junio 2024

Reservados todos los derechos. No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión por cualquier forma o cualquier medio sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright.

© 2024, DiseñÉtica

Manual de identidad coorpoativa

Este manual proporciona las herramientas esenciales para el uso y aplicación gráfica de la identidad visual de DiseñÉtica en todas sus formas.

Está diseñado para satisfacer las necesidades de quienes comunican y aplican la marca en diversos contextos, con el objetivo de mantener una imagen coherente. Por ello, es obligatorio seguir las normas establecidas.

En situaciones no contempladas en este manual, se deben seguir los criterios de estilos definidos en los apartados siguientes para asegurar un uso adecuado de la marca y cumplir con los objetivos de su identificación.

Índice

1. ELEMENTOS BÁSICOS	140	2.5 Convivencia con marcas	162	3.3 Web y redes sociales	182
1.1 Elementos principales	141			3.3.1 Firma email	182
		2.6 Tamaño mínimo	163	3.3.2 Página web	184
1.2 La marca	142			3.3.3 Instagram	185
		2.7 Usos cromáticos	164		
1.3 Tipografía	143				
1.3.1 Tipografía principal	143	2.8 Usos incorrectos	165		
1.3.2 Tipografía secundaria	144				
		2.9 Aplicación en fondos fotográficos	166		
1.4 Símbolo	145				
		3. APLICACIONES	168		
1.5 Mascota corporativa	146	3.1 Papelería corporativa	169		
		3.1.1 Primera hoja de carta	169		
1.6 Paleta cromática	147	3.1.2 Segunda hoja de carta	170		
		3.1.3 Sobre americano sin ventanilla	172		
2. CONSTRUCCIÓN	157	3.1.4 Sobre americano con ventanilla	173		
2.1 Versiones de marca	158	3.1.5 Sobre bolsa	175		
		3.1.6 Tarjeta publicitaria	176		
2.2 Construcción y configuración	159			3.2 Cartelería	178
				3.2.1 Primeros carteles	178
2.3 Centrado de símbolo	160			3.2.2 Segundos carteles	179
2.4 Áreas de reserva	161				

1.

ELEMENTOS BÁSICOS



ELEMENTOS BÁSICOS

Este bloque engloba las piezas clave de la
marca DiseñÉtica.

1.1 Elementos principales

Aquí se presentan los elementos fundamentales que definen la marca Diseñética: El logotipo oficial de la marca, las tipografías y la paleta cromática.

LA MARCA

Diseñética

TIPOGRAFÍA

Aa

New Science

A B C D E F G H I J K L
M N O P Q R S T U V W
X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o
p q r s t u v w x y z

Aa

Driwi

A B C D E F G H I J K
L M N O P Q R S T U V
W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z

PALETA CROMÁTICA



1.2 La marca

Diseñética es una palabra formada por “Diseño” y “Ética”. Estas dos palabras son altamente descriptivas, ya que reflejan la combinación de ambos aspectos en un solo juego.

Dado que se trata de un producto novedoso, es fundamental que el público objetivo asocie su nombre con su propósito y utilidad. Por ello, se eligió el nombre Diseñética.

Diseñética

1.3 Tipografía

Tipografía principal

Para la construcción tipográfica se utiliza la fuente «New Science».

Se trata de una tipografía Sans Serif de carácter geométrico que atrae la atención del lector con su estilo innovador aportando una mayor seriedad a pesar de ser un juego.

La marca combina en todas sus versiones (Bold, SemiBold, Medium, Regular y Thin) letras mayúsculas y letras minúsculas.

A a

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

A a

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

A a

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

A a

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

A a

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

Tipografía secundaria

Además de la tipografía «New Science», se hace uso de la tipografía «Driwi».

Esta se trata de una tipografía manuscrita propia realizada a mano alzada con trazados ovalados para seguir con la coherencia visual del juego. Asimismo, se quiso añadir este dinamismo con el fin de aportar un toque más animado característico de un juego.

Se hace uso de esta tipografía en el logotipo de la marca o en caso de textos pequeños.

A a

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o
p q r s t u v w x y z

1.4 Símbolo

Para la creación del símbolo de la identidad visual corporativa, la tipografía seleccionada (Driwi) se centra en la letra «e».

Tal como se mencionó anteriormente, este símbolo corresponde a la letra «e», que fue creada a mano alzada utilizando trazos ovalados. Esta letra se eligió como símbolo porque es la que conecta las diferentes palabras que conforman el nombre de la marca, poniéndola así en mayúscula con el fin de darle un mayor protagonismo.



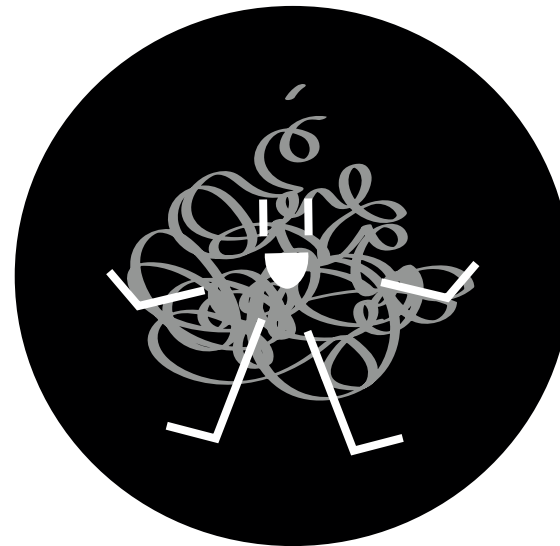
1.5 Mascota corporativa

A raíz del juego se crearon diferentes peones para poder moverse por las diferentes casillas.

