



Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación
Universidad El Bosque

Investigación MasD

Diseño y calidad de vida
Design and quality of life
Fabio Andrés Vinasco Nustes
2-3

Morfología, marginalidad y gentrificación urbana.
Una ciudad con calidad de vida para todos.
Morphology, marginality and urban gentrification.
A city with life quality for all.
Dayana Higuera
6-19

Sistemas modernos y eficaces.
Iconografía publicitaria de la oficina moderna.
1918-1924.
Modern and effective systems.
Publicity iconography of the Modern office.
1918-1924.
Juan José Lozano Arango
20-37

Calidad de vida personalizada.
Customized life quality.
Óscar Carrasco, Pedro Medina
38-59

Repetición y diferencia. Un modo de vida
en Bogotá, el caso de las residencias
BCH (1961 – 1964).
Repetition and Difference. A way of life in Bogotá,
the study case of Residences BCH (1961 - 1964).
Liliana Andrea Clavijo García
60-37

Projeto Espacios: El espacio público discutido
desde la visión del diseño gráfico.
Projeto Espaços: O espaço público discutido
sob o viés do design gráfico.
Espaços project: public space discussed
under the graphic design.
Eduardo Palazzo, Juliana Soares
74-93

Diseño sostenible versus *greenwashing*.
Sustainable design versus greenwashing.
Javier Orlando Benavides González
94-101

Desambiguando el Diseño.
Descriptorios Disciplinarios.
Un-ambiguous design. Disciplinary descriptors.
Rómulo Polo Flórez, Dolly Viviana Polo Flórez
102-119

Diseño U. El Bosque

¡Mamá! El juguete quiere jugar conmigo.
Mom! The toy wants to play with me.
Cristian Gómez Rodríguez
122-127

La doble moral del diseño industrial
en la protección y enriquecimiento
de la identidad cultural
Industrial design double standards
at the protection and enrichment
of cultural identity.
Sebastián Escudero Macías
128-133

Tribuna

Diseño Accesible: Diseño para todos.
Accessible design: Design for all.
Ana María Cárdenas Cano.
136-141

Es posible que el usuario tenga que instalar Acrobat en sus diferentes dispositivos para disfrutar al máximo de la interactividad del PDF. Para instalar Adobe Reader, visita la página oficial de [Adobe](#).

[Contenido](#) [Ver Más](#) [Enlaces](#) [Video](#)

Rev. MasD, ISSN: 2027-095X (En línea),
Vol. 10, N.º18, Ene. - Jun. 2016
Bogotá, D.C., Colombia



UNIVERSIDAD EL BOSQUE
FACULTAD DE DISEÑO, IMAGEN Y COMUNICACIÓN



Es posible que el usuario tenga que instalar Acrobat en sus diferentes dispositivos para disfrutar al máximo de la interactividad del PDF. Para instalar Adobe Reader, visita la página oficial de [Adobe](#).



Investigación MasD



En esta sección se publican artículos referidos a investigaciones, indagaciones, problemas en el ámbito del diseño, la imagen, la comunicación, las Industrias Culturales y Creativas, así como procesos de enseñanza / aprendizaje en dichas áreas, siendo su énfasis la publicación de resultados originales de investigación e innovación en la disciplina del diseño en general, donde se problematice, analicen, sistematicen e integren conocimientos específicos del diseño con problemas de nuestro contexto, promoviendo el trabajo interdisciplinar, transdisciplinar y las repercusiones directas que estos tienen en la vida de las comunidades.

MasD, Revista Digital de Diseño,
ISSN 2027-095X, Vol. 10, N.º 18, Ene. - Jun., 2016





Diseño sostenible versus greenwashing.

Sustainable design versus greenwashing.

Benavides, J. (2016). *Diseño sostenible versus greenwashing*. MasD, Revista Digital de Diseño. Vol. 10, Edición N° 18 Ene. - Jun. 2016. 94-101
DOI: <http://dx.doi.org/10.18270/masd.v10i18.1733>

Recibido: 13-10-2015
Aprobado: 21-12-2015

Resumen

El presente texto es resultado de la investigación del impacto que tienen los conceptos de desarrollo sostenible en el campo del diseño industrial, confrontándoles con la idea de Greenwashing, una aproximación que oculta, tras su aparente bondad ecológica, la paradoja del consumo y la manipulación de los usuarios / consumidores del diseño.

En este sentido, el texto presenta una aproximación de carácter epistemológico que busca aclarar la frontera definida para el diseño sostenible en términos de la relación entre producción, producto y usuario.

Palabras clave. Diseño, sostenibilidad, ecología, consumo, desarrollo sostenible, proceso de diseño.

Abstract

The following text is the result of the research process of the impact that concepts on sustainable development have at the field of industrial design, confronting them with the idea of Greenwashing, an approach that hides after his apparent ecological goodness, the paradox of consumption and of wrong handling users / consumers of design.

In this sense, the text presents an epistemological approach that seeks to clarify the defined border for sustainable design in terms of the relationship between production, product and user.

Key words. Design, sustainability, ecology, consumerism, sustainable development, design process.



1. Cuerpo textual

1.1. Introducción

Es indudable que con cada año que pasa la sociedad civil se torna más consciente acerca de los problemas ambientales que la rodean y, consecuentemente, presiona cada vez más a los gobiernos e industrias en el sentido de abandonar las prácticas productivas basadas en energías sucias, demandando su remplazo por iniciativas que garanticen un futuro sostenible.

Desafortunadamente en países en vía de desarrollo - como el nuestro - las decisiones que traen este tipo de avances tardan en ser visualizadas o adaptadas, manteniéndose aún una brecha muy grande entre lo que utópicamente debiese establecerse con inmediatez y lo que puede esperar para ser revisado e implantado.

Ahora bien, así como las buenas prácticas tardan en establecerse también tardan en ser entendidas y apropiadas por los ciudadanos, siempre dependiendo de las acciones informativas y educativas que las acompañen; por el contrario, el velo que maquilla las malas o negativas se reproduce y prolifera rápidamente precisamente porque en ellas sí se hacen esfuerzos económicos y publicitarios que con certeza se transformarán rápidamente en beneficios monetarios. Buena parte de las empresas en nuestro mercado no se preocupan por cuidar el medio ambiente, buscando incesantemente abaratar sus costos, lo que crea - al parecer - un modelo de negocio 'redondo' donde la divulgación de una imagen supuestamente limpia y sostenible ayuda a la promoción y venta de sus productos o servicios sin importar que en realidad su trasfondo sea parcial o en ocasiones totalmente falso.

Sin saberlo, pero al mismo tiempo siendo cómplices en la ignorancia, muchas personas somos engañadas con mentiras que luego influyen en nuestra decisión de compra. Creyendo que estamos colaborando con nuestro renovado estilo de vida "eco responsable", los consumidores sentimos un pequeño consuelo, abstrayéndonos de la innegable realidad, casi siempre evidente pero que la mayoría no quiere ver.

