



Castelló de la Plana, 2016



Dissenyar per a un Desenvolupament
Humà Sostenible i Solidari

Autora **Carmela Forés Tomàs**
Directora **Julia Galán Serrano**

**Dissenyar per a un
Desenvolupament
Humà Sostenible i
Solidari.** Proposta de
principis i criteris per a
l'acció.

Tesi Doctoral
Carmela Forés Tomàs

Directora
Julia Galán Serrano

**Dissenyar per a un desenvolupament
humà sostenible i solidari**

Proposta de principis i criteris per a l'acció

Tesi Doctoral

Carmela Forés Tomàs

26 d'octubre de 2016



Escola Superior de Tecnologia i Ciències Experimentals
Departament d'Enginyeria de Sistemes Industrials i Disseny

Programa de Doctorat:

Tecnologies Industrials, Materials i Edificació (TIME)

Tesi Doctoral:

Dissenyar per a un desenvolupament humà sostenible i solidari

Proposta de principis i criteris per a l'acció

Presentada per:

Carmela Forés Tomàs

Dirigida per:

Julia Galán Serrano

A Carles, un plaer perdre'm amb tu per les senderes de la vida.

A la meua estimada Pepa, espenta dels meus somnis.

I a totes aquelles persones que han lluitat, lluiten i lluitaran per fer d'aquest món un lloc millor.

Resum de la tesi

El disseny per a un desenvolupament humà sostenible i solidari té lloc en un context on les economies alternatives i transformadores creixen dia a dia i on la preocupació per la insostenibilitat de les societats actuals es fa cada vegada més patent. L'objectiu principal de la tesi ha sigut resignificar el terme de disseny sostenible, des d'una corrent de pensament crítica, que incorpora la solidaritat i el desenvolupament humà com a procés fonamental per augmentar el benestar social de la població i, també, des d'una visió integral de la cultura de la sostenibilitat que té en compte els impactes (socials, culturals, econòmics, ambientals i ètics) generats al llarg del cicle de vida dels productes que dissenyem. L'anàlisi culmina amb la creació d'una proposta de principis i criteris sustentada per una base teòrica i crítica que, en futures línies d'investigació, puga ser utilitzada per a la generació de ferramentes avaluatives o de millora dels béns i serveis existents, o també en aplicacions projectuals per a la pràctica d'un disseny sostenible i solidari.

L'economia social i solidària ens aporta el marc de referència des d'on incorporar els valors universals i l'ètica de la solidaritat, contribuint a la concepció de la nostra proposta en base als principis que regulen la seua activitat. El desenvolupament humà ens aporta un nou sistema de necessitats, fonamental per la transformació sostenible del metabolisme sacionatural. Per altra banda, l'estat de l'art del disseny sostenible ens ha confirmat l'ambigüïtat actual del terme, i la generalització d'un enfocament economicista poc crític amb el sistema imperant; el qual ignora la complexitat implícita en el propi concepte de desenvolupament sostenible al prioritzar, i fins i tot obviar, unes dimensions sobre unes altres.

Per assolir els objectius de la investigació s'han combinat diferents mètodes i recursos que han consistit en la recerca i revisió bibliogràfica, l'elaboració d'un marc teòric des dels conceptes de solidaritat, sostenibilitat i desenvolupament humà i la posterior resignificació del concepte de disseny sostenible. Per finalitzar s'ha realitzat una proposta de principis i criteris per la pràctica d'un disseny per al desenvolupament humà sostenible i solidari en base al marc teòric referencial exposat. Les conclusions finals han constatat que la integració del factor humà en el disseny de productes, fa necessària la incorporació de valors intangibles en els processos projectuals, com són els valors universals, per respondre a les noves maneres «de pensar i de fer» implícites en l'ètica de la soste-

nibilitat i de la solidaritat i que, com s'ha pogut comprovar, ja s'estan consolidant en molts sectors de la societat.

Resumen de la tesis

El diseño para un desarrollo humano sostenible y solidario tiene lugar en un contexto donde las economías alternativas y transformadoras crecen día a día y donde la preocupación por la insostenibilidad de las sociedades actuales se hace cada vez más patente. El objetivo principal de la tesis ha sido resignificar el término de diseño sostenible, desde una corriente de pensamiento crítica, que incorpora la solidaridad y el desarrollo humano como proceso fundamental para aumentar el bienestar social de la población y, también, desde una visión integral de la cultura de la sostenibilidad que tiene en cuenta los impactos (sociales, culturales, económicos, ambientales y éticos) generados a lo largo de todo el ciclo de vida de los productos que diseñamos. El análisis culmina con la creación de una propuesta de principios y criterios sustentada por una base teórica y crítica, en futuras líneas de investigación, pueda ser utilizada para la generación de herramientas de evaluación o mejora de los bienes y servicios existentes, o también en las aplicaciones proyectuales para la práctica de un diseño sostenible y solidario.

La economía social y solidaria nos aporta el marco de referencia desde donde incorporar los valores universales y la ética de la solidaridad, contribuyendo a la concepción de nuestra propuesta en base a los principios que regulan su actividad. El desarrollo humano nos aporta un nuevo sistema de necesidades, fundamental por la transformación sostenible del metabolismo sacionatural. Por otra parte, el estado del arte del diseño sostenible nos ha confirmado la ambigüedad actual del término, y la generalización de un enfoque economicista poco crítico con el sistema imperante, el cual ignora la complejidad implícita en el propio concepto de desarrollo sostenible, al priorizar, o incluso obviar, unas dimensiones sobre otras.

Para lograr los objetivos de la investigación se han combinado diferentes métodos y recursos que han consistido en la investigación y revisión bibliográfica, la elaboración de un marco teórico desde los conceptos de solidaridad, sostenibilidad y desarrollo humano y la posterior resignificación del concepto de diseño sostenible. Para finalizar se ha realizado una propuesta de principios y criterios para la práctica de un diseño para el desarrollo humano sostenible y solidario en base al marco teórico referencial expuesto. Las conclusiones finales han constatado que la integración del factor humano en el diseño de productos, hace necesaria la incorporación de valores intangibles en los

procesos proyectuales, como son los valores universales, para responder a las nuevas maneras «de pensar y de hacer» implícitas en la ética de la sostenibilidad y de la solidaridad y que, como se ha comprobado, ya se están consolidando en muchos sectores de la sociedad.

Summary of the doctoral Thesis

Design for sustainable and solidarity human development takes place in a context in which alternative and transforming economies are growing alongside with the concern about the unsustainable of our society. The aim of this thesis is to redefine the concept of sustainable design based on a trend of critical thought that incorporates solidarity and human development as a fundamental part to increase population's welfare, and also, a comprehensive vision of sustainability which takes into account all the impacts (social, cultural, economic and environmental) generated throughout the life cycle of products. The analysis culminates with a proposal of principles and criteria, supported by the theories of the critical trends, which can be picked up for generating tools of assessment or improvement of existing goods and services, or ultimately in the practice of design that takes into account sustainable and solidarity human development.

The social and solidarity economy gives us the reference framework to incorporate universal values and the ethics of solidarity. The design of the current proposal is founded on the principles governing their activity. Human development gives us a new system of human needs, essential piece for the sustainable transformation of the socionatural metabolism. Moreover, the state of the art on sustainable design confirms the current ambiguity of the concept, in which prevails a non critical view around the ruling economical system, and avoids the implicit complexity in the concept of sustainable development, by prioritising, or even leaving out, some dimensions over others.

To achieve the objectives of this research we combine different methods and resources including a review of existing literature, the development of a theoretical framework based on the concepts of solidarity, sustainability and human development, and the redefinition of the sustainable design's concept. Finally we make a proposal of principles and criteria for the practice of a design that realise sustainable and solidarity human development based on the theoretical framework. We conclude that the integration of the human factor in product design requires the incorporation of intangible values in the project processes, such as universal values, in order to acknowledge the new ways «of thinking and doing» implicit in the ethic of sustainability and solidarity, which as we verified in the research, are being consolidated in diverse sectors of the society.

Índex

1	Introducció	23
1.1	Plantejament general	23
1.2	Objectius de la investigació	28
1.3	Metodologia emprada	29
1.4	Organització dels continguts	30
I	Marc teòric: les principals concepcions que sustenten la investigació	31
2	L'Economia Social i Solidària	35
2.1	De l'economia social a l'economia social i solidària	38
2.2	Definició del terme Economia Social i Solidària	40
2.3	Valors i principis orientadors	44
2.4	Resum de les línies principals del capítol	48
3	Eines de transformació social de l'Economia Solidària	51
3.1	El balanç social	53
3.1.1	Matriu del Bé Comú	57
3.2	Les certificacions de garantia ecosocial	59
3.2.1	Normes per la certificació de productes i/o empreses	61
3.2.2	Etiquetes per garantir un consum responsable, solidari i sostenible	64
3.3	El mercat social	66

3.3.1	Definint el mercat social	67
3.3.2	Agents econòmics	68
3.3.2.1	Les empreses i les entitats solidàries	70
3.3.2.2	Activitats econòmiques per sectors	71
3.4	Resum de les línies principals del capítol	74
4	Nou sistema de necessitats per al desenvolupament humà sostenible	77
4.1	Desenvolupament humà sostenible i economia solidària	79
4.2	Sistema de necessitats i satisfactors	84
4.2.1	Necessitats humanes i satisfactors	85
4.3	Els productes en un metabolisme socionatural sostenible	87
4.3.1	Definició i classificació dels béns i serveis	90
4.3.2	Serveis i béns econòmics en el mercat social	92
4.3.3	La significació dels productes en la lògica del consum i de la producció	93
4.4	El bon disseny en l'economia solidària	98
4.5	Resum de les línies principals del capítol	102
5	Marc conceptual de la sostenibilitat	105
5.1	Apunts per a l'estudi de la sostenibilitat i el desenvolupament sostenible	106
5.1.1	Apropament crític al concepte de desenvolupament sostenible	107
5.2	La sostenibilitat: estat dinàmic i multidimensional	112
5.2.1	Caminar cap a la sostenibilitat	115
5.2.2	Els components de la sostenibilitat	116
5.2.3	L'ètica de la sostenibilitat	119
5.3	Resum de les línies principals del capítol	124
II	Dissenyar per a un desenvolupament humà sostenible i solidari	127
6	Panoràmiques del disseny sostenible	131
6.1	Més enllà de l'ecodisseny	132

6.2	Ambigüitat conceptual del disseny sostenible	135
6.3	Resum de les línies principals del capítol	142
7	Resignificar el concepte de disseny sostenible	145
7.1	Els components del disseny sostenible	147
7.2	Paradigmes ètics per als professionals del disseny sostenible	150
7.2.1	Reflexions sobre la responsabilitat ètica de la professió	151
7.2.2	Principis morals i paradigmes ètics per al disseny sostenible	152
7.3	Nocions bàsiques per a un disseny per al desenvolupament humà sostenible i solidari	157
7.4	Escenaris socials per a la pràctica d'un disseny sostenible i solidari	159
7.4.1	Economies informals, moviments socials i acció col·lectiva	161
7.4.2	Moviments socials i tendències en el disseny per a la transformació social . .	164
7.4.2.1	Impacte ambiental: moviments i tendències per una ecologia social .	164
7.4.2.2	Impacte cultural: moviments i tendències en defensa d'una cultura lliure i local	169
7.4.2.3	Impacte social: moviments i tendències en defensa de l'autosuficiència, els béns comuns i la justícia social	178
7.4.2.4	Impacte econòmic: moviments i tendències cap a nous models ètics de desenvolupament econòmic	182
7.5	Resum de les línies principals del capítol	187
III	Proposta de principis per a la pràctica del DDHSS i conclusions finals	191
8	Model de sistematització del marc referencial per la formulació de principis i criteris	195
8.1	Identificació de les idees força	198
8.1.1	Identificació de la meta principal	200
8.1.2	Identificació dels agents econòmics	200
8.1.3	Identificació del marc contextual	201
8.1.4	Identificació dels impactes en les dimensions de la sostenibilitat	203

8.2	Matriu de conceptes rellevants per a l'extracció de principis i criteris	204
8.3	Categories conceptuals, regles per la classificació i sistema de codificació	207
8.3.1	Elaboració de les regles d'anàlisi de les categories i codificació	208
8.3.1.1	Taula de codificació de les matrius conceptuals	211
8.4	Esquema jeràrquic de principis i criteris	212
9	Proposta de principis i criteris per a la pràctica del DDHSS	215
9.1	Des d'una lògica de les necessitats per al Desenvolupament Humà	218
9.1.1	Principi 1 _ Justícia i dignitat humana	218
9.1.1.1	Principi 1.1_Defensa dels drets humans	218
9.1.1.2	Principi 1.2_ Distribució justa de recursos	223
9.1.2	Principi 2_ Solidaritat i visió del món comuna	226
9.1.3	Principi 3_Participació i cooperació	233
9.1.4	Principi 4_ Desenvolupament de les capacitats	236
9.2	Des d'una lògica de la Producció i Distribució	241
9.2.1	Principi 5_Producció i distribució ecològica i econòmica	241
9.2.1.1	Principi 5.1_Cura dels sistemes naturals	241
9.2.1.2	Principi 5.2_Maximització de l'impacte econòmic	244
9.3	Des d'una lògica del Consum	247
9.3.1	Principi 6_Consum responsable i foment d'una cultura sostenible	247
10	Conclusions finals i futures línies	255
10.1	Aportacions del treball d'investigació	258
10.2	Futures línies d'investigació	261
	Apèndix A: Matrius conceptuals en base al marc teòric referencial. Codificació.	265
	Referències bibliogràfiques	291

Índex de figures

2.1	Esquema conceptual dels diferents models econòmics	39
2.2	Ecosistema de economies transformadores	40
2.3	Enfocament multisistèmic de l'ESS	48
3.1	Auditoria social 2015	54
3.2	Balanç social com una metodologia d'autodiagnosi	56
3.3	Repercussió dels indicadors sobre els productes	58
3.4	Elements per a obtenir una certificació	60
3.5	Certificacions de producte, servei i empresa	63
3.6	Nodes i flux del mercat social	67
3.7	Criteris democràtics, ecològics i solidaris en el mercat social	69
3.8	La col, cooperativa d'arquitectes	73
4.1	Objectius de Desenvolupament Sostenible 2030	79
4.2	Dimensions del Desenvolupament Humà	80
4.3	Campanya Roba Neta de Setem	85
4.4	Esquema de les necessitats humanes	88
4.5	Metabolisme socionatural sostenible del mercat social	90
4.6	Disseny de béns i serveis per a un desenvolupament humà sostenible i solidari	91
4.7	Lògica de les significacions de Baudrillard	97

5.1	Mapa de visions del desenvolupament sostenible	113
5.2	Principals corrents de pensament ambientalistes contemporànies	114
6.1	Diferents enfocaments ambientalistes per a la pràctica del disseny sostenible	137
6.2	INDEX:award (2016) Diagrama d'impactes.	142
7.1	Camps de l'activitat humana que afecten a la pràctica del disseny sostenible	148
7.2	Prisma de la sostenibilitat	160
7.3	Cartell publicitari de la FESC de 2015	163
7.4	Manifest del moviment de transició.	168
8.1	Model de sistematització del marc teòric	199
8.2	Lògiques del mercat social	202
8.3	Impactes dels béns i serveis	204
8.4	Context estructural del béns i serveis	209
8.5	Esquema jeràrquic per a principis i criteris	214
9.1	Esquema jeràrquic de principis i criteris per a l'acció	217
9.2	Duolingo, plataforma d'aprenentatge virtual	218
9.3	One Laptop Per Child (OLPC)	219
9.4	BPA- Free Bottle	220
9.5	Design for All, de Matsushita Group's	221
9.6	Emojis Apple IOS 9.3	222
9.7	Barbie, Meet the new dolls	222
9.8	El recetario, de Makea tu vida	223
9.9	FabFi: xarxa oberta sense cables	224
9.10	Pieza T300, de Curro Claret	225
9.11	Fairphone, el telèfon amb valors socials	225
9.12	Groasis Waterboxx, tecnologia biomimètica	226
9.13	Esta es un plaza, hort urbà comunitari	228

9.14 Toys as Tools for Peaceful Conflict Resolution	228
9.15 Mine Kafon, de Massoud Hassani	229
9.16 NERF N-Strike Vulcan EBF-25	230
9.17 Ask Me About My Hijab	231
9.18 La copa menstrual	231
9.19 Taller Reformulated tradition, de Martín Azua	232
9.20 Plataforma on-line BBBfarming	233
9.21 Represent.me, votació online	234
9.22 Hackityapp, reimagina la ciutat	235
9.23 Taller de Hand Made Urbanismo	236
9.24 La Cubierta de Tetúan, espai multisusos	237
9.25 Social Street, reunions veïnals	238
9.26 The Restart Project, apoderament social	239
9.27 FabLab Barcelona	240
9.28 Opendesk, mobiliari obert	242
9.29 Greenhouse, embalatge 100% biodegradable	243
9.30 Frixen Cola, refresc alternatiu	245
9.31 Mobilotoop, mobilitat urbana	246
9.32 Teixidors, cooperativa tèxtil	246
9.33 Stereotank, little library	248
9.34 Open Toys amb impressió 3D	249
9.35 Goedzak, borsa especial per donacions	250
9.36 Boex, Outdoor Gym	250
9.37 Pam a Pam, portal de consum	251
9.38 Cargo Bike. European Cyclists' Federation	252

Índex de taules

7.1	Objectius i estratègies del moviment de decreixement	165
7.2	Objectius i estratègies del moviment de permacultura	166
7.3	Objectius i estratègies del disseny de transició	169
7.4	Objectius i estratègies de l'ecodisseny	170
7.5	Objectius i estratègies del moviment de programari lliure	171
7.6	Objectius i estratègies del moviment de cultura lliure	172
7.7	Objectius i estratègies del open P2P design	173
7.8	Objectius i estratègies del disseny obert	174
7.9	Objectius i estratègies del moviment de filosofia slow	174
7.10	Objectius i estratègies del slow design	175
7.11	Objectius i estratègies del moviment de simplicitat voluntària	176
7.12	Objectius i estratègies del disseny artesà	177
7.13	Objectius i estratègies del disseny per al canvi de comportament	177
7.14	Objectius i estratègies del moviment del procomú	179
7.15	Objectius i estratègies del disseny social	180
7.16	Objectius i estratègies del disseny activista	181
7.17	Objectius i estratègies del disseny universal	181
7.18	Objectius i estratègies del metadisseny	182
7.19	Objectius i estratègies del moviment de comerç just	183
7.20	Objectius i estratègies del moviment dels makers	184

ÍNDIX DE TAULES

7.21 Objectius i estratègies del disseny per a la innovació social	185
7.22 Objectius i estratègies del disseny DIY	186
8.1 Taula de codificació i impactes	213

Capítol 1

Introducció

1.1 Plantejament general

La societat del s.XXI es caracteritza, en principi, per ser una societat més flexible i lliure però, perquè pugui ser així, hem de pagar altres tributs. L'opulència en la que vivim el 20% de la població mundial es connecta directament amb la pobresa del 80% restant. Aquest fet està provocant l'obertura d'una profunda bretxa al món, cada vegada més difícil de tancar, entre els que *tenen més* i els que *no tenen*, silenciada i alimentada per les nostres societats de l'opulència en nom de la llibertat individual, el creixement econòmic, la globalització, la democràcia i la por a que esclati la bombolla del confort.

En pocs anys, aquest sentiment d'inequitat mundial, s'ha fet palès en gairebé tots els àmbits de la societat i no falten les veus que reclamen amb urgència una revolució cultural i ètica. És el cas de nombroses experiències generades des de la pròpia societat civil com són, entre altres, els moviments de decreixement, de consum responsable, comerç just o les economies anomenades transformadores (en la figura 2.2 s'arreglen algunes d'elles). Totes elles configuren un nou imaginari social que prioritza el capital social i ambiental per sobre de l'econòmic.

La present investigació es situa en el marc dels moviments d'economia social i solidària, per diverses raons:

1. Introducció

- Perquè entenen l'economia com un mitjà i no com una fi, integrant en les seves activitats valors universals com: la solidaritat, la cooperació, la participació, la justícia, l'equitat i el respecte pel medi ambient.
- Perquè, com a conjunt de pràctiques econòmiques, prioritzen la satisfacció de les necessitats per a un desenvolupament humà, d'una manera democràtica i sempre amb un compromís social i ambiental.
- Perquè en els darrers anys les economies alternatives són un sector en creixement¹, la qual cosa està generant nombrosos estudis en l'àmbit de la investigació científica, així com reformes legals, polítiques i institucionals enfocades a recolzar el seu desenvolupament, com és el cas de l'esborrany de la llei sobre economia social i solidària que avança en Catalunya o les, ja aprovades, lleis de Portugal o Quebec al 2013.
- Perquè el disseny també és un mitjà econòmic que ha d'integrar els valors universals en la satisfacció de necessitats, i el compromís social i ambiental en els processos projectuals per la configuració de satisfactors.

Des d'un enfocament sostenible del disseny, és inevitable el qüestionament de l'actual sistema econòmic imperant, així com de la pròpia pràctica del disseny enfocada a la generació d'objectes de consum. Però, abans, hem de prendre consciència de la importància que té el consum en el creixement econòmic actual² i per tant, de la responsabilitat que aquest adquireix davant del foment d'hàbits consumistes insostenibles entre la població. L'equació en l'economia capitalista és senzilla: a major consum, major creixement econòmic i, per tant, major grau de felicitat i benestar social. Però, és certa aquesta creença? Les teories crítiques al capitalisme qüestionen l'associació creixement-progrés-benestar, situant-ho com a responsable directe de la crisi sistèmica que s'estén arreu del món. Cal recordar les paraules de Kofi Annan, Secretari General de las Nacions Unides, en el discurs que va donar en la Cimera Mundial sobre Desenvolupament Sostenible (Johannesburg, 2002)

¹ És l'exemple d'Itàlia, on l'Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic assenyalava que, entre 2001 i 2011, l'índex de creixement del sector sense fins lucratiu va ser del 28% (OCDE, 2014).

² Segons la OCDE, en el segon trimestre de 2015, el consum privat va ser el principal impulsor del creixement del PIB espanyol.

que apuntaven a la necessitat de fer nous esforços perquè el model actual de desenvolupament, que ha donat privilegis i prosperitat a aproximadament el 20% de la humanitat, també ha cobrat un preu alt en el deteriorament del planeta i en l'esgotament dels seus recursos.

En els darrers anys, són molts els sectors socials que apunten cap al debat sobre l'emergència de modificar el sistema de necessitats dels anomenats països rics, i, desgraciadament, no falten raons per a la demanda urgent d'un canvi en el model social. Al greu deteriorament ambiental, hem de sumar les relacions d'esclavitud moderna, que es donen en molts països a causa de la superproducció de béns, l'augment exponencial de la població i, conseqüentment, l'augment del consum, i també l'augment de la classe mitja en els països BRIC que copia el model insostenible de les economies avançades. La llista de problemes associats és molt llarga i la direcció més bé única: la necessitat d'una transformació sostenible dels models de consum i producció, així com el desenvolupament de nous models econòmics que situen la supervivència de l'ésser humà en primer nivell.

Afortunadament, en l'àmbit del consum, creix la preocupació pels productes que minimitzen l'impacte ambiental i social, molts consumidors estarien disposats a pagar més si les companyies demostraren la seua responsabilitat social³. L'economia social i solidària va més enllà d'aquest compromís i situa els valors universals, el desenvolupament sostenible i la solidaritat humana en el centre de la seua activitat. Les organitzacions i, per tant, els béns i serveis que produeixen, incorporen en el seu ADN els principis i valors ètics que emanen de la seua filosofia.

I aquí rau una de les consideracions més importants a tenir en compte en aquest treball d'investigació. La qüestió que se'ns planteja és de quina manera s'integren aquests valors intangibles, implícits en el desenvolupament humà, en els processos de disseny dels productes. Encara que, avui en dia, trobem una preocupació creixent en el món del disseny al voltant de la integració dels valors ètics —Deganello (2009) ens parla inclús d'un disseny solidari i sostenible— no existeix un consens sobre la manera d'implementar-los. Així, per tractar-se d'un tema poc explorat, aquesta investigació realitzarà un estudi des d'on relacionar els valors de l'economia social i solidària, com

³ L'enquesta realitzada per la companyia Nielsen en 2012, sobre responsabilitat social corporativa, apunta a que més de la meitat (55%) dels enquestats estan disposats a pagar més pels productes i serveis de companyies que estan compromeses amb la generació positiva d'impacte social i ambiental.

a portadors d'una cultura de la solidaritat i de la sostenibilitat, amb la pràctica del disseny per al desenvolupament humà.

La integració de valors intangibles en el disseny

En l'actual societat de consum, l'adquisició de béns s'ha d'entendre com una pauta cultural, així, els productes constitueixen, en si mateixa, un sistema d'informacions on els significats s'adquireixen en el món de l'intercanvi i de les relacions socials. Les necessitats, els desitjos i les satisfaccions individuals, i col·lectives, són generades i consolidades en el món simbòlic, per tant el procés creador del disseny ha de tenir en compte el context on ha d'existir i la transmissió dels valors culturals a realitzar. Els productes són un dels procediments més importants de què disposa la societat per autoreproduir-se, per tant requereixen d'una atenció especial en quant als efectes que exerceixen sobre els mecanismes cognitius dels individus. Aquesta és una de les raons per reconèixer el rol dels productes com a sistema de signes i, per tant, com a mitjans de comunicació social des dels quals intercanviem informació, idees, actituds, emocions i sentiments (Vinyets, 2008).

Recordem que una de les consideracions en aquesta investigació és la integració dels valors intangibles, com són els culturals, en el disseny de béns i serveis. Actualment moltes de les ferramentes i estratègies dirigides a integrar la sostenibilitat en els processos projectuals responen a la implementació de valors tangibles i fàcilment quantificables, generalment relacionats en la minimització de l'impacte ambiental com és l'ecodisseny. La dificultat per integrar altres valors més qualitius en la presa de decisions augmenta la reticència cap a la consideració dels impactes socials, culturals, econòmics i/o ètics. A aquest fet s'hi suma la carència de consens en quant a la definició del disseny sostenible, la qual cosa complica encara més el seu enteniment des d'un enfocament integral on totes les dimensions interactuen i es relacionen. Així ens trobem que, depenent del punt de vista que es pren, es prioritza una dimensió sobre un altra, com per exemple quan es sotmet la sostenibilitat a la dimensió ambiental o a la dimensió social.

Aquest problema també s'evidència en altres disciplines, les quals dediquen els seus esforços a la consideració sistèmica i equilibrada de totes les dimensions de la sostenibilitat. És el cas del *Código Ético Mundial para el Turismo*, formulat al 2011 per l'Organització Mundial del Turisme, que

apunta com a objectius a tenir en compte els aspectes socials, culturals i econòmics, posant el focus d'atenció en qüestions relacionades amb els drets humans, la integració social, la igualtat de gènere, l'accessibilitat i la protecció dels grups vulnerables i de les comunitats receptores. També es habitual trobar aquesta preocupació en el món de l'urbanisme i de l'arquitectura, com és el cas de la biblioteca virtual *Ciudades para un Futuro más Sostenible* o el projecte *URBA-NET*, programa de la Comissió Europea per la col·laboració investigadora des d'on fomentar el desenvolupament econòmic, social i ambiental de la sostenibilitat en les àrees urbanes.

És evident que la cultura de la sostenibilitat, i també de la solidaritat, ha passat de ser una preocupació a ser una necessitat. Aquesta qüestió es converteix en un dels problemes de la nostra investigació, dirigint el procés d'estudi cap a la consolidació i foment de nous paradigmes ètics que respecten la comunitat de la vida. Així partirem dels següents plantejaments:

- La identificació del moviment d'Economia Social i Solidària com a paradigma de solidaritat i sostenibilitat, i per tant, susceptible per millorar i implementar els seus principis i valors ètics en els béns i serveis que desenvolupa al llarg de totes les activitats econòmiques de producció, distribució, consum i finançament, incloent el disseny.
- El Desenvolupament Humà com a procés fonamental en la construcció d'un nou sistema de necessitats que acompanye la transformació sostenible del metabolisme sacionatural i l'augment del benestar social.
- La carència d'un consens, en el món del disseny, entorn al concepte de Sostenibilitat i per tant entorn a la definició, ús i implementació dels criteris que guien la pràctica del Disseny Sostenible.
- La necessitat d'engegar mecanismes que aconseguissen equilibrar els sistemes econòmics, ambientals i els estils de vida de la societat. En l'àmbit del disseny s'han de generar ferramentes que ajuden en la presa de decisions sostenibles des d'un enfocament integral per tal d'implementar correctament tant els valors tangibles com els intangibles.

1.2 Objectius de la investigació

L'objectiu principal d'aquesta investigació és la creació d'una proposta de principis i criteris que guien la pràctica del disseny per al desenvolupament humà des d'una cultura de la sostenibilitat i de la solidaritat. Per a la consecució d'aquest objectiu general és necessari definir uns objectius més concrets que se desenvoluparan al llarg dels capítols de la tesi:

A- Exploració des de la teoria i pràctica de les economies socials i solidàries així com des del nou sistema de necessitats implícit en el metabolisme sacionatural.

- [A1] Estat de la qüestió i comprensió conceptual dels moviments d'economia social i solidària. Definició de conceptes, valors i principis que alimenten la seua pràctica així com les eines que utilitzen per a caminar cap a la transformació social.
- [A2] Aproximació al terme de Desenvolupament Humà i la seua relació amb la construcció d'un nou sistema de necessitats que determine la configuració dels béns i serveis que dissenyem.

B- Estat de la qüestió del concepte de sostenibilitat i la seua implicació en el camp del disseny.

- [B1] Revisió conceptual i contextualització dels components i de l'ètica de la sostenibilitat.
- [B2] Estat de la qüestió i resignificació del terme de disseny sostenible i escenaris per a la seua pràctica

C- Creació de principis i criteris que faciliten el disseny per al desenvolupament humà sostenible i solidari.

- [C1] Identificació dels principis, criteris i eixos que fomenten una cultura de la sostenibilitat i la solidaritat a partir del marc conceptual de la investigació.
- [C2] Definició d'una línia futura per a la creació d'eines que ajuden a l'avaluació, millora i presa de decisions en la pràctica d'un disseny per al desenvolupament humà sostenible i solidari.

1.3 Metodologia emprada

Aquest treball s'emmarca en la investigació qualitativa, atès que l'interès fonamental és l'acció humana, el com actuen les persones i el perquè de la seua conducta.

El procés d'investigació es basa en un mètode deductiu establert en base a:

- *Un marc teòric referencial*, és a dir, l'esquema dels conceptes preliminars referits al problema d'investigació plantejat. La seua elaboració es consignarà des dels següents punts (Mejía, 2003):
 - Investigacions prèvies, és a dir, les principals fites en el tractament de l'assumpte. Exploració dels conceptes relacionats amb la teoria i pràctica de les economies socials i solidàries així com del nou sistema de necessitats que les envolta. També es realitzarà una recerca sobre l'estat actual de la sostenibilitat i dels diferents enfocaments així com de les implicacions en el món del disseny.
 - Resignificació conceptual del terme disseny sostenible en base a la integració d'una cultura de la sostenibilitat i la solidaritat.
 - Investigacions al voltant de les categories principals de l'objecte d'estudi i les seues relacions. S'establiran les principals línies d'investigació al llarg del marc teòric, a partir de l'anàlisi de les dades aportades, la qual cosa facilitarà la definició de categories per la construcció de nou coneixement.
- *La categorització conceptual* (Miles i Huberman, citats en Mejía, 2003) des d'on construir una proposta de principis i criteris per la pràctica d'un disseny per a un desenvolupament humà sostenible i solidari. La seua elaboració es realitzarà en base a:
 - La definició de les categories, com a conjunt d'informacions, a partir de les dades qualitatives aportades en el marc teòric referencial.
 - L'anàlisi de les dades i les categories per establir les característiques i les relacions estructurals dels fets que permeten elaborar nous conceptes i teories.

El mètode de categorització conceptual s'explicarà més detalladament en el capítol vuit.

1.4 Organització dels continguts

PART I_Marc teòric: les principals concepcions que sustenten la investigació

El treball de recerca desenvolupat està estructurat en tres grans apartats des dels quals presentarem de forma clara les principals consideracions extretes de cada capítol.

L'enfocament exploratori d'aquesta primera part cerca ampliar el coneixement envers l'economia social i solidària. Des de la comprensió dels principis bàsics, de la seua filosofia i manera d'entendre el món, fins les eines transformadores, com és el mercat social, i el nou sistema de necessitats que l'envolta, i que dirigissen el desenvolupament humà cap a paràmetres de vida més sostenibles i solidaris. Posteriorment analitzem l'estat de la qüestió de la sostenibilitat cercant l'enfocament més adient per emmarcar la pràctica del disseny des dels valors de l'economia solidària i l'ètica de la sostenibilitat.

PART II_Dissenyar per a un desenvolupament humà sostenible i solidari

Una vegada definit el marc transformador i ètic es realitza una breu estudi de l'evolució del terme sostenibilitat en el disseny amb la intenció d'entendre millor la conceptualització actual. Posteriorment, i davant la necessitat d'explicar amb major claredat el terme des d'un posicionament crític, es resignifica el terme de disseny sostenible i s'extrau un argumentari des de l'ètica de la sostenibilitat i de la solidaritat. Aquesta part conclou amb l'exploració d'escenaris i tendències transformadores, des d'on s'extrauran algunes de les estratègies a tenir en compte en els criteris per la pràctica d'un disseny per al desenvolupament humà sostenible i solidari.

PART III_Proposta de principis i criteris per a la pràctica d'un disseny per al desenvolupament humà sostenible i solidari i conclusions finals

En aquesta darrera part es fa un recull de principis i criteris, amb un enfocament més descriptiu que prescriptiu, doncs no es cerca l'estandardització sinó més aviat una caracterització completa i oberta als canvis social. Per finalitzar es realitzen les conclusions i s'obrin les futures línies d'investigació.

Part I

Marc teòric: les principals concepcions que sustenten la investigació

Aquesta primera part del treball es divideix en quatre capítols, des d'on s'abordarà la problemàtica d'estudi en base al plantejament i els objectius de la investigació. Els capítols segon i tercer es centren en el marc que facilita la comprensió conceptual de l'economia social i solidària, així revisarem la documentació per definir-la i per conèixer millor els valors i principis que envolten la seua praxis. També veurem algunes de les eines que actualment utilitza l'economia social i solidària per portar a terme la transformació de la societat cap a paràmetres de vida més sostenibles. El capítol quart aborda el desenvolupament humà en un nou sistema de necessitats que, necessàriament, ha d'impregnar l'oferta i la demanda dels productes del mercat social, tenint en compte també les noves relacions que s'estableixen amb la producció, el disseny i el consum de béns i serveis. El darrer capítol completa el marc teòric amb la revisió del concepte de sostenibilitat des d'un apropament crític, establint el corrent de pensament més coherent amb els objectius de l'economia social i solidària i del desenvolupament humà, i que posteriorment emmarcarà la resignificació del disseny sostenible.

Capítol 2

L'Economia Social i Solidària

Nuestro tiempo es para mí, esencialmente, un tiempo de barbarie. Y no me refiero sólo a violencia, sino a una civilización que ha degradado los valores que integraban su naturaleza. Un valor era la justicia.

José Luis Sampedro

L'evolució de l'ésser humà en els darrers cinc segles ha estat dirigida pels grans descobriments que la seva pròpia naturalesa investigadora ha anat conquerint. Des de la ceràmica en el neolític, que va permetre un gran avanç en la qualitat de vida, passant per l'escriptura que ens va portar la comunicació, fins a arribar a la revolució industrial i les seues grans invencions: la impremta, el motor a vapor, el ferrocarril, l'energia elèctrica o els productes sintètics, entre altres; tots ells artefactes que van propiciar grans canvis en la societat i en la relació amb el seu entorn. Avui en dia ens trobem immersos en nous descobriments com són les tecnologies electròniques, la biotecnologia, les telecomunicacions i la informàtica, tota aquesta nova comunicació social en xarxa ens ha tornat a submergir en canvis vertiginosos que afecten a les nostres relacions socials, culturals, ambientals, polítiques i econòmiques.