El peón principal y mascota del juego se diseñó con un trazado de círculos ovalados infinitos. En la parte central superior, estos círculos comienzan con la misma forma del símbolo del juego, es decir, la tilde y la forma de la “e”, buscando así una coherencia visual integral.

A esto, se les añadieron las diferentes extremidades, así como los ojos y la boca con un trazado básico.

La mascota es una versión secundaria que se utilizará en muy pocas ocasiones y en formatos grandes.



1.6 Paleta cromática

Los colores desempeñan un papel fundamental en la identidad visual de Diseñética. En su logotipo, los tonos principales son blanco, gris y negro. A pesar de ello, esta marca cuenta con la flexibilidad de adaptarse a toda su paleta cromática según la ocasión, e incluso pudiendo incorporar degradados de estos mismos tonos.

	RGB: 255 255 255 CMYK: 0 0 0 0 #ffffff	BLANCO
	RGB: 181 177 176 CMYK: 20 18 18 20 #b5b1b0	GRIS
	RGB: 0 0 0 CMYK: 0 0 0 100 #000000	NEGRO
	RGB: 155 195 28 CMYK: 48 0 100 0 #9bc31c	VERDE
	RGB: 249 214 0 CMYK: 5 12 100 0 #f9d600	AMARILLO
	RGB: 236 102 8 CMYK: 0 70 100 0 #ec6608	NARANJA
	RGB: 28 172 228 CMYK: 72 11 0 0 #1cace4	AZUL
	RGB: 229 4 115 CMYK: 1 98 16 0 #e50473	ROSA



RGB: 255 255 255
CMYK: 0 0 0 0
#ffffff





RGB: 0 0 0
CMYK: 0 0 0 100
#000000



NEGRO



RGB: 229 4 115
CMYK: 1 98 16 0
#e50473



ROSA

2.

CONSTRUCCIÓN

2.

CONSTRUCCIÓN

Este apartado detalla la configuración de la marca con el objetivo de asegurar una representación coherente y consistente.

2.1 Versiones de marca

La versión principal del logotipo es en formato horizontal. Se evitará el uso de esta versión cuando el logotipo deba tener un tamaño inferior a 10 mm de alto. En tales casos, se utilizará la versión reducida. Esta versión hace referencia al símbolo, estando destinada principalmente a su uso en plataformas digitales y redes sociales.

VERSIÓN OFICIAL

Diseñética

VERSIÓN REDUCIDA

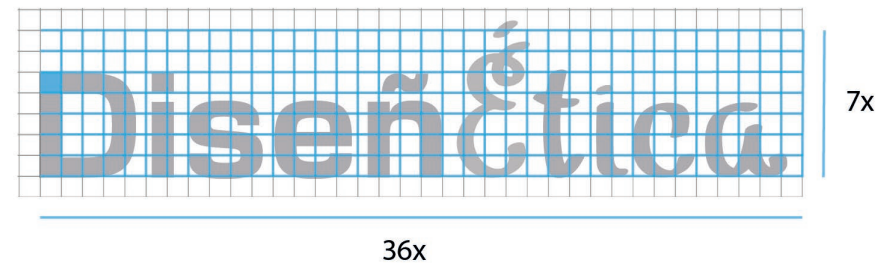


2.2 Construcción y configuración

Para garantizar una proporción adecuada de la marca, es imprescindible respetar el área de construcción con su correspondiente altura.

Se proporciona una rejilla base que establece el valor "x" como la unidad de medida, siendo este valor equivalente a un cuadro de la rejilla de construcción. La altura de la tipografía es de 7x, mientras que la longitud del conjunto visual identificador es de 36x.

Es importante destacar que la marca se utilizará principalmente en formato vertical, con la opción de justificarla a la derecha, izquierda o centro. Cualquier alteración que no cumpla con estas especificaciones afectaría la coherencia de la imagen de Diseñética.



Area 3x3cm



2.3 Centrado de símbolo

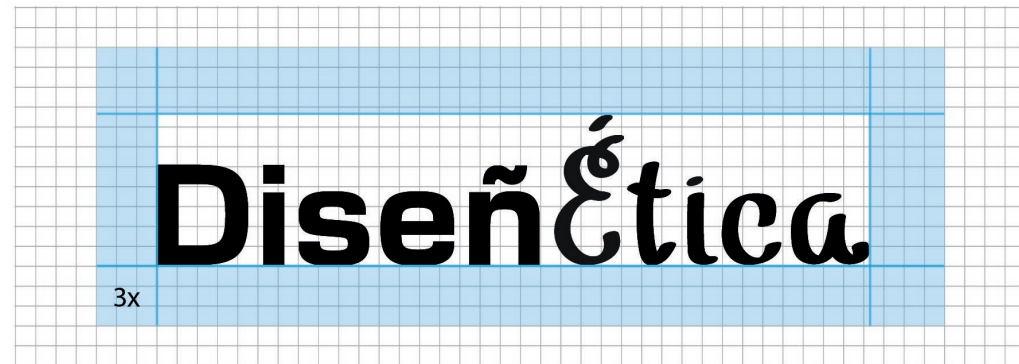
Para asegurar una correcta legibilidad es necesario optar por el centrado geométrico.