Tomemos como ejemplo las transnacionales petroleras como Shell o Exxon que periódicamente organizan eventos para informar sobre los grandes esfuerzos que están realizando para garantizar un futuro sostenible. Seguramente la mayoría de gente lo encontraría indignante, particularmente en caso de estar familiarizado con lo que Shell ha estado haciendo durante años al Delta del Níger y a los pueblos que lo rodean (Okonta & Douglas, 2003).

Esta circunstancia poco ética es conocida con el término *Greenwashing* (Ramus & Montiel, 2005); es común que las empresas caigan en ella con tal de ser reconocidas o poder competir con las que sí ejecutan esfuerzos serios en la materia. Dentro de las prácticas del *Greenwashing*, en lo que atañe al diseño, se destacan las relacionadas con el etiquetado, *packaging* y *branding*, mecanismos poderosos relacionados con la publicidad y, por ende, los más utilizados para desinformar. En menor escala, pero cada día más habitual, se encuentra el diseño de objetos y

productos, donde el discurso “eco” se utiliza como un testimonio de innovación y preocupación por el medio ambiente sin tener un soporte investigativo real y, de acuerdo al *Brief* puntual de cada caso, desligando la Sostenibilidad del Diseño y utilizándola sólo cuando es conveniente.

2. ¿Qué es el Greenwashing?

Según el diccionario de la universidad de Oxford (2015) el término *Greenwash* significa: “desinformación difundida por una organización para presentar una imagen pública respetuosa del medioambiente”. Con respecto a lo que el Diseño concierne se podría manejar una definición más amplia, como la que usa Greenpeace (Greenpeace | Greenwashing, 2016), que incluye no solo la imagen pública de la empresa sino también los bienes que produce: “es el acto de engaño al consumidor para que la percepción de productos y los objetivos de una empresa sean vistos como ecológicamente amigables”.

El término empezó a formarse paralelamente con la aparición de los movimientos ecologistas en los años sesenta. Un líder activista, el periodista Estadounidense Jerry Mander, investigó a corporaciones y empresas que se sumaban a esa falsa tendencia verde, y las acusó de hacer “ecopornografía”.

Lingüísticamente *Greenwashing* es un anglicismo procedente del término *whitewashing* (blanqueo de dinero), pero con una evocación a temas ambientales. Su nacimiento es atribuido al reportero ambientalista norteamericano Jay Westerveld, que en 1986 examinaba las prácticas de la industria hotelera. Se dice que, al advertir que en los hoteles existían placas que promovían la reutilización de las toallas promoviendo no lavarlas diariamente para así “preservar la naturaleza”, empezó a investigar, notando que esta medida no tenía relación alguna con la política ecológica que los hoteles querían mostrar, por el contrario sus fines eran puramente comerciales.

Sintetizando, el *Greenwashing* se utiliza con la intención de disminuir la preocupación ambiental pública o del cliente. La información sobre los impactos (negativos o positivos) de un producto o una marca, genera en la mente del consumidor una imagen de la misma, y esta imagen tiene influencia sobre la aceptación. Lo que llega al consumidor o cliente son exageraciones de los aspectos ambientales positivos, y a la vez omisiones acerca de los impactos negativos, lo que provoca que el consumidor no tome decisiones de compra según su escala de valores.

2.1. Cambio del paradigma de Diseño

Lo primero que hay que entender es que la Sostenibilidad y el Diseño no pueden verse como dos temas ajenos, ni siquiera complementarios. Si la Sostenibilidad es solo una alternativa que puede o no ser tomada durante el proceso de diseño, nuestra profesión estará condenada a seguir contribuyendo en la destrucción del medioambiente, y señalada en un futuro con gran parte de la responsabilidad.

Investigadores, empresarios, activistas ambientales, etc., han encomendado esfuerzos en la búsqueda de soluciones, tratando de develar rutas y herramientas que generen cambios reales a esta problemática.

A finales de la década de los 90, Paul Hawken y Amory Lovins expusieron en su libro *Natural Capitalism* que las industrias al rededor del mundo estaban tardando mucho en hacer cambios fundamentales tanto en el diseño como en la tecnología. Basando su tesis en el paso de una economía del consumo a una de servicios, este modelo conlleva una nueva percepción del valor de los objetos. Supone pasar de la adquisición de bienes como medida de la riqueza a considerarlos como la continua satisfacción de expectativas cambiantes de calidad, utilidad y funcionalidad. Esta clase de relación une los intereses de los fabricantes y clientes proponiendo el aumento de la productividad de los recursos y la visión del proceso de fabricación como un círculo cerrado.

El cambiar hacia modelos de producción inspirados en la biología, sobre todo enfocados en eliminar el concepto de residuo o desecho, moldeó el concepto de lo que se conoce como Economía Circular.

En este sistema de producción de ciclo cerrado, cada *output* (salida) es devuelto al ecosistema como nutriente y sin daño, o bien se convierte en un *input* (entrada) para fabricar otro producto, siempre gestionando el Diseño sin el uso de materiales tóxicos, puesto que pueden poner en peligro la capacidad de la naturaleza para reprocesarlos en su disposición final.

En el 2001 la publicación de la filosofía de diseño *Cradle to Cradle* (de la cuna a la cuna) funda la aplicación de la Economía Circular al mundo del diseño y la producción industrial. Allí se plantean los principios de un nuevo paradigma inteligente de Diseño basado en cerrar el ciclo de vida de los productos, tal y como ocurre en la naturaleza, centrándose en un Diseño Ecoeficaz en donde los flujos de productos tienen un impacto positivo. Por ejemplo, la durabilidad no es la estrategia óptima en el diseño de algunos productos, que terminan en la basura o son muy difíciles de recuperar con procesos de reciclaje, por eso es preferible diseñar los productos de tal manera que la pureza del material se mantenga y sea fácil extraer sus componentes para su regeneración o su devolución a la tierra.

Pensar dentro de estos parámetros es indispensable para estudiantes y profesionales del diseño. Es verdad que sería pretencioso exigir que toda propuesta o producto de ahora en adelante salga al mercado teniendo una certificación *Cradle to Cradle*. Visiblemente, en la actualidad el entorno capitalista de mercado y comercialización es necesario para la ejecución del diseño y consecuentemente en la mayoría de casos lo primordial que se le exige a un diseñador son resultados atractivos que se vendan y que dejen suficientes márgenes de ganancia.

2.2. Sostenibilidad (Estrategias y Herramientas)

¿Qué tanta responsabilidad tiene la formación académica del diseño en la práctica del *Greenwashing*? ¿Cómo evitar la propagación de discursos cosméticos con fines propagandistas? ¿Qué herramientas ayudan al estudiante y futuro profesional a entender y diseñar sosteniblemente?



Mil máquinas no hacen una flor. 🌹
Nicolás Barrios Marín.