L'arribada del Segle de les Llums, en la segona meitat del s. XVIII, ens aporta el domini dels models científics reduccionistes i mecanicistes i, amb ells, el triomf de la revolució industrial, consolidant el pensament modern i l'expansió dels models de dominació occidentals. El canvi en l'economia mundial va ser immediat i es va anar gestant una nova manera de produir productes (serveis i béns de consum) alhora que es creaven noves necessitats socials, gradualment es van anar integrant nous valors en el disseny de productes segons anava creixent l'oferta i la demanda en el mercat. La nova economia va dirigir la societat cap a un model consumista i de creixement il·limitat.

Les conseqüències negatives de l'expansió d'aquest sistema econòmic es fan evidents avui en dia: grans desigualtats socials, augment de la pobresa, destrucció d'ecosistemes, explotació abusiva de recursos naturals, crisis financeres, explotació laboral, augment de la injustícia, reducció del benestar social, etc. La globalització d'aquest model ha convertit l'espècie humana en la Terra en una patologia parasitària que avança a ritmes incontrolats (Naredo, 2005).

L'evolució del disseny industrial no ha quedat al marge d'aquest model, i ha esdevingut una disciplina que ha potenciat una sèrie de valors dirigits principalment a l'augment i l'estímul de la demanda sotmesa al control del mercat. Però no sempre va ser així. Tenim l'exemple de la Bauhaus, fortament condicionada pel seu entorn i moment històric va defensar valors com la democratització dels béns. Finalment la subjugació al mercat va fer prosperar metodologies abanderades per valors com l'eficiència, viabilitat, productivitat, rendibilitat, eficàcia o qualitat; conceptes tots ells vinculats

a activitats purament econòmiques. No va ser fins els anys 60, amb el naixement del moviment ecologista, que no es va començar a introduir la preocupació ambiental en el procés de disseny fins a esdevindre una metodologia pròpia com és l'ecodisseny.

El segle XXI ha començat amb una gran preocupació pel deteriorament del capital ambiental, social i humà. No obstant això en l'àmbit del disseny, encara que també s'evidència aquesta preocupació, existeix una gran dificultat per integrar el factor humà, i per tant els valors intangibles, en els processos de disseny doncs moltes de les eines i estratègies utilitzades responen a la implementació de valors tangibles i fàcilment quantificables generalment relacionats amb la minimització de l'impacte ambiental.

Aquesta dificultat per integrar valors qualitius en la presa de decisions i poder valorar els impactes socials, culturals, econòmics i ètics al llarg dels processos projectuals, si que s'està resolent en altres disciplines, com són alguns sectors de l'arquitectura, de l'urbanisme i inclús de l'economia, com és el cas de les economies transformadores. La preocupació per aquesta crisi sistèmica que ens envolta també es fa present en tendències —com és el cas del disseny obert o el disseny per la innovació social— i també en autors del món del disseny (Margolín, 2005; Chaves, 2002; Bonsiepe, 2014) que reclamen la necessitat d'integrar els principis ètics i socials en els processos de disseny. No obstant això, encara falta molt per fer real la conscienciació i integració d'aquests valors en la presa de decisions.

L'economia social i solidària ens obri les portes per investigar nous escenaris des d'on analitzar els processos d'integració de valors tangibles i intangibles que conformen una nova cultura alternativa al model de creixement il·limitat. L'actual model econòmic es caracteritza per l'acumulació de capital, la competència, el control social i la sobreabundància de béns de consum, la qual cosa comporta greus conseqüències socials, culturals i ambientals en tots els nivells de l'estructura econòmica (producció, distribució, comerç i consum de béns i serveis), parlar de *sostenibilitat* d'una manera endògena resulta quasi impossible. Molt al contrari, l'economia solidària entén l'economia com un mitjà i no com una fi, generant un ecosistema de valors que inclou, a més del capital-valor econòmic i el patrimoni material, altres valors immaterials difícilment quantificables (valor social, ecològic, estètic, emocional, simbòlic, cognitiu, històric, cultural, comunicatiu, entre altres), els quals configu-

ren els principis ètics des d'on gestionar els recursos comunitaris. Des d'aquesta esfera de valors és possible parlar de desenvolupament sostenible doncs el seu creixement no només està lligat a l'acumulació del capital econòmic, sinó també, al creixement del capital humà, social i ambiental.

2.1 De l'economia social a l'economia social i solidària

El terme d'economia social i solidària (d'ací endavant ESS) fa referència a un conjunt variat de conceptes, enfocaments i perspectives teòriques, pràctiques associatives i empresarials i nombroses realitats socioeconòmiques i institucionals que, des de finals del segle XX, venen desenvolupant altres maneres de fer les coses i d'entendre l'economia i els processos econòmics en les societats contemporànies (Pérez de Mendiguren, Etxerreta, Guridi, 2008). Les dos grans corrents de pensament que emmarquen l'ESS, l'europea i la llatinoamericana, tenen com a focus central el canvi social, la construcció de models alternatius d'economia i la reproducció de la vida.

Per altra banda, emmarcar l'ESS no és fàcil, perquè abraça un espectre molt ampli. En un extrem tenim veus que no dubten del seu absorbiment final per part de l'economia dominant, i en la banda oposada (des d'on situem la nostra investigació) trobem altres perspectives que emfatitzen el seu potencial polític, crític i alternatiu al sistema imperant.

Com a moviment contrahegemònic trobem antecedents en les corrents de pensament crític amb el capitalisme del segle XIX en Europa: Saint-Simon, Owen, Fournier, així com certes corrents del marxisme (Hitze, 2010).

El sociòleg francès Jean-Luis Laville, va encunyar el terme «Nova Economia Social» per denominar aquelles pràctiques soci-econòmiques que varen començar a aflorar en Europa al voltant dels 70, arran de la manca d'ocupació i el risc a l'exclusió del mercat de treball que va generar entre els actors econòmics dinàmiques d'autoocupació i de reforç de la solidaritat per poder fer front a les noves necessitats o aquelles que no podien ser satisfetes, particularment entre el sector poblacional amb menys recursos, desenvolupant accions que afavorien el mediambient, el reciclatge de material i l'esperit cooperatiu (Pérez Mendiguren et al., 2008). A poc a poc el concepte va derivar cap als termes més utilitzats avui en dia com són l'*economia solidària* o l'*economia social i solidària*.

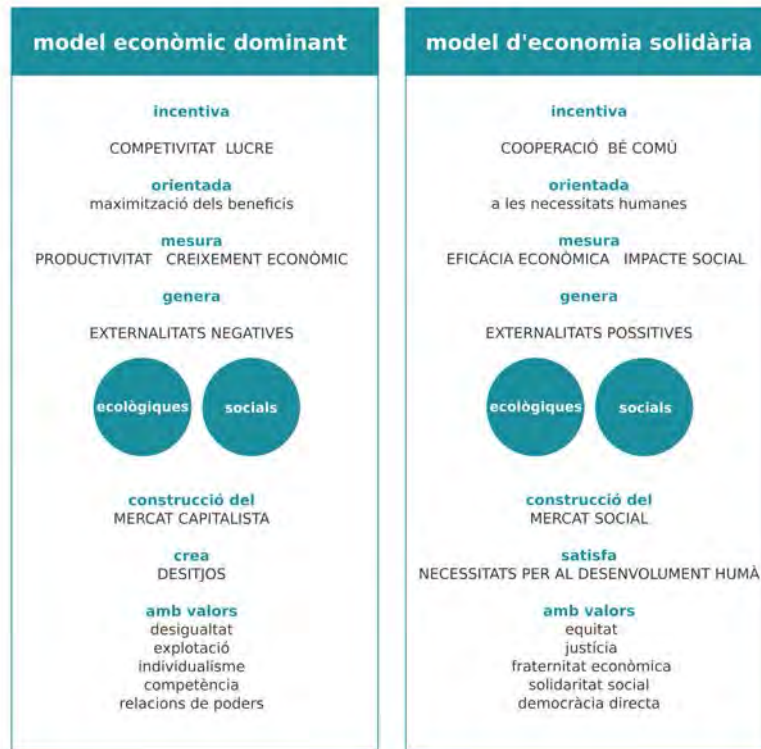


Figura 2.1: Esquema conceptual dels diferents models econòmics. Adaptat del balanç social de la Xarxa d'Economia Solidària (2013)

L'atractiu de l'ESS és el seu desenvolupament integral en quant als beneficis associats que reporta a la societat: protecció social, medi ambiental, cohesió social, generació de treball, i desenvolupament local, pluralitat cultural, democràcia participativa i apoderament dels seus membres. Com es pot veure en la figura 2.1, aquest plantejament holístic representa una alternativa als valors que tants anys porta inculcant el sistema capitalista i l'economia neoliberal: explotació, individualisme, competència, progrés destructiu i consumisme, entre altres.

Amb la crisi actual torna a ressorgir aquest model econòmic reforçat per les tecnologies de la comunicació, la qual cosa afavoreix la seva disseminació i contaminació cap a molts altres àmbits. La ràpida expansió que està tenint aquesta nova manera d'entendre l'economia, i que engloba també altres tipus d'economies transformadores com les representades en la figura 2.2, respon, principalment, a la situació d'incertesa que patim actualment però també a la difusió d'altres valors i de

corrents filosòfiques reflectides en conceptes com ara el decreixement, la simplicitat voluntària, la cultura lliure, la sobirania alimentària, l'autogestió de la vida, la responsabilitat social empresarial i la justícia social.

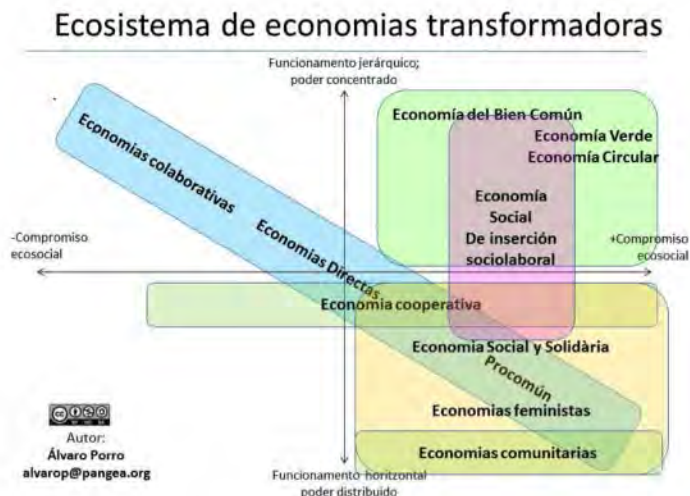


Figura 2.2: Porro, A. (2016) Ecosistema de economías transformadoras. Recuperat de: http://www.eldiario.es/catalunyaplural/opinions/AltresEconomies_6_493860645.html

2.2 Definició del terme Economia Social i Solidària

Definim l'economia social i solidària com aquell sistema socioeconòmic, cultural i ambiental desenvolupat, de manera individual o col·lectiva, a través de pràctiques solidàries, participatives, humanistes i sense ànim de lucre per al desenvolupament integral de l'ésser humà com a fi de l'economia (Askunze, 2007). L'ESS s'emmarca, junt amb altres propostes, dins de les anomenades economies transformadores, com es pot veure en la figura 2.2.

Luis Razzeto (2000) caracteritza a l'ESS per la seua forta orientació crítica i decididament transformadora respecte a les grans estructures i els models d'organització i d'acció que caracteritzen l'economia contemporània. L'autor emfatitza la importància del canvi cultural en la satisfacció de necessitats. Aquesta és substituïda per una visió més integral de la satisfacció de les necessitats humanes, una opció cap a l'austeritat i la simplicitat on es compatibilitza el model de consum i cura

cap al medi natural, els intercanvis justos i, en alguns casos, una major proximitat entre producció i consum.

Aquesta qüestió és essencial per a un nou disseny enfocat al desenvolupament humà doncs, com a activitat creativa i innovadora, ha de revertir la seua pràctica cap a una nova cultura de la suficiència, convertir-se en un mitjà d'utilitat social per a aconseguir el benestar de les poblacions.

Per la seva banda Coraggio (2014) reflexiona sobre les diferències entre l'economia del capital i l'ESS per com entenen el concepte de riquesa, contribuint a la crítica utilitarista i consumista i la construcció de falsos desitjos, així l'autor considera que l'economia del capital entén la riquesa com a valor de canvi i es centra en la lògica de l'acumulació privada il·limitada i, per altra banda, considera que la riquesa entesa des de l'ESS està centrada en el valor d'ús dels béns i serveis útils per a satisfer les necessitats i desitjos legítims de tots, prioritant la reproducció de la vida amb qualitat abans que amb quantitat de possessions.

El manifest de la Xarxa d'Economia Solidària (2002) nomena com a valor central de l'economia solidària les persones i el seu treball. Així els mercats passen a tindre un mercat instrumental sempre al servei de la societat i del seu benestar. L'eficiència econòmica no es delimita pels beneficis materials d'una iniciativa sinó que es defineix en funció de la qualitat de vida i de la felicitat dels seus membres i, alhora, de tota la societat com a sistema global. L'economia solidària es defineix com una nova forma de produir (i per tant també dissenyar), consumir i de distribuir, i es proposa com a alternativa viable i sostenible per a la satisfacció de les necessitats de la població i la humanitat i per la reproducció de la vida en el planeta.

La *Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria*¹ (d'ací endavant REAS) situa entre les principals raons per recolzar l'ESS, i canviar el nostres hàbits de consum, l'opulència d'uns pocs, el gravíssim deteriorament ambiental, l'elevat consum de recursos naturals, i la situació de desigualtat entre els habitants dels països rics i els països pobres. Aquestes raons han convertit el consum responsable en una necessitat del nostre temps, i el desenvolupament sostenible i sustentable en una referència prioritària en els nostres interessos.

¹La REAS és una xarxa de xarxes d'economia alternativa i solidària, de la qual formen part a voltant de 500 entitats agrupades en xarxes territorials i sectorials. També formen part de la xarxa internacional RIPESS (Xarxa Intercontinental de Promoció de l'Economia Social i Solidària). Més informació es pot trobar en: www.economiasolidaria.org/

L'ESS pretén incorporar en les activitats econòmiques de producció, distribució, consum i finançament, els valors universals que deuen regir la societat i les relacions entre tota la ciutadania: equitat, justícia, fraternitat econòmica, solidaritat social i democràcia directa. Alguns elements claus que anomena la *Carta de Principios de la Economía Solidaria*, elaborada per la REAS (2011), i en les quals, d'alguna manera, està implicada la pràctica del disseny són: la preocupació per les adequades condicions de treball, el rigor en la qualitat de la producció dels béns i serveis, l'ús de tecnologies netes, l'ètica al planificar la producció en funció de les necessitats de la població, l'eliminació de la publicitat enganyosa i la provocació al consum; el reciclatge de tots els materials possibles i l'estalvi d'energia, el no malbaratament, etc.

Pablo Guerra (2004) apunta dos grans objectius en l'ESS (també l'anomena socioeconomia de la solidaritat):

- **Objectiu pràctic**, que es vertebrava entorn a valors solidaris en totes les seues fases (producció, distribució, consum i acumulació).
- **Objectiu teòric**, que busca construcció la caixa de ferramentes que possibilita l'aplicació d'aquestes experiències. Per tant, la direcció que pren aquesta definició també aniria cap a la generació d'un model transformador i alternatiu als models capitalistes predominants actualment.

Així l'autor defineix les característiques d'aquesta economia en les diferents activitats econòmiques:

- **En el plànol de la producció**, la racionalitat econòmica ve donada pel factor treball que està per damunt del capital. Així la força productiva i organitzadora és el *factor C*, manifestat en:
 - la cooperació en el treball, que fa créixer l'eficiència laboral;
 - en l'ús compartit de coneixements i informacions que dóna lloc a un important element de creativitat social;
 - en l'adopció col·lectiva de decisions, que redueix la conflictivitat i els costos que d'aquesta es deriven;
 - en el desenvolupament personal dels subjectes involucrats en les empreses, derivats de la comunicació i intercanvi entre personalitats diferents;

- en la satisfacció de necessitats de convivència i participació, que implica beneficis no comptabilitzables monetàriament.
- **En el plànol de la distribució**, la característica distintiva consisteix que els recursos productius i els béns i serveis produïts, flueixen i distribueixen, no solament per mitjà de les relacions d'intercanvi valorades monetàriament (com succeeix en el sector més pròpiament capitalista), sinó també mitjançant altres relacions econòmiques que permeten una major integració social, a saber: relacions de reciprocitat, redistribució, cooperació, donació, etc.
- **En el procés de consum**, la solidaritat es dona en una particular forma de consumir que es recolza en una cultura diferent a la predominant en quan a satisfacció de necessitats. Alguns trets distintius són:
 - la preferència pel consum comunitari sobre l'individual;
 - la integritat en la satisfacció de les necessitats de diferents tipus;
 - la proximitat entre producció i consum, en algunes formes populars;
 - la tendència en el consum cap a la simplicitat i austeritat, valorant més els problemes ecològics.

A les característiques proposades per l'autor afegim que, **en el plànol del disseny**, i atenent a les característiques esmentades, s'evidència un canvi en la manera d'entendre l'activitat doncs la demanda de necessitats ja no es realitza des de les esferes de mercat (com a creadores de desitjos) sinó que partixen de les bases socials (demanda de béns útils per al desenvolupament humà). Nombroses tendències en el disseny ens mostren aquests canvis (disseny participatiu, disseny per la innovació social i disseny col·laboratiu, entre altres) però poques emanen d'una visió integral de la cultura de la solidaritat i de la sostenibilitat.

És important remarcar el potencial transformador de l'ESS per tal de no caure en definicions laxes que pretenen buidar-ho de significat, legitimant qualsevol tipus d'emprenedoria que pretenga contribuir al desenvolupament social (Perez de Mendigure et al., 2008). Així el present treball s'emmarca des d'aquest enfocament crític, i per consegüent, també ho serà la definició de principis i criteris que guiaran la integració de valors intangibles en la pràctica del disseny.

2.3 Valors i principis orientadors

Parlar d'economia social i solidària és parlar des d'un projecte comú i inclusiu que consolida els valors universals que han de regir la societat i les relacions entre tota la ciutadania: l'equitat, la justícia, la fraternitat econòmica, la solidaritat social i la democràcia directa (REAS, 2011).

L'economista argentí José Luis Coraggio (2009) ens descriu com ha de ser aquest procés de construcció i reproducció ampliada de la vida:

El proceso de construcción paulatina de otra economía (pensada como una transición que llevará algunas generaciones) supone revalorizar, extender, desarrollar, entrelazar y complejizar nuevas y viejas prácticas socioeconómicas, coherentes con esos objetivos estratégicos. Esta valora altamente procesos simples que garantizan el sustento de hombres y mujeres, pero también busca desarrollar formas cultural y técnicamente complejas de producción, distribución, circulación y consumo. Antes que designar un sujeto histórico predeterminado, supone la emergencia de múltiples sujetos y actores en un movimiento de experimentación, acción, reflexión-acción y aprendizaje colectivo, sin modelos fijos de organización; admitiendo y valorando las diferencias culturales, los momentos históricos de cada pueblo; atendiendo a principios orientadores más que a instituciones predeterminadas e idealizadas, consideradas generalizables a toda actividad humana. (p. 30)

Segons l'autor aquests principis orientadors, revisables i ampliables segons les diferents cultures existents, o per existir, són:

- Principi de mercat**, intercanvi entre propietaris a preus fixats per l'oferta i la demanda; en l'economia neoliberal domina sobre la resta de principis.
- Principi de l'autarquia**, assegurar l'autocontrol i gestió racional de les condicions bàsiques de la vida en comunitat.
- Principi de reciprocitat**, amb bases «interessades» o «desinteressades», esperant o sense esperar res a canvi.

- **Principi de re-distribució**, que concentra excedents materials o simbòlics (sabers o coneixements) i els redistribueix de manera que preserve la cohesió social amb diversitat però sense desigualtats ni discriminacions injustificables que fragmenten i erosionen els llaços socials.
- **Principi de planificació o coordinació** de processos complexos, interdependents, amb una perspectiva de sostenibilitat socials i sustentabilitat ecològica però també d'eficiència social en la definició i ús dels recursos, limitant els efectes no previstos de les accions individuals o de massa.

Amb aquests principis l'autor assenta les bases per una nova racionalitat econòmica que parteix de la multiplicitat, i no del pensament únic. Aquesta és la raó per la que trobem altres maneres d'aplicar principis a l'ESS, segons siga el subjecte que proposa, diferents però sempre envoltats d'un sistema de valors universals.

És l'exemple de la *Carta de Principios de la Economía Solidaria* (REAS, 2011), que pren com a principis:

- **Principi de l'equitat**, des d'on defensar el reconeixement mutu de les diferències i la diversitat des de la igualtat de drets, el just valor dels recursos i la seua justa distribució; la igualtat d'oportunitats per a totes les persones i la necessitat de generar les condicions per promoure-la; el dret a la participació en tots els àmbits de la vida social (entesa com una globalitat cultural, econòmica i política); el dret a la informació accessible i transparent; la solidaritat organitzada per pal·liar la falta de fraternitat o de justícia i finalment, on defensar i potenciar el compromís amb les persones i comunitats empobrides.
- **Principi del treball**, des d'on recuperar la dimensió humana, social, política, econòmica, cultural i ambiental del treball; des d'on posar a les persones com a protagonistes principals; on les capacitats estan al servei de les necessitats de la comunitat i la població en general; on totes les persones tenen dret a gaudir d'oportunitats socials i a participar en la planificació del que s'ha de produir per satisfer les necessitats de la població; on les condicions laborals són dignes, justes i cooperatives; on produir béns i serveis responsables i sostenibles. Ressaltar, per ser d'especial interès per la investigació, algunes observacions que realitza la carta sobre la

necessitat d'establir mitjans i mecanismes per detectar les necessitats de la població i produir aquells béns i serveis que són socialment útils.

- **Principi de la sostenibilitat ambiental**, des d'on defensar un consum responsable com actitud coherent amb un doble criteri ètic d'equitat social i sostenibilitat ambiental tenint en compte les implicacions econòmiques i socials de les pràctiques i hàbits de consum; on potenciar la sobirania alimentària en cada territori i el dret a definir les polítiques agropecuàries i d'alimentació; on fomentar el decreixement desenvolupant una economia que no implique el creixement indefinit i per tant l'ús irracional dels recursos; on desenvolupar una producció neta, previndre la contaminació i mesurar l'impacte ambiental en les nostres activitats econòmiques; on promoure pràctiques i iniciatives responsables ambientalment (reducció, reutilització i reciclatge de residus, turisme responsable, energies netes, etc.) i fomentar l'educació ambiental, la investigació i l'estudi de la Natura; des d'on ordenar el territori de manera sostenible tant en l'àmbit rural com urbà.
- **Principi de la cooperació**, des d'on fomentar una cultura de la cooperació promovent empreses cooperatives i un model de xarxes horitzontals, participatives, democràtiques i de confiança, on construir un model de societat basat en el desenvolupament local harmònic, les relacions comercials justes, la igualtat, la confiança, la corresponsabilitat, la transparència i el respecte.
- **Principi sense fins lucratiu**, des d'on re-invertir els possibles beneficis en la pròpia sostenibilitat o mitjançant el recolzament a altres projectes socials; on re-distribuir la riquesa que generem, socialitzant els beneficis; des d'on mantindre la independència política i ideològica i la llibertat de decisió respecte a les possibles fonts de finançament extern; on gestionar de manera democràtica i transparent les riqueses generades; on desenvolupar la sostenibilitat econòmica basada en la rendibilitat integral que té en compte tant els resultats econòmics positius, com els socials i ambientals; on utilitzar el finançament ètic en el fluxos econòmics de l'entitat.
- **Principi de compromís amb l'entorn**, des d'on participar en el desenvolupament local sos-

tenible i comunitari del territori, interrelacionant-se amb els diversos moviments socials que aborden nombroses problemàtiques, generant xarxes amb estratègies de transformació, d'acció comú solidària i de participació responsable que contribuïsquen a la generació de alternatives globals partint de lo local. «Pensa global i actua local».

La REAS estipula els següents eixos transversals que són la unió dels principis i les actuacions de tota activitat lligada a l'ESS:

- **L'autonomia** com a principi de llibertat i exercici de la corresponsabilitat.
- **L'autogestió** com a metodologia que respecta, implica, educa, iguala les oportunitats i possibilita l'apoderament.
- **El desenvolupament de les persones** en totes les seues dimensions i capacitats: físiques, psíquiques, espirituals, estètiques, artístiques, sensibles, relacionals, entre altres; en harmonia amb la naturalesa, per damunt de qualsevol creixement desequilibrat econòmic, financer, bèl·lic, consumista, transgènic i anòmal com el que s'està propugnant amb el nom d'un desenvolupament «fictici».
- **La cultura alliberadora** com a base de pensaments creatius, científics i alternatius que ens ajuden a la recerca, la investigació i la trobada de noves maneres de conviure, produir, gaudir, consumir i organitzar la política i l'economia al servei de les persones.
- **La compenetració amb la Naturalesa.**
- **La solidaritat humana i econòmica** com a principi de les nostres relacions locals, nacionals i internacionals.

Com hem comentat anteriorment l'ESS s'ha d'entendre des d'un enfocament multisistèmic que abasta, a més de l'esfera econòmica, la social, la cultural i l'ambiental. En la figura 2.3 a la pàgina següent es mostra la seua complexitat, una visió global de tot el sistema ens ajuda a entendre millor les interaccions i relacions que es produeixen en aquest nou paradigma.

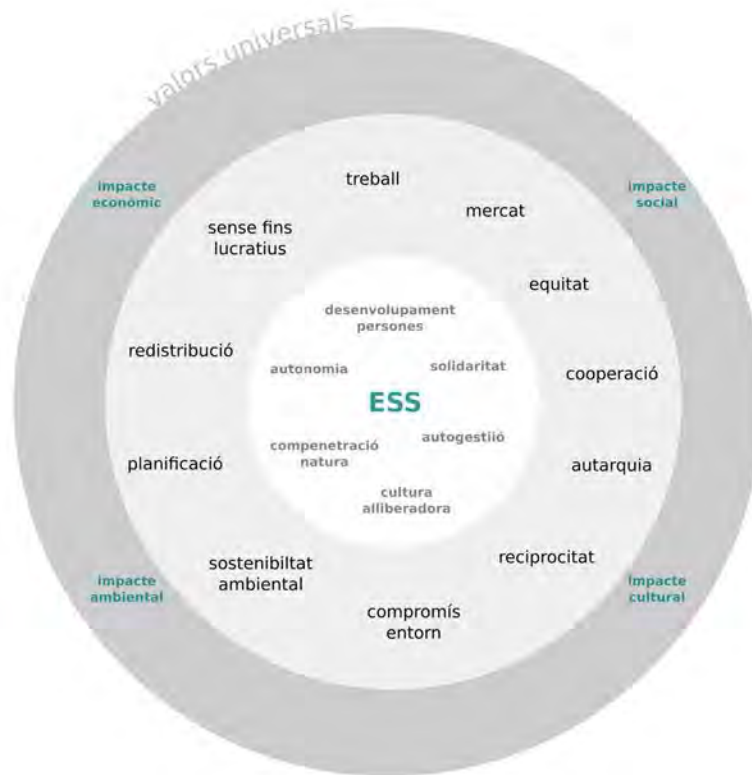


Figura 2.3: Enfocament multisistèmic de l'economia social i solidària

2.4 Resum de les línies principals del capítol

Les principals consideracions identificades, i que d'alguna manera guarden relació amb l'àmbit del disseny, són:

- El disseny industrial ha esdevingut una disciplina que ha potenciat la creació de productes dirigits, principalment, a l'augment i l'estímul d'una demanda sotmesa a les exigències del mercat, la qual cosa ha fet prosperar metodologies liderades per valors com l'eficiència, la viabilitat, la productivitat, la rendibilitat o l'eficàcia; conceptes tots ells vinculats a l'esfera econòmica.
- El greu deteriorament ambiental i l'augment de les desigualtats socials, ha fet créixer la preocupació envers la responsabilitat del disseny. Alguns sectors crítics del disseny reclamen la necessitat d'integrar principis ètics i socials en els processos de disseny, però avui en dia no

és una tasca fàcil doncs encara són moltes les eines i estratègies que treballen amb valors tangibles i fàcilment mesurables.

- L'ESS ofereix un marc transformador, des d'on incorporar el factor humà i analitzar els processos d'integració dels valors universals (intangibles) en la pràctica diària de les organitzacions que la conformen.
- L'ESS incorpora en les activitats econòmiques de producció, distribució, consum i finançament, els valors universals que deuen regir la societat: equitat, justícia, fraternitat econòmica, solidaritat social i democràcia directa.
- L'essència del moviment de l'ESS és la transformació social, la coherència amb els seus valors i principis i la racionalitat econòmica basada en pràctiques solidàries, sostenibles, participatives, humanistes i sense ànim de lucre que persegueixen la satisfacció de necessitats i el desenvolupament integral de l'ésser humà, i de la comunitat, en comptes de la maximització del benefici econòmic.
- Els objectius de les diferents activitats econòmiques de producció, distribució i consum, incloent el disseny, evidència que altres maneres de fer les coses són possibles. El canvi cultural cap a la sostenibilitat cerca la satisfacció de les necessitats per augmentar el benestar de tota població i la reproducció de la vida en el planeta. Els béns i serveis de l'ESS estan centrats en el seu valor d'ús, és a dir, són socialment útils per al desenvolupament humà sostenible.
- L'ESS genera eines transformadores per la integració dels principis en totes les activitats econòmiques, així com per l'escalabilitat del propi moviment.
- La pràctica d'un disseny transformador en el marc de l'ESS, entès com a procés creatiu i transmissor de valors culturals, ha de realitzar-se des d'una visió crítica i multisistèmica, mitjançant la construcció d'eines que faciliten la internalització dels valors ètics i d'una cultura de la sostenibilitat i la solidaritat.

En el següent capítol abordarem l'anàlisi de les eines transformadores generades des de l'economia solidària, les quals faciliten el coneixement i la integració dels seus principis en la pràctica quotidiana

econòmica. El seu estudi ens permetrà conèixer millor com han de ser els béns i serveis que emanen de la seua filosofia.

Capítol 3

Eines de transformació social de l'Economia Solidària

Ningú no allibera ningú, ni ningú no s'allibera sol. Els homes s'alliberen en comunió.

Freire, 1970

L'economia solidària reflexiona sobre tots aquells aspectes que d'alguna manera sostenen el funcionament econòmic de la comunitat, des de la producció de béns i serveis fins al consum, passant per les relacions que s'estableixen entre persones i organitzacions. El component ideològic sobre *què, com, per a què i per a qui produir* afecta directament a la vida col·lectiva i per tant ha d'estar present en les pràctiques econòmiques de manera clara i transparent. És per això, que des de l'ideari de l'ESS, es fomenten els béns i serveis amb criteris democràtics, solidaris i sostenibles.

Situant-nos en la pràctica del disseny transformador, la qüestió és de quina manera s'integren aquests criteris en la configuració dels productes. Avui en dia l'ESS compta amb eines enfocades a analitzar el grau d'integració dels principis i valors en la pràctica de les entitats però, encara no disposa d'eines que puguin permetre l'anàlisi, avaluació o, fins i tot, la presa de decisions per a desenvolupar els productes que ofereixen.

És per això que fem un breu recorregut per les eines transformadores que desenvolupa actualment l'ESS i que tenen el potencial d'integrar, a curt o llarg plaç, criteris avaluatius enfocats als productes:

- **els balanços socials:** eina d'autodiagnòstic que serveix per avaluar el grau d'integració dels principis i valors de l'ESS en les entitats. És interessant el seu anàlisi pels criteris d'avaluació que fa servir, encara que a penes compta amb indicadors de mesura per als productes que desenvolupen les empreses. Si que trobem criteris per valorar la configuració ambiental, social i cultural dels productes en la matriu del bé comú, eina realitzada per l'Economia del Bé Comú.
- **les certificacions de garantia ecosocial:** són procediments per garantir que un producte, servei o empresa, està en conformitat a certes normes, criteris o estàndards. Els segells o etiquetes són instruments de certificació que tenen com a objectiu principal aportar transparència al consumidor, i per tant ha de mostrar sota quins criteris ètics, socials i ambientals, s'ha configurat un producte o servei. Encara que l'ESS no compta amb segells propis, si que hi ha un interès creixent, sobretot pel que fa a l'escalabilitat dels productes del mercat social i pel foment del consum responsable i conscient en la societat.
- **el mercat social (MS),** és una xarxa de producció, distribució i consum de béns i serveis, realitzats sota criteris ètics, democràtics, ecològics i solidaris, que reuneix a totes les entitats

de l'ESS, generalment, a nivell local. El mercat social és una eina prou recent, motiu pel qual no existeix molta informació sobre la manera d'integrar o configurar els productes sota aquests criteris.

3.1 El balanç social

El balanç social, també anomenada auditoria social, és el cor de l'ESS (veure figura 3.1) i és «un document on descrivim i mesurem les aportacions socials, laborals, professionals i ecològiques fetes per una organització al llarg d'un exercici» (García, 2009, p. 326). Aquesta eina transformadora permet la transparència i les relacions sanes entre empreses i ciutadania, anant més enllà dels coneguts balanços rentables, i transferint els valors ètics des d'on es posicionen les persones en el centre de l'activitat empresarial, convertint els valors de la societat en valors de l'economia. La *New Economics Foundation* (NEF) defineix l'auditoria social com un procés que permet a una organització avaluar la seua eficiència social i el seu comportament ètic en relació als seus objectius, de tal manera que pugui millorar els seus resultats socials i solidaris i donar compte d'ells a totes les persones compromeses per la seua activitat. Junt a les etiquetes de garantia ecosocial, el balanç social es converteix en un dels instruments que permet avaluar i millorar la responsabilitat social de les empreses.

La xarxa d'economia solidària catalana¹ (XES, 2014) apunta a tres objectius bàsics en els balanços socials:

1. **Eina d'autodiagnòstic i millora interna de les organitzacions.** El balanç social està ideat com un instrument perquè les organitzacions puguin mesurar l'impacte social i ambiental per a continuar el procés d'aprenentatge i poder establir accions de millora. D'aquesta manera, comparant els resultats que obtenen any rere any poden obtenir informes de responsabilitat social per dur a terme processos de millora interna.
2. **Clau d'accés a l'àmbit econòmic de l'economia social i solidària (ESS).** El balanç social

¹La Xarxa d'Economia Solidària (XES) està constituïda per diverses organitzacions catalanes de consum, producció, intercanvi, comercialització i finançament. El seu objectiu principal és consolidar i enfortir l'economia solidària des d'una perspectiva transformadora. Es pot trobar més informació en: www.xes.cat

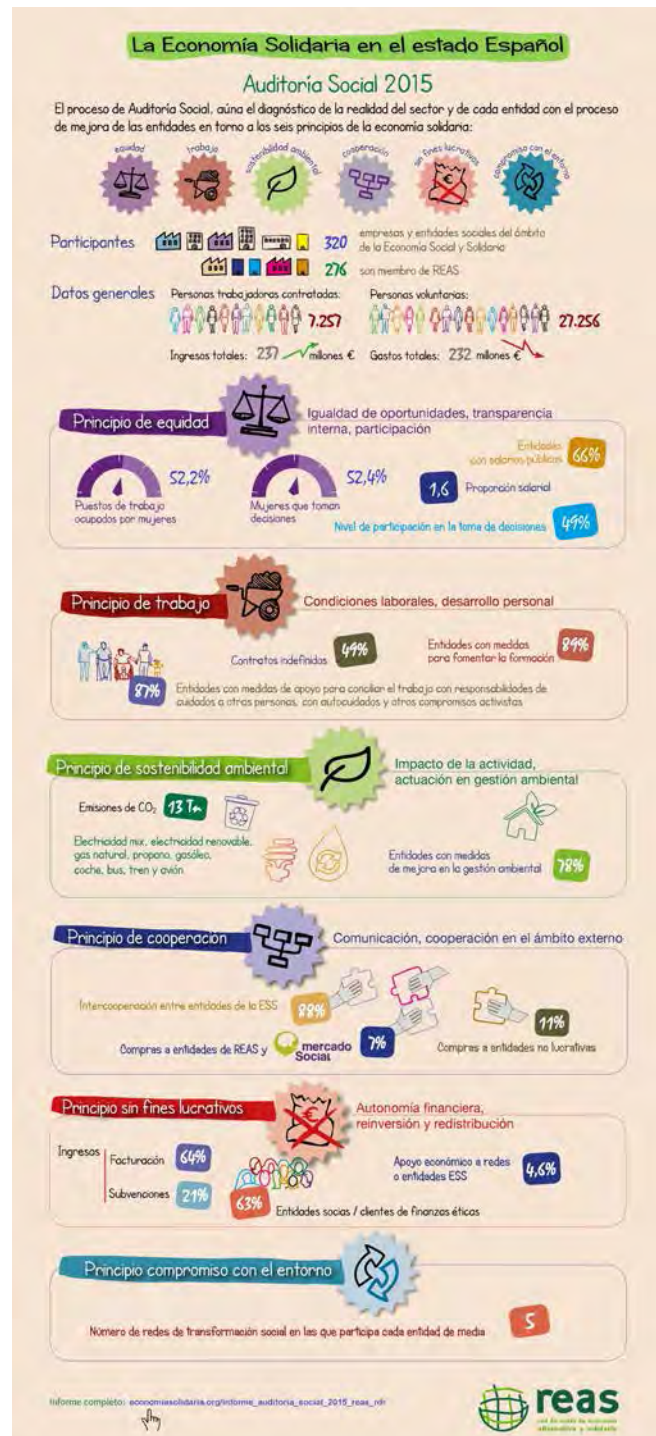


Figura 3.1: REAS (2015). Auditoria social 2015. [Infografía]. Recuperat de: http://www.economiasolidaria.org/files/Info_Auditoria_social_estatal_2015.jpg

s'emmarca en una estratègia àmplia d'enfortiment i expansió del sector de l'economia solidària basada en la idea de construcció de mercat social. Aquesta estratègia busca generar un espai econòmic on tots els agents econòmics assumeixin i internalitzin els valors centrals de l'economia solidària. En aquest marc, el balanç social és l'instrument que serveix per mesurar aquests valors i, per tant, identificar les organitzacions que pertanyen al mercat social. Així doncs, és una mena de clau d'entrada o guardià dels valors, i com a tal, està molt vinculada amb la definició de la identitat de l'economia solidària des d'una perspectiva més política.