2.4 Área de reserva

Para evitar que elementos externos a la marca interfieran en ella comprometiendo su legibilidad o coherencia gráfica, se impone la siguiente área de reserva o protección.

En este caso, la construcción del área de reserva queda determinada por la medida de un alto y ancho de 3x.



2.5 Convivencia con marcas

Cuando sea necesario utilizar nuestra marca junto a otras, seguiremos pautas específicas.

En primer lugar, estableceremos una jerarquía de importancia según el organismo representado.

En segundo lugar, tendremos en cuenta el área de protección de marca, que como se mencionó anteriormente, equivale a 3x.



2.6 Tamaño mínimo

Como mencionamos antes, la rejilla de construcción es útil para definir dimensiones proporcionales que aportan coherencia a la marca.

Para asegurar una buena lectura de la marca es necesario establecer unas medidas mínimas. En caso de necesitar reproducir la marca por debajo de los 10 mm establecidos, se usará el símbolo alcanzando los 7 mm.



Diseñética

Offset: 10 mm
Web: 28 px



Offset: 7 mm
Web: 20 px

2.7 Usos cromáticos

Sobre fondos de color blanco, la marca se presentará principalmente en color negro, excepto en situaciones específicas donde sea necesario utilizar otros colores de la paleta cromática.

En fondos de color negro, se empleará predominantemente el color blanco, aunque en momentos específicos también se puede optar por otros colores de la paleta cromática.

Diseñética

Diseñética
Diseñética
Diseñética
Diseñética
Diseñética
Diseñética

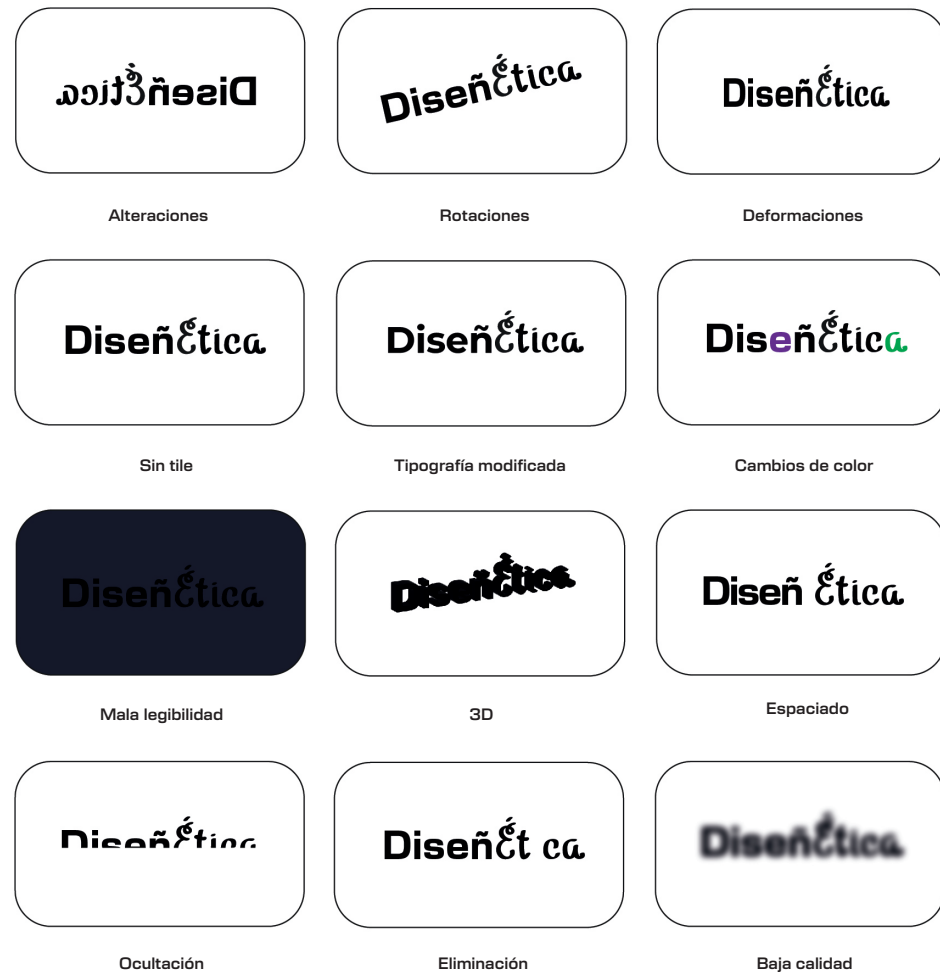
Diseñética

Diseñética
Diseñética
Diseñética
Diseñética
Diseñética
Diseñética

2.8 Usos incorrectos

Se presentan ejemplos de alteraciones incorrectas que están estrictamente prohibidas, ya que no se permite ningún uso que no respete las normas establecidas en este manual.

La identidad visual hace que la marca sea reconocible, por lo que es fundamental adherirse a estas directrices.



2.9 Aplicación en fondos fotográficos

La versión del logotipo utilizada sobre fotografías, ya sea a color o en escala de grises, debe garantizar su legibilidad. Por lo tanto, en el caso de imágenes con mucho ruido visual, es necesario aplicar un filtro que utilice uno o varios colores distintivos de la marca como tratamiento previo.



3.

