

Mesa de Trabajo

Código Deontológico para la práctica del diseño

La Red Española de Asociaciones de Diseño lleva trabajando desde los inicios de los ENAD (Encuentros Nacionales de Asociaciones de Diseño) para elaborar –de manera colaborativa– un posicionamiento sobre la ética profesional en la disciplina del diseño en España. Pensamos que debemos dotarnos de un *código deontológico* que aborde asuntos importantes para la sociedad actual y nos facilite un discurso adecuado para todos los sectores implicados y para nosotros mismos como profesionales.

El objetivo general de dicho código será unificar y fortalecer las prácticas laborales de los miembros de las asociaciones READ para cumplir con los más altos estándares morales y profesionales. Así, establecer unos principios generales y desarrollar un código ético nos ayudará a fortalecer el crecimiento de nuestra profesión, al tiempo que fomentamos una cultura de la transparencia y legalidad en las relaciones con nuestros clientes, proveedores, socios y colaboradores.

En concreto, y para esta mesa de trabajo del 4ENAD, un objetivo importante es encontrar un consenso en el tema de los concursos que nos permita fortalecer el posicionamiento de las asociaciones y dar respuestas eficaces ante futuros casos parecidos.

Destinatarios y objetivos concretos

Para socios/as y agentes/asociaciones amigas de READ:

1. Unificar los valores, pautas y criterios de decisión.
2. Crear un clima ético para que las asociaciones se identifiquen con el proyecto (visión compartida).
3. Servir de punto de referencia o criterio de orientación para la toma de decisiones, superando incertidumbres y ambigüedades.
4. Definir la responsabilidad, los derechos, las obligaciones y los compromisos de las socias y socios hacia todos los grupos de interés.

Para la sociedad en general:

1. Comunicar esos principios, dar a conocer *cómo entendemos la profesión del Diseño y cuáles son sus objetivos*.
2. Presentar de forma explícita cuáles son las líneas de actuación con las que se comprometen los diseñadores asociados ante sus grupos de interés.
3. Desarrollar una cultura organizacional que nos permita aproximarnos a la sociedad, comprender sus necesidades y expectativas, y tener la capacidad de responder a ellas.
4. Estas normas y valores deben reflejarse en las decisiones y en la conducta de todos aquellos que acepten este código
5. La creación de un Código de Ética y su utilización como un instrumento de gestión por parte de las asociaciones no conlleva reducir la autonomía y responsabilidad de los socios/as, por el contrario, implica aumentar la capacidad de decidir por sí mismos y autorregularse.
6. Las funciones externas generan la imagen social de READ y demás asociaciones que las sigan y posibilitan la construcción de confianza. En este aspecto, debe quedar claro qué pretendemos, hacia qué objetivos sociales nos dirigimos, así como qué necesidades podemos y nos comprometemos ayudar a satisfacer.

Un código no es una herramienta estática, debe gestionarse constantemente y modificarse según avancemos.

Para empezar, proponemos al grupo de trabajo que se inscriba a esta mesa, elaborar una serie de cuestiones, que enviaremos a todos los socios por medio de las asociaciones. El resultado del cuestionario será el punto de partida de la mesa de trabajo del 4ENAD.