Personalmente pienso que transmitir a los estudiantes los valores con los cuales puede y debe colaborar el Diseño a su entorno es imprescindible. Sin ir tan lejos, son los mismos valores que hacen florecer nuestras relaciones interpersonales: la confianza, el aprecio, la democracia, la solidaridad, los que permitirán que cada individuo piense mas ampliamente acerca de las "reglas de juego", y a que en un futuro tenga mas instrumentos para evaluar al elegir entre el afán de lucro y competencia, y la cooperación y contribución al bien común de su entorno, entendiendo que el éxito no solo se mide por medio de indicadores monetarios, sino también por lo social, ecológico, democrático y solidario.

Paralelamente integrar el vector ambiental como una exigencia más en la realización del diseño es preciso. Para adquirir una buena perspectiva ambiental se requiere como mínimo aprender los conceptos y aspectos metodológicos básicos relacionados con el ecodiseño, además, también se requiere entender las alteraciones que se producen en el ambiente como consecuencia de las actividades de producción y de consumo propias de nuestra profesión.

Si hoy la tendencia del Diseño se orienta hacia el sistema de economía circular y la filosofía *Cradle to Cradle*, es esencial entender el concepto de ciclo de vida y analizar a fondo las diferentes etapas en la realización de un producto.

Para efectuar un buen análisis básicamente existen dos tipos de herramientas, unas de carácter Subjetivo / Cualitativo y otras de carácter Objetivo/Cuantitativo

2.2.1. Análisis ambientales VEA (Valoración Estratégica Ambiental) Subjetivo/Cualitativo.

Esta herramienta valora los productos en función de unos criterios previamente definidos por el diseñador o grupo de trabajo, y es excelente para discutir y comprender otros aspectos que el análisis objetivo puede pasar por alto. Además es comprensible por personas ajenas al tema, lo cual ayuda al Diseñador a la hora de exponer las problemáticas ambientales y sus soluciones a sus clientes. Tiene la ventaja de ser una herramienta sencilla que no toma mucho tiempo, pero no considera los impactos ambientales, y requiere de un buen conocimiento del producto puesto que evalúa las etapas del ciclo haciendo comparaciones con otros diseños y soluciones. Es ideal para trabajar en equipos multidisciplinarios, facilita la concreción e innovación.

2.2.2. Análisis ambiental ACV (Análisis de Ciclo de Vida) Objetivo/Cuantitativo.

Esta herramienta identifica los potenciales impactos ambientales a lo largo del ciclo de vida del producto. Es ampliamente reconocida y aceptada, y permite una percepción real de evaluación ambiental asociada al producto, proceso o actividad. Mediante ella se cuantifica la Huella Energética calculada en Mega Julios (MJ), y la Huella de Carbono calculada en Kg de CO₂. Para esto se requieren datos sobre *Inputs* y *outputs* de energía, materiales e impactos producidos durante cada etapa del ciclo de vida.

Es una herramienta más compleja pero con ella se recolectan, clasifican y valoran datos de calidad, que serán un soporte científico en la toma de decisiones. El

tiempo requerido para el desarrollo de esta herramienta es más elevado y depende de la complejidad del producto.

Lo ideal es que el Diseñador en su estudio integre las dos herramientas, para que mediante su comparación se obtenga una correcta diagnosis ambiental que exponga las partes del ciclo donde existen mas inconvenientes y, posteriormente poder proponer y desarrollar soluciones mas acertadas.

3. Conclusiones

La concienciación del estudiante y profesional del diseño sobre el efecto de su actividad y producto en el entorno, estimulará su búsqueda de alternativas para reducir en todos los planos el impacto en el medio-ambiente, y le permitirá la conceptualización de diseños integrando la sostenibilidad en todos los aspectos de mejora posibles. Esa capacidad de evaluarnos y cuestionarnos acerca de los conocimientos previos desde una perspectiva ambiental, contribuirá al debate y la ejemplificación sobre los modelos de producción y consumo actualmente existentes en nuestro entorno.

Es preciso hacer un análisis de los productos arquetípicos que nos rodean: industriales, artesanales, de servicios, etc., que evidencie carencias y puntos de partida para mejoras o rediseños que contribuyan a nuestra sociedad en el futuro inmediato.

Es verdad que los diseñadores muchas veces no simpatizamos con metodologías científicas que significan recolección de datos, cálculos matemáticos, etc., pero si el diseñador entiende en qué partes del ciclo de vida es posible disminuir la huella energética y de carbono, y utiliza herramientas de análisis ambiental para la evaluación de proyectos de diseño, podrá obtener un mejor resultado que sí contribuirá Sosteniblemente como instrumento para una Ecoinnovación. Además, poseerá y apropiará métodos serios y válidos que le facilitarán diferenciarse y sobresalir frente a los que no manejan un soporte verídico fácilmente cuestionable.

4. Referencias

- Okonta, I., & Douglas, O. (2003). *Where vultures feast: Shell, human rights, and oil in the Niger Delta*. Verso.
- Ramus, C. A., & Montiel, I. (2005). When are corporate environmental policies a form of greenwashing?. *Business & Society*, 44(4), 377-414.
- Greenwash: definición de greenwash en Oxford Dictionaries (inglés de EE.UU.). (2015). *Oxforddictionaries.com*. Retrieved 13/05 2015, from http://www.oxforddictionaries.com/es/definicion/ingles_americano/greenwash
- Greenpeace | Greenwashing*. (2015). *Stopgreenwash.org*. Retrieved 4 April 2015, from <http://www.stopgreenwash.org/>



mas D

Revista Digital de Diseño

MasD, ISSN: 2027-095X (En línea)

Vol. 10, N.º 18,
Ene. - Jun. 2016

Bogotá, D.C., Colombia, [pp. 1 - 141]



UNIVERSIDAD
EL BOSQUE

FACULTAD DE DISEÑO, IMAGEN
Y COMUNICACIÓN

Periodicidad semestral
Info. general editormasd@unbosque.edu.co
Correspondencia editormasd@unbosque.edu.co
Dirección postal Universidad El Bosque,
Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación
Tél.: (+57 1) 648 90 00 ext.: 1133
Av. Cra. 9 N.º 131 A - 02, Bloque F, 3er piso,
Bogotá D.C., Colombia

Miembros en



International Council
of Societies of Industrial Design
A Partner of the International
Design Alliance



MasD Revista Digital de Diseño es una publicación seriada semestral, editada por la Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación de la Universidad El Bosque. Las opiniones expresadas por los autores no corresponden necesariamente con las de la revista, Facultad o Universidad.



Los contenidos de la revista pueden reproducirse y distribuirse con las restricciones definidas por la Licencia **CREATIVE COMMONS** Atribución-NoComercial-CompartirIgual 2.5 Colombia (CC BY-NC-SA 2.5 CO).

Universidad El Bosque

Directivas **Dr. Rafael Sánchez París**
Rector
Dra. María Clara Rangel Galvis
Vicerrectora Académica
Dr. Francisco José Falla Carrasco
Vicerrector Administrativo
Dr. Miguel Otero Cadena
Vicerrector de Investigaciones
Dr. Luis Arturo Rodríguez B.
Secretario General

MasD, Revista Digital de Diseño

Dirección General **Juan Pablo Salcedo Obregón**, D.I., M.A.
Decano, Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación

Comité Editorial **Tania Delgado Barón**, D.I./Ph.D.
(Colombia), Universidad El Bosque.