APLICACIONES

3.

APLICACIONES

Para finalizar, esta sección refleja cómo la marca se presenta en diferentes versiones y contextos.

3.1 Papelería corporativa

Primera hoja de carta

Formato: 297x210 mm

Gramaje: 100 g/m²

Escala: 40%

1. New science

Regular

8 pt

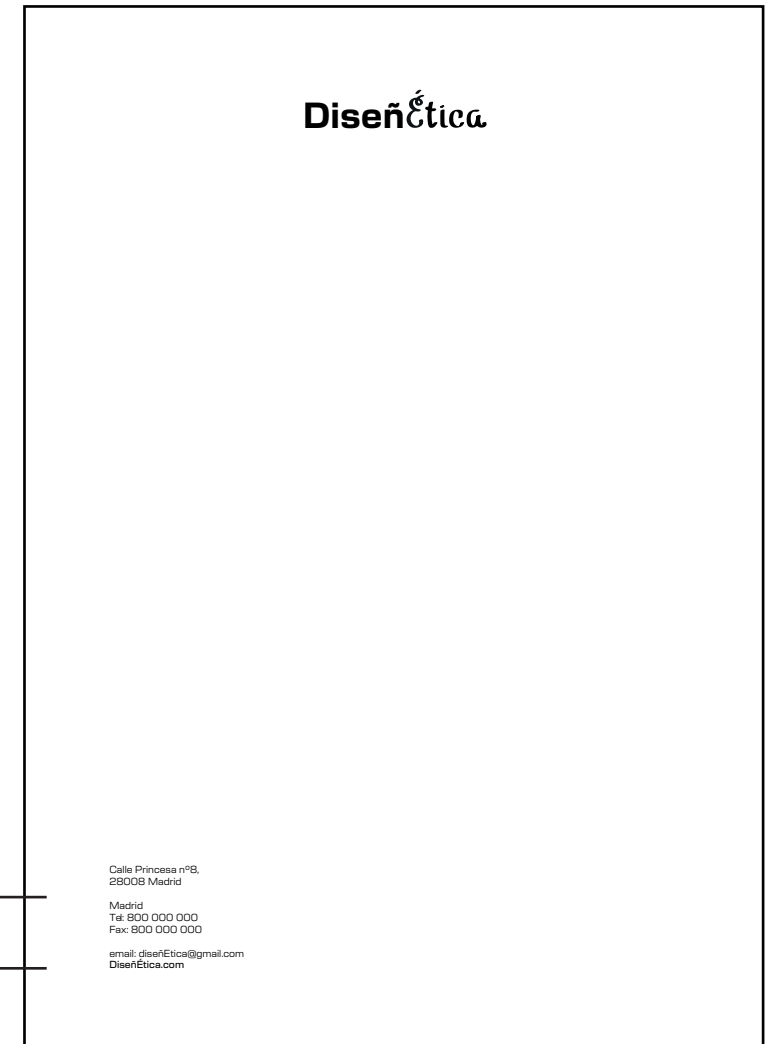
Interlineado 9,6 pt

2. New science

Medium

8 pt

Interlineado 9,6 pt



Segunda hoja de carta

Formato: 297x210 mm

Gramaje: 100 g/m²

Escala: 40%

1. New science

Regular

11 pt

Interlineado 13,2 pt

2. New science

Regular

8 pt

Interlineado 9,6 pt

3. New science

Medium

8 pt

Interlineado 9,6 pt

1

2

3

DiseñÉtica

Lorem ipsum dolor sit amet.

Consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy.

Nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis

nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Muchas gracias.