3. **Eina comunicativa per donar visibilitat a l'economia solidària.** La tercera de les funcions principals del balanç és donar visibilitat i posar números concrets als valors de l'economia solidària mitjançant indicadors.

El model implementat per la XES defineix una bateria d'uns 60 indicadors dividits en 6 blocs, que corresponen als 6 principis de l'ESS:

1. Equitat: igualtat d'oportunitats, transparència interna i participació.
2. Treball: condicions laborals i desenvolupament personal.
3. Sostenibilitat ambiental: impacte de l'activitat, actuació en gestió ambiental.
4. Cooperació: comunicació, cooperació en l'àmbit extern.
5. Sense fins lucratiu: autonomia financera, reinversió i redistribució.
6. Compromís amb l'entorn: número de xarxes de transformació social on participa cada entitat de mitja.

Actualment el balanç social està més enfocat a l'avaluació interna de l'empresa i difícilment trobem indicadors per l'avaluació directa dels béns i serveis que produeixen. Per fer possible aquesta avaluació seria necessària la creació de criteris ètics, democràtics, ecològics i solidaris que ens pogueren mostrar l'estat actual i el grau d'integració dels valors i principis de l'ESS en els productes destinats a la construcció del mercat social.

A dia d'avui l'ESS no compta amb aquestes eines però trobem exemples d'aquesta pràctica en l'Economia del Bé Comú, a través de la Matriu del Bé Comú la qual compta amb una sèrie de



Figura 3.2: Balanç social com una metodologia d'autodiagnosi de les entitats. Adaptat de XES (2014)

critèris que faciliten l'avaluació dels objectius marcats per l'organització a l'hora de configurar els seus productes/serveis.

No obstant això el balanç social és una eina en constant procés de canvi i adaptació i per tant és possible que, com ja passa en altres auditories socials, l'ESS integre, en noves edicions, criteris avaluatius dels béns i serveis del mercat social (veure figura 3.2).

Actualment la Xarxa d'Economia Solidària (XES) treballa en altres direccions que també són d'interès per al desenvolupament d'aquesta investigació:

- **La incorporació de les economies informals**, el repte per a la XES és adaptar el balanç social a les iniciatives comunitàries de caràcter informal: horts comunitaris, grups de consum agroecològic, centres socials autogestionats, grups de criança compartida, xarxes d'intercanvi i bancs del temps, etc. La majoria de preguntes o indicadors no tenen utilitat per aquestes economies, ni tampoc per als productes que desenvolupen. Aquestes iniciatives comunitàries tenen un gran potencial per a la innovació social (Manzini, 2015) i són font d'inspiració per a la integració d'un nou sistema de necessitats i d'una nova cultura que promoga tendències sostenibles en el disseny.
- **L'obertura a moviments d'economia alternativa** germans amb vocació transformadora com ara el consum col·laboratiu, l'agroecologia o la sobirania alimentària, les empreses cap al residu zero o el tercer sector ambiental. L'objectiu és l'enriquiment mutu i l'augment de la potència transformadores des de la confluència amb aquestes experiències. L'anàlisi d'aquestes eco-

nomies també ens pot aportar una valuosa informació sobre els criteris que adopten per la configuració sostenible dels seus productes/serveis.

3.1.1 Matriu del Bé Comú

La Matriu del Bé Comú (MCB) és l'eina que emprava l'Economia del Bé Comú (EBC) per tal de realitzar els balanços anuals de les empreses inscrites en aquest model. L'EBC és un sistema econòmic desenvolupat per Christian Felber, posteriorment s'han anat desenvolupant els fonaments per un cercle creixent d'empresaris. Encara que manté moltes diferències amb l'economia solidària, comparteixen molts dels valors universals que apliquen en la seua pràctica: dignitat humana, solidaritat, sostenibilitat ecològica, justícia social i participació democràtica i transparència (Felber, 2012).

El balanç del bé comú es realitza a partir de la mesura d'una sèrie d'indicadors distribuïts en base a 5 valors fonamentals: dignitat humana, solidaritat, justícia, sostenibilitat ambiental i democràcia. Per tal de facilitar la seua comprensió s'ha desenvolupat una eina anomenada Matriu del Bé Comú (es pot veure en la figura 3.3 a la pàgina següent), en l'eix horitzontal es mostren els 5 valors i en el vertical els diferents grups afectats. En les interseccions es mesuren 17 indicadors del bé comú.

Per aquest treball només mostrarem els 3 indicadors relatius que utilitzen per a la configuració interna i externa del producte/servei (Moreno, 2012):

- Concepció ecològica: criteris envers la necessitat d'una ecologització però també d'un canvi de cultura del sobreconsum cap a la suficiència.
- Concepció social: criteris envers la disminució d'obstacles per a consumidors desfavorits i integració de principis ètics i socials.
- Efecte social i significat: valorar la utilitat i el sentit del producte en base a les necessitats que cobreix i el seu efecte social i cultural.

La matriu compta amb alguns criteris per a mesurar aquests indicadors no obstant, com ells comenten, els principis d'avaluació poden ser diversos. Encara que l'objectiu principal de la matriu és l'avaluació i mesura dels principis que configuren els productes i serveis que ofereixen les empreses, també serveix per la millora d'aquests en base als estàndards ètics i socials que assenyalen.

LA MATRIZ DEL BIEN COMÚN 4.1 (2014)

ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN
Cooperativa de Economía y Justicia Social

Valor + Grupo de contacto +	Dignidad humana	Solidaridad	Sostenibilidad ecológica	Justicia social	Participación democrática y transparencia
A) Proveedores	A1: Gestión ética de la oferta/suministros				90
B) Financiadores	B1: Gestión ética de finanzas				30
C) Empleados inclusive propietarios	C1: Calidad del puesto de trabajo e igualdad 90	C2: Reparto justo del volumen de trabajo 50	C3: Promoción del comportamiento ecológico de las personas empleadas 30	C4: Reparto justo de la renta 60	C5: Democracia interna y transparencia 90
D) Clientes / productos / servicios / otras empresas	D1: Relaciones éticas con los clientes 50	D2: Solidaridad con otras empresas 70	D3: Concepción ecológica de productos y servicios 90	D4: Concepción social de productos y servicios 30	D5: Aumento de los estándares sociales y ecológicos sectoriales 30
E) Ambito social: región, soberanía, generaciones futuras, personas y naturaleza mundial	E1: Efecto social/ Significado del producto/ servicio 90	E2: Aportación a la comunidad 40	E3: Reducción de efectos ecológicos 70	E4: Orientación de los beneficios al bien común 60	E5: Transparencia social y participación en la toma de decisiones 30
Criterios - Negativos	Quebrantamiento de las Normas de trabajo OIT -200	Compra hostil -200	Gran impacto medioambiental a ecosistemas -200	Evasión de impuestos -200	No revelación de todas las participaciones -100

Figura 3.3: Repercussió dels indicadors sobre els productes. Adaptat de la «Matriz del Bien Común 4.1» (2014)

En resum, els criteris proposats per l'economia del bé comú són:

□ **Criteris ecològics:**

- aspectes ecològics: consistència (cicle de vida o «cradle to cradle»), eficiència (racionalització recursos) i resiliència (afiançar capacitats d'amortiguació de la natura).
- foment de patrons de consum sostenibles (suficiència).
- comunicació dels aspectes ecològics, canvi de cultura i consciència del consumidor.

□ **Criteris socials:**

- Consideració amb les barreres econòmiques del client.
- Accés lliure de barreres físiques, visuals, intel·lectuals i de llenguatge.

□ **Efecte social i significació:**

- Satisfacció necessitats bàsiques humanes, en base al desenvolupament a escala humana proposat per Max Neef (1994).

- Satisfacció indirecta, efectes positius i negatius.
- Efectes socials i culturals del producte.
- Patró de consum i compatibilitat natural, suficiència i moderació, aspectes ecològics.

3.2 Les certificacions de garantia ecosocial

Actualment l'economia solidària té molts reptes per potenciar l'escalabilitat del consum responsable fora del seu propi entorn, és a dir, fora dels agents econòmics que ja estan convençuts de la necessitat de canvi de model social, cultural i econòmic. I encara que nombrosos estudis demostren que el concepte de consum responsable va calant entre la societat, estem molt lluny de tenir els atributs ambientals i socials com criteris importants alhora de realitzar compres, com ocorre en altres països europeus (CECU, 2008; Foroética, 2008; Gallup Organisation, 2009, citats en Carrero, 2010). Molts consumidors desconeixen el que signifiquen els segells que actualment podem trobar als supermercats i la bretxa de credibilitat i utilitat encara és un punt molt conflictiu (Carrero, 2010). No obstant això la transparència i l'accessibilitat a la informació dels productes a l'hora de llançar-los al mercat és un repte molt important que cal anar treballant.

Les etiquetes de garantia ecosocial són instruments de certificació per tal de generalitzar el consum conscient i responsable amb uns determinats valors i promoure aquells productes que minimitzen l'impacte ambiental però que també milloren el nostre planeta social, cultural i econòmicament, proporcionant aquesta informació de manera veraç als consumidors.

Quan parlem de certificació ecosocial ens referim al procés (veure figura 3.4 a la pàgina següent) mitjançant el qual un tercer atorga una garantia escrita mitjançant la qual un producte o servei està en conformitat amb certes regles, com per exemple l'ISO 1996, o altres estàndards ètics, ambientals i socials. Els requisits específics o estàndards s'han d'el·laborar per un organisme i posteriorment s'emet un document certificador que demostra el seu compliment. Aquesta acreditació pot realitzar-se per un tercer (com les entitats independents o els sistemes participatius, entre altres) o per la pròpia entitat, la qual ha de ser responsable del compliment del contingut de la informació.

L'etiqueta de certificació ecosocial és un segell, que mitjançant una simbologia determinada,



Figura 3.4: Elements per a obtenir una certificació

indica la verificació del compliment dels criteris o estàndards. És, fonamentalment, un element comunicatiu, un mitjà que actua en la fase de consum informant a la persona que adquireix el producte.

Una etiqueta ha de complir amb uns requisits bàsics (Rangan, 2002, citat en Dankers, 2004):

- Estar recolzada per un bon sistema de certificació sense conflictes d'interès.
- Ha de ser transparent, possibilitant la consulta, i dret a replica, de la informació resultant del procés certificador: informe, organisme, etc.
- El seu significat ha de ser coherent respecte a la diversitat de productes que poden ser certificats.

Com ja s'ha comentat, actualment, l'economia solidària no compta amb segells propis de garantia ecosocial, encara que es considera un instrument important que possibilita la comunicació dels principis i valors sota els quals estan configurats els productes i serveis del mercat social. El procés de certificació implica, en primer lloc, determinar estàndards² o normes que puguin garantir un

²Un estàndard es un document, establert per consens i aprovat per un cos reconegut, que proporciona, per a un ús repetitiu i comú, regles, directrius o característiques per a una activitat o per al seu resultat, per tal d'aconseguir un grau òptim d'acord amb un context donat. (ISO/IEC Guide 2:2004)

consum responsable i conscient.

3.2.1 Normes per la certificació de productes i/o empreses

Les normes són especificacions o criteris que es poden referir al producte o a l'organització, en conseqüència podem trobar:

- **Normes per la certificació del producte** o servei, poden referir-se a la configuració intrínseca del producte o també als mètodes de producció, extracció o transport utilitzats. Aquesta certificació ens aporta també informació sobre l'impacte del producte, al llarg del seu cicle de vida, sobre els grups d'interès (stakeholder groups) com són els treballadors, els consumidors i les comunitats locals. Així tenim estàndards que tenen en compte l'impacte ambiental en tot el cicle de vida del producte, com ara bé la *ISO 14001*, el segell *Cradle to Cradle* o la *Ecolabel*. Altres estàndards tenen en compte l'impacte social, ambiental i econòmic que la producció d'un producte té sobre els treballadors o les comunitats locals, com el segell *Fairtrade*. Avui en dia resulta complicat trobar estàndards que tinguen en compte l'impacte social, cultural o econòmic del propi producte sobre el consumidor final.

- **Normes per la certificació d'empresa o organització**, aporten informació sobre codis de bona conducta i ètica empresarial, es coneix com responsabilitat social corporativa. Així tenim segells com *B-Corp* que certifiquen la transparència i la sostenibilitat organitzativa de les empreses. O també l'estàndard *GRI* (Global Reporting Initiative) o la norma *SA8000*, ambdues sobre responsabilitat social empresarial. La norma SA8000 està basada en la Declaració de Drets Universals i en l'Organització Internacional del Treball (OIT) i s'utilitza en moltes etiquetes com *Made in Green* (Aitex) o *Cradle to Cradle*.

Per començar un procés de garantia hem de tenir clar quins són els objectius que perseguim i quina informació volem fer arribar al consumidor mitjançant l'etiqueta. També és important conèixer com realitza el consumidor la recerca d'atributs a l'hora d'adquirir un bé o servei (Nelson, 1970; Darby i Karni, 1973), així tenim:

- **Atributs de recerca**, poden ser examinats abans d'adquirir el producte: preu, tamany, tacte, color, informació tècnica, materials, funció, etc.
- **Atributs d'experiència**, poden ser avaluats després de la compra: sabor, qualitat, etc.
- **Atributs de confiança o bona fe**, no poden ser avaluats ni després de la compra ni al llarg del seu ús, així trobem: l'impacte ambiental en la seua producció o distribució, les condicions laborals de la fabricació, la qualitat del servei postvenda, etc.

Un producte/servei pot incorporar atributs de qualsevol tipus, fins i tot un atribut que en principi és de bona fe pot passar a ser un atribut important en la recerca del producte. Per generar confiança en aquest tipus d'atributs és necessari realitzar una certificació per tercers, ja que en algunes ocasions és la mateixa empresa la que es certifica potenciant la falta de credibilitat en les autodeclaracions i les (auto)etiquetes, provocant una asimetria d'informació³.

A l'hora de plasmar aquests atributs en les etiquetes podem incorporar normes que prioritzen la dimensió social i l'ambiental, així diferenciarem entre (Setem, 2001):

- **la certificació ambiental**, la qual incorpora criteris per determinar l'impacte ambiental que el propi producte ocasiona tenint en compte el seu cicle de vida. El segell s'anomena **ecoetiqueta**.
- **la certificació social**, generalment considera aquells criteris que garanteixen les condicions laborals en la producció del producte, molt lligat a la responsabilitat social de l'empresa. Aquesta certificació no sol tenir en compte l'impacte social del propi producte. El segell s'anomena **etiqueta social**.

En la figura 3.5 a la pàgina següent es descriuen alguns dels segells més coneguts en matèria de certificació ambiental i/o social, diferenciant entre la garantia que ofereixen, els criteris que tenen en compte i les fases per l'aplicació. En general tots responen a normes de certificacions d'empresa i de producte a nivell de processos.

³Les asimetries d'informació són fallades del mercat que es produeixen per que una part de la transacció té informació rellevant per a eixa transacció que l'altra part no té i que tan sols pot aconseguir incurrir en grans costos (Valor i Calvo, 2009, citat en Carrero, 2010).



ETIQUETA	FOCUS PRINCIPAL CERTIFICACIÓ	GARANTIA	CRITERIS	FASES D'APLICACIÓ
 FSC – Forest Stewardship Council	Certificació d'empresa: - Ambiental - Social - Econòmica	Procedència del producte d'explotacions forestals sostenibles.	- Compliment lleis i acords. - Drets laborals treballadors. - Benestar econòmic i social de les comunitats locals. - Beneficis del bosc, impacte ambiental i conservació.	Extracció
 Made in Green - AITEX	Ambiental (relació producte i empresa) Social (relació empresa)	Productes tèxtils segurs en termes d'ecologia humana i produïts de manera sostenible i socialment responsable.	- Productes lliures de substàncies nocives. - Respecte medi ambient en els processos de producció. - Criteris socials, respectant els drets humans i els drets laborals segons la O.I.T. (Organització Internacional del Treball). - Responsabilitat social i codi de conducta de l'empresa en base a estàndards definits per AITEX basat en la norma internacional SA8000.	Producció
 C2C - Cradle to cradle	Ambiental (relació producte i empresa) Social (relació empresa)	Productes sostenibles que utilitzen materials segurs i beneficiosos per al medi ambient.	5 criteris bàsics: - Salut dels materials. - Reutilització de materials. - Ús d'energia renovable. - Gestió de l'aigua. - Responsabilitat social en base a la norma SA8000.	Disseny Extracció Producció Gestió final
 Ecolabel	Certificació de producte i servei: - Ambiental	Productes i serveis (a excepció de productes alimentaris, farmacèutics i mèdics) amb qualitat garantida, ecològics i respectuosos amb el medi ambient.	Desenvolupats per a cada categoria de productes. En general tenen l'objectiu de reduir l'impacte ambiental i els efectes nocius sobre la salut. Incorpora criteris d'informació en l'ús del producte. Els criteris es revisen cada 4 anys.	Tot el cicle de vida del producte: - Disseny - Extracció - Producció - Distribució - Ús - Gestió final
 Der Blaue Angel (el àngel azul)	Certificació de producte i servei: - Ambiental	Productes o serveis ecològics amb estàndards alts pel que fa a les seves característiques ambientals, de salut i de rendiment.	Desenvolupats per a cada categoria de productes. Considera tant aspectes mediambientals com de qualitat, seguretat, consum d'energia, etc. La certificació no és multicriteri: pot donar-se la certificació per complir alguns criteris ambientals i altres no.	Cicle de vida del producte o servei: - Disseny - Extracció - Producció - Distribució - Ús - Gestió final
 El cisne blanco	Certificació de producte i servei: - Ambiental	Indica que el producte és una bona elecció mediambiental.	Desenvolupats per a cada categoria de productes. Considera principalment criteris ambientals, també alguns socials i econòmics. Els criteris es revisen cada 3 anys.	Tot el cicle de vida del producte
 AENOR – gestió ambiental	Certificació de producte i servei: - Ambiental	Facilita informació al consumidor sobre els aspectes mediambientals dels productes de consum i serveis del mercat. S'exclouen aliments, productes farmacèutics i begudes.	Marca de conformitat amb normes UNE (ISO 14001) de criteris ecològics, concebuda per preservar l'entorn.	Tot el cicle de vida del producte: matèries primeres, disseny, fabricació, ús i eliminació després de la seua vida útil.
 FAIR TRADE - FLO	Certificació d'empresa: - Equitat social	Estàndards de qualitat internacional segons norma ISO 17065	- Desenvolupament social: potencial de desenvolupament i creació de capacitats, dret a la no discriminació, llibertat de treball, llibertat d'associació i negociació col·lectiva, condicions, salut i seguretat laboral. - Desenvolupament econòmic: millorar la situació socioeconòmica dels treballadors, les seues famílies i les comunitats. - Desenvolupament ambiental: producció sostenible i viable.	Cadena de subministrament: -extracció matèries primeres - producció - distribució i envasat final (puntualment)
 BCORP	Certificació d'empresa, no de producte: - Social - Ambiental	Garanteix la sostenibilitat organitzativa i permet a l'empresa complir de forma voluntària. El consumidor coneix la responsabilitat social de l'empresa però no dels productes.	Elevats estàndards socials i ambientals, així com amb compromisos de transparència i responsabilitat corporativa.	Gestió empresarial

Figura 3.5: Certificacions de producte, servei i empresa

3.2.2 Etiquetes per garantir un consum responsable, solidari i sostenible

L'etiquetat aporta un valor molt valuós al producte: la informació sobre aspectes que en principi no són visibles. Per altra banda també pot aportar un gran problema: la incertitud i desconfiança en la veracitat dels atributs que s'exposen en l'etiqueta. Així i tot, l'etiquetatge és la millor estratègia per tal de lluitar contra les asimetries d'informació del mercat i, per a que compleixin satisfactòriament la seva funció, cal que l'especificació dels atributs que garanteixen sigui fàcilment accessible per a tots els ciutadans i que s'estableixin mecanismes de transparència en els processos d'acreditació (Peiron, 2009). L'etiquetatge d'un producte permet que els consumidors puguin discriminar-lo i per tant introdueix el concepte de democràcia en el consum, una compra un vot (Vilanova, 2009).

Aquest és un repte de l'ESS, aconseguir una certificació fiable dels productes fabricats sota valors universals i sota els principis de consum responsable, per garantir a les persones que el consum que estan realitzant és conscient i transformador.

El consum responsable és una pedra angular per aconseguir estils de vida més sostenibles, així ho determina la Unió Europea que situa el consum responsable entre les prioritats de l'agenda política, donant més importància a la presa de decisions que realitza el consumidor a l'hora de comprar: si volem empreses responsables, necessitem consumidors que compren de manera responsable (Comissió Europea, 2006; Parlament Europeu, 2006, citat en Carrero Bosch et al., 2010). L'etiqueta que garanteix un consum responsable posa l'èmfasi en la fase de consum i en la persona que adquireix el producte, l'elecció del qual es realitza tenint en compte les repercussions, econòmiques, socials, ambientals i culturals, en tot el seu cicle de vida.

Per tal de poder realitzar un consum responsable, el consumidor ha de poder valorar variables respecte al preu, conveniència i factors socials (Szmigin et al., 2009, citat en Carrero Bosch et. al., 2010) del producte o servei en qüestió, a més la seua compra ha d'estar orientada al interès general. Però per poder actuar de manera conscient i segura, el consumidor ha d'enfrontar-se a nombrosos obstacles (Carrero Bosch et. al., 2010):

- **Motivacionals:** falta de desig, o obligació ètica (valors personals), de comportar-se de manera responsable i amb una autopercepció de ciutadania (Valor, 2007) i d'actuació pel bé comú. La falta de percepció d'eficàcia de l'acció individual sobre la resolució de les problemàtiques

socioambientals és també un obstacle motivacional.

- **Comportamentals:** problemes de falta d'alternatives en el mercat o existència d'alternatives però amb un sobrecost econòmic, de desplaçament o de temps.

- **Cognitiu:** falta d'informació i dificultat per descodificar la que si està disponible.

Aquests obstacles, sobre tot els motivacionals i els cognitiu, fan que la realitat del consum responsable a l'estat espanyol encara estiga molt lluny de la d'altres països europeus, on els obstacles solen ser de tipus cognitiu. Els reptes a assumir són molts i han de passar per tots els agents econòmics implicats: consumidors, empreses i institucions. Les institucions han de fer una tasca de sensibilització envers la cultura del consum responsable així com també lluitar contra les asimetries d'informació del mercat, enfortint els aspectes informatius, com per exemple, la millora de l'etiquetatge dels productes.

L'ESS té un gran treball per davant per dur a terme el procés de certificació dels béns i serveis. En primer lloc s'haurà d'establir el tipus d'informació que arribarà als consumidors (atributs propis del producte, balanç social de l'empresa, valors i principis del moviment, entre altres) i els requisits específics (determinar els criteris per al desenvolupament sostenible de la societat). Per garantir la fiabilitat de la informació haurà d'estar recolzada per un bon sistema de certificació sense conflictes d'interès, la qual ha d'estar accessible i amb dret a replica. Per garantir la transmissió de la informació, aquesta s'haurà de plasmar en un segell certificador o etiqueta.

L'etiqueta que garanteix un consum responsable i conscient focalitza l'atenció en la llibertat del consumidor per triar entre tots els productes disponibles en el mercat. Les persones que consumeixen el producte o servei són les que finalment trien entre la construcció d'un mercat social sostenible o la ratificació de la insostenibilitat, ja demostrada al llarg de molts anys, del mercat capitalista. L'elecció final està en mans del consumidor qui, amb les seues accions del dia a dia, reproduceix el sistema i construeix la societat present i futura que vol.

3.3 El mercat social

Són moltes les organitzacions que d'alguna manera han participat en la construcció i el foment d'una economia solidària, així, podem dir, que quasi des del naixement del capitalisme han existit nombroses iniciatives, com ara bé les cooperatives i les mútues de principi del s.XIX, que s'han posicionat davant les injustícies que aquest sistema ha generat. Parlem d'experiències que pensaven que *altra manera d'entendre i fer economia* és possible, i que s'han anat consolidant com alternatives d'allò establert. Al llarg del temps algunes d'aquestes experiències han derivat en les pràctiques empresarials i associatives que defineixen actualment el mercat social de l'economia solidària. Així trobem des d'empreses socials i d'inserció, cooperatives, productores agroecològiques, associacions i fundacions que realitzen activitats econòmiques amb finalitat social, iniciatives que promouen el comerç just, solidari i ecològic, a més del consum crític i responsable, instruments de finançament alternatiu o de banca ètica, entitat promotores de noves empreses socials, entre altres (Askunze, 2013).

Quan parlem d'agents productius del mercat social ho fem des de la multisectorialitat, és a dir abastant una gran diversitat d'organitzacions (en formes jurídiques, grandària i sectors d'activitat) que es poden presentar en forma de grups de producció, associacions, fundacions, cooperatives i/o empreses d'autogestió (Gaiger, 2009, citat en Guridi et.al., 2011). La forma d'organització pot ser molt diversa degut, precisament, a la lliure associació dels seus treballadors en base als principis d'autogestió, cooperació, eficiència i viabilitat. Les activitats que realitzen passen per totes les fases econòmiques, des de la producció i el disseny de béns i serveis, distribució, finançament, comercialització i intercanvi. Independentment de la manera d'organitzar-se o de l'activitat que desenvolupen, el marc de treball queda envoltat d'uns principis i valors que orienten tota la seua activitat econòmica, és a dir que basen la seua pràctica diària en una nova racionalitat econòmica on domina la solidaritat i on l'activitat econòmica es complementa amb altres accions de caràcter social, cultural i educatiu. (Guridi et. al., 2011). Aquesta xarxa plural, que abasta totes les activitats econòmiques, defineixen el que anomenem mercat social.

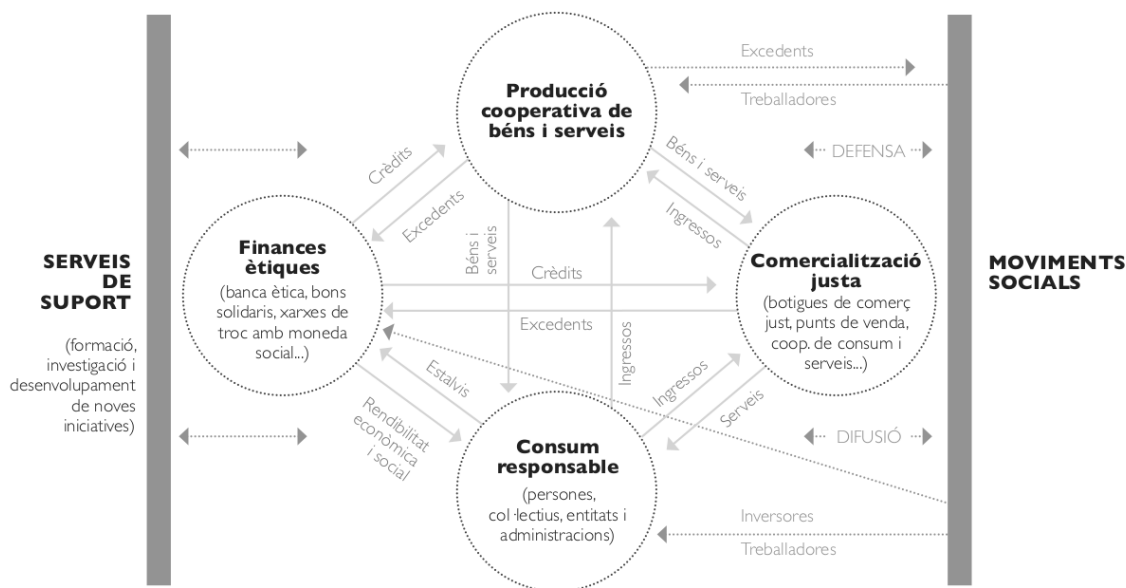


Figura 3.6: Garcia J. (2014). Nodes i flux del mercat social.

3.3.1 Definint el mercat social

La REAS (Red de Economía Alternativa y Solidaria) defineix el mercat social com una xarxa de producció, distribució i consum de béns i serveis i aprenentatges comuns, que funciona amb criteris ètics, democràtics, ecològics i solidaris, en un determinat territori, constituïda tant per les empreses com pels consumidors/es individuals i col·lectius.

La XES (Xarxa d'Economia Solidària) considera el mercat social com una ferramenta de transformació necessària per articular la intercooperació entre els diferents agents del circuit econòmic, com mostra la figura 3.6.

La intercooperació entre les organitzacions és una pràctica necessària i la interrelació és una de les condicions més importants, així ho subratllen els membres de Projecte Democràcia Econòmica ⁴ (2009) quan parlem de les diferents realitats econòmiques alternatives de cadascun dels tres mer-

⁴ És un grup permanent d'estudi i debat dedicat a la reflexió sobre les alternatives econòmiques al capitalisme, el socialisme de mercat, la democràcia econòmica, el cooperativisme, la democratització de l'empresa i l'economia social en general. Format per persones amb diversos perfils acadèmics i professionals, algunes d'elles procedents de l'àmbit de l'economia cooperativa, de la banca ètica o dels moviments de consum responsable, l'any 2001 va organitzar el 1r Seminari sobre la Democràcia Econòmica.

cats constitutius de qualsevol economia de mercat, el de béns i serveis, el de capitals i el de treball. Aquest grup de pensament defineixen el mercat social com:

la interrelació o integració de les empreses democràtiques, la banca ètica i el consum responsable, en la mesura que configuren un tipus diferent de mercat de treball, un tipus diferent de mercat financer i un tipus diferent de mercat de béns i serveis, en un únic circuit econòmic compartit. Aquest mercat de treball, de capitals i de béns i serveis alternatius, integrats i interconnectats sobre la base d'uns valors, uns principis i uns objectius compartits, és allò que configura el que anomenem mercat social. (2009, p. 322)

Podem assenyalar 4 elements mínims que identifiquen un Mercat Social (Crespo i Sabín, 2014):

1. Voluntat transformadora de les condicions de mercat.
2. Comunitat implicada de consumidors conscients i empreses responsables posant els valors com elements de mediació.
3. Procés democràtic d'articulació: transparència i participació efectiva de tots els agents econòmics.
4. Combinació d'eines de visibilització, comercialització i d'accés a un consum responsable. El mercat social ha de fomentar la creació d'eines que faciliten la seua dinamització, així com generar les estratègies necessàries per tal de difondre els principis i valors de l'ESS entre la societat. Aquest és un dels condicionants que ha tenir en compte en el present treball doncs ens dirigeix en primer lloc a definir que entenem per «béns i serveis amb criteris democràtics, ecològics i solidaris» (veure figura 3.7 a la pàgina següent).

3.3.2 Agents econòmics

Els agents econòmics del mercat social els podem dividir en base al camp econòmic a que es dediquen, així tenim:

- **Des del camp productiu:** empreses i entitats productores de béns intermedis o finals que complisquen els criteris de l'economia solidària.

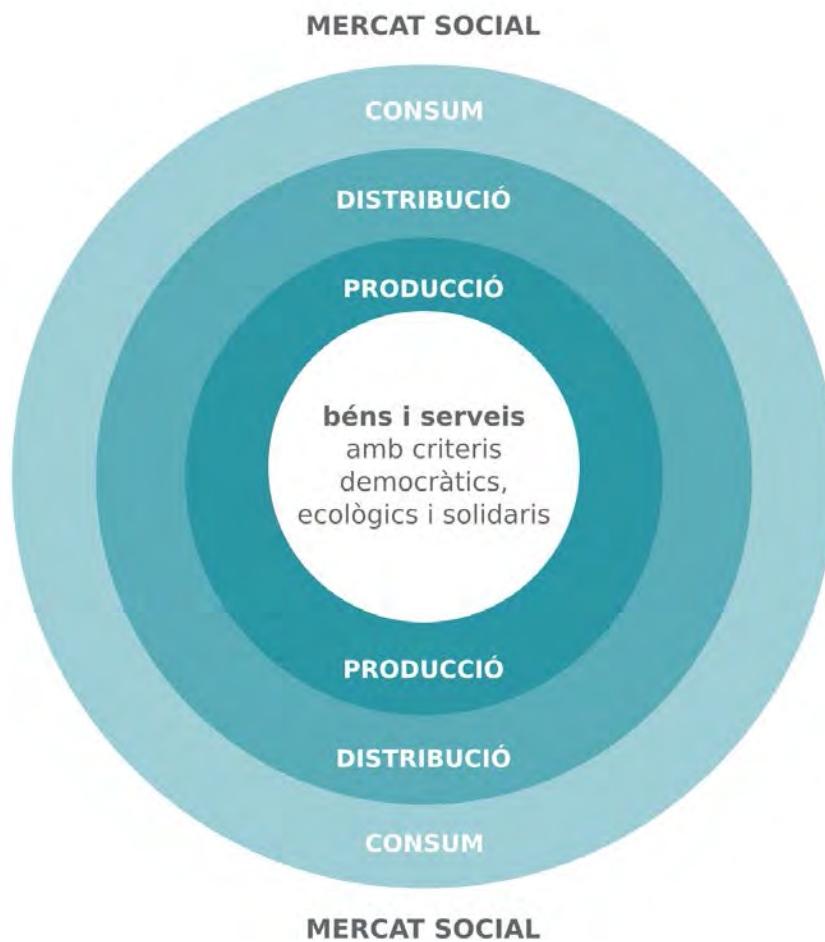


Figura 3.7: Criteris democràtics, ecològics i solidaris al llarg de totes les activitats econòmiques del mercat social

- **Des del camp de comercialització:** empreses i entitats distribuïdores (com poden ser les cooperatives de consum i de transport i logística, les xarxes d'intercanvi, les tendes de comerç just o d'agricultura ecològica, entre altres) que complisquen també els criteris establits.
- **Des del camp de consum:** consumidors conscients, crítics i responsables, és a dir, persones que compren seguint criteris ecosocials.
- **Des del camp financer:** empreses i entitats que incorporen una perspectiva ètica en el camp de l'intercanvi financer que inclou des de la canalització de l'estalvi, l'emissió de préstecs solidaris o de microcrèdits de caràcter social i també l'ús de monedes socials o la promoció d'activitats d'intercanvi no monetaritzades com el troc, els bancs del temps o els intercanvis de sabers.

3.3.2.1 Les empreses i les entitats solidàries

Les empreses solidàries tenen el seu puntal en la capacitat transformadora respecte de l'actual sistema econòmic dominant, aquest és un aspecte essencial per tal de diferenciar-les d'altres empreses socials»⁵ que solen identificar-se amb entitats més dirigides a cobrir necessitats socials sense per això tenir una base de treball alternativa i transformadora.