Adriana Gómez López, Ph.D.
(Colombia), Universidad de Caldas.

Mauricio Mejía, D.I./Ph.D.
(Colombia), Universidad de Caldas.

Raúl Domínguez, Ph.D.
(Colombia), Universidad Pontificia Bolivariana.

Comité científico **Juan Carlos Arias**, D.I./M.Sc.
Carmen Lucía Vargas Mayo, D.I.
Fabián Herrera Cáceres, D.I./M.A.
Leonardo Morales, D.I./M.Sc.
Felipe Ramírez Gil, D.I./M.Sc.
Jorge Barriga Monroy, D.I./Ph.D.
Melissa Ballesteros Mejía, D.I./M.A.
Laura Martínez Zuluaga, D.I./M.A.

Editor **Fabio Andrés Vinasco Ñ.**, Arq., M.A.

Centro de Diseño y Comunicación
Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación.

Coordinación **Medios Virtuales**
Ángela María Cañón Piñeros, D.G./M.A.

Diseño **F. Alexander Castañeda D.**, D.G.

Diagramación **Sergio Cabrera**, D.G.

Ilustración **Portada, Shalems Neyk Sotelo Muñoz**



mas D

Universidad El Bosque
Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación



Instrucciones para los autores

Information for authors

Nota para nuestra comunidad académica, investigadores y otros interesados en postular artículos o textos en el área del Diseño, Imagen y Comunicación, y sus áreas afines.

MasD, Revista Digital de Diseño, es la publicación semestral de carácter divulgativo de la Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación de la Universidad El Bosque. Publica artículos originales, inéditos, que no estén sometidos a procesos editoriales en otros escenarios de divulgación, referentes a investigaciones, indagaciones, problemas inscritos en el área general Humanidades, Sub-área Artes de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), en el ámbito de las disciplinas del Diseño Industrial, el Arte, la Historia del Arte, el Diseño Arquitectónico, las Artes de la Representación (Musicología, Ciencias del Teatro, Dramaturgia), los Estudios del Folclor, los Estudios de Cine, Radio y Televisión, la Arquitectura y Urbanismo, y otros diseños, así como procesos de enseñanza / aprendizaje en dichas áreas, siendo su función principal la referida a la publicación de resultados originales de investigación e innovación en la disciplina del diseño en general, así como en el trabajo interdisciplinar, transdisciplinar y de colaboración en otras disciplinas, con repercusiones directas en torno al área de la revista.



1

Público objetivo

Para la Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación de la Universidad El Bosque, el amplio campo de acción en torno al diseño, como actividad social, plástica y cultural, debe responder de manera activa a los retos que hemos de abordar en el siglo XXI, teniendo siempre como balanza del ámbito económico la necesidad de aportar a la calidad de vida de las personas y la sostenibilidad de sus entornos.

En esta perspectiva, el público objetivo de MasD está conformado por estudiantes, docentes, investigadores y profesionales en el área del Diseño, la Imagen y la Comunicación, y el ámbito transdisciplinar de éstas con las ciencias humanas, sociales, aplicadas y básicas, y aquellas relacionadas con la generación de conocimiento asociado a sus áreas temáticas, incluyendo su pedagogía y epistemología, así como la producción de obras afines a dichos campos.

2

Condiciones

MasD, Revista Digital de Diseño invita a los docentes, investigadores y miembros de las comunidades académicas y productivas, así como a interesados de otras entidades nacionales e internacionales, a presentar sus artículos según las siguientes condiciones de convocatoria:

- La recepción de documentos se realizará en periodos semestrales, declarándose abierta de manera permanente. Los textos recibidos formarán parte de los procesos de selección y estarán regidos por la periodicidad de los mismos, con un tiempo mínimo de arbitraje de dos meses.
- Los artículos recibidos para postularse a participar en el proceso de arbitraje, bien sea de forma física o digital, deben ceñirse a las siguientes características: El texto del artículo en formato pdf editable o de procesador de texto similar, ajustado a las instrucciones para autores y sin referencias de ningún tipo que permitan establecer la autoría del mismo para preservar el anonimato del proceso de evaluación; debe diligenciarse, adicionalmente, e incluir en el envío, el Formato de Información Biográfica del Autor debidamente diligenciado, disponible en la página de la revista <http://masd.unbosque.edu.co/>; el Formato Cesión de Derechos y Originalidad disponible en la misma página, debidamente diligenciado; archivos separados con las imágenes y gráficos que formen parte del artículo, con una resolución mínima de 300 ppp y 10 cm de base.

Todo artículo presentado para nuestra sección Investigación MasD será incluido en el proceso de arbitraje por pares ciegos (*peer review double blind*) en un proceso de total anonimato tanto para autores como para arbitradores, por lo que insistimos en que los artículos sometidos al proceso no deben tener ninguna referencia o indicación de su autoría. En ningún caso o circunstancia se comunicará a lectores o autores la identidad de quienes participan en el proceso.

3

Tipo de artículo

Dado el carácter de divulgación de MasD, Revista Digital de Diseño, el cuerpo de la revista está compuesto de tres secciones: Investigación MasD, Diseño U El Bosque y Tribuna. Para cada una de éstas se seleccionan artículos con características particulares, siendo Investigación MasD la sección principal del cuerpo editorial, cuyo objetivo principal es el de establecer vínculos entre la Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación con el escenario de investigación global.

4

Formato

Recomendaciones de presentación a los autores.

En adición a los formatos referidos al envío del artículo, expuestos en el apartado de Condiciones, solicitamos a los autores enviar con el archivo digital los pies de página y derechos de autor correspondientes a las imágenes que ilustren o se deseen incluir en el mismo, bien sea en formatos vectoriales o en alta resolución, en al menos 300 ppp y 10 cm de base.

El texto del artículo debe estar en fuentes Arial o Times New Roman a 12 pt.

La margen máxima del texto ha de ser 2.54 cm en cada hoja que conforme el artículo.

El espaciado ha de ser de 1 ½ renglones.

En conjunción con estas condiciones mínimas, sugerimos a los autores el uso de una redacción que procure claridad y concisión al expresar sus ideas, utilizando una voz activa que exprese claramente el papel del autor en el proceso de investigación expuesto.

El artículo debe incluir los siguientes datos de encabezado:

1. **Título:** enunciado de manera explicativa y concisa, de tal manera que su consulta permita establecer aquellas variables del contenido que permitan familiarizar e interesar al lector con el mismo. El número máximo de palabras permitido es 10. El subtítulo es opcional, pero, de utilizarse, ha de complementar o aclarar expresamente el título del mismo.
2. **Resumen o abstract:** este debe señalar, de manera precisa, breve, coherente e inteligible, el contenido del artículo, presentando aquellos aspectos a resaltar de las conclusiones presentadas en el mismo. Sugerimos una extensión máxima de 150 palabras.
3. **Palabras clave (Keywords):** Para la presentación de éstas sugerimos utilizar el thesaurus de la UNESCO (<http://databases.unesco.org/thesaurus/>), u otro similar, que permita al lector establecer fácilmente el campo o campos contextuales a los que se dirige el artículo.