Atentamente,

Andrea Hernández Armas

Calle Princesa nº8,
28008 Madrid

Madrid
Tel: 900 000 000
Fax: 900 000 000

email: diseñÉtica@gmail.com
DiseñÉtica.com



Sobre americano sin ventanilla

Formato: 220 x 110 mm

Gramaje: 50 g/m²

Escala: 40%

1. New science

Regular

8 pt

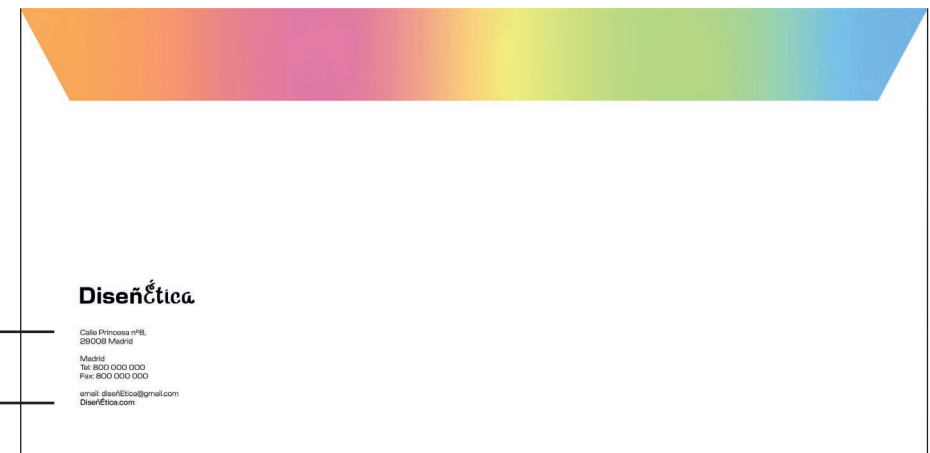
Interlineado 9,6 pt

2. New science

Medium

8 pt

Interlineado 9,6 pt



1

2

Sobre americano con ventanilla

Formato: 220 x 110 mm

Gramaje: 50 g/m²

Escala: 40%

1. New science

Regular

8 pt

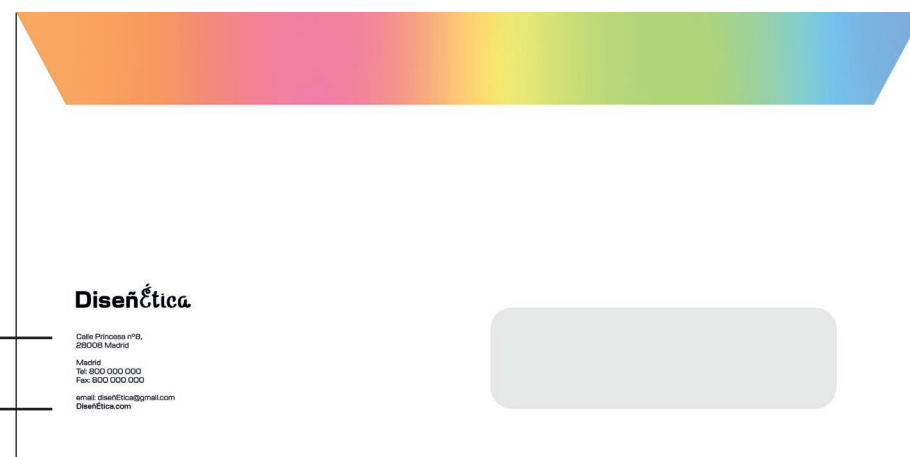
Interlineado 9,6 pt

2. New science

Medium

8 pt

Interlineado 9,6 pt





Sobre bolsa

Formato: 335x250 mm

Gramaje: 100 g/m²

Escala: 40%

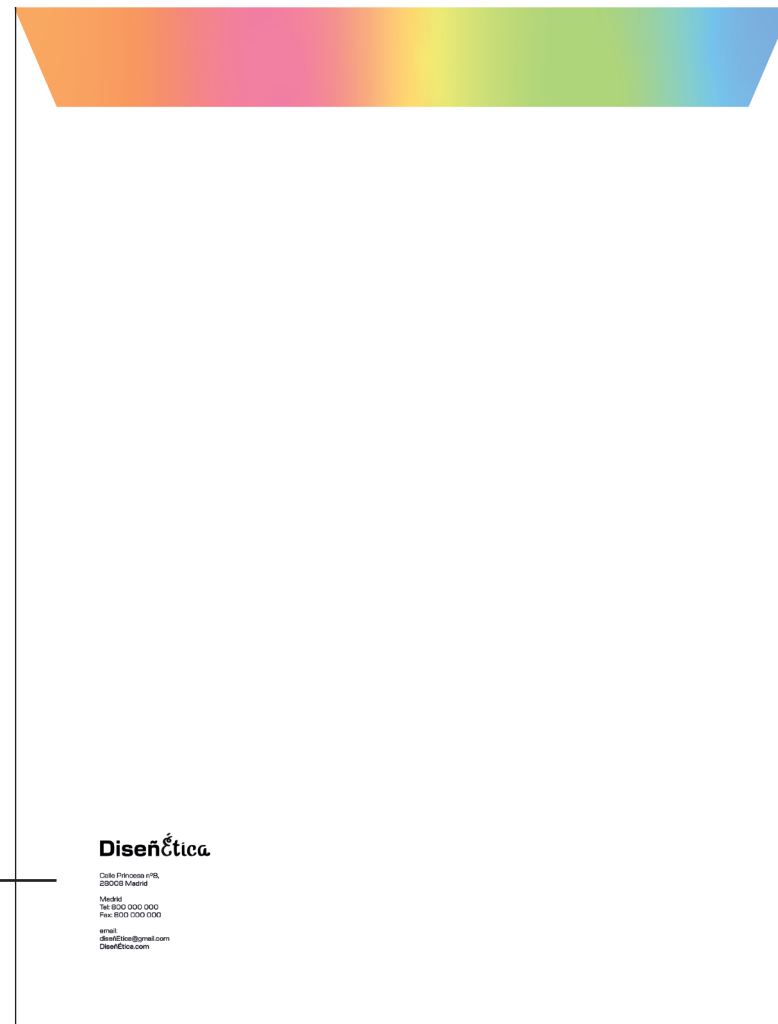
Autoadhesivo con tira siliconada trasera