Les empreses solidàries es poden definir com entitats amb figura jurídica mercantil que desenvolupen la seua activitat de forma similar a altres empreses, però partint del compromís amb els principis de la Carta Solidària impulsada per REAS (Red de Economía Alternativa y Solidaria). Es tracta d'empreses que, partint de la necessària rendibilitat, eficàcia i sostenibilitat tècnica i financera, orienten el seu quefer cap al benefici social i l'augment de la qualitat de vida per totes les persones, fugint de la concepció del terme empresa lligat a la maximització de beneficis i al model productivista

⁵La CIRIEC-internacional (Centre International de Recherches et d'Information sur l'Economie Collective), defineix les empreses socials com el conjunt d'empreses privades organitzades formalment, amb autonomia de decisió i llibertat d'adhesió, creades per a satisfer les necessitats dels seus socis a través del mercat, produint béns i serveis, assegurant o finançant i en les quals l'eventual distribució entre els socis de beneficis o excedents així com la presa de decisions, no estan lligats directament amb el capital o cotitzacions aportats per cada soci, corresponent un vot a cadascun d'ells. L'Economia Social també agrupa a aquelles entitats privades organitzades formalment amb autonomia de decisió i llibertat d'adhesió que produeixen serveis de «no mercat» a favor de les famílies, els excedents de les quals, si els hi haguera, no poden ser apropiats pels agents econòmics que les creen, controlen o financen.

en el qual domina l'acumulació de capital per damunt del desenvolupament de les persones treballadores, i que és aliè als danys socials i ambientals produïts en la consecució dels seus objectius.

A més de les empreses solidàries trobem altres tipus d'entitats que no es constitueixen sota cap figura jurídica mercantil, és el cas d'associacions, organitzacions, xarxes, plataformes, centres socials, grups d'afinitats, col·lectius, cooperatives (no mercantils), fundacions, etc. Aquestes entitats solen estar vinculades a moviments socials lligats al territori i, encara que no són entitats mercantils (i per tant no estan subjectes a dret mercantil), si que vinculen la seua pràctica dins d'algunes de les activitats econòmiques de producció, distribució i consum, és per això que les anomenen *economies comunitàries de caràcter informal*. Aquestes entitats tenen un pes molt gran i són una gran font d'inspiració i innovació, és per això que, en aquest treball, es tindrà en compte la seua pràctica productiva per l'elaboració de criteris de disseny sostenible.

En resum, en els dos casos, empreses i entitats, es configuren com organitzacions sense afany de lucre, és a dir, que no existeix repartiment de beneficis entre accionistes o socis, encara que si n'hi hagueren es reinvertien de nou en benefici de la societat. Les empreses i entitats poden ser productores i/o distribuïdores de productes intermedis i/o finals que compleixen amb els criteris establits per l'economia solidària, és a dir, béns i serveis generats sota tres criteris fonamentals: ser socialment útils, ecològicament sostenibles i haver sigut produïts amb equitat i democràcia (Ortega, 2000). Actualment aquestes organitzacions treballen en diversos sectors productius tant de béns com de serveis, tot i que la tendència cap a la terciarització⁶ de les economies desenvolupades, fa que el pes del sector serveis siga molt major que el del sector industrial o agrari.

3.3.2.2 Activitats econòmiques per sectors

Per tal d'extraure quins són els sectors productius que actualment estan presents en el mercat social, s'han comparat diferents referents actius en la construcció del mercat social:

- *Fira d'Economia Solidària Catalana*⁷. Té com a objectiu principal teixir xarxes de interrelacions

⁶Des de la dècada dels 70, el sector serveis ha anat creixent fins situar-se per damunt del 60% pel que fa a l'ocupabilitat de la població, actualment és el sector que més aportació fa al PIB en l'estat espanyol.

⁷La Fira d'Economia Solidària Catalana (FESC) és un esdeveniment anual amb projecció internacional que reuneix la gran diversitat d'experiències i pràctiques de l'economia social i solidària del territori català. Es realitza en Barcelona. Més informació en: www.firaesc.org/

entre els diferents agents de l'economia solidària per a la consolidació d'un mercat social català i la creació d'un mapa socioeconòmic que oriente el present i ajude a trobar estratègies per continuar caminant cap a un món socialment més just, equitatiu i sostenible. Els eixos temàtics de l'edició de 2015 han girat al voltant del desenvolupament comunitari i el mercat social; el consum responsable i la sobirania alimentària, les economies feministes i el lligam entre els drets fonamentals i l'economia social i solidària. En l'edició de 2015 es va dividir l'espai expositor en 10 eixos temàtics que englobaven els diferents sectors: comunicar, cuidar, re-culturitzar, divertir, educar, finançar, habitar, vestir, alimentar i serveis a empreses.

- *Konsumo responsable*⁸, aquest portal web és un espai de referència per la informació, formació i denúncia, així com un catàleg virtual amb productes i serveis de l'ESS i en ell podem trobar els tipus d'activitats que actualment abasten les empreses: agricultura i ramaderia; alimentació i begudes; art i disseny; assessoria i jurídics; complements i bijuteria; comunicació i TIC's; construcció i habitatge; consultoria i projectes; criança i nadons; desenvolupament comunitari; educació i ocupació; electrodomèstics; energia i reciclatge; hostaleria i restauració; indústria; informàtica i electrònica; neteja, jardineria i bricolatge; papereria i consumibles; salut, benestar i cures; finances i assegurances; tèxtil i calçat; transport i logística; turisme, lleure i cultura.
- *Pam a Pam*, és un mapa col·laboratiu virtual que mostra iniciatives del consum responsable i l'economia solidària a Catalunya, una iniciativa de SETEM i la xarxa d'economia solidària (XES) per transformar el nostre entorn a partir de la cistella de la compra. El projecte diferencia 12 sectors: habitatge, vestir, alimentació, espais i xarxes, cultura, educació, comunicació i tecnologia, assessorament, cures, oci, logística i finançament.

Sectors productius del mercat social

Des de la crisi de 2008, les economies alternatives han sofert una efervescència socioeconòmica, i és possible que en els propers temps cobren encara més força (XES, 2014). A dia d'avui les demandes i necessitats dels consumidors conscients i responsables queden cobertes en el mercat social en els següents sectors productius (tenint en compte els referents anteriors):

⁸És un portal web gestionat per la «Asociación de Redes de Mercado Social» d'àmbit estatal, entre els seus objectius estan el foment del consum responsable, la creació d'espais de coordinació entre xarxes i entitats i la promoció d'instruments per fomentar el mercat social. Més informació en: www.konsumoresponsable.coop/

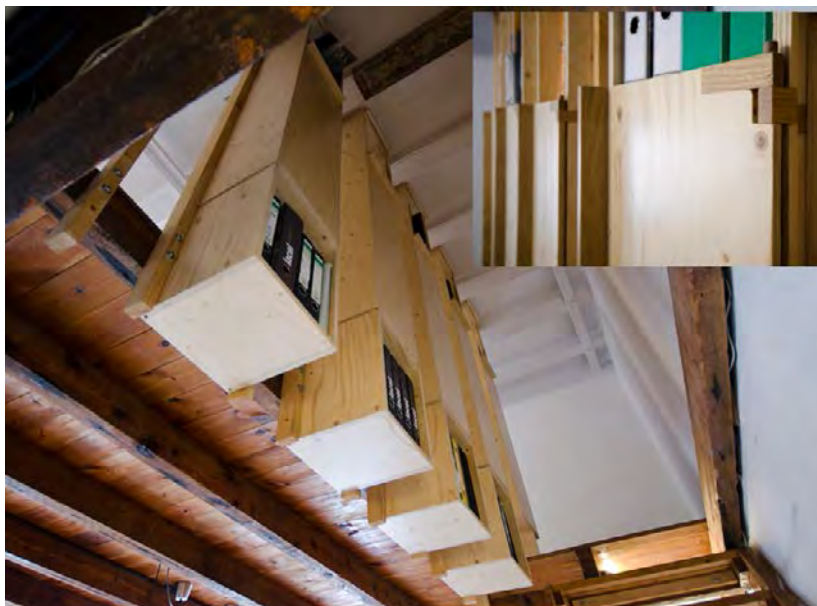


Figura 3.8: La col, cooperativa d'arquitectes. Iniciativa d'ESS en Barcelona. Recuperat de: <http://www.lacol.coop/proj/tancament-de-laltell-de-lacol/>

- **Sector habitatge.** Noves formes de gestió de l'habitatge i de l'entorn urbà i natural. Millora de l'espai habitable per fer-lo més confortable. Cooperatives d'habitatge, energia, construcció i rehabilitació, arquitectura (com és el cas de la cooperativa d'arquitectes La Col en la figura 3.8), instal·lacions, solars autogestionats, masoveria urbana, béns comuns naturals, centres socials ocupats, entre d'altres. També podem incloure els productes per l'habitatge: mobiliari, decoració, parament, neteja, jardineria, bricolatge, electrodomèstics, etc.

- **Sector tèxtil.** Teixits i roba artesanal, fabricada en condicions dignes, ambiental i socialment responsables. Roba, calçat, llar, complements, artesanía, bijuteria, segona mà-intercanvi.

- **Sector alimentació.** Productes alimentaris de proximitat, ecològics, que respecten l'entorn social i ambiental en el procés de producció i distribució. Fruita i verdura; carn, embotits, peix; producte no fresc, elaborat, begudes; grups/cooperatives de consum agroecològics; horts comunitaris; grups/cooperatives de producció agroecològica; conservació de llavors.

- **Sector turisme i oci.** Activitats d'oci i esbarjo. Turisme, lleure, hostaleria, restauració.

- **Sector educatiu i cultural.** En l'àmbit *educatiu*, compartir valors a través de formació crítica, escoles i serveis educatius. Escoles lliures, formació crítica, educació en el lleure, criança compartida. En l'àmbit *de l'autoaprenentatge*, espais i xarxes de referència on informar-nos, formar-nos i participar. Grups locals d'economia solidària, equipaments comunitaris, ateneus, centres socials, xarxes, mercats d'intercanvi de béns i serveis, bancs del temps, moneda social, bancs de recursos, solars autogestionats, béns comuns naturals, cooperatives consum, xarxes de productors/es, bancs de terres. En l'àmbit *cultural*, transmissió de coneixement a través de llibres, projectes culturals, artístics i musicals. Llibreries, editorials, gestió cultural, música, arts escèniques, espectacles, cinema, etc.
- **Sector tecnologia i comunicació.** Foment de l'actitud crítica i llibertat d'informació i expressió. Mitjans de comunicació alternatius i xarxes lliures, disseny, recerca, serveis de comunicació, arts gràfiques, internet i noves tecnologies, software, hardware.
- **Sector salut i cures.** Iniciatives de millora en la criança, la vellesa, el benestar i la salut, tant individual, com comunitària. Salut, criança, atenció a la gent gran, cosmètica, teràpies naturals, integració social.
- **Sector transport i logística.** Iniciatives que faciliten la interconnexió entre persones o entitats. Missatgeria, transports, béns comuns digitals locals o comarcals.
- **Sector financer.** Estalvi i inversió transparents i creació de monedes alternatives per enfortir el mercat social. Banca Ètica, assegurances ètiques, comunitats autofinançament, crowdfunding, fons socials locals.
- **Sector serveis a empreses.** Organitzacions que ajuden i n'orienten unes altres. Consultories i assessoraments legals, gestories, facilitació de grups, etc.

3.4 Resum de les línies principals del capítol

Les principals consideracions identificades en aquest capítol són:

- El component ideològic sobre *què, com, per a què i per a qui produir* afecta directament a la vida col·lectiva i per tant ha d'estar present en les pràctiques econòmiques i en l'oferta de béns i serveis, generats sota criteris democràtics, solidaris i sostenibles. La qüestió en l'àmbit del disseny transformador és com integrar aquests valors intangibles.
- L'ESS utilitza eines que li permeten l'anàlisi, sota criteris i indicadors, de les pràctiques econòmiques sota els seus principis, com ara el balanç social, però també de transformació, experimentació i de posada en pràctica de la seua filosofia, com són les etiquetes ecosocials, les monedes i el mercat social, entre d'altres.
- El balanç social és una eina d'avaluació que es troba en permanent revisió, la seva metodologia descriu les aportacions socials, ecològiques, econòmiques i laborals de les entitats de l'ESS. Si bé, és una eina interna d'autodiagnosi, encara no compta amb indicadors que d'alguna manera mesuren la internalització dels valors de l'ESS en els productes que ofereixen.
- Si que trobem, en el balanç de l'Economia del Bé Comú, alguns indicadors relacionats amb la configuració interna i externa del producte/servei. La matriu del bé comú descriu una sèrie de criteris i recomanacions a tenir en compte per tal de mesurar la configuració ecològica i social dels productes/serveis, així com els seus efectes socials i els significants que aporten cap a una vida suficient i saludable des dels valors de la dignitat humana, la sostenibilitat ecològica i la justícia social.
- La transparència i l'accessibilitat a la informació, mitjançant l'ús d'etiquetes de garantia ecosocials, són factors fonamentals per recolzar i conscienciar sobre un consum responsable. A l'estat espanyol ens trobem amb nombrosos obstacles (motivacionals, comportamentals i cognitius) per fer front a un canvi en la manera de consumir de la societat cap a paràmetres de vida més sostenible.
- L'etiqueta de garantia ecosocial del producte (diferenciant els atributs propis dels de l'empresa) requereix de la creació de criteris i indicadors que certifiquen els atributs de confiança o bona fe al consumidor, a nivell ambiental, social i ètic. L'ESS té un gran treball per davant pel que fa

al procés de certificacions de béns i serveis destinats al mercat social, i per tant també, de la generació de criteris específics que ajuden a superar les asimetries d'informació.

- El mercat social es configura com una eina transformadora del model econòmic, i de sensibilització cap a una cultura del habitat més sostenible. Un espai on les entitats solidàries s'interrelacionen i realitzen una oferta multisectorial de productes i serveis concebuts sota uns mateixos principis ètics.
- Les empreses i entitats del mercat social, organitzacions sense afany de lucre i provinents de diversos sectors, generalment són productores i/o distribuïdores de productes intermedis i/o finals que compleixen amb els criteris establerts per l'ESS, han de ser socialment útils, ecològicament sostenibles i haver estat produïts amb equitat i democràcia.
- El mercat social també considera les entitats més informals, com són les anomenades "economies comunitàries informals" generalment lligades als moviments socials locals. L'ESS planteja com un repte la seua incorporació en els balanços socials. En posteriors capítols tindrem en compte aquests escenaris emergents per considerar que són una font d'inspiració per a determinar estratègies i criteris que possibiliten dissenyar des d'una cultura de la sostenibilitat.
- En una societat consumista, el disseny de béns i serveis, té, a més de la funció d'utilitat pròpia, la capacitat dinàmica de socialització i l'aptitud per construir i difondre coneixement, és a dir, cultura. La promoció del disseny, com a factor de culturització sostenible, d'innovació social i de benestar, ha de ser una ferramenta més en la recerca d'estratègies cap a la transformació social. En aquest procés el disseny també ha de posicionar-se com a un mitjà i no com una fi, centrant-se en el desenvolupament de les persones i no en el mercat, i integrant, entre les seues estratègies, els principis i valors de les economies transformadores.

En el següent capítol analitzarem què entenem per necessitats i com ha de ser el nou sistema de necessitats, i de satisfactors, que envolten les economies transformadores, cercadores del desenvolupament humà sostenible des d'un metabolisme sacionatural sostenible i solidari.

Capítol 4

Nou sistema de necessitats per al desenvolupament humà sostenible

Our necessities are few but our wants are endless.

Josh Billings, 1818–1885

Al llarg del temps, el pensament col·lectiu en el sistema neoliberal s'ha anat impregnant de valors com l'individualisme, la competitivitat, l'eficiència, la qualitat, l'excel·lència, la rivalitat i el sacrifici personal (Martínez Rodríguez, 2013). A l'abric d'aquest sistema creix una societat individualista, consumista i conformista que des de la sobreabundància de béns materials i comoditats alimenten un sistema injust i de necessitats supèrflues (Sempere, 2009). El capitalisme ha aconseguit dominar a la població mitjançant el principi del plaer i de l'hedonisme il·limitat. Però no hem de confondre *consumisme*, associat a la mercantilització, al fet de *consumir*. Les societats contemporànies s'han allunyat de l'autoconsum per tal de reproduir una cultura de consum massiu. L'expansió d'aquesta tendència insostenible es deu, entre altres factors, «a la mercantilització, a un estil de vida individualista i a l'economia del temps» (Sempere, 2009, p. 186).

L'ESS s'arrela en la transformació del model social, posant en el centre el desenvolupament integral de les persones en harmonia amb els sistemes naturals. Aquest nou paradigma es configura com estratègic per a aconseguir el Desenvolupament Humà Sostenible (DHS), doncs dos dels seus eixos principals són la compenetració amb la naturalesa i el desenvolupament de les persones en totes les seues dimensions i capacitats: físiques, psíquiques, espirituals, estètiques, artístiques, sensibles i relacionals.

El mercat social, com a espai d'intercanvi de béns i serveis destinats a cobrir les necessitats de les persones, demanda un nou sistema de necessitats, d'acord amb el DHS, i que siga capaç de regular la producció de satisfactors sostenibles en el metabolisme sacionatural d'aquest nou paradigma.

Entendre el disseny de productes, en el marc de les economies transformadores, és apostar per una nova esfera que tinga en compte el manteniment i el desenvolupament de la vida. Però aquest canvi no és senzill. Les societats consumistes han après uns patrons de comportament basats en el creixement il·limitat i l'espoli de recursos, és per això que la primera demanda, per fer real un nou model social, és revisar el sistema de necessitats generat des de les economies de l'abundància. Abordarem el marc conceptual des del DHS, el sistema de necessitats i els satisfactors (béns i serveis) des de la lògica de les significacions.



Figura 4.1: Objectius de Desenvolupament Sostenible, ODS 2030. Recuperat de: Revista Colombia Humanum

4.1 Desenvolupament humà sostenible i economia solidària

«Este año, los líderes mundiales tienen la oportunidad sin precedentes de poner el mundo en la senda del desarrollo incluyente, sostenible y resiliente» Helen Clark, administradora del PNUD (2015).

Amb aquesta frase obri el PNUD (Programa de Nacions Unides per al Desenvolupament) la pàgina web de l'Agenda 2030 per al Desenvolupament Sostenible, aprovada pels estats membres de la ONU, en la Cimera per al Desenvolupament Sostenible en setembre de 2015, i que inclou 17 Objectius de Desenvolupament Sostenible (veure ODS en la figura 4.1), per posar fi a la pobresa, lluitar contra la desigualtat i la injustícia, i fer front al canvi climàtic.

El PNUD defineix el desenvolupament humà com el procés d'expansió de les capacitats de les persones que amplien les seues opcions i oportunitats. Aquestes idees es sintetitzen en tres punts



Figura 4.2: Dimensions del Desenvolupament Humà. Adaptat de PNUD (2015)

bàsics (veure figura 4.2):

- **Els individus:** millorar la vida de les persones, en lloc de creure que el creixement econòmic portarà de manera automàtica millors oportunitats per a tots. L'economia és un mitjà però no una fi.
- **Les oportunitats:** donar a les persones més llibertat i més oportunitats per viure una vida que valoren, millorant les seues capacitats i la manera d'utilitzar-les. Tres aspectes fonamentals del desenvolupament humà són: viure una vida sana i creativa, adquirir coneixements i tenir accés als recursos que proporcionen un nivell de vida digne. En la següent gràfica veiem els aspectes que són essencials i aspectes contextuals, és a dir que ajuden a crear les condicions perquè les persones prosperen:
- **Les possibilitats d'elecció:** oferir més possibilitats d'elecció i de presa de decisions sobre la vida pròpia, proporcionant entorns participatius des d'on les persones, individual i col·lectivament, desenvolupen plenament el seu màxim potencial i que tinguen l'oportunitat de viure una vida productiva i creativa satisfactòria d'acord amb les seues necessitats i interessos.

Ens trobem davant d'un terme que amplia el seu abast amb la integració del compromís ambiental, així parlem de Desenvolupament Humà Sostenible (DHS) quan el procés d'expansió integral dels éssers humans entra en harmonia amb els sistemes naturals.

Els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) tenen en compte el DHS però, encara que la proposta està plena de bones intencions, no planteja un canvi en el model polític, social i econòmic de la societat, reproduint un concepte de sostenibilitat amb una visió poc crítica amb el sistema actual. Aquesta és la raó de les nombroses crítiques rebudes per part d'ONGs de tot el món i dels moviments per una ESS¹ que afirmen que no és factible una transformació social, i per tant tampoc la consecució dels ODS, sota el mateix pensament i model de societat que ha generat aquesta crisi actual, alimentària, ecològica, energètica, financera, social i de representació política, proposant l'ESS com el paradigma alternatiu a l'actual estructura econòmica.

Així ho podem veure en la declaració del moviment d'economia solidària, elaborada en contestació a la Cimera de Río+20, que apunta a l'economia solidària com a paradigma alternatiu front al concepte d'economia verda, més acceptat entre governants i multinacionals:

La pretendida economía verde tal como es presentada por los gobiernos y las multinacionales es sólo una extensión de éste modelo a través de la mercantilización de los bienes comunes como nueva forma de expansión del capitalismo en crisis, mientras que la economía solidaria permite emanciparse de él (...). La economía solidaria construye modelos de producción y de servicios con y para todas y todos. Estas iniciativas no pueden ser consideradas como simples "programas de reparación y de lucha contra la pobreza". Al contrario, ellas garantizan intrínsecamente la justicia en todas sus dimensiones, mientras desarrollan actividades económicas, sin generar concentración de riquezas materiales o financieras, ni creación de pobreza. La economía solidaria establece sistemas equitativos de comercialización, de finanzas y de monedas sociales al servicio de las economías reales, circuitos cortos entre productores y consumidores, soberanía alimentaria, entre otras alternativas concretas. (RIPESS, 2012, p. 1)

¹En ocasió de la celebració de la *III Cimera de Financiació del Desenvolupament* celebrada en Addis Abeba, des d'on es realitzava el document base dels ODS i es fixava el seu finançament, el Consell d'Administració de la Xarxa Intercontinental de Promoció de l'Economia Social i Solidària, també conegut com RIPESS, junt a un nombrós grup d'organitzacions i iniciatives directes de la societat, elaboraven una declaració anomenada «Recomendaciones de la Economía Social Solidaria para la Agenda de Desarrollo Post - 2015» on plantejaven els canvis necessaris per a la nova agenda i proposaven el canvi del model actual per un basat en l'ESS. Passada la cimera, i sense tenir en compte moltes de les reivindicacions que es feien des de la societat civil, nombroses ONG's i activistes de mig món mostraven la seua desilusió amb els compromisos adquirits en aquesta agenda que, com apunten en la declaració «Third FfD FAILING to FINANCE DEVELOPMENT Civil Society Response to the Addis Ababa Action Agenda on Financing for Development Addis Ababa» (16 Juliol 2015), només reproduïxen les estructures econòmiques causants de les grans injustícies en aquest món.

En aquest treball considerarem el desenvolupament humà sostenible sota el marc de l'economia solidària, i per tant sota l'imperatiu d'un canvi en el model social. És per això que tindrem en compte la definició d'un nou sistema de necessitats que faça possible la transformació sostenible del metabolisme socionatural.

Guridi i Pérez de Mendiguren (2014) sostenen que els principis i valors de l'ESS estan en consonància amb el concepte de desenvolupament humà sostenible i amb les capacitats plantejades per Marta Nussbaum per aconseguir-lo.

Nussbaum (2002, citat en Gough, 2007) estableix un catàleg de capacitats humanes, plantejant quines s'han d'expandir, quines s'han de promoure i quines són més valuoses, considerant deu les capacitats funcionals humanes centrals per la promoció de la qualitat de vida humana:

Vida. Ser capaços de viure una vida humana de durada normal, sense morir prematurament o sense viure alguna cosa que no valga la pena viure.

Salut corporal. Capacitat per tenir bona salut, estar ben alimentat, tenir un habitatge adequat i una bona salut reproductiva.

Integritat corporal. Capacitat per moure's lliurement d'un lloc a un altre; que els límits físics propis siguin considerats sobirans per tenir seguretat i poder estar a resguard de assalts. També tenir oportunitats per a gaudir de la satisfacció sexual i de la capacitat de elecció en matèria de reproducció.

Sentits, imaginació i pensament. Ser capaços d'utilitzar els sentits, d'imaginar, pensar i raonar, i de poder fer aquestes coses d'una forma realment humana, és a dir, informada i conreada gràcies a una educació adequada. Fer ús de la imaginació i el pensament per a poder experimentar i produir obres auto-expressives, a més de participar en esdeveniments triats personalment, que siguin religiosos, literaris o musicals, entre uns altres. Utilitzar la ment de manera protegida per les garanties de la llibertat d'expressió, amb respecte a la expressió política, artística i de culte religiós. Cercar el sentit propi de la vida de forma individual i gaudir d'experiències plaents, evitant danys innecessaris.

Emocions. Capacitat per tenir vincles afectius amb coses i persones; en general, estimar, sentir pesar, enyorar, agrair i experimentar ira justificada. Desenvolupar-se emocio-

nalment sense por i ansietats.

Raó pràctica. Ser capaços de formar un concepte del ben i iniciar una reflexió crítica respecte de la planificació de la vida (protecció de la llibertat de consciència).

Afiliació. Es divideix en dues:

a) capacitat per viure amb uns altres, reconèixer i mostrar interès per altres éssers humans i comprometre's en diverses formes d'interacció social; capacitat d'empatia i de tenir compassió cap a aquesta situació; tenir la capacitat tant per a la justícia com per a l'amistat.

b) Bases socials de l'amor propi i de la no humiliació, ser capaces de ser tractats com a éssers dignes el valor dels quals és idèntic al dels altres (protecció contra la discriminació per motiu de raça, sexe, orientació sexual, religió, casta, ètnia o origen nacional).

Altres espècies. Capacitat per respectar els animals, les plantes i el món de la naturalesa en general.

Capacitat per a jugar. Ser capaços de riure, jugar i gaudir d'activitats d'oci.

Control sobre l'entorn de cadascun. Es diferencia:

a) La dimensió política, capacitat per participar eficaçment en les decisions polítiques que governen les nostres vides; tenir el dret de participació política juntament amb la protecció de la llibertat d'expressió i d'associació.

b) La dimensió material, ser capaços de posseir propietats (tant terres com a béns mòbils) no solament de manera formal, sinó en termes d'una oportunitat real; tenir drets sobre la propietat en base d'igualtat amb uns altres; tenir el dret de cercar una ocupació en condicions d'igualtat amb uns altres, ser lliures de registres i embargaments injustificats.

Nussbaun considera aquesta llista com components separats, i per tant tots tenen qualitats diferenciades. Si que identifica tres, la integritat física, la raó pràctica i l'afiliació, com primordials per considerar que abasten, i que no redueixen, totes les altres.

4.2 Sistema de necessitats i satisfactors

Com hem vist, l'economia solidària guarda moltes relacions amb les capacitats proposades per Nussbaun, ambdues consideren les necessitats, o capacitats, humanes fonamentals per la reproducció de la vida. Per contra, l'economia convencional, alimenta un enfocament utilitarista de les necessitats, que considera les preferències i els gustos criteris orientatius a l'hora d'adoptar les decisions de consum, apel·lant a una sobirania del consumidor per gaudir del lliure mercat, en moltes ocasions manipulada per estratègies de publicitat enganyosa.

Diversos autors (Max Neef, 1994; Gough, 2007; Sempere, 2009) plantegen el problema de les necessitats des d'una perspectiva àmplia que abasta tant els requeriments de l'actual sistema econòmic predominant, com la manera que té de resoldre la distribució i creació dels béns i serveis per ser transformats en satisfactors de les necessitats. Les societats actuals han convertit l'acte de consumir en un acte cultural, desmesurat i sense cap tipus de control, amb unes conseqüències devastadores per la continuïtat de la vida en el planeta. Aquest fet posa en dubte l'actual sistema de necessitats de les societats opulentes que exalten el plaer individual per damunt del comunitari, i en les que la producció social de desitjos i demandes esdevé cultura de la satisfacció per una tercera part del món, i precarització, vulnerabilitat i marginació per la resta. Però, no és fàcil fer front a la nostra ceguesa cap a la resta del món, davant de la comoditat de la nostra quotidianitat.

Segons Hannah Arendt (citada en Marcellesi, 2012) la societat assalariada és una societat de consum que ha passat d'un sistema de producció per satisfer les necessitats a un sistema de consum per fomentar l'ocupació laboral de les persones i fer funcionar les indústries; és a dir que ens trobem constantment retroalimentant la mateixa dinàmica circular de produir-treballar-consumir per tal de determinar i satisfer el sistema de necessitats de la vida, el qual constitueix el sentit universal de l'activitat econòmica (Coraggio, 2003). *L'economia del balafament* en la qual estem immersos, ens porta a devorar, engolir i descartar les coses tan prompte com fan la seva aparició en el món i així donar continuïtat a aquesta idea de progrés econòmic imperant. Aquesta dinàmica canvia diametralment en l'economia solidària, posicionant-se més a prop d'una *economia de les necessitats*.

Per engegar el canvi de la cultura insostenible de l'opulència és necessari plantejar-nos un nou sistema de necessitats en el metabolisme sacionatural (Sempere, 2009) així com un canvi d'hàbits

DESGLOSE DE LOS GASTOS DE UNA CAMISETA



Figura 4.3: Campaña Roba Neta de Setem, consum com a acte polític. Recuperat de: <http://www.setem.org/blog/cat/federacion/nou-informe-de-la-campanya-roba-neta-les-marques-encara-estan-molt-lluny-de-garantir-un-salari-digne>

envers l'acte de consumir. Donada l'extrema pobresa en què milions de persones viuen per culpa de l'abundància material d'una minoria, cada vegada és més urgent convertir el consum en un acte polític, crític i responsable, un bon exemple que incita al canvi en els models de consum individual és la campanya Roba Neta engegada per Setem en la figura 4.3. Les economies transformadores són un bon punt de partida per tal d'analitzar aquests canvis que comencen a visibilitzar-se en la societat.

4.2.1 Necessitats humanes i satisfactors

Per garantir el seu domini, l'economia de mercat concep el terme necessitat com una meta subjectiva, o preferència, que comença amb un impuls interior dels individus i que canvia segons siga el context cultural on es donen (relativisme cultural). La teoria de les necessitats de Doyal i Gough (1991/1994) critica aquest enfocament i afirmen que no tots els desitjos s'han de considerar necessitats. Els autors diferencien entre necessitats i desitjos i sostenen que la paraula necessitat utilitzada com a objectiu universalitzat es contraposa a les aspiracions o desitjos, que es descriuen també com objectius però derivats de preferències particulars de l'individu i del seu mitjà cultural, i que per tant poden variar de persona a persona. Les necessitats han de ser satisfetes per evitar un perjudici greu per tal d'aconseguir una vida bona, i s'aconseguixen mitjançant satisfactors, que si que solen

ser relatius. Així els satisfactors queden definits com objectes, activitats i relacions que milloren la salut física i l'autonomia en totes les cultures.

Max-Neef (1994) també diferencia entre necessitat i satisfactors, considerant que les necessitats humanes com «finites, poques i classificables», no canvien amb les cultures, el que si que canvia són els mitjans utilitzats per satisfer les necessitats. Aquests *satisfactors* són diferents en cada sistema econòmic, social i polític, i no es estan reduïts al consum sinó a modes culturals de tenir, ser, fer i estar.

Per altra banda, Sempere (2009) defèn la tesi de la relativitat dels satisfactors, però no en contraposició a la universalitat de les necessitats (com assenyalen Doyal i Gough i Max-Neef), sinó pel grau de llibertat que tenen les persones, individuals i col·lectives, per resoldre els seus problemes. L'autor defineix les *necessitats humanes* com carències que tractem d'omplir per poder viure o per aconseguir un estat de benestar i que impliquen una tendència a obtenir una satisfacció; podem diferenciar la necessitat del desig per ser aquesta més imperiosa, tot i que el desig també pot ser imperiós, però generalment té un caràcter més ocasional així com un major grau de llibertat.

Sempere (2009) apunta a tres tipus de dependències, de les que es deriven moltes altres necessitats, i que conformen el *metabolisme sacionatural* de l'ésser humà:

- **Dependència metabòlica o biològica:** interacció amb l'entorn natural i la pertinença com a ésser viu a la biosfera.
- **Dependència psicosocial:** necessitats de protecció, reconeixement (i autoestima) i pertinença a una comunitat.
- **Dependència respecte del sistema tècnic-social:** entès com el conjunt articulat de l'organització social i els recursos tècnics; mediació indispensable entre l'ésser humà i la natura.

Quan un sistema deteriora greument l'equilibri entre biosfera i societat, i per tant posa en risc la supervivència del planeta, és necessari l'assumpció de responsabilitats i el qüestionament crític de les maneres de fer, doncs en els actes de la nostra vida reproduïm el sistema (Sempere, 2009).

En aquesta investigació abordarem les necessitats humanes des de la tesi defensada per Sempere. L'autor considera el metabolisme social o sacionatural (amb el que interactuem amb la natura)

com part del conjunt sistèmic de necessitats (de naturalesa instrumental), i que per canviar cap a paràmetres de vida més sostenible, s'ha d'intervindre en el sistema de necessitats, i per tant en els seus satisfactors, que ha provocat el consum de masses i la crisi ambiental.

Per a l'autor els sistemes de necessitats (veure figura 4.4) són construccions històric-socials que varien entre societats i èpoques, aquest sistema es conforma pel conjunt de necessitats instrumentals les quals són susceptibles de transformació. Sempere ens recorda que «es en esta esfera donde la acción humana puede incidir para implantar nuevos sistemas de necesidades» (p. 229). L'autor estableix com a necessitats universals, nucli dur de les necessitats humanes, les necessitats de potencial (de desenvolupament humà), les necessitats fisiològiques (menjar, dormir, respirar, etc.) i les psicosocials (seguretat, reconeixement, autoestima, confiança, etc.), junt amb les instrumentals (mitjans i sistema socio-tècnic que precisem per satisfer les necessitats fisiològiques, instrumentals i de desenvolupament humà), aquestes últimes són transhistòriques i invariables.

A partir d'aquest sistema de necessitats les societats organitzen els seus satisfactors. Aquest plantejament situa els satisfactors (conjunt d'objectes, activitats i relacions que satisfan les nostres necessitats) dins del sistema d'intercanvis que conformen el metabolisme sacionatural, i ens facilita la comprensió d'actual superproducció d'artefactes i, consegüentment, de l'exploració de canvis i la recerca de altres maneres de fer més sostenibles i justes amb tota la població mundial. Acabem amb la reflexió de Sempere on defensa la seua tesi: «los sistemas de necesidades son construcciones histórico-sociales que varían de una sociedad a otra y de una época a otra. La historia muestra numerosos casos de transformaciones en los sistemas de necesidades. ¿Por qué no podría ser posible una de estas transformaciones en un futuro más o menos inmediato?» (p. 228).

4.3 Els productes en un metabolisme sacionatural sostenible

Sempere defineix el *metabolisme sacionatural* com al conjunt d'intercanvis materials i energètics entre societats humanes i medi ambient natural, el qual abasta les activitats econòmiques de consum, producció i distribució. Com ha s'ha comentat anteriorment, per poder considerar aquestes activitats



NECESSITATS HUMANES



Figura 4.4: Sempere, J. (2009). Esquema de les necessitats humanes (traduït)

dins d'un mercat social, s'han de regir pels valors universals i els principis de l'economia solidària i també per un nou sistema de necessitats que possibilita un model social sostenible. Així podem dir que el mercat social possibilita l'intercanvi de productes mitjançant una producció i un consum responsable, la qual cosa permet un metabolisme socio-natural sostenible (veure figura 4.5).

Per tant, el producte/satisfactor és un dels components bàsics en el procés d'intercanvi, siga en un mercat capitalista o en un mercat social. Altra qüestió és el benefici que aporta.

Una definició bàsica del terme producte en l'àmbit del màrqueting, és qualsevol bé material, servei o idea que tinga un valor per al consumidor o l'usuari i siga susceptible de satisfer una necessitat (Santesmase, 1993). Així, el producte, queda configurat per un conjunt d'atributs tangibles (bé) o intangibles (servei o idea).