En cuanto al contenido del artículo, su cuerpo textual, sugerimos guiarse por las siguientes recomenda-

— IV, I-VII — ciones de exposición:

4. **Introducción:** plantear el problema o asunto principal de la investigación de la cual se desprende el artículo, presentando de manera breve antecedentes pertinentes, el objetivo que señaló el desarrollo de la investigación, y el fundamento conceptual de la misma, de ser pertinente a la exposición del texto.

5. **Metodología:** puesto que los artículos obedecen a la definición tradicional de investigación, sugerimos incluir un corto párrafo en que se presente la población objetivo de la investigación, los instrumentos que permitieron aproximarse al problema, y los procedimientos llevados a cabo en el proceso.

6. **Cuerpo principal del Texto:** sugerimos una extensión máxima de 5000 palabras, en concordancia con lo sugerido por la Asociación Americana de Psicología (APA por su sigla en inglés). En tal sentido, solicitamos a nuestros autores limitar al máximo el uso de pies de páginas y notas aclaratorias, y que cuando estas sean de carácter pertinente no excedan los tres renglones y/o 40 palabras. De ser necesario más espacio, vemos necesario incorporarlas en el cuerpo textual.

En el cuerpo principal cabe mencionar los datos recolectados y su tratamiento estadístico, tratando siempre de no exponer casos individuales o puntualizaciones no necesarias que puedan implicar una deformación tendenciosa de los casos de estudio, excepción hecha de que estos sean el objetivo principal del texto (estudios de caso único).

6.1. **Discusión:** como un complemento a la presentación de los datos recolectados, recomendamos utilizar la estrategia de discusión como momento para evaluar y presentar interpretaciones implícitas en la observación y resultados de la investigación, cómo estos se relacionan con la hipótesis, objetivo o problema presentado en la introducción, la contribución al campo general de estudio realizada con la investigación, y toda presentación contextual de la misma que permita al lector establecer comparaciones, avances e innovaciones que represente el estudio.

5

Referencias y citas a pie

5.1. Referencias bibliográficas

Los autores deben emplear como modelo de citación el expresado por APA, de la siguiente manera:

Libros. Apellido del autor, Inicial del nombre. (Año de publicación) *Título de la obra* (Edición). Localización: Editorial.

Capítulo de un libro. Apellido del autor, Inicial del nombre. (Año de publicación) *Título del capítulo*. Apellido del Editor, Nombres.) *Título del libro* (páginas del capítulo). Localización: Editorial.

Revistas o publicaciones seriadas. Apellido del autor, Inicial del nombre. (Fecha de publicación iniciando con el año y detallando meses y/o días según el caso). Título del artículo. *Título de la publicación. Volumen, (número), páginas.*

Leyes. Ley, decreto, resolución, otros según el caso, número (Fecha de publicación iniciando con el año y detallando meses y/o días según el caso). Título de la ley, decreto, resolución, etc. Título oficial de la publicación. Ciudad, País.

Para referenciar una obra con múltiples autores, dentro de los modelos expuestos, debe tenerse en cuenta la siguiente forma de construcción del apartado autor, ordenando de manera alfabética:

Apellido del autor1, Inicial del nombre1 & Apellido del autor2, Inicial del nombre2 & Apellido del autor3, Inicial del nombre3. (Año de publicación). *Título del libro*. Localización: Editorial.

En el proceso de referenciar la relación del texto con una idea, paráfrasis o referencia a un texto no incluido como cita en el cuerpo del artículo, se debe tener en cuenta la siguiente recomendación en el sitio de referencia al interior del artículo:

- En caso de tratarse de dos autores, en la primera cita: Apellido del autor1 y Apellido del autor2. (Año de publicación). En la segunda cita y subsecuentes: Apellido del autor1, et al. (Año de publicación).
- En el caso de tres autores o más: Apellido del autor1, Apellido del autor2, Apellido del autor 3. (Año de publicación). En la segunda cita y subsecuentes: Apellido del autor1, et al. (Año de publicación).

– I-VII, V –

- 7. Conclusiones:** finalmente, como un título aparte del cuerpo principal del texto, deben presentarse los resultados y conclusiones que se desprenden del proceso investigativo, siendo estos el elemento fundamental de la divulgación investigativa. Pedimos a los autores establecer la pertinencia de las mismas, y su fácil conexión con los objetivos propuestos en la introducción. Su redacción debe ser clara, y evidente su pertinencia con el cuerpo textual presentado, tratando de realizar una exposición que parta de lo general a lo particular.
- 8. Imagen:** Gráficos, diagramas, fotografías, tablas y otros objetos gráficos pertinentes o ilustrativos deberán estar acompañados por el nombre del autor o su procedencia, el título o leyenda explicativa sin exceder las 15 palabras. Además de estar indicada su ubicación en el texto, deberán entregarse en medio digital, bien sea en vectores o, de tratarse de imágenes no vectoriales, con una resolución mínima de 300 ppp. Sugerimos formatos PSD, JPG o TIF. En todos los casos solicitamos el envío de los archivos originales correspondientes, de manera independientes según su numeración o relación con el artículo.
- 9. Referencias.** De acuerdo al modelo APA, el artículo debe estar acompañado exclusivamente de los textos origen de las citas incluidas en el mismo, o aquellos que presenten ideas relacionadas en el cuerpo textual directamente. En el siguiente apartado referimos nuestro modelo de citación.

- En el caso de seis autores o más: Apellido del autor¹, et al. (Año de publicación).

En el uso de siglas, siendo el caso de instituciones reconocidas que las utilicen, ha de citarse el nombre completo en su primera referencia en el texto, acompañado de la sigla entre paréntesis, utilizando posteriormente únicamente la sigla. Ejemplo:

- En la primera aparición: Organización Mundial de la Salud (OMS, Año de publicación)
- En apariciones subsecuentes: OMS (Año de publicación)

De acuerdo a la sugerencia APA, la cita debe incluir la página de inicio de la cita en el sitio de su aparición en el texto, y no en las referencias. Toda cita con extensión menor a 40 palabras debe incluirse al interior del párrafo de citación. Aquellas con una extensión superior deben sangrarse de ambos lados en párrafo independiente.

En caso de que se trate, no de una cita textual, sino de la referencia a una idea de origen diferente al autor del artículo, se debe referenciar siguiendo el modelo expuesto e incluir su origen en la sección de Referencias bibliográficas.

Para el caso de publicaciones electrónicas solicitamos incluir la cita completa según el estilo APA, e incluir la información DOI completa, de ser posible.