1. New science

Regular

8 pt

Interlineado 9,6 pt



1

Diseñética

Calle Petrosca s/n.
29002 Málaga

Móvil
Tel: 852 000 000

Fax: 852 000 000

email:
diseñetica@ymail.com

Diseñética.com

Tarjeta publicitaria

Formato: 55x85 mm

Gramaje: 300 g/m²

Escala: 100%

1. New science

SemiBold

6 pt

Interlineado 7,2 pt

2. Driwi

Regular

6 pt

Interlineado 7,2 pt

3. New science

Regular

8 pt

Interlineado 9,6 pt





3.2 Cartelería

Primeros carteles

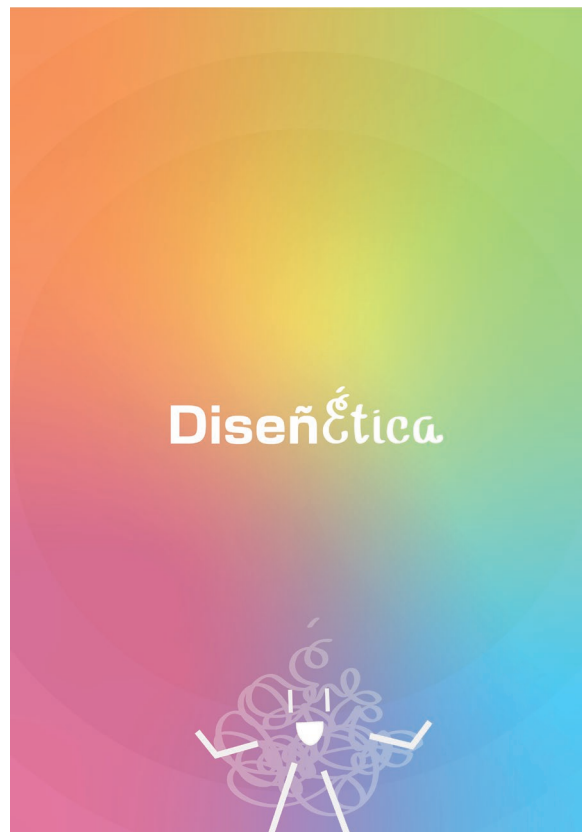
Formato: Vertical

1. New science

Light

18 pt

Interlineado 21,6 pt

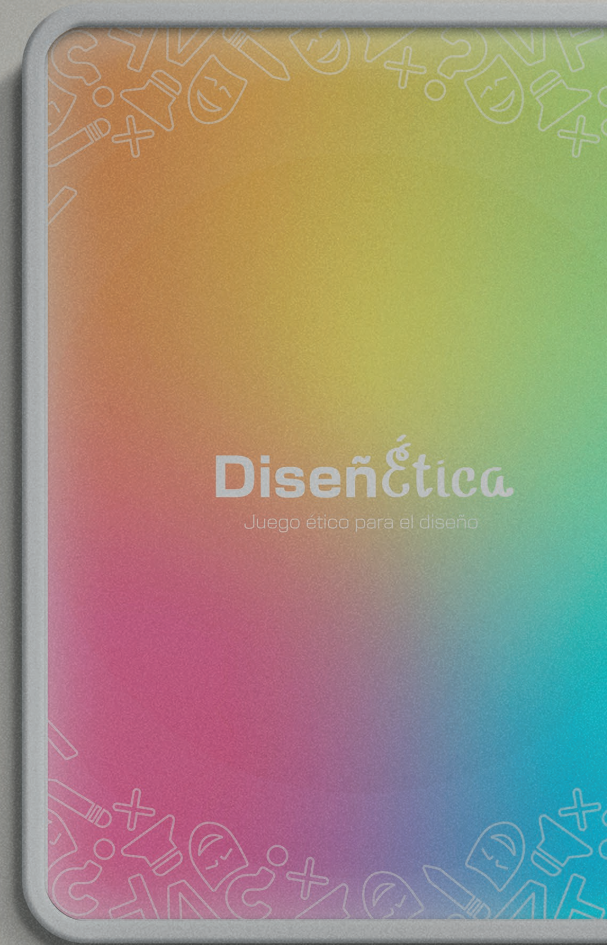
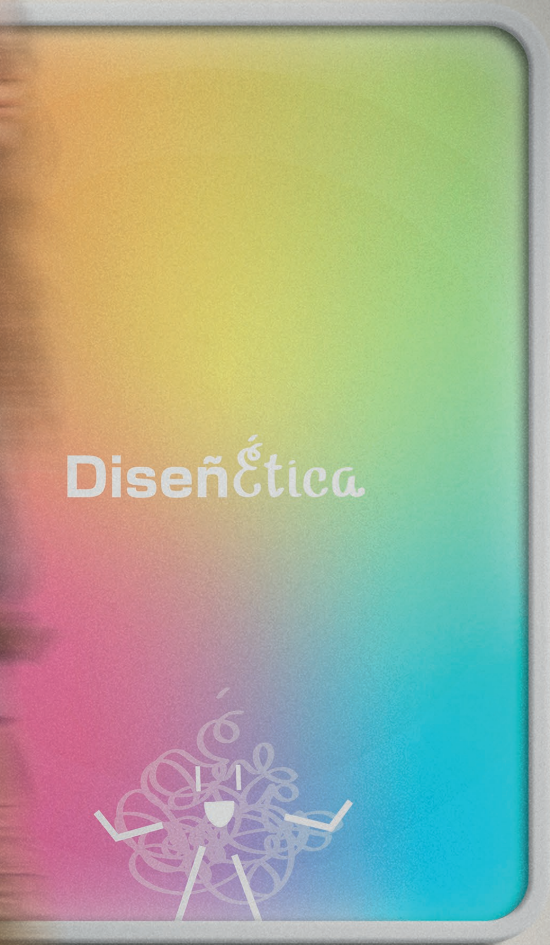