A més dels atributs propis del producte, l'acte de consumir aporta producció simbòlica i social, així els productes també es configuren pels valors i sentits que els grups socials els atorguen. En relació a la producció simbòlica en l'actual sistema econòmic, Montse Peirón (2011) ens diu:

Tant és així que una de les peces imprescindibles del nostre sistema és la "creació de necessitats": idear béns o serveis susceptibles de ser consumits i donar-los a conèixer usant un llenguatge dissenyat a partir de l'estudi de la psicologia de les persones, de tal forma que creguem que els necessitem o desitgem. Això ens porta a tenir la sensació permanent que "ens falta alguna cosa", o més exactament: que "ens falta comprar alguna cosa" (la nova moda, un altre complement per a un aparell, etc.). Un cop comprat el que volíem, ja estem sentint una nova "mancaça", i així en un procés sense fi (...) que du a frustracions (els béns moltes vegades no aporten la satisfacció promesa), i que no ens deixa apreciar el valor de les coses. (pp. 282-283)

Com bé diu l'autora, l'àmbit del disseny no es queda al marge d'aquesta situació. En moltes ocasions té un paper molt important al determinar com seran els atributs dels productes i quins seran els satisfactors que es produiran per cobrir les necessitats i desitjos de les persones. El món objectual és una part fonamental en el metabolisme sacionatural perquè suposa un intercanvi constant de matèria, energia i recursos per tal de produir-los, i la conseqüència més directa d'aquest intercanvi (fora de control), és el deteriorament extrem del planeta a nivell ambiental i social. L'economia solidària



Figura 4.5: Metabolisme socionatural sostenible del mercat social

considera (principi de treball) la producció de béns i serveis responsables i sostenibles i l'establiment de mitjans i mecanismes per detectar les necessitats de la població i produir aquells productes que siguin socialment útils. El disseny ha de contribuir a la recerca de solucions innovadores, establint estratègies que faciliten el desenvolupament humà, individual i col·lectiu, tenint en compte l'esfera ètica que envolta un nou model social sostenible i solidari (veure figura 4.6 a la pàgina següent).

4.3.1 Definició i classificació dels béns i serveis

Aquest apartat té com a objectiu realitzar una aproximació conceptual als termes *béns i serveis* per tal d'augmentar la comprensió dels satisfactors, susceptibles d'existir en el mercat social, i per tant susceptibles de ser dissenyats.

Atenent a una classificació més general podem diferenciar entre productes intangibles, o béns, i productes intangibles, o serveis i idees.

Definim servei com un producte intangible que origina un canvi en la condició d'una persona o en un bé que aquesta posseeix. La teoria econòmica, diferencia el béns i serveis, en dos grans blocs:

- **Béns/serveis lliures**, els quals no tenen recursos limitats (encara que pot canviar en determi-

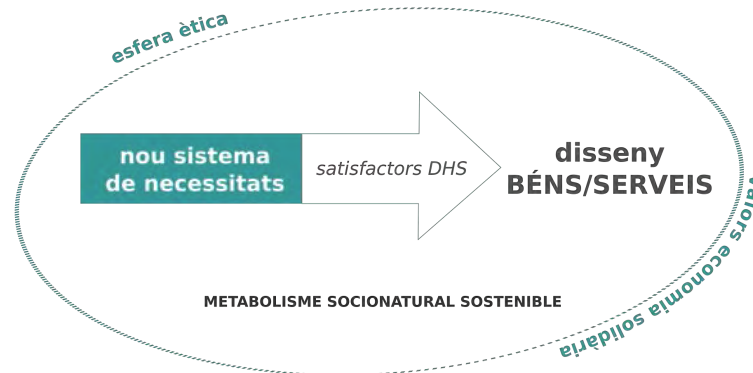


Figura 4.6: Disseny de béns i serveis per a un desenvolupament humà sostenible i solidari

nades circumstàncies) per satisfer les necessitats humanes.

- **Béns/serveis econòmics** (també anomenats mercaderies), aquells que els recursos són limitats o escassos en relació amb els desitjos. Per a l'àmbit del mercat social ens interessen aquests últims.

Aquests es podem subdividir en:

- **Béns/serveis de producció o instrumentals**, aquells que serveixen per a la producció d'altres béns i serveis.
- **Béns/serveis de consum**, que serveixen directament per la satisfacció de les necessitats humanes. Els béns de consum poden subdividir-se en base al grau d'accessibilitat al seu consum diferenciant en privats i públics. La teoria econòmica tradicional els classifica en:
 - **Béns/serveis de consum públics**: són aquells en els quals el consum de cada persona no evita que les altres persones també consumisquen la mateixa quantitat positiva. Tot-hom està en la mateixa posició i ningú no pot ser exclòs. Serveis públics poden ser: la sanitat, l'educació, el subministrament de l'aigua, etc.
 - **Béns/serveis de consum privats**: aquells en els que el consum d'un persona priva dels seu consum a altres persones. Hi ha exclusió en el consum.

- **Béns/serveis comuns:** tots els membres el gaudeixen de manera igualitària, ningú no pot ser exclòs del seu consum però la quantitat disponible es va esgotant conforme es consumeix, com pot ser el cas de l'aigua o la pesca.
- **Béns/serveis col·lectius:** tots els membres el gaudeixen de manera igualitària però el seu consum està restringit a un grup de consum. Aquest tipus de béns no s'esgoten i per tant el consum per una persona no minva el consum d'altres: enllumenat públic, gūifinet, etc.

4.3.2 Serveis i béns econòmics en el mercat social

Els béns/serveis econòmics es regulen en base a la disponibilitat de recursos, així en un món finit les societats no disposen de suficients recursos per satisfer totes les seues necessitats així que han de triar quins béns produeixen i quins no així com també quines necessitats són prioritàries. Així ens trobem davant de tres grans qüestions en tota economia, *què, com i per a qui*:

- **Quins béns i serveis s'han de produir?** *I en quines quantitats?* Es planteja el problema de com s'utilitzen els recursos disponibles i en què els gastem. L'economia solidària defensa la construcció de mitjans i ferramentes per detectar necessitats entre la població i produir productes socialment útils que permeten un desenvolupament humà sostenible i planteja la necessitat de fomentar la participació de la societat per decidir. No són els agents econòmics unilateralment qui decideixen, en funció del seu benefici individual, sinó la societat en el seu conjunt per tal d'assegurar les necessitats bàsiques, i també diferenciades, de tota la població.
- **Cóm han de ser produïts?** En el marc de l'economia solidària, els criteris d'aquesta qüestió han d'estendre, a més dels conceptes de viabilitat i de consideracions tècniques, a factors que tinguen en compte el desenvolupament sostenible de les societats. Així s'anteposen criteris de producció sostenible i solidària així com el desenvolupament humà i local. En una economia de mercat capitalista es posaríem per davant criteris econòmics, en una economia solidària les persones estan al centre.
- **Per a qui o de quina manera es distribuiran?** L'economia solidària defensa una distribució

justa, equitativa i racional de la riquesa, els recursos i les capacitats, i també un consum responsable basat en la solidaritat; així la lliure elecció, o el poder adquisitiu, per obtenir un bé o servei d'uns pocs en el mercat, no pot suposar la reducció de llibertat d'altres. Els béns econòmics no són merament coses per ser consumides sinó satisfactors de necessitats per al desenvolupament humà. En la distribució dels béns s'ha d'evitar l'enriquiment excessiu d'uns pocs i la pobresa extrema de molts.

Tenint en compte aquestes qüestions, el disseny dirigit al mercat social ha de ser un instrument per desenvolupar satisfactors que estiguen al servei del benestar col·lectiu, del desenvolupament humà sostenible i de la reproducció de la vida en el planeta, introduint la solidaritat en el centre del seu quefer. L'àmbit del disseny ha d'abandonar la idea d'un món ple i embarcar-se en el desenvolupament de productes que potencien aquelles capacitats humanes que doten a les persones d'una bona vida, autosuficient i en harmonia amb la natura.

4.3.3 La significació dels productes en la lògica del consum i de la producció

Una economia centrada en la reproducció de la vida front l'augment del capital econòmic, com és el cas de l'economia solidària, prioritza el valor d'ús dels seus productes. Segons Coraggio (2011), en una economia solidària és necessari que la qualitat d'un producte incloga el valor d'ús:

Valor de uso implica tener en cuenta las relaciones sociales y tecnológicas en el proceso de trabajo, la calidad de vida que implica trabajar determinadas jornadas de determinada manera, así como los modos de consumo, las tensiones y nuevos deseos que genera acceder (y que otros accedan) a unos u otros satisfactores. La calidad del producto incluye todo eso. La sociedad y las personas tenemos que avanzar en conocer esas consecuencias, debatir y reflexionar sobre las mismas. (pp. 244-245)

S'entén per *valor d'ús* aquella aptitud que tenen els béns i serveis per satisfer necessitats humanes. Així en una societat consumista els productes són creats per satisfer desitjos, en moltes ocasions superflus o innecessaris, sustentats en un sistema de valors simbòlics per tal d'influenciar en la decisió de compra. Així el consumidor, sobirà, compra (en base a preu-qualitat i utilitat) en moltes

ocasions sense pensar en les conseqüències socials i ambientals que la producció d'eixe bé ha ocasionat, contribuint a la reproducció d'un sistema injust i insostenible.

L'economia marxista, en la seua crítica al sistema capitalista, aborda l'estudi de la producció de béns a partir de **l'anàlisi de la mercaderia** des de la dualitat (citada en López de Ayala, 2004):

1. Com allò que té la capacitat de satisfer una necessitat humana, i que per tant té un **valor d'ús** que es fa efectiu en el seu ús o consum. El bé té unes propietats físiques i objectives adients per satisfer la necessitat o el desig i per tant actua com a satisfactor, però és complicat determinar el valor subjectiu del bé que té per a un individu i menys encara determinar el valor que tindrà el mateix bé per a un altre individu.
2. Com allò que pot intercanviar-se per altres objectes produïts i que té un **valor de canvi** en el mercat. El valor d'utilitat i d'intercanvi no tenen per què guardar una relació immediata, com ocorre per exemple amb l'aigua, aquesta pot tenir un preu molt baix i una gran utilitat o pot passar a l'inrevés com en el cas de l'or.

Cap a meitat del segle XX, l'enfocament marxista dona peu a una corrent crítica que analitza el caràcter social del consum, que deriva de la pròpia expansió de la producció i que es realitza mitjançant la manipulació ideològica dels consumidors. Com assenyala Galbraith (citada en López Ayala, 2004) a mesura que una societat es torna més opulenta, les necessitats són creades pel propi procés que les satisfà, i per tant passen a dependre del producte, així es concedeix al productor tant la funció de fabricar els béns com la d'elaborar els desitjos mitjançant la generació d'experiències amb la publicitat i altres activitats relacionades.

L'Escola Crítica de Frankfurt recull aquest pensament i presenta la societat de l'abundància com una societat manipuladora on l'individu es troba alienat precisament per la imposició d'una cultura del consum sotmesa a la lògica del procés de producció i del mercat (Featherstone, 1991/2000).

Aquestes teories del consum des de l'àmbit sociològic qüestionen els principis de la teoria econòmica ortodoxa la qual pren el consum com una activitat que respon a la satisfacció de necessitats individuals, per al sistema capitalista el concepte de bé va lligat al concepte de necessitat. Per contra la sociologia del consum estudia el caràcter simbòlic del consum com un procés social d'expressió

o construcció de la identitat a partir d'un joc entre els aspectes socials i culturals que van orientant l'accés diferencial al consum en les societats modernes (López Ayala, 2004).

Aquesta classificació dels béns, a partir dels valors simbòlics que aquestos aporten a la lògica de la producció i el consum, queda envoltada per la ciència de la semiologia o semiòtica, tant utilitzada en l'àmbit del disseny per determinar el llenguatge comunicatiu dels productes. Per poder entendre millor la importància que té la relació entre la significació dels béns i el valor simbòlic, que aporta al camp del consum i de la producció, atendrem la classificació que Baudrillard anomena la *lògica de les significacions*.

Però abans ens detindrem en el sentit que Barthes (1985/1993) li atorga a la paraula «significar». Per a Barthes la *significació dels objectes* vol dir que aquestos no transmetent només informacions, sinó també sistemes estructurats (diferències, oposicions i contrastos) de signes, que es situen *en lloc de* altres elements d'altres sistemes, significats que venen establits per convencions socials. Tendim a valorar un objecte des de la seua instrumentalitat (funció, ús, utilitat) però també comunica informacions, és a dir que té un valor semàntic que en moltes ocasions supera la del seu propi ús. Aquest enfocament semiològic porta a Barthes a preguntar-se quins són els significats, les informacions, transmeses pels objectes. La seva resposta és ambigua, degut a que els significats dels objectes depenen no tant de l'emissor del missatge sinó del receptor, del lector. L'objecte ofereix moltes lectures (polisèmia), depenen del lèxic de l'interpret, de la seua cultura, dels seus sabers, de la seua època, etc.

Així els objectes passen a ser un component material i immaterial de la cultura i un mitjà per a fer intel·ligible el món, així ho remarquen Douglas i Isherwood (1979/1990) quan consideren que els béns són necessaris per a fer visibles i estables les categories d'una cultura i no tant com a element per la subsistència i el desplegament competitiu. Aquesta qüestió esdevé de vital importància quan parlem de fomentar una cultura de la sostenibilitat en la societat.

Però per poder engegar un canvi social primer hem d'entendre el funcionament del sistema que volem transformar. Baudrillard (1974/1979) ens aporta unes claus tractant el món dels béns materials i culturals dins de l'actual sistema capitalista de la societat de consum. L'autor assenyala que el fet de consumir és una pràctica fonamentalment semiòtica on les mercaderies són consumides com

a signe, i no com a materialitat, convertint-se en una immensa manipulació política i per tant en una ferramenta de poder.

Davant d'açò, Baudrillard defensa la necessitat d'una «teoria de la lògica social» del consum i dels codis que es posen en joc (sistema de signes i material distintiu) doncs, en el sistema actual, el consum va més enllà de la satisfacció de necessitats, convertint-se en una activitat de manipulació sistemàtica de signes. Els objectes de consum es defineixen pel seu valor/signe (lògica de la diferenciació, de l'estatus) i no pel valor de l'intercanvi simbòlic.

L'autor es posiciona de manera molt crítica davant de tota l'organització, que el sistema econòmic actual realitza, entorn a la possessió de béns materials i culturals, i que ajuda a la concepció d'un nou ordre social, donat que «la aceptación de esta jerarquía de signos diferenciales, la interiorización por el individuo de estas normas, de estos valores, de estos imperativos sociales que son los signos, constituye la forma decisiva, fundamental, del control social, mucho más que la conformidad con las normas ideológicas» (p. 59).

Baudrillard interpreta els béns i serveis des d'una *lògica de les significacions* (veure figura 4.7 a la pàgina següent) vinculant entre si quatre lògiques sistemàtiques:

1. **Lògica funcional del valor d'ús;** és una lògica de la utilitat, de les operacions pràctiques, cada persona cerca la utilitat als productes per satisfer necessitats o desitjos concrets. El bé esdevé **ferramenta**.
2. **Lògica econòmica del valor de canvi;** és una lògica del mercat, de les equivalències, cada objecte val una quantitat de diners, el valor es refereix a la quantitat de treball socialment necessari que implica la fabricació de l'objecte. El bé esdevé **mercaderia**.
3. **Lògica del canvi simbòlic o lògica del do;** és la lògica de l'ambivalència, tracta de afegir representacions simbòliques als productes, d'aquesta manera s'estableix una relació íntima entre la persona i l'objecte. El bé esdevé **símbol**.
4. **Lògica del valor-signe** o lògica de l'estatus i de la diferència, Els productes esdevenen instruments per transmetre missatges. El bé esdevé **signe**.

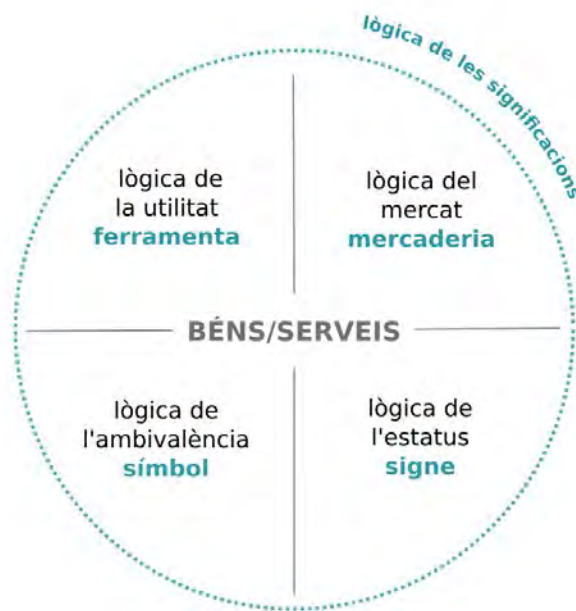


Figura 4.7: Lògica de les significacions de Baudrillard

Únicament l'última lògica defineix el camp específic del consum. L'autor ho explica amb el següent exemple:

El anillo de matrimonio: Símbolo de la relación matrimonial, este anillo es un objeto único. No se puede cambiar (salvo accidente), ni llevar varios. El objeto simbólico está hecho para que dure y atestigüe con su duración la permanencia de la relación. Así como al nivel del utensilio puro, la moda tampoco actúa sobre el plano estrictamente simbólico. La simple sortija es distinto: no simboliza ya una relación. Es un objeto no singular, una gratificación individual, un signo a los ojos de los demás. Yo puedo llevar varias, y puedo cambiarlas. La sortija entra en un juego de accesorios y en la constelación de la moda. Es objeto de consumo. (p. 57)

En resum, la lògica sostenible dels objectes de consum no es pot fonamentar sobre la lògica funcional, on els objectes tenen una utilitat pràctica que satisfà unes suposades necessitats individuals, ni en la lògica del valor signe, la qual domina, en molts casos, l'acte de consumir, com diu Baudrillard «es toda una revolución, teórica y práctica, que debe restituir lo simbólico a costa del signo y del

valor» (p. 193).

La *revolució cultural* a la que es refereix Baudrillard s'està donant en aquest moment en les pràctiques de l'economia solidària que, basant-se en els valors universals (equitat, justícia, fraternitat econòmica, solidaritat social i democràcia directa), ja no reproduïx els valors d'un capitalisme cauduc i insostenible que, en nom de la productivitat i el creixement il·limitat, anteposa els interessos econòmics particulars d'uns pocs al sofriment humà i ambiental. Per fer possible un consum responsable s'ha de restituir l'intercanvi simbòlic, és a dir la relació que uneix a la persona amb l'objecte «únic». Però, com podem fer possible aquesta relació?

L'economia solidària té la clau per la transmissió dels principis i valors universals cap a un nou sistema de necessitats capaç de promoure un consum responsable, més enfocat al ser que al tenir, i de potenciar la construcció d'una cultura sostenible entre la ciutadania. Serà aquest procés de socialització el que farà possible establir altres tipus de relacions amb els objectes que consumim i produïm i per tant, també serà capaç d'engegar altres maneres de concebre el disseny de béns i serveis.

4.4 El bon disseny en l'economia solidària

La nova racionalitat econòmica solidària, posiciona el valor d'ús i simbòlic dels béns i serveis per damunt dels valors de canvi i de la lògica del mercat. El disseny de béns i serveis, dirigits al mercat social, no queda al marge d'aquests valors, així la seua pràctica ha d'entendre el consum com un procés social de construcció d'una nova identitat col·lectiva lligada al desenvolupament sostenible i l'augment de la qualitat de vida, i allunyada de la cultura de la materialitat característica de la societat de consum. Els objectes dissenyats han tenir en compte aquesta lògica de la significació atenent a les informacions, valors semàntics en moltes ocasions difícils de visibilitzar, que transmeten al receptor.

Així podem entendre el disseny:

- Des de la seua capacitat creativa i innovadora, on generar béns i serveis que fomenten nous models de consum orientats des d'una cultura de la solidaritat i de la sostenibilitat, i també, po-

tenciar aquells satisfactors que ajuden al desenvolupament de les capacitats de les persones, i de les comunitats, per tal de millorar la seua qualitat de vida.

- Com a procés projectual, des d'on prendre decisions de configuració dels productes tenint en compte el cicle de vida, i per tant, els impactes, amb una visió sistèmica (ambiental, social, cultural i econòmica), que tenen al llarg de totes les activitats econòmiques de producció, distribució i consum.

Així Razzeto (1993) ens aporta algunes consideracions i implicacions que pot tenir l'aplicació de la cultura de la solidaritat al llarg de les activitats econòmiques d'una economia a escala (no tindrem en compte el plànol de l'acumulació):

- **En el procés productiu**, fomentar una producció desconcentrada i per tant, controlable per les persones i comunitats que l'organitzen, d'aquesta manera es redueixen els grans espais d'alta densitat energètica. També implica un ús diferent dels recursos naturals locals i de les fonts energètiques renovables per utilitzar processos de menor intensitat mecànica i química. A més, les emanacions i deixalles de la producció són menors en cada lloc i poden ser controlats i canalitzats de millor manera, o són directament reciclats.

En l'àmbit del disseny de productes implica la selecció de mètodes productius menys intensius i locals, com són els semiartesanals o també la tecnologia digital, i una preferència per l'ús de materials locals, renovables i/o reciclables.

- **En la distribució**, la localització redueix la despesa en transport d'energies contaminants, ja que els recursos i insumos tendeixen a ser trobats en el mitjà local, o perquè una major part dels productes estan destinats a consumidors propers al lloc de producció.

En l'àmbit del disseny, la distribució a escala, suposa la creació de productes de proximitat o de kilòmetre 0, nom molt utilitzat en productes agroalimentaris, la qual cosa implica la selecció de sistemes productius i de materials quan més propers millor, d'aquesta manera aconseguim reduir la petjada ecològica. Actualment el disseny de nous sistemes de distribució més sostenibles obri les portes per la innovació social i per tant a nous escenaris des d'on el disseny expert puga aportar els seus coneixements.

- **En el procés de consum**, s'ha de fer prevaldre el benefici comú per sobre l'interès individual, i associar íntimament el benestar personal a la qualitat de vida que aconseguisca la comunitat en què es participa, aquesta participació fomenta la visió de projecte comú i per tant, de coresponsabilitat. La conveniència en aquest punt és la disminució dels nivells de consum de certs tipus de béns, i també el canvi cap a noves formes de consumir, no vinculades exclusivament a la possessió material. Així el *bon consum* és aquell consum perfeccionat: més humà, saludable i ecològic. Per portar a terme el bon consum cal:
 - Treballar el tema de les necessitats i motivacions, de les persones i grups socials que és constitueixen com consumidors, adequant millor els béns i serveis cap a aquells que satisfan les necessitats relacionals, culturals i espirituals.
 - Utilitzar els béns de manera més completa i eficient, evitant substituir-los prematura i innecessàriament, de manera que obtinguem de cadascun d'ells el màxim de satisfacció de les nostres necessitats.
 - Utilitzar els béns mitjançant un consum comunitari: compartint un mateix bé moltes persones poden satisfer les seues necessitats i el producte arriba a prestar més plenament la seua utilitat potencial.

En base a la definició que fa Razzeto, podem definir el **bon disseny** (entès com a bondat) com aquell disseny perfeccionat, més humà, saludable i ecològic. La qual cosa implicaria, entre altres:

- La preferència pel disseny de béns públics o col·lectius, per sobre dels privats.
- L'augment dels béns relacionals, culturals o espirituals que afavorisquen un desenvolupament humà sostenible.
- Per tal d'evitar la substitució prematura de productes, restituir el valor simbòlic, i d'utilitat, per sobre del valor de signe (moda, estatus, etc.) i de mercat.

En la mateixa línia de reflexions trobem una sèrie de criteris, establerts pel Mercado de Economía Social de Madrid (MESM, 2014) que determinen com han de ser els **bons productes** dirigits al mercat social:

- **Natural**, no patir alteracions o contaminacions per mitjà de procediments químics, de refinat o per tints contaminants.
- **Ecològic**, acompanyant al cicle natural local, respectant l'ecosistema en el qual es distribueix, ven i consumeix. Productes sans i transparents, amb les persones i amb l'entorn. Interacció continua entre producció i consum.
- **Local**, produït preferentment en les proximitats dels centres de consum. Pensat, dissenyat, distribuït o comercialitzat a petita escala i en contacte directe amb els altres agents econòmics d'un territori.
- **Artesà**, productes fabricats totalment a mà o amb l'ajuda d'eines manuals o fins i tot de mitjans mecànics, però sempre amb una contribució manual directa de l'artesà/a. Ús de matèries primes procedents de recursos sostenibles.
- **Qualitat**, garantir tots els aspectes tècnics i específics del producte des de la producció fins al lliurament del producte, minimitzant costos econòmics i ecològics. Respectar o millorar els temps d'elaboració i els ritmes de producció, deixant un major espai a la participació en la producció i el consum per a no caure en la "efectivitat a ultrança" o el baix cost.
- **Materials**, ús de materials sostenibles, preferiblement de producció local i prioritzant un empaquetat amb materials reciclats o biodegradables, i també la reducció de volum i matèria.
- **Reutilitzables, Reciclats i Reciclables**, minimització dels impactes ambientals a través de la reducció de la producció de residus, reducció del consum de recursos, utilització d'alternatives realitzades amb productes monomaterials o reciclats o que provenen de recursos renovables gestionats de forma sostenible o, en el millor dels casos, siguen reutilitzables.
- **Producció Lliure**, béns del procomú i cultura lliure. Ús lliure a través de llicències de reproducció, còpia i distribució i copia el més obertes possibles, com el Programari Lliure o les llicències Creative Commons.
- **Comerç Just**, condicions laborals dignes en tota la cadena de producció i subministrament, especialment en els casos de subcontractació i deslocalització en països empobrits. Assegurar

una relació comercial basada en criteris d'equitat i justícia que afavoreixen la millora de les condicions de vida i l'apoderament de les comunitats productores d'origen de forma equitativa (evitant la subalternitat en la titularitat de les explotacions).

- Productes provinents **d'empreses d'inserció** que permeten a les persones en risc d'exclusió, obtenir uns ingressos pel seu treball i adquirir una formació sociolaboral.

Finalment comentar que és el propi context sociohistòric qui marca les formes de pensar lo social i per tant defineix la lògica en les activitats econòmiques, és per això que, amb més motiu, s'ha d'apostar per implicar a tots els agents econòmiques (incloent els professionals del disseny) en aquest caminar cap a un món millor, assumint la responsabilitat social en un projecte comú.

En un món connectat a temps real, la praxis del disseny pot impactar massivament, de manera positiva o negativa, en nombrosos àmbits de la societat, com pot ser el medi ambient, la cultura o la salut, entre altres. El llenguatge comunicatiu (simbolisme i significació) emprat en el disseny dels productes té potencial per transformar determinats comportaments, així, la pràctica del disseny, dirigit a la reproducció de la vida, ha de recolzar-se necessàriament en una cultura de la sostenibilitat i de la solidaritat. Hem vist com aplicar els principis de la solidaritat en les diferents activitats econòmiques, mitjançant el moviment d'economia solidària, però la qüestió que ara s'ens presenta és què entenem per cultura de la sostenibilitat.

4.5 Resum de les línies principals del capítol

- Els factors que determinen la tendència insostenible de l'economia de l'abundància, amb cultura de consum massiu, són la mercantilització, un estil de vida individualista i l'economia del temps.
- L'economia social i solidària (ESS) s'arrela en la necessitat del canvi del model social, posant en el centre el desenvolupament integral de les persones, i les seues capacitats, en harmonia amb els sistemes naturals; configurant-se com a un nou paradigma per a aconseguir el Desenvolupament Humà Sostenible (DHS). El mercat social, com a espai d'intercanvi de satisfactors de necessitats, demanda la construcció d'un nou sistema de necessitats d'acord amb el DHS.

- El DHS és el procés d'expansió de les capacitats de les persones, que amplien les seues opcions i oportunitats, en harmonia amb els sistemes naturals. Les «deu capacitats funcionals humanes centrals», aportades per Nussbaum, són un bon marc ètic per la seua promoció.
- L'economia convencional, alimenta un enfocament utilitarista de les necessitats, apel·lant a la sobirania del consumidor per gaudir del lliure mercat, en moltes ocasions manipulada amb estratègies de publicitat enganyosa. Teòrics de les necessitats plantegem el problema abastant tant els requeriments de l'actual sistema econòmic, com la manera que té de resoldre la distribució i creació de béns i serveis per ser transformats en satisfactors de les necessitats.
- L'enfocament de Sempere planteja la transformació de la cultura d'opulència des d'un nou sistema de necessitats instrumentals (històriques, i per tant susceptibles de modificació) que canvien els hàbits envers l'acte de consumir des d'un metabolisme sacionatural sostenible (intercanvis materials i energètics amb la natura).
- El mercat social possibilita l'intercanvi de productes mitjançant una producció i un consum responsable, la qual cosa permet un metabolisme socio-natural sostenible. El producte/satisfactor és un dels components bàsics en el procés d'intercanvi, siga en un mercat capitalista o en un mercat social.
- Considerem un producte com qualsevol bé material, servei o idea que tinga un valor per al consumidor o l'usuari i siga susceptible de satisfer una necessitat. Així, el producte, queda configurat per un conjunt d'atributs tangibles (bé) o intangibles (servei o idea), així com per una producció simbòlica i social, configurada pels valors que els grups socials els atorguen.
- El disseny, en moltes ocasions, determina quins seran els atributs simbòlics dels productes i quin tipus de satisfactors es produiran per cobrir les necessitats i desitjos de les persones.
- L'ESS considera (principi de treball) que s'han de produir béns i serveis responsables i sostenibles, i també, la necessitat d'establir els mecanismes per detectar les necessitats de la població i produir aquells productes que siguen socialment útils. En aquest marc, el disseny ha d'abandonar la idea d'un «món ple» i passar a potenciar aquelles capacitats humanes que doten a les persones d'una bona vida, autosuficient i en harmonia amb la natura.

4. Nou sistema de necessitats per al desenvolupament humà sostenible

- Una economia centrada en la reproducció de la vida davant l'augment del capital econòmic ha de prioritzar el valor d'ús dels seus productes, és a dir l'aptitud per satisfer una necessitat, per sobre del valor de mercat. Actualment la cultura del consum està sotmesa a la lògica del procés de producció, la lògica del mercat i l'alienació social.
- Baudrillard planteja la necessitat d'una «teoria de la lògica social» del consum i dels codis que es posen en joc (sistema de signes i material distintiu). Actualment, els objectes de consum es defineixen pel seu valor/signe (lògica de la diferenciació, de l'estatus) i no pel valor de l'intercanvi simbòlic. L'autor considera tota una revolució, teòrica i pràctica, la restitució del simbòlic a costa del signe i del valor.
- Aquesta revolució cultural s'està donant en l'ESS que, basant-se en els valors universals, possibilita un consum responsable que fomenta la relació persona-objecte (intercanvi simbòlic).
- Dissenyar per al mercat social significa produir béns i serveis que fomenten el DHS i la construcció de nous models de consum en base a una cultura de la solidaritat i de la sostenibilitat. El bon disseny és aquell disseny perfeccionat, més humà, saludable i ecològic. El qual implica, entre altres: la preferència pel disseny de béns públics o col·lectius per sobre dels privats, l'augment dels béns relacionals, culturals o espirituals que afavorisquen un DHS i la restitució dels valors simbòlic i d'utilitat per tal d'evitar la substitució prematura de productes.

Hem vist com la cultura de la solidaritat pot influenciar en les diferents activitats econòmiques, en els següents capítols veurem les conseqüències de la seua integració de la cultura de la sostenibilitat. Per finalitzar, aquesta primera part del marc teòric, es realitzarà un apropament crític al concepte de sostenibilitat, als seus components i també a alguns dels paradigmes ètics a tenir en compte posteriorment en la resignificació del concepte de disseny sostenible.

Capítol 5

Marc conceptual de la sostenibilitat

Anyone who believes exponential growth can go on forever in a finite world is either a madman or an economist.

Kenneth Boulding

L'economia solidària té entre els seus principis bàsics la sostenibilitat ambiental, la qual cosa la posiciona com un bon marc per la generació de mecanismes, en totes les activitats econòmiques incloent el disseny, que engeguen una transformació profunda de la societat. El *Grupo de Trabajo Interinstitucional de las Naciones Unidas sobre Economía Social y Solidaria* (2014) la considera portadora d'eixe canvi i, per a ells, és tot un repte posicionar-la com l'estàndard per aconseguir els objectius de desenvolupament sostenible de Nacions Unides, per representar una promesa considerable per a aconseguir els objectius econòmics, socials i mediambientals així com els enfocaments integrats inherents al concepte de desenvolupament sostenible.

Però, parlar de sostenibilitat, no és una tasca fàcil. El primer escull el trobem en la pròpia definició dels termes *sostenibilitat* o *desenvolupament sostenible*, avui en dia l'escenari conceptual és molt confús i ambigu (Gómez Sal, 2009) dificultant la seva aproximació a altres disciplines com per exemple el disseny.

En aquest capítol realitzarem una revisió del marc conceptual entorn a la sostenibilitat amb l'objectiu de revisar, contextualitzar i definir els components que després es tindran en compte en la resignificació del disseny sostenible.

5.1 Apunts per a l'estudi de la sostenibilitat i el desenvolupament sostenible

La sostenibilitat ha estat definida per molts autors a partir d'un llarg procés històric que ha tingut lloc paral·lelament a la visibilització progressiva dels problemes ambientals, les crisis econòmiques i les desigualtats socials. Ens trobem davant d'un concepte complex on les interpretacions moltes vegades ens arriben de manera parcial segons siga la disciplina científica d'origen (enginyeria, economia, gestió, ecologia, sociologia, etc.) des dels quals es tendeix a prioritzar determinats components.

Siga com siga, la sostenibilitat és un terme molt utilitzat i poc explicat, un concepte ambigu pel que fa a la comprensió incompleta de les relacions existents entre els diferents aspectes que l'afecten, com poden ser els problemes com la pobresa, la degradació del medi ambient i el creixement econòmic (Mori i Christodoulou, 2012). Per a moltes empreses la invocació al desenvolupament sos-

tenible ha sigut durant molts anys, i encara avui en dia, un accessori de moda, oportunista i sense rigor que ha comportat una considerable pèrdua de credibilitat (Gómez Sal, 2009).

Per garantir un bon marc d'acció per al disseny, és fonamental definir la corrent de pensament ambientalista més adient per sostindre una base ètica per al desenvolupament sostenible.

5.1.1 Apropament crític al concepte de desenvolupament sostenible

En 1987, la Comissió mundial sobre Medi Ambient i Desenvolupament de les Nacions Unides (CM-MAD), mitjançant l'informe *Our common futur*, també anomenat *informe Brundtland*, va popularitzar el terme de *desenvolupament sostenible* definint-lo com aquell que satisfà les necessitats de la generació present sense comprometre la capacitat de les generacions futures per satisfer les seues pròpies (Brundtland, et al., 1987). Aquest desig generalista amagava al darrere un concepte opac on no es precisava ni el seu contingut ni la manera de portar-lo a terme, curiosament aquesta ambigüitat va ajudar molt al seu èxit posterior (Naredo, 1997). Tanmateix res és casual.

La dècada dels 60 i, sobre tot, dels 70, van ser anys molt crítics amb el desenvolupament (entès com creixement), vist per alguns com la causa primera del deteriorament ambiental del planeta (Meadows, et al., 1972; Heilbroner, 1974, citats en Clinton, 1975). Richard Clinton (1975) comenta que, ja en eixa època, l'acceptació de la finitud del planeta implicava un canvi de 180 graus en la nostra actitud cap al creixement, erròniament considerat equivalent al progrés, i que el repte de millorar la qualitat de l'home i de la seua vida ens obria les portes a oportunitats il·limitades, que començaren per l'acceptació dels límits físics de la producció, així com també, de la sobirania de la naturalesa, o siga de les lleis físiques i biològiques, considerant-lo potser el canvi més difícil i més profund de la humanitat.

Al llarg dels anys 70 van sortir a la llum moltes publicacions científiques, entre elles el *Primer Informe del Club de Roma* sobre els límits del creixement, que mostraven la preocupació pels problemes ambientals causats per l'agressió de les forces productives, qüestionant la viabilitat del creixement com objectiu global. En 1973, Maurice Strong encunya el terme *ecodesenvolupament*, des del que es planteja que desenvolupament i medi ambient no sòls no es contraposen sinó que són dos elements del mateix concepte. Però és gràcies a l'economista Ignacy Sachs (1974, citat en

Clinton, 1975) que el terme és difon entre l'àmbit científic, sobre tot en països d'Amèrica Llatina. Sachs treballaria en profunditat aquest nou estil de desenvolupament que conciliava l'augment de la producció (elements socioeconòmics) amb les diferents realitats ecosistèmiques (elements ecològics), i que pretenia trobar solucions específiques a problemes particulars de cada ecoregió, tenint en compte les dades ecològiques però també les culturals i les necessitats immediates i també a llarg plaç. L'autor, molt en contra dels postulats catastrofistes de l'informe del Club de Roma, defensava l'harmonització dels objectius econòmics, socials i ambientals, la qual cosa va establir les bases per al naixement d'un nou concepte el *desenvolupament sostenible* que, finalment, va acabar desplaçant al propi concepte d'ecodesenvolupament.