5.2. El proceso de pares lectores (peer review)

El artículo que cumple con los criterios anteriormente expuestos y es presentado dentro de nuestra convocatoria, es sometido por MasD a un proceso semestral que busca garantizar la calidad investigativa de los artículos presentados, en el marco de la contribución general al desarrollo del campo del Diseño. En tal sentido, el Coordinador Editorial, con el visto bueno del Comité Editorial, asignará los árbitros que considere pertinentes al contenido del artículo presentado, buscando garantizar que el concepto emitido esté de acuerdo al área temática de trabajo o conocimiento de los mismos. Tanto los árbitros seleccionados como el autor desconocerán sus correspondientes identidades, por lo que MasD se reserva el derecho de realizar los cambios pertinentes en los documentos presentados, de tal manera que se garantice el total anonimato de las partes.

Dichas condiciones garantizan a los árbitros el total proceso de independencia para emitir su juicio analítico, que debe ser remitido, en los formatos pertinentes, en el plazo de un mes calendario. Para considerar

– VI, I-VII – que el artículo puede ser publicado, adicionalmente a la

recomendación del árbitro, el puntaje general del artículo debe estar por encima de 3,5 en una escala de 1 a 5. Toda observación y transformación del artículo que el árbitro considere necesaria, e incluya en los formatos pertinentes, formará parte del proceso de arbitraje del artículo.

El Coordinador Editorial de la Revista, con visto bueno del Comité Científico, enviará al autor dichos formatos para que éste realice los ajustes recomendados, teniendo para esta actividad un plazo máximo de un mes calendario. Una vez sometido a consideración de la Revista, el artículo corregido inicia un nuevo proceso del que forman parte los árbitros previamente asignados. Éste concluirá, tras esta segunda revisión, con los formatos y evaluación final, y la recomendación de publicación afirmativa o negativa.

En caso de que existan nota inferior 3.5 de un árbitro y superior de otro, esta situación, considerada de empate en la evaluación, se dirimirá mediante el nombramiento de un tercer árbitro, de calidades iguales a las de los dos primeros lectores, cuya nota servirá para dirimir el conflicto.

En ningún caso el proceso de arbitraje implicará la participación del autor, tratándose de un proceso en manos del aparato editorial de MasD.

En caso de que se encuentre un número superior de artículos al establecido por el Comité Científico de la Revista, los puntajes finales de evaluación promediados de las notas asignadas por los árbitros lectores servirán al Coordinador Editorial para establecer aquellos que conformarán el número respectivo. En caso de un empate en dichos puntajes, el Comité Científico dirimirá el conflicto, seleccionando aquellos que considere pertinentes para cada número, de acuerdo al análisis de los formatos de arbitraje que conformen la evaluación de pares.

Aquellos que, habiendo aprobado el proceso de arbitraje, no sean seleccionados para el número pertinente, podrán ser presentados para el número siguiente de la Revista, conformando la base inicial del proceso de publicación.

Todo artículo cuya calificación de arbitraje esté por debajo del 3.5 podrá ser presentado nuevamente por su autor, una vez concluido el periodo semestral de edición para el cuál fue presentado, en tal sentido dicha presentación será considerada un nuevo proceso, para el cuál se someterá a las acciones descritas anteriormente.

Todo autor se abstendrá de presentar al artículo a otras instituciones o revistas, cualquiera sea su ámbito, durante el periodo de evaluación, a no ser que cuente con permiso explícito del Coordinador Editorial de la Revista.

Es posible que el usuario tenga que instalar Acrobat en sus diferentes dispositivos para disfrutar al máximo de la interactividad del PDF. Para instalar Adobe Reader, visita la página oficial de [Adobe](#).



Revista Digital de Diseño
Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación
Universidad El Bosque



Fabio Andrés Vinasco Ñustes

Editormasd@unbosque.edu.co,
Universidad El Bosque. Colombia.

Graduado de Arquitectura, y de la Maestría en Historia y Teoría de la Arquitectura en la Universidad Nacional de Colombia. Editor de MasD, Revista Digital de Diseño y de la Revista ESCALA, publicación dedicada a temas de arquitectura latinoamericana. Actualmente adelanta la investigación: Análisis crítico de la política pública ambiental y su impacto en el ordenamiento territorial de la ciudad de Bogotá (2000-2015).

Editorial

www.masd.unbosque.edu.co

Diseño y calidad de vida

Design and quality of life

Vinasco, F. (2015). Diseño y calidad de vida. MasD, Revista Digital de Diseño. Vol. 10, Edición N° 18 Ene. – Jun. 2016. 2-3
DOI: <http://dx.doi.org/10.18270/masd.v10i18.1716>

El surgimiento de la producción de carácter industrial estuvo marcado por la relación pasiva entre comprador y mercancía. Sin embargo, poco a poco vemos cómo se establece entre el hombre y sus productos una nueva dinámica en la que el diseño media el reconocimiento de las necesidades y experiencias surgidas de la vida cotidiana. El anónimo usuario que acostumbrábamos ver en tablas de usabilidad y cuadros de antropometría adquiere el rostro de los cientos de personas vulnerables que conforman la población de nuestros campos y ciudades.

A pesar de esta transformación paulatina, no tener una noción clara del impacto que tiene el modelo de desarrollo actual sobre las circunstancias locales de nuestras comunidades genera incertidumbres que hacen indispensable realizar aportes desde el conocimiento en diseño para la solución de las múltiples necesidades evidenciadas por las crisis de inicio del siglo XXI. Se trata de una coyuntura que, desde el cambio climático hasta la burbuja inmobiliaria, reta nuestra concepción de la calidad de vida como elemento esencial para la construcción de un futuro sostenible para el habitante rural y urbano.

En este camino, la revisión de las necesidades específicas de cada contexto por encima del ideal de la producción industrial ha reivindicado el papel de lo que denominamos Diseño Universal, una forma de entender el oficio como un medio para mejorar la calidad de vida de los conjuntos sociales, incluyendo a quienes se encuentran en estados de marginalidad y vulnerabilidad desatendidos hasta hoy; equilibrio de lo común y lo individual.

Este tránsito a una mejor comprensión de nuestra naturaleza humana y del papel del diseño en la atención de las necesidades específicas de los factores humanos, antropológicos e identitarios rompe los esquemas académicos tradicionales para ponernos frente a frente con las comunidades y sus problemas.

Con esta perspectiva, la preocupación por lograr el bienestar para todos ha dejado de ser exclusiva de los altruismos y las caridades. Contar con condiciones que beneficien el florecimiento, crecimiento y desarrollo de la vida, tanto en su carácter físico como espiritual, es un reto que ha permitido transformar una concepción básica del diseño como generador de productos al abordaje de los complejos problemas que afectan la salud y calidad de vida de las comunidades desde la interdisciplinariedad y la transferencia del conocimiento, ampliando el espectro de la investigación en diseño a la innovación como motor del empoderamiento de las comunidades.

Esta inclusión del beneficiario del proceso en el taller de diseño se ha convertido en un eje de formación con cada vez mayor presencia académica; esta convocatoria de MasD busca presentar experiencias e investigaciones exitosas que pongan presente la necesidad de enfrentar tanto escenarios de diseño ligados a necesidades reales de nuestros entornos, como el aporte que hacemos desde el diseño al desenvolvimiento de la vida en escenarios de calidad y salubridad.