Segundos carteles

Formato: Horizontal

- 1. New science**
Light
23.5 pt
Interlineado 28, 2 pt







3.3 Web y redes sociales

Firma email

1. **New science**

SemiBold

12 pt

Interlineado 14,4 pt

2. **Driwi**

Regular

12 pt

Interlineado 14,4pt

3. **New science**

Regular

9 pt

Interlineado 10,8 pt

1 _____

2 _____

3 _____

Diseñética

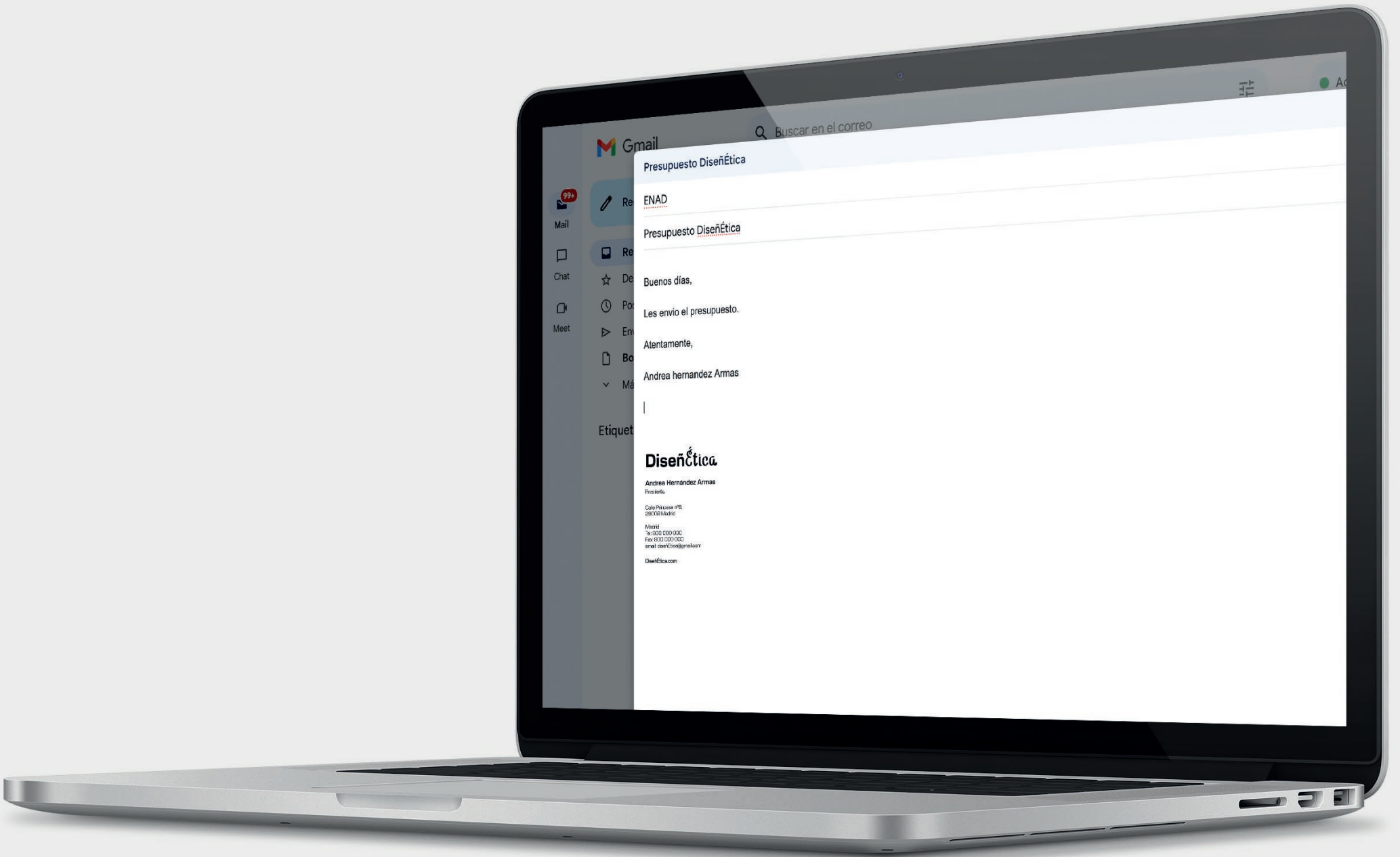
Andrea Hernández Armas

Presidenta

Calle Princesa nº8,
28008 Madrid

Madrid
Tel: 800 000 000
Fax: 800 000 000
email: diseñética@gmail.com