El concepte de desenvolupament sostenible inclou, a més d'alguns principis de l'ecodesenvolupament, dos noves idees, la sostenibilitat i la globalitat. La seva ambigüitat resideix en l'acceptació de l'existència de límits als models de vida incompatibles amb l'equilibri ecològic alhora que manté la creença en el creixement econòmic, o desenvolupament, per satisfer les necessitats humanes, les quals també queden sense definir. Aquesta visió economicista de la sostenibilitat encara perdura avui en dia entre les institucions i els poders públics, és el cas de la Unió Europea que defineix com a objectiu estratègic "convertirse en la economía del conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de un crecimiento económico sostenible con más y mejor cohesión social" (citada en Gómez Sal, 2009, p. 35).

Jimenez Herrero (1996) apunta l'èxit del concepte a que, implícitament, es defèn un plantejament estratègic amb un caràcter reformista i optimista enfront al pessimisme del passat. Així es pretén la conciliació de les activitats humanes amb les lleis de la naturalesa, sense alterar massa els interessos del sistema econòmic dominant. Segons l'autor, aquest plantejament reformista encobreix una vella contradicció: la impossibilitat de creixement indefinit (i per tant d'un creixement sostingut) del subsistema econòmic mundial mantenint un equilibri dinàmic amb els límits físics de la biosfera. S'evidencia doncs, la incapacitat d'exportar els nivells de consum i producció actuals del món ric a la resta de la societat mundial, tant és així que la primera premissa per a un desenvolupament sostenible a nivell mundial és la reducció de l'opulència i de l'economia del malbaratament i una transformació radical de les estructures econòmiques dominants (Jimenez Herrero, 1996).

Serge Latouche (2008) defineix el terme desenvolupament sostenible com una cortina de fum, per què no és sostenible, és només una paraula, una bonica troballa del món publicitari, que comporta un imaginari i una història. Latouche (2010), pare del moviment del Decreixement, realitza una crítica radical contra els termes desenvolupament i creixement:

«Desarrollo» y «crecimiento» son dos palabras que suelen utilizarse indistintamente, aunque existan matices. Generalmente, cuando hablamos de 'desarrollo' pensamos en los países del Sur, mientras que cuando hablamos de 'crecimiento' nos referimos más bien a los países del Norte, pero en cualquier caso es siempre la misma lógica de la acumulación, de la utilidad. Después de la caída del muro de Berlín, se pone en marcha lo que llamamos la mundialización, es decir, la mercantilización del mundo: el mercado único con un pensamiento único. Y entonces, en ese momento, el desarrollo, como un proyecto del Norte hacia al Sur, pierde su sentido ya que sólo hay una economía de mercado: es la lógica del mercado la que es la misma en todas partes. Y curiosamente, el desarrollo no desaparece del horizonte: retoma una nueva vida con la adición del adjetivo "sostenible", porque al mismo tiempo el mundo está unificado pero es alcanzado por la crisis ecológica. Y para afrontar la crisis ecológica sin modificar fundamentalmente el funcionamiento del sistema encontramos esta estrategia verbal, esta extraordinaria invención lingüística del "desarrollo sostenible", un bonito oxímoron. (transcripció d'entrevista en el periòdic Diagonal)

En la línia de la necessària frugalitat i decreixement tenim les argumentacions de Glasby (2001):

In the present situation, however, we are beginning to see a rather disturbing future where environmental constraints caused by an excessive world population and overconsumption of the world's resources are likely to lead to severe consequences for our tenure of the planet. Such a case argues for frugality now to reduce the risk of catastrophe later. We have so far been studious in ignoring the risks we are posing to our continued tenure of this planet. Now is the time to consider our options more carefully. The option of doing nothing no longer seems appropriate. (p. 343)

Així l'autor cita a Brown (1981, citat en Glasby 2001) el qual proposa la idea de la frugalitat voluntària per limitar els excessos de la societat de consum i combatre el problema del sobreconsum de

recursos.

És evident que el concepte de desenvolupament sostenible ha anat lligat a un enfocament economicista, la qual cosa ha provocat l'augment del conflicte conceptual. Amb el temps s'està consolidant la tendència d'equilibrar els valors econòmics amb altres de vital importància com són els institucionals, culturals i socials. Jimenez Herrero (1996) l'anomena sostenibilitat integral, afirmant la necessitat de reconèixer aquestes dimensions en detriment de la visió econòmica, és a dir, assumir nous valors humans i de la naturalesa per poder harmonitzar les transformacions de les estructures productives amb sentit d'equitat distributiva, responsabilitat ecològica i identitat cultural endògena.

L'autor critica l'actual cultura de la satisfacció de les societats de consum, instigant a la cerca d'altres maneres de satisfer les necessitats, on es revaloritza a les persones fent realitat els seu progrés personal i la millora de la qualitat de vida, buscant la manera de *ser més*, i no únicament de *tenir més*.

Les expressions tenir més (*plus avoir*) i ser més (*plus être*) eren utilitzades per Louis Joseph Le-bret (citada en Goulet, 1995/1999), fundador del moviment d'Economia i Humanisme, per tal de definir el grau de desenvolupament més o menys humà d'una societat atenent no tan sols al creixement material, per tal de cobrir les necessitats de luxe (comoditats) i les de primer ordre (subsistència), sinó també les necessitats de millora. En la dècada dels 60, Le-bret considerava que el món encara es trobava en situació de subdesenvolupament, o antidesenvolupament, doncs un xicotet grup de privilegiats continuaven alienats en les seues comoditats mentre la resta de la humanitat es veien privats de les seues necessitats bàsiques. Quasi 60 anys després encara es pot validar aquesta consideració.

Goulet (1995/1999) assenyala que és necessari garantir la sostenibilitat en cinc àmbits: econòmic, polític, social, medi ambiental i cultural.

La viabilidad económica a largo plazo depende de que se haga uso de los recursos sin agotarlos de modo irreversible. La viabilidad política implica el lograr que todos los miembros de la sociedad se interesen por la pervivencia de ésta: no es posible alcanzar tal objetivo a menos que todos gocen de libertad y tengan derechos individuales inviolables y crean que el sistema político en el que viven va encaminado hacia el bien común y no

busca intereses meramente particulares. La sostenibilidad medio ambiental exige el mantenimiento de la gran diversidad de formas de vida y biosistemas, un uso reconstituyente de los recursos y la eliminación de residuos dentro de los límites de absorción que tiene la naturaleza. Y si el desarrollo ha de ser sostenible social y culturalmente, es necesario proteger los fundamentos de la comunidad así como los sistemas simbólicos. De no ser así, quedarían indefectiblemente relegados al olvido y se alegaría como pretexto la necesidad de someterse a las exigencias de la «racionalidad» científica y tecnológica. (pp. 211-212)

De nou ens trobem amb un concepte molt més obert pel que fa als elements que cal integrar en la definició de sostenibilitat. Però aquesta definició tampoc està lliure de polèmica, i encara que són nombrosos els autors (Meadows, 1998; Jiménez Herrero, 1998; Goulet, 1995/1999; Guimaraes, 2003; Gomez Sal, 2009; entre altres) que consideren la sostenibilitat amb caràcter integratiu difereixen molt segons siga el tipus d'enfocament que la sustente.

És el cas de la famosa teoria dels tres pilars: medi ambient, economia i societat, que ve a consolidar el paradigma de l'equilibri entre components. Gómez Sal (2009) critica aquest enfocament per considerar que s'utilitza el terme equilibri de manera interessada i contradictòria, afavorint una visió única, i desitjable, del model de societat desenvolupada, des d'una òptica occidental. L'autor proposa un model d'avaluació de la sostenibilitat ajustat a la realitat des d'escenaris definits en funció de la importància relativa dels distints components.

Novo (2006) concep el desenvolupament sostenible necessàriament des d'una altra òptica social, començar a pensar i actuar amb una lògica diferent, tenint en compte els límits de la biosfera, la redistribució social i la diversitat cultural, generant una transformació radical en les relacions entre economia, ecologia i ètica.

Riechmann (2007) va més enllà i realitza una dura crítica al concepte de desenvolupament sostenible assenyalant que haguera sigut una excel·lent idea fa 200 anys, considerant que ara ja és massa tard i que per tant es tracta d'organitzar una retirada sostenible.

No obstant això, estem a temps d'avançar en termes de sostenibilitat encara que açò implique grans canvis a nivell social, econòmic, educatiu i culturals. Riechmann considera que millorar la qualitat de vida i avançar cap a la sostenibilitat, requereix no sols fer (coses, obres, grans proeses

tecnològiques, etc.) sinó també deixar de fer, la qual cosa planteja un problema per a tecnòlegs i enginyers, i en general per tota la nostra cultura occidental tan presa del fer.

Tenint en compte aquesta reflexió, tal volta és hora que el disseny reflexione cap a on vol anar, si continuar en el camí actual del creixement il·limitat o agafar la sendera de la suficiència i la sostenibilitat.

5.2 La sostenibilitat: estat dinàmic i multidimensional

Com s'ha comentat, la sostenibilitat i el desenvolupament sostenible són conceptes que s'entenen de manera molt diferent segons siga el punt de vista adoptat (veure figura 5.1 a la pàgina següent); no deixa de resultar curiós que tal vaguetat conceptual haja provocat un calat molt profund, sobretot en l'àmbit polític, al mateix temps que una escassa i ineficaç aplicació (Gómez Sal, 2009).

Aquesta diversitat també es fa patent en les diferents postures del pensament ambientalista adoptades davant del propi concepte de sostenibilitat. Alxí Norton (1992) assenyala dos tipus de nocions diferents que atenen a diferents paradigmes: la sostenibilitat forta i la sostenibilitat dèbil.

- **La sostenibilitat dèbil o econòmica**, formulada des de l'economia estàndard, és aquella que té en compte la reducció d'existències, és favorable a la dimensió econòmica i no considera els impactes irreversibles en l'àmbit ecològic, soci-econòmic o cultural. (Garmendia, et al., 2010, citat en Naredo, 1997). Des d'aquesta òptica, moderada i conservacionista, no es veu cap incompatibilitat entre creixement econòmic i conservació del capital natural sempre que la tecnologia avança, entre les característiques principals trobem (Luffiego i Rabadán, 2000):
 - El sistema econòmic es concep com un sistema aïllat de l'entorn i per tant la sostenibilitat és sinònim de viabilitat del sistema socioeconòmic (visió ortodoxa).
 - La natura mercantilitzada (capital natural) pot arribar a ser substituïda per l'ésser humà (capital humà).
 - Visió antropocèntrica (tecnocèntrica): l'ésser humà és qui li dona valor de dominació a la natura.

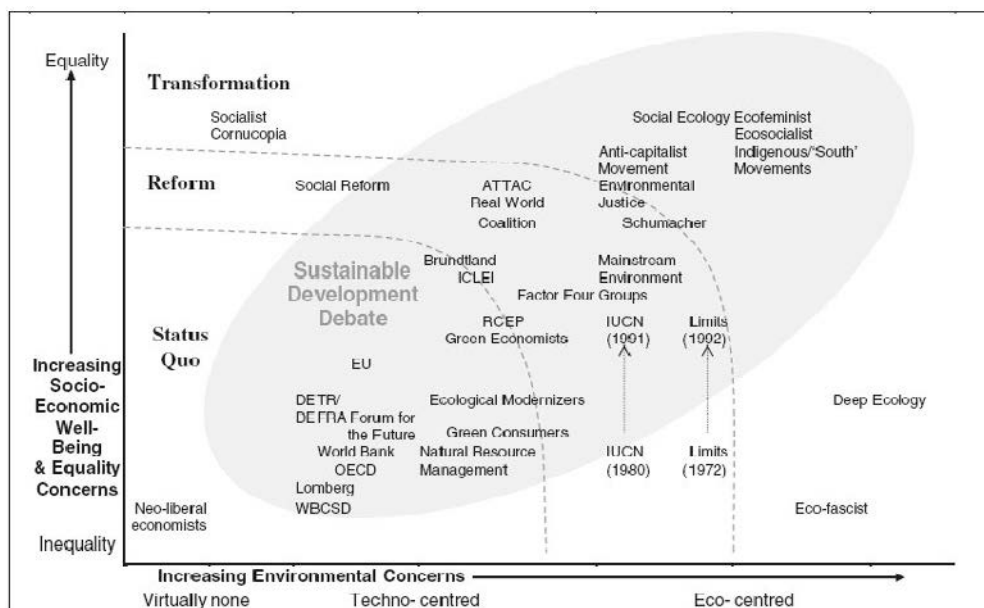


Figura 5.1: Hopwood, B., Mellor, M. i O'Brien (2005) Mapping of views on sustainable development. Recuperat de: https://www.researchgate.net/figure/268347336_fig1_Figure-1-Mapping-of-views-on-sustainable-development-Hopwood-et-al-200542

- Paradigma mecanicista i reduccionista, molt propi de l'economia actual, basat en una supeditació de la conservació de la natura al creixement econòmic i en el principi de reversibilitat dels processos naturals gràcies a l'avenç tecnològic.
- **La sostenibilitat forta o ecològica**, formulada des de la racionalitat de l'economia física i de l'economia de la natura que es la ecologia (Naredo 1997). Estableix les bases en l'ecologisme i la crítica al sistema econòmic imperant com a responsable directe de la insostenibilitat del sistema. Les visions més crítiques i humanistes, situades en l'ecologia social, defensen un desenvolupament humà sostenible amb els sistemes naturals, on són necessàries transformacions profundes sobre els sistemes econòmics (Pierri, 2005). Entre les característiques principals d'aquesta perspectiva trobem (Luffiego i Rabadán, 2000):
 - Ni els processos naturals ni el capital natural poden ser substituïts per cap capital humà.
 - Dependència de la natura front a la idea de dominació, i la possibilitat d'establir relacions sostenibles des de una concepció multisistèmica.



Figura 5.2: Principals corrents de pensament ambientalistes contemporànies.

- El sistema socioeconòmic està integrat en l'ecosistema i contínuament existeix intercanvi d'energia i matèria (metabolisme socionatural); per tant la viabilitat d'aquesta interacció depèn del manteniment dels processos de l'ecosistema.
- Impossibilitat d'un creixement continuu, ni a nivell econòmic ni poblacional.
- Ecocentrisme versus antropocentrisme.

Aquestes corrents de pensament, aparentment oposades, s'han de visualitzar des de la representació d'un eix, o línia imaginària com es mostra en la figura 5.2, en els extrems del qual es trobem les tipologies ideals de la sostenibilitat dèbil i forta. D'aquesta manera és més fàcil entendre la ambigüitat conceptual que es dona al voltant de la sostenibilitat o el desenvolupament sostenible.

D'aquí endavant treballarem amb el concepte de la sostenibilitat forta, per la seua capacitat transformadora i per preocupar-se de la salut dels ecosistemes on s'inserix la vida i l'economia de les persones però sense ignorar la incidència que sobre els processos del món físic té el raonament monetari (Naredo, 1997). En l'actualitat no és possible parlar de sostenibilitat des d'una economia basada en pressupostos de creixement il·limitat i per tant és necessari empenyar aquelles economies transformadores que defensen un desenvolupament humà sostenible. La sostenibilitat forta és la visió on s'assenta l'economia social i solidària i per tant, només des d'aquesta teoria de pensament,

serà possible la integració de criteris per a la pràctica d'un disseny sostenible dels béns i serveis del mercat social.

5.2.1 Caminar cap a la sostenibilitat

Caminar cap a la sostenibilitat implica moviment, així, el desenvolupament sostenible és un procés de canvi direccional. Entendre la diferència entre estat i procés és fonamental per determinar els objectius a perseguir amb la integració de criteris sostenibles en el disseny.

Jimenez Herrero (2002) diferència entre estat i procés sostenible:

Si bien es cierto que, comúnmente, se utilizan de forma equivalente, es importante señalar que la sostenibilidad, en general, no es exactamente sinónimo de desarrollo sostenible. Se podría distinguir así la sostenibilidad como un principio funcional (o conjunto de principios) aplicables a determinados sistemas, mientras que el desarrollo sostenible se puede identificar mejor con una opción que incluye objetivos sociales y de satisfacción de necesidades, según determinadas escalas de valores y en contextos variables que van cambiando en el tiempo, como un proceso abierto que se retroalimenta progresivamente. (p. 66)

Actualment la sostenibilitat s'entén com un estat dinàmic d'equilibris entre sistemes naturals i socials que interaccionen de manera constant. I el desenvolupament és el procés o canvi necessari per aconseguir aquesta situació. Una definició similar ja es pot veure en el informe Brundtland (1987) que concep el desenvolupament sostenible com un canvi necessari de les estratègies de desenvolupament i de protecció ambiental per mantindre la seguretat i l'estabilitat social i ecològica.

No obstant això, encara que la definició general siga, més o menys, entenedora, els objectius i les estratègies continuen sent confuses i poc esclaridores. Com apunta Naredo (1997) mentre la meta siga difusa no pot haver una acció efectiva i això no serà possible sense abans qüestionar el sistema econòmic dominant, concretament la mercantilització de la vida i la revisió dels valors, metes, pautes i estils de vida predominants (Naredo, 2006). Necessitem, amb caràcter d'urgència, de la conscienciació social sobre els límits de la Terra, de l'aplicació d'una ètica de l'autocontenció (Riechmann, 2004), de la creació de nous paradigmes per comprendre millor la realitat i caminar cap a una societat sostenible mitjançant un nou imaginari col·lectiu i, finalment, iniciar el procés de canvi

amb una revolució ètica que assumisca principis morals renovats i valors perquè puguem replantejar respectuosament i amb un sentit de finalitat cosmològic la funció de l'espècie humana en l'evolució de la Terra (Jimenez Herrero, 1997).

En conseqüència, el concepte de desenvolupament sostenible és un procés de canvi direccional que passa per millorar i no perpetuar les situacions d'insostenibilitat que es donen en l'actualitat. És evident que per començar a caminar primer hem de qüestionar-nos què és el que volem millorar o canviar. Per facilitar la tasca d'identificació i comprensió dels problemes, així com de les estratègies a formular, comptem amb instruments per a l'anàlisi, avaluació i mesura de la sostenibilitat com són els criteris i indicadors vinculats a les dimensions de la sostenibilitat.

Entenem els criteris com els principis, condicions o pautes que ens ajuden a conèixer què és el que perseguim, quins són els objectius i quina és la nostra intenció. Els indicadors són els elements que mesuren o avaluen els criteris, establerts prèviament. Novo (2006) els defineix com un conjunt de senyals que fan referència a les metes i valors amb les quals una societat defineix la seva acció per al desenvolupament sostenible, avaluant el progrés cap a objectius que vinculen l'equilibri ecològic amb el benestar humà en termes d'equitat, també fa menció a la subjectivitat d'aquestes ferramentes a l'hora de decidir com s'establiran, apel·lant a diverses raons com ara, de la nostra pròpia filosofia, del que entenguem per desenvolupament sostenible i, en última instància pels fins que vulguem aconseguir.

Siga per definir criteris o establir indicadors, és important conèixer les dimensions que conformen la sostenibilitat per tal de facilitar l'establiment d'objectius a partir de la comprensió de la seua complexitat multisistèmica.

5.2.2 Els components de la sostenibilitat

L'informe Brundtland considerava el factor ambiental com un limitador per al desenvolupament econòmic, i no és fins l'Estratègia Europea per al Desenvolupament Sostenible, acordada en la Cimera de Göteborg de 2001, on la dimensió ambiental s'incorpora definitivament com un sistema, consolidant-se així la teoria dels tres pilars: desenvolupament social, desenvolupament econòmic i protecció del medi ambient. Posteriorment la Comissió de Desenvolupament Sostenible de les

Nacions Unides (UNCSD) ha anat plantejant la necessitat de quantificar les diferents problemàtiques implicades en el desenvolupament sostenible a partir de quatre categories bàsiques: social, econòmic, institucional i ambiental.

Però encara que, amb el pas dels anys, s'ha augmentat la consciència sobre el necessari equilibri entre sistemes, els resultats obtinguts són quasi inversament proporcionals, està clar que ni les respostes del sector polític ni de l'econòmic ha sigut suficients per pal·liar la gran pressió ambiental i la forta desigualtat social que estan provocant els models actuals de producció i consum de les economies occidentals.

La situació actual, d'insostenibilitat creixent i de gran injustícia social, ha fet més evident la necessitat de generar un terme multidimensional, integrant altres factors com els culturals o els ètics, exigint tenir en compte aspectes locals i globals i ampliant l'horitzó espai-temps per a adaptar-se a la necessitat d'equitat inter i intrageneracional (Gallopín, 2003). Aquest enfocament sistèmic ens permet entendre millor les característiques o problemes d'una situació determinada en funció de les connexions, relacions i contextos que es donen. A més, els termes multidimensional i integral ens permeten trencar amb la idea d'equilibri que transmet la teoria dels tres pilars (trípode) de la sostenibilitat, la qual col·labora a consolidar el paradigma de l'equilibri estàtic entre components (Gomez Sal, 2009).

En aquest treball ens situem en la línia de varis autors (Goulet, 1999; Gómez Sal, Belmontes i Nicolau, 2003; Guimares, 2002; Jimenez Herrero 2002) que aborden la conceptualització integral del terme des de la seua multidimensionalitat, sense considerar una funció única en cada una d'elles sinó un conjunt de funcions interrelacionades amb les seues complexes variables. Així diferenciem entre els següents components:

- **Component ambiental**, permet conèixer la capacitat sustentable dels ecosistemes i el seu valor de conservació (Gómez Sal, 2000). Ha de garantir que el desenvolupament siga compatible amb el manteniment dels processos ecològics essencials, de la diversitat biològica i dels recursos naturals (Ayuso i Fullana, 2002). Algunes de les funcions són la conservació de la riquesa natural, el manteniment de la integritat dels ecosistemes i respecte per la complexitat funcional, garantir la resiliència i adaptabilitat dels ecosistemes i els mecanismes d'autoregulació i

estabilitat i controlar la capacitat de càrrega dels ecosistemes (Jimenez Herrero, 2002).

- **Component econòmic**, des d'on assegurar un mitjà de vida, garantint que el desenvolupament siga econòmicament eficient, beneficie a tots els agents de la regió afectada i que els recursos siguen gestionats de manera que es conserven per a les generacions futures (Ayuso i Fullana, 2002). Per tant la dimensió econòmica afecta a l'impacte sobre les condicions econòmiques dels grups d'interès i dels sistemes econòmics a nivell local, nacional i mundial. Algunes de les funcions són el desenvolupament econòmic i benestar i l'estabilitat econòmica-financera, l'estalvi genuí, l'optimització i l'eficiència i la racionalitat econòmica o la valoració i comptabilitat dels recursos (Jimenez Herrero, 2002).
- **Component social**, ha de garantir un desenvolupament humà que augmente el control dels individus sobre les seues vides (Ayuso i Fullana, 2002), la qualitat de vida (satisfacció de necessitats materials i no materials de les persones), i potenciar una distribució equitativa. Algunes de les funcions són garantir la cohesió i l'organització social participativa, potenciar l'equitat, la justícia social i la formació de capital humà i social (Jimenez Herrero, 2002).
- **Component cultural**¹, defensa la identitat com un dels principals conceptes des d'on construir un desenvolupament sostenible, defensant les identitats existents però també fomentant noves identitats, individuals i col·lectives. També ha de ser compatible amb els valors i principis de les persones on s'inscriu l'acció, i mantindre i reforçar la identitat de les comunitats. Les funcions que corresponen a aquesta dimensió són aquelles relacionades amb la cohesió social mitjançant la promoció de valors i la defensa de la identitat cultural, tant des de la tradició com des de les noves maneres sostenibles d'estar en el món.
- **Component ètic** des d'on aplicar un sistema de valors universals i assegurar la coherència del desenvolupament amb les disposicions i sentiments ètics de la societat. Aquest component l'analzarem més extensament en el següent apartat.

¹La integració de la dimensió cultural a nivell institucional és encara molt recent, de fet aquest document d'orientació política «La cultura es el cuarto pilar del desarrollo sostenible» es realitza en 2010 per recomanar la seua inclusió en els programes polítics sobre desenvolupament sostenible (Comissió de Cultura de Ciutats i Governos Locals Units, CGLU, 2010).

La recerca dels components de la sostenibilitat ens ha portat a comprovar que, com també passa en la seua conceptualització, les interpretacions i definicions dels elements són molt diversos segons s'atenga al camp de coneixement d'on prové: agrícola, empresarial, arquitectònic, institucional, etc. Aquesta diversitat també és la riquesa del concepte, perquè cada aportació individual que es fa és una reflexió ètica entorn a la sostenibilitat.

Concloem que a l'hora de resignificar el concepte de disseny sostenible, i els seus components, atendrem a les necessitats que el propi camp de coneixement reclame, tenint en compte que la sostenibilitat és un estat dinàmic i multidimensional on els components es relacionen, interactuen i es superposen, ajustant-se a la realitat i trencant amb la idea estàtica d'equilibri.

5.2.3 L'ètica de la sostenibilitat

Un element fonamental entre els components de la sostenibilitat és l'esfera ètica que els envolta. Com hem vist, les estratègies per aconseguir un futur més sostenible passen necessàriament per un canvi en el sistema de valors. En la societat de consum, s'han consolidat valors culturals que han alimentat un model econòmic depredador amb la resta de sistemes, naturals i socials. El pensador polític Douglas Lummis (1992/1996) es posiciona críticament davant els excessos dels països rics fent una crida a un nou sistema de valors que ens faça conscients de la insostenibilitat dels nostres hàbits de consum:

Esto significa que la solución a este problema no es un cambio masivo en la cultura de la pobreza de modo de colocarla en la vía del desarrollo, sino un cambio masivo en la cultura de la superfluidad para colocarla en la vía del contradesarrollo. No demanda un nuevo sistema de valores que fuerce a las mayorías del mundo a avergonzarse de sus hábitos de consumo tradicionalmente moderados, sino a un sistema de nuevos valores que obligue a los ricos del mundo a ver la verguenza y la vulgaridad de sus hábitos de superconsumo y la doble vulgaridad de pararse sobre los hombros de otras personas para lograr esos hábitos de superconsumo. (p. 111)

Guimardes (2002) ens parla de la necessària superació dels paradigmes de la modernitat per transitar cap a una societat sostenible:

De hecho, la necesidad de tránsito hacia un estilo de desarrollo sustentable implica un cambio en el propio modelo de civilización hoy dominante, particularmente en lo que se refiere al patrón ecocultural de articulación “sociedad-naturaleza”. Es por ello que no tiene cabida intentar desvincular los problemas del medio ambiente de los problemas del desarrollo, puesto que los primeros son la simple expresión de las falencias de un determinado estilo de desarrollo. La adecuada comprensión de la crisis supone pues el reconocimiento de que ésta se refiere al agotamiento de un estilo de desarrollo ecológicamente depredador, socialmente perverso, políticamente injusto, culturalmente alienado y éticamente repulsivo. Lo que está en juego es la superación de los paradigmas de la modernidad que han estado definiendo la orientación del proceso de desarrollo. En ese sentido, quizás la modernidad emergente en el Tercer Milenio sea la “modernidad de la sustentabilidad”, en donde el ser humano vuelva a ser parte (antes que estar aparte) de la naturaleza. (p. 62)

En aquesta línia transformadora dels models imperants es situa l'economia solidària que amb el seu caràcter transformador es posiciona com un model alternatiu als predominants actualment, la qual cosa la consolida com a marc idoni per al desenvolupament sostenibles de les societats. Els valors universals que consoliden la seua pràctica són la base de la nova ètica de la sostenibilitat, una ètica en la qual els objectius econòmics del progrés estiguen subordinats a les lleis de funcionament dels sistemes naturals i als criteris de respecte a la dignitat humana i de millora de la qualitat de vida de les persones (Guimardes, 2002).

Altres paradigmes ètics transformadors, a més de l'ESS, els trobem en El *Manifiesto por la vida. Por una Ética de la Sustentabilidad* (2002) i en la Carta de la Terra (2001). El *Manifiesto por la vida* considera la crisi ambiental com una crisi social i per tant una crisi de models, de paradigma, de creences i de valors. Aquesta declaració va més enllà dels preceptes del desenvolupament sostenible, cercant inspirar principis i valors, promoure raons i sentiments, i orientar procediments, accions i conductes, cap a la construcció de societats sustentables:

Los principios del desarrollo sostenible parten de la percepción del mundo como “una sola tierra” con un “futuro común” para la humanidad; orientan una nueva geopolítica fundada en “pensar globalmente y actuar localmente”; establecen el “principio precautorio” para

conservar la vida ante la falta de certezas del conocimiento científico y el exceso de imperativos tecnológicos y económicos; promueven la responsabilidad colectiva, la equidad social, la justicia ambiental y la calidad de vida de las generaciones presentes y futuras. Sin embargo, estos preceptos del “desarrollo sostenible” no se han traducido en una ética como un cuerpo de normas de conducta que reoriente los procesos económicos y políticos hacia una nueva racionalidad social y hacia formas sustentables de producción y de vida.

(p. 2)

L'ètica per la sustentabilitat, promoguda des del manifest, identifica un conjunt de normes i propostes que nodreixen i reorienten els comportaments individuals i col·lectius, així com les accions públiques i privades orientades cap a la sostenibilitat. Aquestes són:

- Ètica d'una producció sustentable; que promou una nova racionalitat basada en la productivitat ecotecnològica de cada regió en base als seus potencials naturals i els valors de la seua cultura.
- Ètica del coneixement i diàleg de sabers; per iniciar la reapropiació social del coneixement i la construcció de diàlegs de sabers oberts, des de l'educació per a la sostenibilitat i la ciència.
- Ètica de la ciutadania global, l'espai públic i els moviments socials; que fomenta la participació individual i col·lectiva en la presa de decisions sobre assumptes d'interès comú o de la pròpia existència, així com l'emancipació del poder de l'estat i del mercat com organitzadors de la seua vida.
- Ètica de la governabilitat global i la democràcia participativa; que apel·la a la responsabilitat solidària (individual, col·lectiva o dels governs) per garantir la continuïtat i la millora de la vida.
- Ètica dels drets, la justícia i la democràcia; que promou la dignitat humana, la justícia social i la solidaritat.
- Ètica dels béns comuns i del Bé Comú; que implica un canvi en el principi de l'egoisme individual com a generador del bé comú per un altruisme basat en la reciprocitat i la cooperació.

- Ètica de la diversitat cultural i d'una política de la diferència; que aculla la diversitat de visions i sabers i que conteste a totes les formes de dominació, discriminació i exclusió de les diferents identitats culturals per poder tornar a les nostres arrels i mirar el futur.
- Ètica de la pau i el diàleg per a la resolució de conflictes; per la via del diàleg transparent i la negociació entre actors.
- Ètica de l'ésser i el temps de la sostenibilitat; que permeta la perpetuació de la vida a través d'un diàleg intercultural i transgeneracional de sabers.

Altre paradigma de la sostenibilitat el trobem en la *Carta de la Terra* (Earth Charter Initiative, 2001) fonamentada en una declaració de principis ètics per a construir una societat justa, sostenible i pacífica. Va ser aprovada per la Conferència General de la UNESCO (2003) com un marc ètic important per a orientar el desenvolupament sostenible. La missió d'aquesta iniciativa és establir una base ètica sòlida per a la societat civil emergent i ajudar en la construcció d'un món sostenible, basat en el respecte cap a la naturalesa, els drets humans universals, la justícia econòmica i una cultura de la pau. Els valors que es declaren són:

1. Respecte i cura de la comunitat de la vida:

- Respectar la Terra i la vida en tota la seua diversitat.
- Cuidar la comunitat de la vida amb enteniment, compassió i amor.
- Construir societats democràtiques que siguin justes, participatives, sostenibles i pacífiques.
- Preservar les bondats i la bellesa de la Terra per a les generacions presents i futures.

2. Integritat ecològica

- Protecció i restauració dels sistemes ecològics, la diversitat biològica i els processos naturals que sustenten la vida.
- Evitar el dany, com el millor mètode de protecció ambiental, i quan el coneixement siga limitat, procedir amb precaució.

- Adoptar patrons de producció, consum i reproducció que salvaguarden les capacitats regeneratives de la Terra, els drets humans i el benestar comunitari.
- Impulsar l'estudi de la sostenibilitat ecològica i promoure l'intercanvi obert i l'extensa aplicació del coneixement adquirit.

3. Justícia social i econòmica

- Eradicar la pobresa com un imperatiu ètic, social i ambiental.
- Assegurar que les activitats i institucions econòmiques, en tots els àmbits, promoguen el desenvolupament humà de forma equitativa i sostenible.
- Afirmar la igualtat i equitat de gènere com prerequisits per al desenvolupament sostenible i assegurar l'accés universal a l'educació, la cura de la salut i l'oportunitat econòmica.
- Defensar el dret de tots, sense discriminació, a un entorn natural i social que recolze la dignitat humana, la salut física i el benestar espiritual, amb especial atenció als drets dels pobles indígenes i les minories.

4. Democràcia, no violència i pau

- Enfortir a les institucions democràtiques en tots els àmbits i brindar transparència i rendiment de comptes en la governabilitat, participació inclusiva en la presa de decisions i accés a la justícia.
- Integrar en l'educació formal i en l'aprenentatge al llarg de la vida, les habilitats, el coneixement i els valors necessaris per a una manera de vida sostenible.
- Tractar a tots els éssers vius amb respecte i consideració.
- Promoure una cultura de la tolerància, no violència i pau.

Com hem vist, la sostenibilitat requereix de nous paradigmes ètics des d'on canviar les maneres de fer les coses i d'entendre el món. Una nova visió del model social que ens òbriga l'esperança d'una vida sostenible a nivell local, nacional, regional i global. Les pràctiques sostenibles han d'orientar-se necessàriament des dels preceptes, principis i valors universals que preserven i milloren les

condicions de vida en la terra. La pràctica del disseny tampoc queda al marge i la seua resignificació des de la sostenibilitat ha de realitzar-se tenint en compte un marc ètic propici a la transformació dels models imperants.

5.3 Resum de les línies principals del capítol

- Des de la seua popularització en 1986, el terme de desenvolupament sostenible ha esdevingut un concepte ambigu en quant a la comprensió incompleta de problemes com la pobresa, la degradació del medi ambient i el creixement econòmic. Segons siga el punt de vista adoptat té interpretacions molt diferents.
- Es poden diferenciar dos extrems en els pensaments ambientalistes: la sostenibilitat dèbil o econòmica, enfocament economicista que promulga un creixement (econòmic) sostingut compatible amb una conservació del capital ambiental, junt amb una visió tecnòcrata i mecanicista, i una sostenibilitat forta o ecològica, que defensa un canvi en el metabolisme sacionatural, una transformació urgent dels valors i estils de vida dominants, i opta per un desenvolupament humà sostenible des d'una sostenibilitat multisistèmica (ecològica, econòmica, social, cultural, política i ètica).
- Pels principis i valors que defensa l'economia solidària, la sostenibilitat que defèn es situa en una corrent de pensament humanista crítica, és a dir, de sostenibilitat forta. Per tant els criteris per integrar el disseny sostenible en els béns i serveis del mercat social només podran afrontar-se des d'aquesta teoria de pensament.
- Entenem per sostenibilitat forta, o integral, un estat dinàmic d'equilibris, des de la multidimensionalitat, entre sistemes naturals i socials que interaccionen de manera constant. I per desenvolupament sostenible el procés o canvi necessari per aconseguir aquesta situació.
- La multidimensionalitat es dona gràcies a les relacions, interaccions i superposicions dels components de la sostenibilitat, les funcions dels quals són:

- Ambiental, conèixer la capacitat sustentable dels ecosistemes i el seu valor de conservació.
 - Econòmic, assegurar un mitjà de vida amb un desenvolupament econòmic eficient intra i intergeneracional.
 - Social, garantir un desenvolupament humà que augmente el control dels individus sobre les seues vides, la qualitat de vida i una distribució equitativa.
 - Cultural, defensar les identitats existents i les noves identitats, individuals i col·lectives.
- Els components estan envoltats per una esfera ètica, la qual aporta una disposició racional apropiada per construir els principis morals necessaris per a una acció sostenible. Així trobem diversos paradigmes per la construcció d'una cultura de la sostenibilitat, des d'on poder extraure prescriptors morals per la pràctica d'un disseny sostenible. Entre els paradigmes ètics compten amb els principis de l'*Economia Social i Solidària*, el *Manifiesto por la Vida* i la *Carta de la Terra*.