MasD invita a investigadores y académicos a compartir sus perspectivas sobre este espectro temático con la meta de conformar un acervo que nos permita presentar a nuestra comunidad académica un panorama de la formación e investigación en diseño para el mejoramiento de la calidad de vida, el diseño universal, la inclusión, la equidad, la participación y la sustentabilidad. En el marco de nuestro proceso editorial buscamos precisar el papel que tienen los diseñadores, arquitectos, urbanistas y todos aquellos comprometidos con transformar las dinámicas sociales del presente desde la responsabilidad hacia la sociedad en su conjunto.



Revista Digital de Diseño
Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación
Universidad El Bosque



Declaración ética

www.masd.unbosque.edu.co

- Todo artículo presentado al proceso de arbitraje de MasD, Revista Digital de Diseño, está sometido a las reglas que se encuentran en nuestra sección de instrucciones a los autores cuyo propósito es garantizar tanto la calidad del proceso editorial como la neutralidad de los actores del mismo frente a la evaluación de los artículos seleccionados, en aras de encontrar niveles de alta calidad en la divulgación que persigue nuestra publicación.

Factores como la relevancia en el ámbito disciplinar del diseño, la originalidad e innovación, cohesión, legibilidad y lenguaje, son dimensiones de los textos presentados que han de ser tenidos en cuenta dado el carácter investigativo de los artículos que son objeto de divulgación de MasD.

- Si bien es responsabilidad de los autores velar por la originalidad de sus procesos y por garantizar que los contenidos presentados no infrinjan restricciones legales, son funciones adicionales del Editor o Coordinador Editorial hacer recomendaciones en términos de respeto a la ley y a los derechos de autor, así como velar que en los procesos administrativos no se infrinja el derecho a la igualdad por motivos de raza, género, orientación sexual, creencias religiosas, orientaciones filosóficas o políticas de los autores. En este sentido en la orientación editorial de la revista deben primar conceptos relativos al contenido disciplinar, metodológico y de claridad en la divulgación de los procesos investigativos presentados.

- Críticas personales o el uso de un lenguaje que trascienda la objetividad mencionada, que puedan ser consideradas groseras o personales, no serán transmitidas en la cadena del proceso de evaluación.
- En similar sentido, instamos a los lectores de los artículos presentados a conducir la lectura de los mismos en el ámbito de la objetividad, teniendo en cuenta que la crítica personal sobre los mismos no debe ser un condicionante del proceso editorial. Si bien la crítica constructiva debe hacer parte de todo proceso de intercambio académico, ha de procurarse una mezcla de objetividad con un lenguaje no ofensivo.
- Se espera que la crítica constructiva sea el mecanismo mediante el cual los participantes en el proceso de evaluación asuman el proceso de divulgación como una tarea de socialización y construcción crítica en torno al diseño, puesta al servicio de la innovación y la transformación social. En tal sentido, el lenguaje expresado, tanto en los artículos como en los juicios sobre los mismos, deben buscar la construcción de conocimiento y el perfeccionamiento académico integral, dejando en claro la aceptación o no de los mismos para su publicación, sus debilidades y falencias, así como las posibilidades de transformación que permitirían incluirlo en números subsiguientes.
- El autor es, por lo tanto, el primer responsable del proceso editorial, que busca limitar el espectro de publicación a aquellos resultados de proceso que hagan un aporte significativo a la conceptualización, diseño, ejecución o interpretación de un aspecto disciplinar de relevancia, enmarcado en los factores descritos en el primer punto de esta suscripción ética.
- Sin embargo, considerando la especificidad que tiene la investigación en el ámbito de la producción cultural, en los temas que consideran disciplinas como el diseño y las artes, así como la necesidad de recalcar el carácter de innovación inherente a la creación como una forma específica de conocimiento humano en el ámbito de las industrias culturales y creativas, y tomando como un elemento esencial de la divulgación en dichos campos la necesidad de una mirada pluralista, incluyente y diversa, la falta de 'novedad' no es un factor esencial para rechazar los contenidos propuestos por los investigadores, si sus ideas son presentadas de una manera metódica y técnicamente soportada.
- Con estas condiciones especiales de nuestro ámbito de acción como marco de la actividad editorial, MasD tiene como política editorial someter a consideración de pares (en el proceso de doble par ciego mencionado anteriormente) todo artículo que sea enviado a consideración de la revista, superando cualquier sesgo que los miembros del equipo editorial puedan tener, dejando únicamente en manos del Comité Científico de la Revista puntualizaciones en torno a los contenidos de los artículos, posibles direccionamientos que han de ser objeto de divulgación con los autores, o recomendaciones temáticas para números específicos.

- Las investigaciones presentadas deberán encontrarse sometidas a condiciones de ética investigativa, particularmente en cuanto tiene que ver con la experimentación, el respeto a la vida y a los derechos humanos, así como a otros estándares éticos que guíen el quehacer investigativo pertinente. Toda fuente de financiación no académica, o cuyo aporte señale un sesgo u orientación específico del proceso investigativo debe ser expresamente detallada.
- La instancia de veto o de no publicación de uno o más artículos presentados para publicación siguiendo las orientaciones y convocatorias periódicas de la revista, serán potestad única del Comité Editorial, para cuyo exclusión se hará el proceso correspondiente de citación a comité regido por cuórum y registro en acta, cuya decisión deberá ser comunicada directamente al autor de forma inmediata y con total transparencia respecto al proceso. Dicha decisión no tendrá recursos o segundas instancias, pero dejará al autor en plena libertad de someter su artículo a otros procesos editoriales en otras revistas según su criterio, entendiendo como totalmente nula la cesión de derechos realizada por el autor, tras la decisión del Comité Editorial.
- En caso de que un artículo presentado a MasD, Revista digital de diseño, incumpla de manera obvia las características esenciales descritas en el numeral uno del presente texto, el Coordinador Editorial de la Revista podrá rechazar de manera directa el mismo, haciendo énfasis al autor en la necesidad de seguir una estructura de presentación formal, que facilite la transmisión de las ideas en un nivel de divulgación de procesos de investigación en el ámbito del diseño.
- La consideración de autoría, si bien se extiende a la totalidad de los participantes en la elaboración del artículo, deberá estar encabezada por el autor que somete el artículo a los procesos editoriales de MasD, y se considerará en tal sentido para el envío de la correspondencia pertinente. Ni la revista, ni su equipo editorial pueden hacerse responsables de dirimir disputas relativas a la autoría de un artículo presentado, por lo que todo cambio en las que se hayan presentado en el envío de presentación debe ser remitido de manera escrita con las firmas de todos los autores del mismo. Cualquier cambio tras la publicación final del artículo se guiará, según el caso, por las indicaciones dadas por el Comité Editorial de la revista, a través del Editor o Coordinador Editorial de la misma.
- En concordancia con las instrucciones a los autores, también se considerarán como violaciones a la presente suscripción ética el uso de ideas de otros autores sin la adecuada cita, así ésta no sea la transcripción de textos completos o la presentación de una idea concurrente con el proceso investigativo. La citación se entiende, en términos de la revista, como una condición esencial de todo proceso de comunicación y divulgación, así como un compromiso con la calidad del mismo.