Diseñética.com



Gmail

Buscar en el correo

Presupuesto Diseñética

ENAD

Presupuesto Diseñética

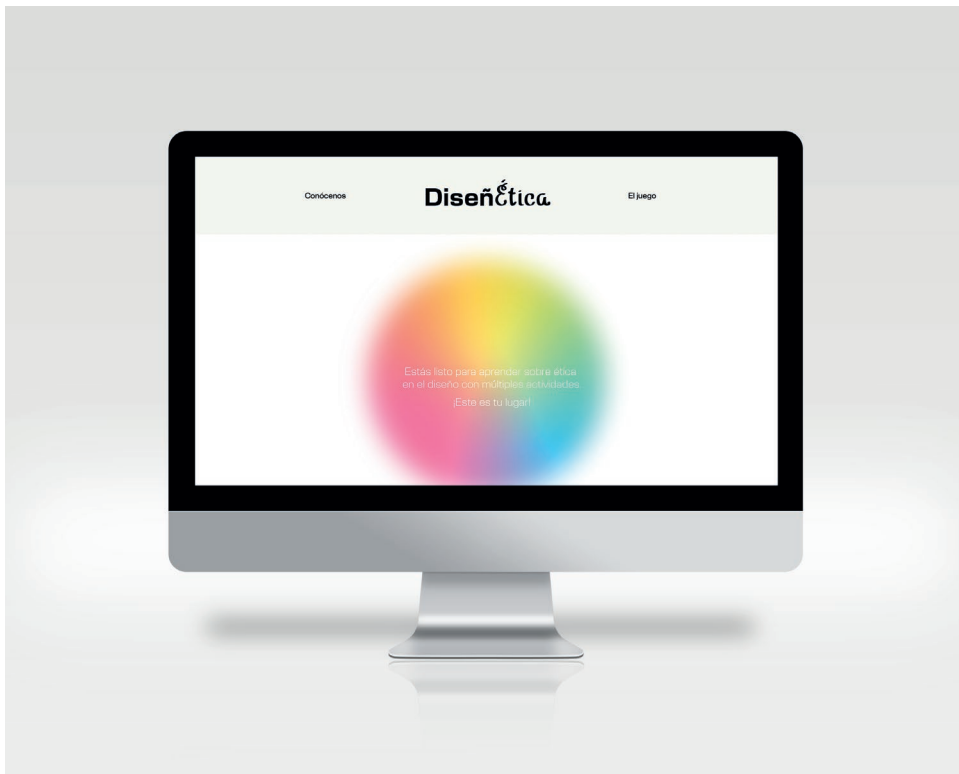
Buenos días,
Les envío el presupuesto.
Atentamente,
Andrea hernandez Armas

Etiquetas

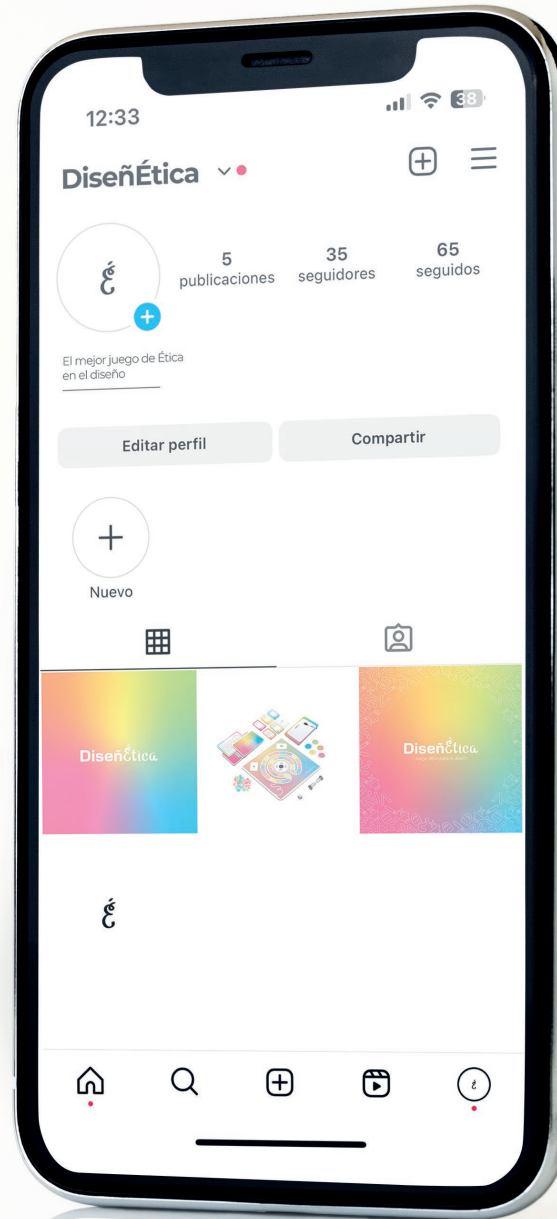
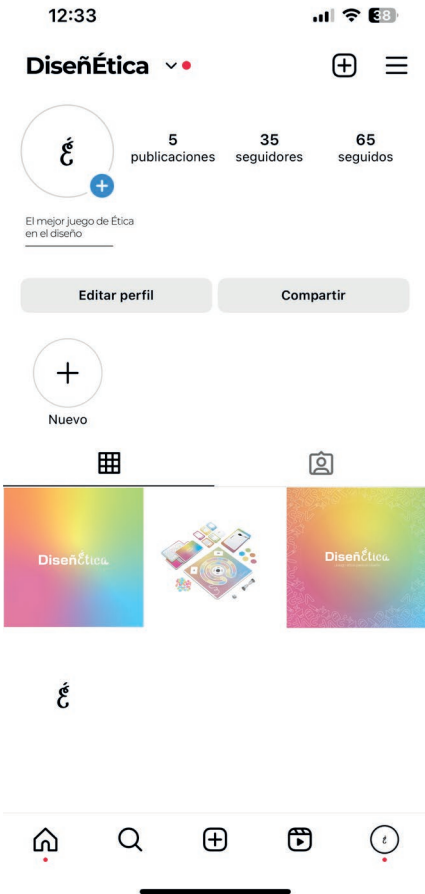
Diseñética

Andrés Hernández Armas
Freelance
Calle Pirkasa #83
28006 Madrid
Móvil
+34 903 000 000
Fax 903 000 000
email: andres@disenetica.com
Disenetica.com

Página web



Instagram



Diseñética