Part II

Dissenyar per a un desenvolupament humà sostenible i solidari

La segona part del treball d'investigació consta de dos capítols des dels que s'exposa l'estat de la qüestió de la sostenibilitat en l'àmbit del disseny, i també s'aborda la resignificació del concepte de disseny sostenible des de l'ètica de la sostenibilitat i de la solidaritat. En el capítol sis s'analitzen les ambigüitats que es donen en la concepció del terme disseny sostenible, i que reproduïxen la mateixa problemàtica que ja es donava en el propi terme de desenvolupament sostenible. En el capítol set es resignifica el terme de disseny des de l'ètica de la sostenibilitat, i des d'una visió forta i multisistèmica, afegint l'ètica de la solidaritat donada pel marc de l'economia social i solidària. També s'assenyalen alguns dels escenaris ètics transformadors que possibiliten la pràctica d'un disseny per al desenvolupament humà sostenible i solidari, analitzant algunes de les innovacions comunitàries que actualment s'estan donant en la societat i que ens aportaran algunes de les estratègies per la posterior construcció de la proposta de principis i criteris.

Capítol 6

Panoràmiques del disseny sostenible

Oblidem-nos del menys és més i del més amb menys, i dissenyem només el que sigui necessari en cada cas (que ja és molt i difícil).

Jaume Pujagut

Tal com s'ha dit, el desenvolupament humà sostenible implica necessàriament un canvi en el propi model de civilització i un nou sistema de necessitats en el metabolisme socionatural. L'economia solidària ens facilita aquest marc transformador, aportant un nou enfocament per tal d'implementar correctament els valors socials, culturals, econòmics i ambientals, envoltats d'una esfera ètica que dirigirà els preceptes morals al llarg de tot el procés de disseny. Per tal de facilitar la resignificació del concepte de disseny sostenible en el marc de l'ESS, en aquest capítol es realitza un recorregut per l'estat de la qüestió de la sostenibilitat en l'àmbit del disseny.

6.1 Més enllà de l'ecodisseny

L'ambigüitat conceptual del terme sostenibilitat es torna més aguda quan intentem definir-la des de l'àmbit del disseny. Encara que l'evolució del terme disseny sostenible ha anat paral·lelament a la del desenvolupament sostenible, principalment, ho ha fet des d'un enfocament economicista. La visió parcial d'una dimensió, augmenta la dificultat de la seua conceptualització, si es prioritza la dimensió social és *disseny social* i si es prioritza la dimensió ambiental parlem d'*ecodisseny*.

En moltes ocasions s'utilitzen, de manera errònia, els termes *disseny o producte sostenible* com a sinònims d'*ecodisseny o de producte ecològic*. Com s'ha vist anteriorment, la sostenibilitat, amb un enfocament integral i sistèmic, no pot atendre només a una dimensió, molt al contrari, els diferents components interactuen i es relacionen contínuament. És per això que la conceptualització del disseny sostenible s'haurà de realitzar de la mateixa manera, tenint en compte la interrelació de totes les seues variables, la qual cosa implica la integració d'altres estratègies a més de les pròpies de l'ecodisseny.

En primer lloc, i per tal d'evitar confusions en la definició del disseny sostenible, analitzarem el terme d'ecodisseny a partir de l'aportació d'algunes definicions.

Els inicis de l'ecodisseny es situen a Holanda, al començament dels anys 90. La ràpida difusió d'aquesta nova metodologia cap a altres països acabarà per consolidar-la com a una eina clau per a la millora i minimització de l'impacte ambiental en el desenvolupament de productes. Avui en dia

trobem nombroses definicions al voltant del concepte de disseny ecològic o ecodisseny. Assenyalem algunes d'elles.

Segons la Comissió Europea (Arden-Clarke i Zacarias, 2010) el principal objectiu de l'ecodisseny és «reducing the environmental impact of products (including energy consumption) throughout their entire life cycle» (p. 20).

La norma ISO 14006:2011 (AENOR, 2011) aporta la següent definició «integración de aspectos ambientales en el diseño y desarrollo del producto con el objetivo de reducir los impactos ambientales adversos a lo largo del ciclo de vida de un producto» (p. 10).

Altra definició és la proposta de Fiksel (1996) que considera el Disseny per al Medi Ambient com la integració sistèmica en el procés de disseny dels objectius mediambientals, de salut i seguretat al llarg del cicle de vida complet del producte i del procés.

Viñolas (2006) entén l'ecodisseny com totes aquelles accions orientades a la millora ambiental del producte en l'etapa inicial del disseny, mitjançant la millora de la funció, selecció de materials menys impactants, aplicació de processos alternatius, millora en el transport i en l'ús i minimització dels impactes en l'etapa final del tractament.

Totes aquestes definicions tenen en comú la consideració del factor d'impacte ambiental com a eix central de les decisions que s'adopten per tal de definir el cicle de vida del producte. Per consegüent, podem afirmar que la dimensió predominant en l'ecodisseny és l'ambiental.

Des dels anys 90 fins als nostres dies, la demanda de productes ecològics en el mercat ha augmentat notòriament i, en conseqüència, l'ecodisseny ha anat guanyant terreny en les institucions públiques i en la comunitat educativa i científica. No obstant això, sabem que no és suficient per aconseguir una societat sostenible. Per sort, l'avaluació d'altres impactes, a més de l'ambiental, comença a considerar-se en algunes disciplines com són l'arquitectura o l'urbanisme sostenible, tot i que el món del disseny encara queda molt lluny del debat. L'ambigüitat conceptual de la sostenibilitat en el disseny representa una gran dificultat per a la seua comprensió, la qual cosa queda reforçada per una visió economicista que visibilitza les contradiccions que suposa parlar de creixement alhora que de desenvolupament sostenible.

Rieradevall i Vinyets (1999) apunten a *l'ecodisseny sostenible*, terme que resulta un tant redun-

dant pel fet que el propi concepte de *sostenibilitat* ja integra el factor ambiental com a dimensió fonamental en la generació d'equilibris. Els mateixos autors el defineixen com aquelles actuacions que cerquen la integració dels aspectes ambientals, socials i empresarials. Considerem que és un error reduir el component econòmic a aspectes purament empresarials, doncs, com s'ha vist en el capítol anterior, aquesta dimensió inclou moltes altres funcions.

Parlar de sostenibilitat en el disseny és parlar més enllà de l'ecodisseny, més enllà de la minimització de l'impacte ambiental. El desenvolupament sostenible implica una trajectòria, un procés de canvi direccional, un camí des d'on utilitzar el disseny com un medi per trencar amb les situacions d'insostenibilitat.

Deganello (2010) encara va més enllà del concepte de disseny sostenible i apunta a un *disseny solidari i sostenible* que té també en compte la dimensió ètica del projecte. No podem estar més d'acord amb les seues paraules:

(...) hoy, ante la crisis y la cada vez más dramática destrucción de los recursos del planeta, el diseño que hemos hecho y enseñado hasta ahora, el diseño del exprimidor de Starck, ya no tiene sentido. Y propuse, como vengo haciendo desde hace unos años, transformar todas nuestras escuelas en escuelas del diseño solidario y sostenible. También afirmé que todas las disciplinas relacionadas con el proyecto, es decir, que se ocupan de diseñar la forma de habitar nuestro planeta (diseño, arquitectura, urbanismo, paisajismo, diseño de la comunicación), deben replantearse a sí mismas a partir de algo que todos ya sabemos: que los recursos del planeta son cada vez más escasos y que, de seguir así, según afirma el WWF, en 2050 la humanidad –nuestros hijos– necesitará de dos planetas como la tierra para sobrevivir. Comparto la propuesta de François Burkhardt de un «proyecto global» interdisciplinario, que redescubra la dimensión ética del proyecto y deje de lado una teoría del diseño volcada únicamente, de forma obsesiva y acrítica, hacia una visión meramente economicista del diseño mismo. (p. 67)

6.2 Ambigüitat conceptual del disseny sostenible

El concepte de disseny sostenible té els seus orígens en la popularització del desenvolupament sostenible a partir de la publicació de l'informe Brundtland en 1987. L'ambigüitat conceptual que comporta el propi terme encara es complica més en l'àmbit del disseny pel predomini d'una visió marcadament economicista que cerca, en els productes que genera, la persuasió i la creació de desitjos, provocant una situació oposada a les tendències que es mouen cap a una cultura de la sostenibilitat.

Aquesta situació ha provocat l'alçament de veus crítiques (Bonsiepe, 2012; Manzini, 2015; Margolín, 2005; Papanek, 1971/1977) que consideren el disseny com una activitat intel·lectual que va més enllà dels interessos de mercat, i que qüestionen la postura, poc responsable, que molts professionals del disseny mostren cap a la recerca de solucions sostenibles.

Ja en els anys 70, Víctor Papanek (citats en Margolín, 2005) advertia de les conseqüències negatives que implicava la pràctica del disseny sense cap tipus de responsabilitat social i, malgrat que la seua denúncia va introduir elements importants en el discurs del disseny, com és la dimensió social i ambiental, la seua posició es va mantenir en un lloc marginal i no va tenir un impacte significatiu en la professió. Dues dècades després, emergia el terme desenvolupament sostenible integrant, a la dimensió ecològica, les problemàtiques socials i econòmiques i proposant un creixement econòmic basat en polítiques de sostenibilitat. És llavors quan es plantegen altres preocupacions entorn al model de creixement sostingut proposat pel sistema neoliberal i dels valors que aquest comporta. De nou es senten veus en el món del disseny reclamant un canvi de valors. Ezio Manzini (citats en Margolín, 2005), en un article publicat en *Design Issues* en els anys 90, reclama una modificació dràstica dels patrons de consum amb aquestes paraules: "lo que estamos viviendo hoy es, en realidad, una crisis estructural, y el verdadero tema de discusión es el modelo global de desarrollo» (p. 118). Anys més tard, Víctor Margolín (citats en Margolín, 2005) apunta directament a la responsabilitat dels professionals del disseny:

El necesario cambio de objetivo para los diseñadores es un proceso más complejo que el enunciado por Victor Papanek o el proclamado por R. Buckminster Fuller, con su inequívoca fe en la tecnología avanzada. Requerirá enfocar el desarrollo económico y social desde

una perspectiva global, y atender las graves inequidades de consumo que existen entre las personas que viven en los países industrializados y aquellas que pertenecen al mundo en vías de desarrollo. Requerirá, asimismo, enfrentar la profunda crisis ecológica actual, con el fin de ayudar al planeta Tierra a regresar a un estado de sustentabilidad. Si existe la determinación entre los diseñadores, seguramente será posible reinventar el diseño. Si no existe tal determinación, los diseñadores simplemente continuarán formando parte de un problema cuya solución tendrá que ser hallada por otras profesiones. (pp. 146-147)

Gui Bonsiepe (2012) critica durament el discurs actual del disseny, acusant-lo d'estar basat en l'esdeveniment mediàtic i l'espectacle, en l'èfimer i en la moda, cada vegada més distanciat de la solució intel·ligent de problemes i més orientat cap a la mera variació epidèrmica, amb objectius exclusivament comercials i de màrqueting. En aquesta línia de pensament trobem les paraules de Kenji Ekuan (citada en Margolín, 2002):

el diseño parece encontrarse en un estado de estancamiento tanto en términos de su ideología como de sus actividades. Da la impresión de que el diseño se ha replegado para dedicarse sólo a la contemplación, mientras el mundo debe lidiar con muchos problemas graves, incluyendo los que atañen al medio ambiente, el bienestar social, los desastres naturales y el tráfico. Y si se dejan las cosas en este estado, el tiempo simplemente pasará, sin que ocurra absolutamente nada. Para asumir un compromiso respecto del curso predominante de nuestro tiempo, y para lograr desempeñar un papel importante, parece ser necesario que el diseño redefina sus objetivos y diseñe una nueva estructura organizativa para sí mismo. (pp. 137-138)

Aquest debat creix en el món del disseny, fent-se cada vegada més visible, mitjançant demandes com la responsabilitat social del dissenyador o com l'assumpció dels impactes socials, culturals, econòmics i ambientals derivats del seu quefer projectual. En els darrers anys, sobretot després de la crisi de 2008, resorgeix la reflexió ètica i humanista en el disseny però, encara que són moltes les institucions i organitzacions que reconeixen la responsabilitat social dels professionals, no existeix un posicionament clar respecte als conceptes sostenibilitat o disseny sostenible.

Tal i com s'ha vist, l'ambigüitat en la definició de la sostenibilitat és molt àmplia, així que, la

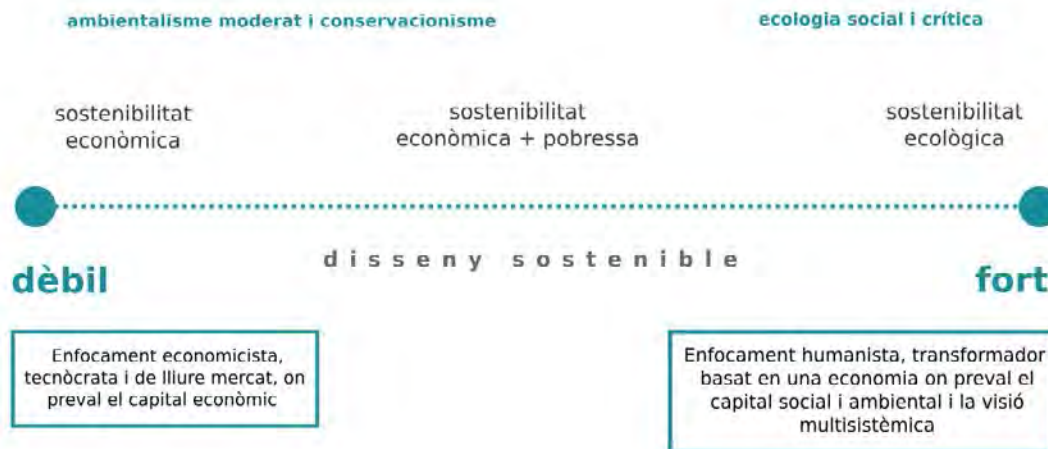


Figura 6.1: Diferents enfocaments ambientalistes per a la pràctica del disseny sostenible

seua integració en la pràctica del disseny requereix, en primer lloc, d'una reflexió entorn a la corrent de pensament ambientalista que adoptem, és a dir, si estem davant d'una visió forta o d'una visió dèbil (veure figura 6.1). Les principals línies d'investigació extretes del marc teòric, ens han portat a considerar la sostenibilitat forta com la més adient per la integració dels principis de l'economia social i solidària i per portar a terme un desenvolupament humà sostenible, per tant, entenem que la proposta de criteris i principis per a la pràctica d'un disseny sostenible només es podrà realitzar sota aquesta visió.

Els dissenyadors amb un pensament més crític i social es solen posicionar des d'un enfocament més humanista. És el cas de Victor Margolin (1998) que afronta el disseny des de l'òptica forta de la sostenibilitat:

Designers have the ability to envision and give form to material and immaterial products that can address human problems on a broad scale, and contribute to human well-being (...) well beyond green design or ecodesign which, thus far, have represented designers attempts to introduce ecological principles to the market economy. (p. 90)

Tanmateix no és el més habitual. Analitzant algunes de les definicions on apareixen els termes sostenibilitat o disseny sostenible, extretes d'organitzacions amb certa rellevància en el món del

disseny, es poden observar posicionaments ambientalistes indeterminats donants, en molts casos, per un predomini de certes dimensions o per tenir un caràcter poc crític i continuista de l'estatus quo, la qual cosa incrementa l'ambigüitat conceptual dels termes. Aportem alguns exemples que, en general, tendeixen cap a una visió dèbil o economicista.

Les conclusions de les conferències sobre innovació sostenible, organitzades pel *Center of Sustainable Design*¹ de 2003 a 2006, aporten la següent definició per a la Innovació Sostenible (en anglés, Sustainable Innovation) i el Disseny i Desenvolupament de Producte Sostenible (en anglés, Sustainable Product Development and Design o SPDD) des d'un enfocament parcial que prioritza la dimensió econòmica, des de la innovació tecnològica i la comercialització, i l'ambiental, des del cicle de vida del producte:

There are various areas of overlap between innovation and product design and development and, in the present context, between sustainable innovation and SPDD. Innovation, as noted above, includes all processes and stages in the commercialisation of new products, services or processes, including such innovation-specific processes as research and development (R&D) and technology/knowledge transfer. Design is concerned with specific processes relating to planning, design and development, especially at the pilot or pre-production stages of the innovation cycle. Design is therefore an aspect of the broader concept of innovation. Corresponding considerations apply to sustainable innovation and SPDD, the systematic incorporation of life-cycle sustainability/environmental considerations into product/service design. (Charter i Clark, 2007, p. 11)

En la mateixa línia trobem altres definicions de la sostenibilitat, també en informes publicats pel Center of Sustainable Design, des de les quals es prioritza la dimensió ambiental i econòmica, obviat altres dimensions, i provocant una gran confusió amb conceptes propis de l'ecodisseny:

Why sustainability matters in the Construction Industry? The construction industry can play a key role in helping society to use resources more sustainably by reducing the environmental impacts associated with products and services through using materials efficiently,

¹The Centre for Sustainable Design (CfSD) es va establir en Farnham (Regne Unit) en 1995. Al llarg d'aquests anys s'ha convertit en un centre de referència internacional en matèria d'innovació sostenible i en el desenvolupament de projectes i publicacions que treballen des de la integració de la sostenibilitat en el disseny de productes.

producing less waste and consuming less energy. The most effective way of reducing the environmental impacts of products is to address these issues at the design stage. (Charter, Clements, Cheng i Di Nardo, 2010, p. 5)

En el mateix document es vincula la definició de desenvolupament sostenible amb problemes ambientals (canvi climàtic i degradació d'ecosistemes) i la cerca de solucions de base tecnòcrata:

Back in 1987, sustainable development was defined as “development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs”. In practical terms, this translates among others into the use of new environmental technologies that can limit climate change and prevent the depletion of natural resources and the degradation of ecosystems. (Charter, Clements, Cheng i Di Nardo, 2010, p. 1)

Des d'una òptica més social, focalitzada en països amb major pobresa, es troba l'enfocament de la sostenibilitat que realitza la Universitat de Delf i la UNEP en el manual de Disseny per la Sostenibilitat, on s'aborda com un concepte d'ecodisseny que inclou també altres elements productius, des de l'àmbit econòmic i social, per cobrir especialment les necessitats de la indústria en països en desenvolupament (Crul, i Diehl, 2006). El disseny per a la sostenibilitat (design for sustainability, també anomenat D4S) pretén donar solucions ecològiques a la pobresa a nivell local, encara que no entren en posicionaments crítics davant de les causes que la provoquen.

Altres enfocaments més economicistes són els que provenen de l'economia circular. Ens trobem davant d'una proposta continuista del model insostenible de creixement econòmic que inclou la dimensió ambiental obviant la resta de components. Les paraules utilitzades en l'estratègia *Europa 2020* de la Comissió Europea són molt clarificadoros:

La UE ya prevé aumentar en un 15 % entre 2014 y 2030 la productividad de sus recursos en el escenario tradicional. Aplicando políticas inteligentes para promover la transición a una economía más circular, tal como exige la Plataforma Europea sobre la Eficiencia en el Uso de los Recursos, podría duplicarse esa tasa. Además de contribuir sustancialmente a la *dimensión de sostenibilidad del crecimiento*, aumentar la productividad de los recursos en un 30 % ejercería también una influencia positiva sobre la creación de empleo y el crecimiento de PIB. (Comisión Europea, 2014, p. 16)

Un any després, en 2015, la Comissió Europea emet un comunicat de premsa titulat «Cerrar el círculo: la Comisión adopta un ambicioso paquete de nuevas medidas sobre la economía circular para impulsar la competitividad, crear empleo y generar crecimiento sostenible». Es pot observar com es relaciona el terme de sostenibilitat amb l'ús de conceptes economicistes, com la competitivitat o el creixement, i també ambientals, com el reciclatge o el cicle de vida, i obviant la resta dels components a tenir en compte en la sostenibilitat integral:

La Comisión ha adoptado hoy un ambicioso nuevo paquete para impulsar la transición de Europa hacia una economía circular que impulsará la competitividad mundial, fomentará el crecimiento económico sostenible y creará nuevos puestos de trabajo. (...) nuevas medidas sobre la economía circular para ayudar a las empresas y los consumidores europeos en la transición a una economía más sólida y circular, donde se utilicen los recursos de modo más sostenible. Las acciones propuestas contribuirán a «cerrar el círculo» de los ciclos de vida de los productos a través de un mayor reciclado y reutilización, y aportarán beneficios tanto al medio ambiente como a la economía. (Comunicado de prensa de la Comisión Europea, 2015)

En el cas de la definició sobre disseny industrial proposada per *International Council of Societies of Industrial Design* o *ICSID*², es reconeix la importància de valorar les esferes econòmica, social i ambiental (sense parlar directament de sostenibilitat) per a millorar la qualitat de vida, considerant que el disseny pot aportar una visió optimista de futur. Aquesta definició (ICSID, 2015) sembla no tenir massa en compte ni la urgència de resoldre els greus problemes del present ni la necessitat de canviar els models actuals de consum i producció insostenibles:

Industrial Design is a strategic problem-solving process that drives innovation, builds business success, and leads to a better quality of life through innovative products, systems, services, and experiences. Industrial Design bridges the gap between what is and what's possible. It is a trans-disciplinary profession that harnesses creativity to resolve problems and co-create solutions with the intent of making a product, system, service, experience or

²L'ICSID és una organització internacional no governamental que promou la professió de disseny industrial considerant la seua capacitat de millorar els negocis i la indústria mitjançant productes, sistemes, serveis i experiències que tinguen en compte el medi ambient i la societat. Avui en dia inclou més de 140 organitzacions de 40 nacions.

a business, better. At its heart, Industrial Design provides a more optimistic way of looking at the future by reframing problems as opportunities. It links innovation, technology, research, business, and customers to provide new value and competitive advantage across economic, social, and environmental spheres. (par. 2)

Tampoc trobem un posicionament crític en els criteris determinats per l'entrega de premis *INDEX:award*, de l'organització danesa Design to Improve Life ³, que encara que si que parlen de valors com ara la sostenibilitat, l'ètica, l'humanisme, la comprensió social i el pensament democràtic, no arriben a posicionar-se davant d'un enfocament fort, dinàmic i multisistèmic de la sostenibilitat, i la defineixen com un estat d'equilibri ideal, amb la representació d'un triangle equilàter (tal i com es mostra la figura 6.2 a la pàgina següent), i on les tres dimensions social, econòmica i ambiental adquireixen el mateix pes i importància, sense tenir en compte el context on es treballa i que en moltes ocasions determina el valor a aplicar en cadascuna de les dimensions:

The Impact diagram is developed to assess and evaluate Design to Improve Life challenges and solutions from the perspectives of the three sustainability parameters. The equilateral triangle diagram symbolizes how all three sustainability parameters are equally important and should thus be valued equally when you are evaluating a design. (INDEX, 2016, par. 3-4)

Com es pot observar, l'actual conceptualització de la sostenibilitat en el disseny és molt diversa. En general trobem visions poc crítiques amb el sistema econòmic dominant, on predomina una visió de sostenibilitat dèbil o econòmica. No obstant això, la preocupació per la situació d'incertesa és creixent a tot arreu, i tot apunta a que en pocs anys veurem augmentar les polítiques en matèria de sostenibilitat. És per això que cal posicionar-se per resignificar el terme de disseny sostenible sense ambigüitats. Des del marc de les economies transformadores es requereix d'un disseny cercador del canvi i amb un posicionament crític amb els models insostenibles de producció i consum actuals,

³INDEX: Design to Improve Life és una organització no lucrativa danesa d'abast mundial, fundada en 2002. Treballen per inspirar, educar i involucrar en el disseny solucions sostenibles als problemes globals. Des de 2005 atorguen anualment el reconegut premi INDEX:award.

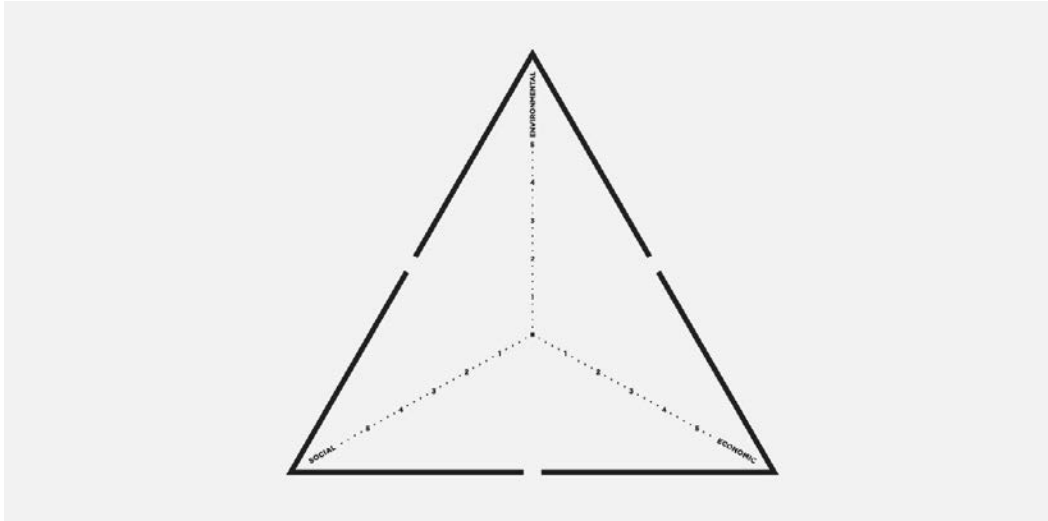


Figura 6.2: INDEX:design to improve life (2016) *Impact Diagram*. Recuperat de: <http://designtoimprovelife.dk/impact>

on la integració de l'ètica de la sostenibilitat en el quefer projectual siga una realitat per orientar les nostres accions cap a la reproducció de la vida.

6.3 Resum de les línies principals del capítol

- El desenvolupament sostenible implica la transformació del propi model de civilització a partir d'un nou sistema de necessitats per al desenvolupament humà, capaç de trobar un equilibri dinàmic en el metabolisme socionatural. L'economia solidària ens facilita aquest marc transformador, aportant un nou enfocament que permet integrar valors ètics, socials, culturals, econòmics i ambientals al llarg de tot el procés de disseny.
- L'ambigüitat conceptual del terme sostenibilitat es torna més aguda quan intentem definir-la des de l'àmbit del disseny, doncs la seua evolució, paral·lela a la del desenvolupament sostenible, ha sigut principalment des d'un enfocament economicista. La visió parcial d'una dimensió, augmenta la dificultat de la seua conceptualització i genera definicions errònies, com per exemple prendre com a sinònims el disseny sostenible i l'ecodisseny o un producte sostenible i un producte ecològic.

- Les principals línies d'investigació extretes del marc teòric, ens porten a valorar la sostenibilitat forta com l'enfocament més adient per a un desenvolupament humà sostenible en el marc de les economies transformadores. Així, en aquest treball, considerem que la sostenibilitat és un estat dinàmic, integral i multisistèmic, i per tant, la conceptualització del disseny sostenible s'haurà de realitzar d'igual manera, és a dir, tenint en compte la interrelació de tots els seus components, la qual cosa implica la integració d'altres estratègies sostenibles en els processos de disseny, a més de les de minimització d'impacte ambiental pròpies de l'ecodisseny.
- Per tant, parlar de sostenibilitat en el disseny és parlar més enllà de l'ecodisseny. Com diu Deganello cal superar una teoria del disseny merament economicista i integrar una dimensió ètica en el projecte des de la solidaritat i la sostenibilitat.
- L'estat de la qüestió de la sostenibilitat en l'àmbit del disseny mostra la preeminència d'una visió dèbil o economicista, alguns exemples extrets són: la integració de la innovació tecnològica per la creació de nous productes «sostenibles»; el predomini d'una dimensió, generalment la dimensió ambiental o econòmica; la integració de la dimensió social des de la responsabilitat social de l'empresa, sense tenir en compte possibles estratègies, socials o culturals, en la configuració del propi producte; les visions optimistes de futur, sense cap crítica als models presents o també un enfocament estàtic (triangle equilàter) dels components de la sostenibilitat.
- Finalment considerem que, per tal d'evitar ambigüitats, la integració de la sostenibilitat en la pràctica del disseny implica, en primer lloc, una reflexió sobre el posicionament a adoptar, és a dir, o bé ens situem davant d'una corrent més economicista i dèbil de la sostenibilitat, des del manteniment de l'*status quo*, o bé, davant d'una visió forta i ecològica que implica la transformació de la societat cap a paràmetres de vida més sostenible. I és, des d'aquesta darrera, des d'on es realitzarà la resignificació del disseny sostenible en aquesta investigació.

Capítol 7

Resignificar el concepto de disseny sostenible

El desafío de crear un mundo sustentable ha pasado del reino del idealismo al de la necesidad. La comprensión de la sustentabilidad es un valor esencial, que provendrá de una toma de conciencia en el campo del diseño, similar a la que muchos grupos sociales han experimentado desde mediados de los años sesenta.

Víctor Margolin, 2002

7. Resignificar el concepte de disseny sostenible

Per què és necessari resignificar el concepte de disseny sostenible? La noció de resignificació implica transformació o canvi entre un estat previ i un posterior. Butler (1990, citat en Molina, 2013) assenyala que la resignificació provoca un trencament del cercle interpretatiu, repetit i sedimentat que s'ha naturalitzat. La resignificació parteix d'algunes consideracions que la possibiliten (Molina, 2013) :

- És un procés social propi de tota interacció fundada en el llenguatge.
- És també un propòsit professional èticament desitjable derivat de comprensions hermenèutiques, crítiques i construccionistes.
- És un mecanisme propi de les relacions simbòliques, que no s'ha definit amb claredat, que suposa un lloc comú en el llenguatge tècnic i especialitzat, reificant la noció per ser explicada amb major claredat.
- És un procés important des del punt de vista ètic i polític per les transformacions que puguen produir-se quan es propicia deliberadament, motiu pel qual és important conèixer amb major claredat l'abast dels processos que li subjauen en el plànol discursiu i del desplegament de l'acció.

En base a aquestes premisses considerem vàries les raons que justifiquen la resignificació del concepte de disseny sostenible:

- Perquè es realitza des d'un nou paradigma basat en principis i valors ètics, un altre model econòmic, social, sostenible i solidari, crític amb el sistema econòmic actual insostenible.
- Perquè, necessàriament aquest model alternatiu ha de superar el conservacionisme, i s'ha d'emmarcar des d'una corrent humanista crítica que cerca altres models de producció i consum per caminar cap al desenvolupament sostenible. En aquest marc no cap altre concepte que el d'una sostenibilitat forta i multisistèmica, assentant les seues bases en l'ecologisme i la crítica al sistema.
- Perquè, a l'igual que el propi concepte de sostenibilitat, la seua definició actual és molt confusa i poc propícia a la comprensió dels processos que poden portar cap a la transformació sostenible

de la societat.

És per això que, en base a les consideracions aportades per Molina, veiem necessari una resignificació del concepte de sostenibilitat en el disseny, que ens aporte una comprensió crítica del terme que, des d'un propòsit ètic, reifique professionalment la noció per ser explicada amb major claredat i aconseguir una transformació en la societat cap a paràmetres de vida més sostenibles.

7.1 Els components del disseny sostenible

La visió sistèmica que defineix el disseny sostenible s'ha de plantejar des dels diferents camps de coneixement que afecten a la pròpia disciplina, establint amb claredat les relacions d'interdependència i jerarquia que es generen a l'avaluar i caracteritzar la sostenibilitat forta o ecològica. Els camps d'activitat humana que habitualment afecten a la pràctica del disseny són principalment l'economia, la producció, la societat, la política, la cultura, l'art, el medi ambient i l'ètica (Manzini, 2015; Ricard, 2000; Margolín, 2002/2005; ICSID, 2015; Maldonado, 1976/1993; Bonsiepe, 2015).

En aquest treball, agruparem els diferents camps (veure figura 7.1 a la pàgina següent) en base als components de la sostenibilitat comentats anteriorment en l'apartat 4.2.2, a excepció del polític que no tindrem en compte per tractar-se d'un component més lligat a pràctiques regulatives institucionals i no tant a la pràctica directa del disseny.

Cada camp d'activitat humana correspon a una dimensió de la sostenibilitat i, des d'ells, s'aporten les funcions anteriorment comentades a partir dels impactes que la pràctica del disseny pot tenir sobre ells. Així tindrem els següents components:

- **Component ecològic-ambiental**, ha de mantindre les capacitats essencials dels sistemes vitals i garantir que el desenvolupament siga compatible amb el manteniment dels processos ecològics essencials, de la diversitat biològica i dels recursos naturals. En el sector del disseny es tradueix en l'impacte ambiental que té un producte o servei sobre els ecosistemes al llarg de tot el seu cicle econòmic (producció, distribució, consum i gestió del residu). En l'anàlisi de l'impacte es tindrà en compte la relació entre els fluxos d'entrada o inputs (materials, recursos, treball, energia, etc.) i els d'eixida, outputs (emissions, abocaments, residus, etc.) en termes

7. Resignificar el concepte de disseny sostenible

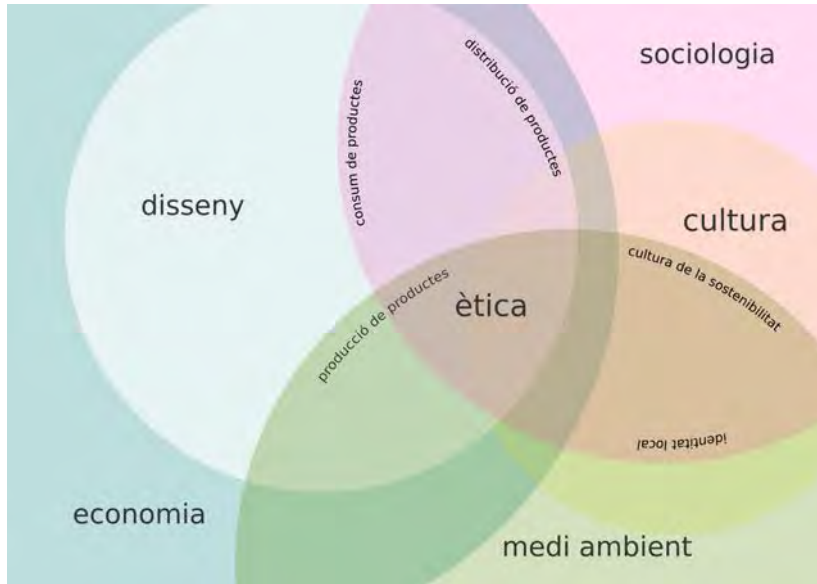


Figura 7.1: Camps de l'activitat humana que afecten a la pràctica del disseny sostenible

no monetaris. Moltes de les estratègies que s'utilitzen en l'ecodisseny s'emmarquen en aquest component, encara que també es poden tenir en compte els impactes positius dels productes que acompanyen a pràctiques que fomenten el respecte per la natura, com ara l'educació ambiental o el turisme sostenible.

- **Component econòmic**, ha d'assegurar un mitjà de vida digne i just per a totes les persones i per tant s'ha de poder constatar fins a quin punt un producte pot tenir un impacte, positiu o negatiu, sobre les condicions econòmiques del grup d'interès. En l'àmbit del disseny sostenible algunes de les funcions a tenir en compte en aquest component són:
 - la rendibilitat integral positiva del producte, sense prioritzar el valor de canvi per sobre d'altres valors;
 - el benestar econòmic entès des del repartiment de la riquesa i la justícia econòmica, això implica productes accessibles econòmicament;
 - l'economia a escala i distribuïda;
 - optimització productiva, eficiència i racionalitat econòmica dels productes;

– cobrir les necessitats de la població, en la producció i el consum de béns i serveis, en harmonia amb els sistemes naturals.