- El auto plagio, o el uso de ideas o textos presentados en otros contextos con similares palabras o estructuras conceptuales debe ser específicamente declarado por el autor, entendiendo que la omisión de este proceso es motivo suficiente para poner en duda la originalidad del texto presentado y sugerir su exclusión del proceso editorial.
- Los textos que sean considerados, por cualquier instancia del proceso de publicación, como plagio, o que contengan al interior de los mismos, pasajes o citas sin la debida citación, serán inmediatamente excluidos del proceso editorial. Similar sanción es aplicable a textos ya publicados, que serán excluidos de nuestro repositorio digital. Una comunicación será enviada en este sentido a las instituciones origen de los documentos y a sus autores.
- Cuando el autor o árbitro lector encuentren errores o inconsistencias en los artículos publicados o sometidos al proceso de arbitraje de la revista, es su deber notificar al Editor o Coordinador Editorial, entendiendo que es su potestad retractarse de los mismos mediante comunicación escrita.
- Todo contenido entregado a la revista será motivo de un tratamiento confidencial hasta el momento de su publicación. Esta regla aplica tanto al Comité Editorial como a lectores, miembros del comité científico, árbitros, editores y coordinadores editoriales que participen de la publicación.



MAS D

Universidad El Bosque
Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación



Information for authors

Instrucciones para los autores

Note to our academic community, researchers, and others, interested on submit papers at Design, Image, and Communication, and another confluent areas.

MasD, Digital Design Magazine, is the semestral divulgative publication of the Design, Image and Communications Faculty of the Universidad el Bosque. Its oriented to publish original and inedited contributions, not submitted to another kind of editorial processes in other publication sceneries', at the specter of design, image, communication, creative and cultural industries, as referred to teaching / learning processes on those areas, being its main function to publish original research at the design discipline in general, as to its interdisciplinary and transdisciplinary work, with direct influence at the magazine area.



1

Target audiences

To the Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación of Universidad El Bosque, the broad field of action around design, as a social, plastic, and cultural activity, has to answer in an active manner to the challenges that we have in the XXI century, having as counter-weight to the economic scope the urgent necessity to contribute to improve life quality for the people and its surroundings sustainability.

At this perspective, the target audiences of MasD its conformed by students, teachers, researches and professionals at the scope of Design, Image and Communication, and the transdisciplinary scope of those with human, social, applied and basic sciences, and those related to the production of knowledge associated to their thematic areas, including their pedagogy, epistemology and the industrial production of work affined to those fields.

2

Conditions

The paper should be submitted in an editable text format: OpenDocument (odt) or MS-Word (doc, docx or rtf), to the following email address: editormasd@unbosque.edu.co. The name of these files and their contents should omit any reference to the identity of the authors or their affiliations. This information should be communicated only in the body of the email.

Papers should not be longer than 8,000 words; book reviews no longer than 1,000 words. The page format will be letter size (8 ½ "x 11") with 2.54 cm margins on all sides, double-spaced, in Times New Roman 12pt and numbering in the lower right corner. The title of the article will be in 14pt size and abstract, keywords and citations and footnotes notes in 8pt size. The header of the paper shall include a title, and possibly a subtitle, adding up no more than 14 words, the abstract, with a maximum of 200 words, and a list of 3 to 5 keywords.

After the header, papers should present a structured development of their contents, with an introduction, a series of chapters or sections, discussion/conclusion and bibliography. Citations shall be presented in APA format (Last Name of Author, Year of Publication: page cited), never in a footnote, while the full citation should be included in the references at the end of text. The papers containing local terms, acronyms, values, etc., should be described and/or explained in order to ensure complete understanding by foreign readers.

The graphic content may be composed of photos, figures (drawings, diagrams, etc.), graphics and/or tables, which must be perfectly clear and appear listed in the body of the article. The paper may include up to eight graphics. All artwork must be inserted into the text file, in the approximate location in which is requested to be included, and also in separate files (TIFF or JPG format) with a minimum resolution of 300 dpi, to achieve a print size of 20 x 15 cm. Each graphic element should be numbered consecutively according to

their type and identified by an explanatory legend, including a title and an indication of its source. In case of including tables, they must be formatted in text format and included in the text body, and should not be sent independently or in image format. In case of including photographs or graphics not owned by the authors, you should provide written evidence of the permissions from the authors or original publishers. Otherwise, such content shall not be published in Revista MasD.

The final reference list, in alphabetical order by last name, including only the references cited in the text or graphical content sources must be adjusted to APA 6.0 standards.

Copyright of the articles belongs to Revista MasD and Universidad El Bosque, so that authors shall sign an authorization grant in such terms. The papers will be freely available in the Revista MasD website and will be redistributable under the conditions defined by Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 2.5 Colombia (CC BY-NC-SA 2.5 CO) License.

Índice

Diseño y calidad de vida <i>Design and quality of life</i> Fabio Andrés Vinasco Ñustes 2-3	Editorial
Morfología, marginalidad y gentrificación urbana. Una ciudad con calidad de vida para todos. <i>Morphology, marginality and urban gentrification. A city with life quality for all.</i> Dayana Higuera 6-19	Investigación MasD
Sistemas modernos y eficaces. Iconografía publicitaria de la oficina moderna. 1918-1924. <i>Modern and effective systems.</i> <i>Publicity iconography of the Modern office. 1918-1924.</i> Juan José Lozano Arango 20-37	
Calidad de vida personalizada. <i>Customized life quality.</i> Óscar Carrasco, Pedro Medina 38-59	
Repetición y diferencia. Un modo de vida en Bogotá, el caso de las residencias BCH (1961 – 1964). <i>Repetition and Difference.</i> <i>A way of life in Bogotá, the study case of Residences BCH (1961 - 1964).</i> Liliana Andrea Clavijo García 60-37	
Projeto Espacios: El espacio público discutido desde la visión del diseño gráfico. Projeto Espaços: O espaço público discutido sob o viés do design gráfico. <i>Espaços project: public space discussed under the graphic design.</i> Eduardo Palazzo, Juliana Soares 74-93	
Diseño sostenible versus greenwashing. <i>Sustainable design versus greenwashing.</i> Javier Orlando Benavides González 94-101	
Desambiguando el Diseño. Descriptores Disciplinarios. <i>Un-ambiguous design. Disciplinary descriptors.</i> Rómulo Polo Flórez, Dolly Viviana Polo Flórez 102-119	
Más de MasD; ¡Mamá! El juguete quiere jugar conmigo. <i>Mom! The toy wants to play with me.</i> Cristian Gómez Rodríguez 122-127	Diseño U. El Bosque
La doble moral del diseño industrial en la protección y enriquecimiento de la identidad cultural <i>Industrial design double standards at the protection and enrichment of cultural identity.</i> Sebastián Escudero Macías 128-133	
Diseño Accesible: Diseño para todos. <i>Accessible design: Design for all.</i> Ana María Cárdenas Cano. 136-141	Tribuna