□ **Component social**, ha de garantir un desenvolupament humà que augmente el control dels individus sobre les seues vides, la qualitat de vida (satisfacció de necessitats materials i no materials de les persones), i potenciar la distribució equitativa, la justícia social i la formació de capital humà i social. Els béns i serveis han de tenir en compte l'impacte social que la seua existència provoca. Generalment en aquesta dimensió es solen valorar els impactes socials que provoquen les organitzacions econòmiques però, independentment que es faça o no, si el que volem és analitzar la sostenibilitat d'un artefacte s'haurà de tenir en compte l'impacte directe que aquest realitza sobre la societat. Sembla una tasca complicada però aporten alguns exemples que demostren que és possible, per exemple:

- quan es garanteix la igualtat d'oportunitats des del disseny inclusiu o des de productes que promouen la igualtat de gènere, casos habituals els trobem en el sector de joguets;
- quan es fomenta la participació comunitària mitjançant el co-disseny, els productes de l'economia col·laborativa o el disseny per a la innovació social;
- o també, quan es potencia el desenvolupament de les persones, com ara l'autoestima o l'autogestió de la vida, mitjançant béns instrumentals que augmenten les seues capacitats¹ de fer i ser (potencials), incrementant les oportunitats per triar una vida millor (Sen, 1985, citat en Urquijo, 2014). Alguns exemples els trobem en productes d'horticultura urbana destinada a l'autoconsum o en productes que potencien les capacitats creatives i constructives com els emmarcats en la tendència *fes-ho tu mateixa*, també anomenada DIY (do it yourself).

□ **Component cultural**, des d'on defensar la identitat cultural que possibilita un desenvolupament sostenible. Entenem el concepte «cultura» com el conjunt d'idees compartides al voltant

¹Una persona pot comptar amb multitud de béns primaris (recursos) i no tenir la capacitat per donar-li'n un ús adequat i transformar-los en alguna cosa valorada en la seua vida. Un exemple que ens aporta Amartya Sen és el de la bicicleta: és un producte que té entre les seues funcions, ser un mitjà de transport. Esta característica aporta a la persona la capacitat per transportar-se i eixa capacitat alhora pot proporcionar utilitat a l'individu. Així la seqüència del bé s'inicia en les seues característiques, després passa per les capacitats de la persona i per últim per la utilitat.

de còm és el món i com hauria de continuar sent; és a dir els mapes cognitius, normes, valors i visions del món (Garvía, 1998) i les maneres de viure i costums, coneixements i graus de desenvolupament artístic, científic, industrials, en una època, grup social, etc. La cultura del disseny sostenible s'ha de construir a partir de com volem que siga el món, produint béns i serveis d'acord amb l'ètica de la sostenibilitat i de la solidaritat, i potenciant aquelles maneres *de fer i de ser* saludables amb el planeta i la humanitat. A més a més, en l'àmbit del disseny, s'ha de tenir en compte la significació, la semiòtica dels productes, el professional del disseny participa activament en la construcció i manteniment de la cultura material de la societat, i per tant no es queda al marge de la insostenibilitat del sistema actual. Quan es dissenya un objecte sobreproduït, com és el cas d'una cadira, caldria preguntar-se per la rendibilitat integral (econòmica, social i ambiental) i pels tipus de valors que aporta a la cultura de la sostenibilitat.

- **Esfera ètica**, des d'on integrar els principis morals que guiaran l'acció cap a un desenvolupament sostenible i solidari. La pràctica del disseny ha de perseguir un canvi d'hàbits que promoguen valors per a la construcció de noves societats sustentables, com apunten els principis de l'economia solidària però també la Carta de la Terra (2001) o el Manifiesto por la Vida (2002). Per parlar de disseny solidari i sostenible, és necessari establir els paradigmes ètics des d'on realitzar la fonamentació moral.

7.2 Paradigmes ètics per als professionals del disseny sostenible

Sabem que la preocupació per la integració de l'ètica en la pràctica del disseny creix cada dia però encara són pocs els estudis que reflexionen sobre la seua fonamentació en l'àmbit del disseny. No obstant això trobem nombroses organitzacions de disseny que fan referència a l'ètica de la professió. Així, ICOGRADA² (2013) reclama la responsabilitat ètica dels professionals del disseny envers les persones i el planeta tant des de l'esfera comercial com des de la no comercial «(...) they understand

²El Consell Internacional d'Associacions de Disseny Gràfic és un organisme mundial de disseny gràfic i comunicació visual, fundat en 1963 en Londres. El 27 d'abril celebra el Dia Mundial del Disseny. Més informació en: <http://www.ico-d.org/>

the cultural, ethical, social, economic and ecological impact of their endeavors and their ultimate responsibility towards people and the planet across both commercial and non-commercial spheres. A designer respects the ethics of the design profession» (par. 2).

També trobem aquesta preocupació en el premi Good Design Award ³, el qual compta amb un ampli reconeixement internacional, apunta a un bon disseny (Good Design Award, s.d.) com aquell que «perceives the true essence of things, is grounded in high ethics, and is for human beings. No matter how the particular quality of the richness we seek changes, these ideals remain constant. These words not only guide the actions of the Good Design Award, but also form its definition of good design» (par. 4-5). Aquests premis tenen com a principis rectors: la humanitat entesa com a creativitat, l'honestedat, la innovació com a visió de futur, l'estètica com a capacitat per imaginar noves cultures i, finalment, l'ètica com a reflexió per donar forma a la societat i al medi ambient.

Moltes organitzacions apunten cap a la responsabilitat ètica del dissenyador, però la qüestió és, fins on abasta aquesta obligació? En el següent apartat s'analitzarà aquesta qüestió.

7.2.1 Reflexions sobre la responsabilitat ètica de la professió

El concepte de responsabilitat, com objecte central de l'ètica, amplia l'esfera d'acció de les conseqüències presents que un fet pot tindre a la vida futura dels éssers humans. Aquest model ètic posa l'accent en els efectes que tindrà la presa de decisions, tant individual com col·lectiva.

En referència a l'ètica professional, Cortina (2000) apunta les característiques bàsiques de tota professió, algunes d'elles són:

- És una activitat humana social, no només una font d'ingressos, amb la que es presta a la societat, de manera institucionalitzada, un bé específic i indispensable.
- La mateixa societat està legitimada per exigir als professionals que proporcionen eixe bé específic, reclamant qualitat.

³Good Design Award és un sistema de promoció del disseny que recull el bon disseny des de la seua varietat de disciplines, i té com a objectiu enriquir les nostres vides, les indústries i la societat en el seu conjunt. Està patrocinat per l'Institut Japonès per a la Promoció del Disseny. Aproximadament 1.200 dissenys són reconeguts cada any. Des de fa 59 anys, al voltant de 43.000 dissenys han estat reconeguts pels premis. «G-Mark» és el símbol del premi que reconeix un bon disseny.

- El professional ha de tenir vocació, és a dir, comptar amb les aptituds requerides per oferir eixebé a la societat, i ha de ser conscient del valor del servei anteposant-lo al seu interès egoista.
- Els professionals formen amb els seus col·legues un col·lectiu que habitualment té forma de col·legi professional des d'on es proposen activitats d'interès professional, codis ètics, etc.
- L'ingrés a una professió suposa un factor d'identitat social i de pertinença al grup.
- El compromís amb la societat exigeix l'excel·lència, és a dir el bon exercici de l'activitat, en l'ethos professional.

Així el terme professió queda definit per Cortina (2000) com: «una actividad social cooperativa, cuya meta interna consiste en proporcionar a la sociedad un bien específico e indispensable para su supervivencia como sociedad humana, para lo cual se precisa el concurso de la comunidad de profesionales que como tales se identifican ante la sociedad» (p. 15).

En base a aquesta definició, la professió del disseny hauria de reflexionar, com activitat social compromesa amb la satisfacció de les necessitats, sobre si la meta interna perseguida pot garantir la supervivència de tota la societat humana o sols d'uns pocs.

7.2.2 Principis morals i paradigmes ètics per al disseny sostenible

Entenem l'ètica com un saber pràctic, una disposició racional apropiada per l'acció. El seu objecte és el deure però, més que tenir un caràcter prescriptiu, ens ha de portar a preguntar-nos *per què he de fer-ho?* i not tant *què dec fer?* (Cortina, 1986/1996).

Alguns dels manifestos i declaracions que emanen de l'àmbit del disseny, aporten prescripcions o principis morals (com a actes lliures i responsables del què s'hauria de fer) fonamentats en l'ètica de la sostenibilitat, la qual regula com hauria ser l'ethos dels professionals que es dediquen al disseny sostenible. A continuació analitzem alguns exemples:

- **Kyoto Design Declaration**, declaració de compromís signada en 2008 per tots els membres de Cumulus⁴. El principal objectiu d'aquesta declaració és actuar conjuntament compartint la

⁴Cumulus és una associació internacional de universitats i escoles d'art, disseny i media. Més informació en: <http://www.cumulusassociation.org>

responsabilitat global per a la construcció de societats sostenibles, creatives i centrades en els humans. Els punts a destacar són (Cumulus, 2008):

- *Proposta de nous valors, formes de pensar, de viure i d'adaptació al canvi.* El disseny s'entén com un procés innovador centrat en l'ésser humà i un mitjà per crear valors socials, culturals, industrials i econòmics al servei de la millora de la qualitat de vida.
- *Una època de desenvolupament centrada en l'ésser humà.* El canvi de paradigma tecnològic comporta una «cultura de la productivitat» de símbols i valors intangibles, generadors de noves maneres de viure, que releguen els valors materials i visibles del productes. Es remarca la importància de revitalitzar i ampliar les tradicions culturals.
- *Redefinició dels rols dels dissenyadors.* Més lligats a les noves oportunitats i demandes i al compromís de generar solucions per a un futur sostenible.
- *Promoció dels ideals del desenvolupament sostenible i de la responsabilitat global.*
- *El design thinking centrat en l'humà, sota els principis universals i sostenibles, té el poder de millorar radicalment el nostre món.* Pot oferir beneficis econòmics, ecològics, socials i culturals per a totes les persones, millorar la nostra qualitat de vida i crear optimisme sobre el futur i la felicitat individual i compartida.

□ **The Berlin Manifesto: Social Transformation for Sustainable Design**, és un manifest realitzat per Ashton i Kubik (2009) per la *Third International Conference on Design Principles and Practices*, realitzada en Berlin en febrer de 2009. Els autors consideren que la transformació social es podria realitzar integrant els següents principis en la pràctica del disseny i en les institucions:

- *Principis per la pràctica del disseny:*
 - * La terra és un sistema finit i és un model per al disseny.
 - * La responsabilitat primària dels éssers humans és l'administració universal.
 - * En una ètica d'estar en el món en lloc de dominació sobre el món.
 - * Cal reconèixer que som part dels sistemes naturals.

- * Hem de integrar-nos en els processos naturals.
- * Cal respectar la diversitat i complexitat dels sistemes naturals.
- * Hem d'emular el flux cíclic dels sistemes naturals, retornant l'excedent al conjunt de nutrients.
- * Cal aconseguir un equilibri entre l'ús dels recursos i la capacitat dels sistemes per regenerar-se.
- * Cal basar-se en les corrents d'energia natural seguint el principi de la física de l'acció mínima.
- * Cal minimitzar l'entropia.
- * Cal fomentar un màxim d'intercanvi immaterial a escala global (les idees, coneixements tècnics, etc.).
- * Hem de lluitar per l'equitat social.

– *Principis per un canvi institucional cap a societats sostenibles:*

- * La creació de sistemes de salut universals.
- * L'establiment de sistemes de subministrament de tecnologia per l'alimentació i la nutrició.
- * Una agricultura basada en els sistemes naturals.
- * L'educació per a la sostenibilitat.
- * L'establiment d'un sistema monetari basat en els recursos naturals i humans.
- * L'establiment d'una economia estacionària, no basada en el creixement.
- * El desenvolupament de diverses fonts d'energia.
- * El desenvolupament de sistemes d'abastament de recursos que redueixin al mínim el consum d'energia.

□ **Hannover principles, design for sustainability**, document preparat per a l'EXPO 2000 en Hannover, Alemanya, per William McDonough (1992):

1. Insistir en els *drets de la humanitat i la natura* per coexistir en condicions sanes, apoderades, diverses i sostenibles

2. *Reconèixer la interdependència* amb el món natural.
3. *Relacions de respecte entre esperit i matèria.* Considerar tots els aspectes dels assentaments humans incloent les comunitats, l'habitatge, la indústria i el comerç en termes d'existència i d'evolució de les connexions entre consciència espiritual i material.
4. Acceptar la *responsabilitat de les conseqüències de les decisions de disseny sobre el benestar humà, la viabilitat dels sistemes naturals* i el seu dret a coexistir.
5. Crear *objectes segurs a llarg termini*, per a no carregar a les generacions futures.
6. *Eliminar el concepte de residu*, avaluar i optimitzar el cicle de vida complet dels productes i processos, com fan els sistemes naturals.
7. Confiar en els *fluxos d'energia naturals*.
8. Comprendre les *limitacions del disseny*, cap creació humana dura per sempre i el disseny no resol tots els problemes. Practicar la humilitat davant la natura.
9. Millorar constantment mitjançant *l'intercanvi de coneixements*. Fomentar la comunicació directa i oberta entre col·legues, clients, fabricants i usuaris per vincular les consideracions sostenibles a llarg termini amb responsabilitat ètica.

□ **1000 Words: A Manifesto for Sustainability in Design** (Chochinov, 2007), algunes de les idees que es desprenen dels principis d'aquest manifest són:

- *No deteriorar l'entorn* prioritzant els valors econòmics.
- *Deixar de produir escombraries.*
- Dissenyar sistemes abans que artefactes, serveis abans que productes. *El disseny és un mitjà no una fi.*
- *Ensenyar el disseny des de la cultura de la sostenibilitat.* Valorar costos i beneficis a l'hora de dissenyar productes.
- *Dissenyar per reparar*, per tal d'afermar les capacitats i el saber fer de les persones i potenciar el coneixement de com funcionen les coses.
- *Dissenyar per a la impermanència.*

7. Resignificar el concepte de disseny sostenible

- Dissenyar *solucions equilibrades* al seu problema, tenir en compte el balanç de necessitats.
- *Reflexionar sobre els impactes* dels nostres productes, millor quantificar-lo abans que produir-lo.
- *No sobreposar la visió antropocèntrica* de dissenyar per a les persones, abans haurem de solucionar problemes més grans com la crisi ambiental.
- *Dissenyar tenint en compte el context* i no a un mateix.

L'objecte de l'ètica és fonamentar els principis morals que guien l'acció. Així, per a una transformació sostenible de les nostres societats, és essencial la definició d'un model ètic que oriente aquest procés de canvi (desenvolupament sostenible). Així, i en base al marc teòric aportat, considerem que són dos els paradigmes ètics des d'on realitzar aquesta fonamentació moral:

- **En matèria de sostenibilitat** (ètica de la sostenibilitat) comptem, entre d'altres, amb la Carta de la Terra, que té com a missió establir una base ètica sòlida per a la societat i ajudar en la construcció d'un món sostenible, basat en el respecte cap a la naturalesa, els drets humans universals, la justícia econòmica i una cultura de la pau.
- **En matèria de solidaritat** (ètica de la solidaritat), hem vist com l'economia solidària regula la seua activitat sota principis rectors, valors ètics de caràcter universals, com ara la justícia, l'equitat, la cooperació, etc. Aquest marc ètic té per objecte la cooperació recíproca entre éssers humans per augmentar el bé col·lectiu, i fer el bé al major número de persones, per tant, parlar de moral solidària, és parlar d'un conjunt de valors i principis que haurien d'inspirar la pràctica del bé comú.

Treballant des d'aquesta doble base ètica, solidària i sostenible, es possibilita la definició dels preceptes morals que deuríem orientar la pràctica del disseny cap a un desenvolupament humà més just alhora que harmoniós amb la natura.

7.3 Nocions bàsiques per a un disseny per al desenvolupament humà sostenible i solidari

A partir de la informació vista fins ara, extraiem les següents proposicions que assenten les bases per possibilitar la pràctica d'un disseny per al desenvolupament humà sostenible i solidari:

- La pràctica del disseny, i per tant els productes derivats d'ella, es fonamenta sota una doble base ètica, solidària i sostenible, des d'on es definiran els preceptes morals necessaris per caminar cap a una desenvolupament humà més just i sostenible.
- El disseny és una pràctica integrada en les activitats econòmiques de producció, distribució i consum, i com a tal, ha d'integrar-se en un nova racionalitat econòmica sostenible i solidària. Un bon marc per transformar l'actual sistema de creixement insostenible és l'economia social i solidària, la qual fonamenta la seua acció en base a uns principis i valors ètics.
- El mercat social es configura com un espai d'intercanvi de satisfactors de necessitats (béns i serveis) per al desenvolupament humà sostenible, entès com el procés d'expansió de les capacitats de les persones que amplien les seues opcions i oportunitats en harmonia amb els sistemes naturals. La pràctica del disseny, entès com a procés creatiu i transmissor de valors culturals, en el mercat social implica la internalització dels seus principis.
- Les necessitats instrumentals són constructes històrics-socials i per tant són susceptibles de transformació, a l'igual que els seus satisfactors. Per tant la construcció d'un sistema de necessitats en un nou metabolisme sacionatural ha d'emanar del foment de les capacitats per al desenvolupament humà des d'una cultura de la sostenibilitat i de la solidaritat.
- La revolució cultural haurà de restituir el valor simbòlic i d'utilitat dels productes front a la lògica del mercat i de l'estatus social.
- Els professionals del disseny tenen la capacitat de concebre i donar forma a productes (satisfactors de necessitats instrumentals) materials i immaterials (béns i serveis) que resolguen els problemes humans a gran escala i contribuïsquen al benestar social i ambiental.

7. Resignificar el concepte de disseny sostenible

- La sostenibilitat en el disseny s'entén des d'una visió forta i ecològica, perquè promulga un canvi en el metabolisme socionatural i una transformació urgent dels valors, estils i hàbits de vida dominants. Sense aquesta transformació no és possible parlar de sistemes sostenibles.
- La sostenibilitat en el disseny s'entén com un estat dinàmic i des d'un enfocament integral i multisistèmic que ha de tenir en compte les interrelacions de tots els seus components (econòmic, ambiental, social, cultural i ètic) a l'hora de concebre, planificar i crear els productes, adaptant la importància relativa dels distints components a les diferents realitats socials.
- El bon (entès com a bondat) disseny és un disseny perfeccionat, més humà, saludable i ecològic. La seua pràctica combina la racionalitat, objectiva i tangible, de la ciència, amb la part emocional, subjectiva i intangible, del comportament humà, la qual cosa fa que la recerca de solucions, necessàriament, ha de comprendre el problema de manera integral, incorporant en els processos projectuals tant els valors tangibles com els intangibles del producte.
- Pels propòsits esmentats, i per tal d'evitar males interpretacions conceptuals, considerem apropiada l'ampliació del terme *disseny sostenible* a *disseny per al desenvolupament humà sostenible i solidari*.

El món de disseny ha de prendre consciència del que suposa treballar amb el concepte de sostenibilitat, cercant aquells principis morals que, d'alguna manera, promouen altres valors per la construcció de societats més justes i harmòniques amb la natura. Com s'ha comentat anteriorment, l'economia solidària té el repte d'integrar les economies informals per considerar que són l'essència de moltes de les innovacions socials que avui en dia es fan per la transformació de la societat. Així, en el següent apartat, s'analitzaran els principis ètics que orienten la pràctica d'alguns dels moviments socials actuals, així com també d'algunes de les tendències en el disseny que s'han originat a partir d'aquests, i que possibiliten la construcció d'escenaris sostenibles. A partir de l'observació de les estratègies emprades en l'acció social s'extrauran alguns dels principis i criteris que guiaran la pràctica d'un disseny sostenible i solidari.

7.4 Escenaris socials per a la pràctica d'un disseny sostenible i solidari

Les pràctiques creatives, siguen artístiques o projectuals, ens ajuden a imaginar nous escenaris per a transformar la vida, la força per al canvi i la manipulació de l'entorn són l'essència de la seua existència. A l'igual que construïm imaginaris col·lectius i identitats, a partir de l'ús de codis culturals i semiòtics, també ens és possible qüestionar-los, criticar-los i replantejar-los, des d'una perspectiva de canvi social i cultural.

La situació actual d'emergència social i ambiental ha donat força al sorgiment d'iniciatives en molts àmbits, també en el disseny, que en molts casos tenen el seu origen en moviments socials més amplis o consolidats, i que comparteixen l'objectiu comú de construir una cultura alternativa, de base transformadora, que cerca millorar les condicions de vida en el planeta des d'un desenvolupament sostenible de la societat. Per poder construir aquesta nova cultura de la sostenibilitat és important conèixer quins són els agents que actualment estan treballant activament per aconseguir-la, tant des de la millora del capital social⁵ com del capital natural⁶.

Per facilitar la visibilització i conèixer la base que guia l'acció d'aquestes iniciatives transformadores, s'han organitzat en base al major impacte que la seua praxis realitza sobre els diferents components que conformen el prisma de la sostenibilitat (veure figura 7.2 a la pàgina següent). Aquesta categorització no s'ha d'entendre de manera absoluta, doncs en moltes ocasions el propi context de les iniciatives socials fa que es tinga que focalitzar l'acció sobre problemàtiques concretes, la qual cosa no significa que no puguem compartir molts principis i valors amb altres iniciatives. Molt al contrari, considerem que la suma d'accions i d'estratègies permeten la construcció de societats sostenibles, la qual cosa queda representada en el pic del prisma on es situa la sostenibilitat integral.

En referència a la necessitat de visibilitzar aquestes pràctiques transformadores que transiten cap a la sostenibilitat, Ezio Manzini (2015), en la presentació del seu llibre «Cuando todos diseñan»,

⁵Conjunt de normes, xarxes i organitzacions construïdes sobre relacions de confiança i reciprocitat, que contribueixen a la cohesió, el desenvolupament i el benestar de la societat, així com a les capacitats dels seus membres per actuar i satisfer les seues necessitats de forma coordinada en benefici mutu. (Alberdi i Pérez de Armiño, 2005, traduït)

⁶També anomenat capital ambiental, fa referència a l'estructura i funcionament (processos i interaccions) dels ecosistemes que determinen la seua integritat i resiliència ecològica.

7. Resignificar el concepte de disseny sostenible

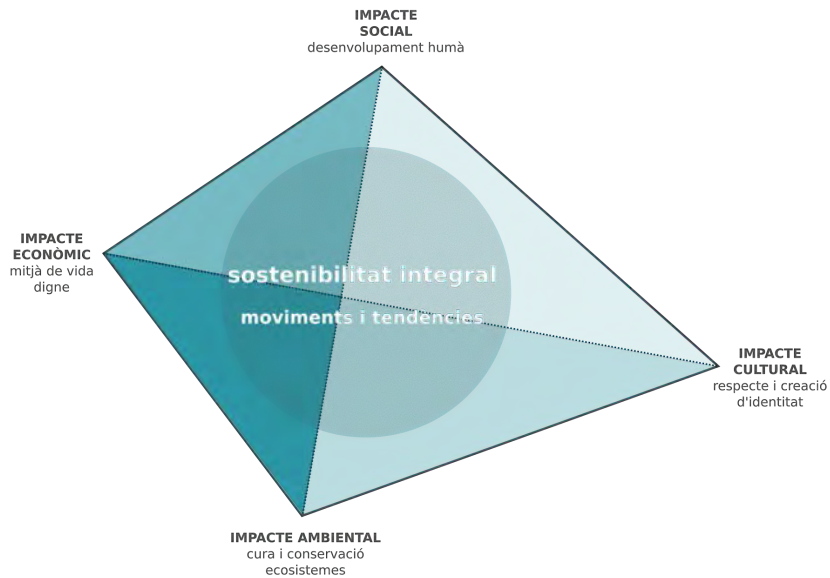


Figura 7.2: Prisma de la sostenibilitat. Adaptat de Spangenberg i Valentin (1999)

apunta:

Este libro se ocupa del diseño y del profundo cambio social que tiene lugar en un mundo conectado e inmerso en una transición hacia la sostenibilidad: un mundo en el que todos, lo quieran o no, se ven en la necesidad de diseñar y de rediseñar de forma continua su existencia, en el que convergen iniciativas que dan lugar a grandes cambios sociales; un mundo donde el papel de los expertos en diseño no es otro que impulsar y apoyar proyectos individuales y colectivos y, en consecuencia, contribuir a las transformaciones que puedan derivarse de ellas. (p. 8, cursives de l'autor)

L'autor considera el *disseny per a la innovació social*⁷ com detonant i suport per al canvi social, el qual, més que d'una metodologia, requereix d'una nova cultura, d'una altra manera de mirar el món i de veure el que pot fer el disseny amb i per a les persones.

L'observació de la innovació social generada des dels nous moviments socials transformadors

⁷Manzini (2015) defineix el disseny per a la innovació social como tot allò que el disseny expert fa per activar, mantindre i orientar els processos de canvi social que porten a la sostenibilitat.

ens aportarà les estratègies necessàries que possibiliten un nou disseny per al desenvolupament humà més solidari i sostenible.

7.4.1 Economies informals, moviments socials i acció col·lectiva

En capítols anteriors hem vist com un dels reptes de l'economia solidària és adaptar el balanç social a les economies informals, i per tant, d'establir criteris i indicadors que recolzen la integració de la seua pràctica en els processos d'avaluació i anàlisi. Aquestes economies informals són l'essència de moltes de les innovacions que avui en dia es fan a nivell comunitari (com ara les xarxes d'intercanvi de béns i serveis, els grups de consum agroecològic, etc.) formant part del metabolisme sacionatural i d'un nou sistema de necessitats gestat a partir d'una nova cultura de la sostenibilitat i la solidaritat. És per això, que considerem fonamental l'estudi d'aquests moviments socials, de les creences compartides i els valors que mouen els processos de treball, així com dels productes resultants com a portadors de significats simbòlics i, per tant, dels criteris a tenir en compte en els processos de disseny.

En els últims temps, l'expansió de la globalització i el capitalisme ha provocat l'emergència de nous moviments socials que busquen la transformació de la societat com són l'economia solidària o els moviments altermundistes. Les característiques comunes d'aquests tipus de moviments es poden resumir en tres objectius bàsics: el consum col·lectiu en contra del consum privat en base al nivell d'ingrés, la cultura comunitària en contra de l'estandardització cultural i l'autogestió política al marge dels sistemes imperants (Cucó, 2004).

La sociòloga Elizabeth Jelin (1986) defineix els moviments socials com "acciones colectivas con alta participación de base que utilizan canales no institucionalizados y que, al mismo tiempo que van elaborando sus demandas, van encontrando formas de acción para expresarlas y se van constituyendo en sujetos colectivos, es decir, reconociéndose como grupo o categoría social" (p. 18). El seu enfocament dels moviments socials mostra el caràcter socio-dinàmic dels moviments en comparació de la resta de les accions col·lectives.

Ibarra, Goma i Martí (2002) amplien el concepte a un actor polític de caràcter mobilitzador, i per tant espai de participació, que persegueixen accions de canvi de manera més o menys continua i a

través de la intervenció en:

- En l'àmbit simbòlic perquè és un conjunt de narracions basades en registres culturals, prescripcions i explicacions per afrontar determinats conflictes i organitzar la modernitat.
- En l'àmbit interactiu perquè és un conjunt de normes que de manera informal o formal defineixen l'acció.
- En l'àmbit institucional perquè incideix i impacta de manera que transforma i canalitza les conductes dels actors a través d'accions no convencionals, generalment disruptives.
- En l'àmbit substantiu perquè és una eina de canvi de la realitat.

En l'actualitat nombrosos moviments, com ara el decreixement, la permacultura o els moviments de transició, són exemples d'acció col·lectiva encaminada a aconseguir canvis estructurals. Encara que per si sols ben just poden influir en el sistema econòmic global, tenen la capacitat d'innovar i inspirar la construcció de nous espais socials demostrant que altres maneres de viure, de consumir i de pensar les relacions econòmiques són possibles (Sempere, 2006). Així, la re-culturització comença a obrir-se camí quan un grup de persones decideix trencar les regles establertes o, en el cas de les societats capitalistes, els principis emanats pel mercat, com és el cas de la FESC, Fira d'Economia Social i Solidària de Catalunya, que es realitza anualment en Barcelona (veure figura 7.3 a la pàgina següent), i la qual, en la seua edició de 2015, van participar quasi 200 entitats i es van rebre al voltant de 20.000 visitants.

El sociòleg italià Melucci (1989, citat en Chihu, 2000) ens ofereix algunes claus per entendre l'acció col·lectiva, com a construcció social de la identitat on està present la solidaritat, i els moviments socials com a generadors d'ella. Per al constructivisme social, tota col·lectivitat es converteix en un artefacte social, és a dir, una entitat modelada d'acord amb els principis culturals i els centres de poder dominants. L'autor considera que els moviments socials actuals produeixen canvis a dos nivells:

1. *Produeixen efectes visibles en les institucions socials.* Es distingeixen tres tipus d'efectes:

- Canvis en les institucions, redefinint les pràctiques organitzacionals a l'adoptar les innovacions aportades per aquestos moviments.



Figura 7.3: Cartell publicitari de la FESC de 2015

- Selecció de noves elits en l'interior dels moviments i que són més receptives a les demandes.
- Producció d'innovacions culturals, noves formes de comportament i de relacions socials, que després es dispersen pel sistema social a través del mercat i de les pràctiques de la vida diària.

2. *Funcionen com a signes produint desafiaments simbòlics que rebutgen els codis culturals dominants.* Aquest repte es produeix de tres maneres:

- Anunciant a la resta de la societat la possibilitat de nous marcs de significat alternatius als dominants.
- Revelant la irracionalitat dels codis culturals dominants.
- Establint el desafiament simbòlic mitjançant tècniques diverses de representació: llenguatges expressius, teatre, vídeo i imatges en general.

Per fer possible la transformació de la societat, el disseny sostenible i solidari ha de recrear l'imaginari cultural d'aquesta nova ciutadania activa, generant productes que siguin capaços de reforçar les dinàmiques socials, culturals i polítiques. Amb la mirada dirigida cap als nous escenaris amb capacitat transformadora hem de ser capaços de potenciar aquelles estratègies i pràctiques projectuals en el disseny, la finalitat de les quals, siga generar una visió prospectiva encaminada a la construcció d'una nova cultura de l'habitar en el món.

7.4.2 Moviments socials i tendències en el disseny per a la transformació social sostenible

En base als impactes que genera la pràctica col·lectiva sobre els diferents components del prisma de la sostenibilitat (veure figura 7.2 a la pàgina 160) situarem alguns dels moviments socials que actualment ens aporten, des del plànol de lo simbòlic i el desafiament d'allò imposat, estratègies per la construcció d'una cultura de la sostenibilitat i la solidaritat.

També es mostren algunes de les tendències en el disseny (que no exclusives d'ell) que han sorgit arran d'alguns dels moviments socials esmentats. Totes elles han desenvolupat una consciència crítica i una actitud creativa envers les necessitats que demanda la comunitat, focalitzant la seva creació i producció a partir d'un paper actiu del disseny com a mediador social.

Aquestes tendències són una font d'inspiració per la generació d'un nou sistema de necessitats des d'una cultura de la sostenibilitat. Així, a partir de l'anàlisi de les estratègies i principis morals que regulen la seua pràctica, es poden extraure alguns dels principis i criteris que regularan la pràctica d'un disseny per al desenvolupament humà sostenible i solidari. Per facilitar aquesta tasca es realitzaran quadres de síntesis de cada una de les iniciatives esmentades.

7.4.2.1 Impacte ambiental: moviments i tendències per una ecologia social

Són molts els moviments que tenen com a base el conflicte ambiental i que tenen com a nucli central la defensa del medi ambient, la conservació dels recursos naturals i la preservació de la qualitat de vida en general. No obstant això, i depenent de l'òptica adoptada i la línia de pensament que domina la seua acció, varia l'enfocament del moviment i es prioritza una problemàtica sobre altra. En aquest treball ens interessa especialment l'ecologisme social, per tenir un enfocament més humanista de les relacions amb del medi ambient, i on la societat s'integra sota els principis de la sostenibilitat forta. Aquests moviments entenen que els problemes mediambientals tenen els seu origen en el model de producció i consum de l'actual sistema econòmic i que per tant és necessària la seua transformació per iniciar projectes alternatius de vida com a punt de partida per a la construcció d'una altra societat sostenible amb el seu entorn. Aquestes noves formes *d'estar en el món* no solament impliquen la defensa del medi ambient sinó també la construcció d'una nova cultura de l'habitar que

DECREIXEMENT	Objectius	Estratègies
Sempere, 2009 D'alisa et al. 2014/2015 Latouche, 2010/2011 Schneider et al. 2010	Abolició del creixement econòmic i ruptura d'hàbits de consum. Noves maneres de viure basades en el compartir, la simplicitat, la convivencialitat, la cura i el procomú.	<ul style="list-style-type: none"> - Ecoeficiència: implicació tecnològica per la disminució dels fluxos d'energia i ús de recursos. - Cultura de la suficiència i autocontenció: abstenció de consums excessius i revolució cultural del benestar basat en les relacions de reciprocitat (cura personal, exercici, conversació,...) i no sols en intercanvis monetaris. - Racionalitat ecosocial: conductes econòmiques amb menys necessitat de recursos materials i petjada ecològica. - Autonomia: capacitat d'un col·lectiu per decidir el seu futur, ús d'eines convivencials, comprensibles i controlables pels usuaris. - Desplaçament de la producció per a l'intercanvi a la producció per a l'ús. - Antiutilitarisme: foment de l'intercanvi de béns. - Formes del procomú: connexions i relacions entre les persones. - Relocalització de l'economia i reducció d'escala, foment de la comunitat: monedes comunitàries, bancs del temps i sistemes d'intercanvi local. - Disminució del consum, contracció de l'esfera del mercat i desmaterialització de la producció. - Foment dels "béns relacionals": atencions, cures, coneixements, participació, nous espais de llibertat i d'espiritualitat, etc.

Taula 7.1: Objectius i estratègies del moviment de decreixement

integre tots els àmbits de la vida: social, cultural, econòmic i ambiental. Així entre els moviments d'ecologia social destaquem el decreixement, la permacultura i els moviments de transició.

- **Decreixement:** el concepte es remunta als anys 70 però la seua expansió com a moviment es situa a principis de s.XXI en França, amb la publicació del llibre *Objectif décroissance* (Objectiu decreixement). Els seus principis es troben en els corrents del postdesenvolupament i en la divulgació de l'obra de François Partant, considerat un dels autors més rellevants d'aquesta corrent junt amb Serge Latouche, membre de l'associació *Ligne d'Horizon* i un dels fundadors del moviment de decreixement. Encara que existeixen diferents enfocaments dins del decreixement, tots comparteixen uns principis comuns com l'autogestió i l'autoorganització en les pràctiques col·lectives amb l'objectiu de construir alternatives, de producció i consum, cooperatives i democràtiques. Altres preocupacions comunes són: la mercantilització de la vida, l'estandardització cultural, la crítica al desenvolupament econòmic actual i la simplicitat voluntària (Bellver, 2012). S'amplia informació sobre el moviment, objectius i estratègies, en la taula 7.1.

7. Resignificar el concepte de disseny sostenible

PERMACULTURA	Objectius	Estratègies
Holmgren, 2007	Disseny conscient de paisatges que imiten els patrons i relacions de la naturalesa. El desenvolupament sostenible per cobrir les necessitats humanes, dins dels límits ecològics, requerís d'una revolució cultural.	<ul style="list-style-type: none"> - Ètica comunitària: 1/ Cura de la terra: reconstrucció capital natural; 2/ Cura de les persones: cura de si mateixa, dels éssers estimats i de la comunitat; 3/ Compartir amb equitat: redistribució d'excedents (limitar el consum i la reproducció). - Principis de Design thinking, pensament sistèmic: <ul style="list-style-type: none"> - Observar i interactuar, saber fer ús de les capacitats de les persones. - Captar i emmagatzemar energia, renovables, aigua, etc. - Obtindre un rendiment, autosuficiència econòmica. - Aplicar autoregulació i acceptar retroalimentació, eficiència energètica. - Usar i valorar els serveis i recursos naturals. - Prevenció de residus. - Dissenyar des dels patrons, visió sistèmica, cap als detalls. - Integrar més que segregar, complexitat de les relacions i no dels detalls per separat (visió reduccionista). Relacions cooperatives. - Usar solucions lentes i a escala. Sistemes menuts i locals. - Usar i valorar la diversitat ambiental i humana. - Dissenyar en les vores i valorar els margens i els invisibles. - Usar i respondre creativament al canvi.

Taula 7.2: Objectius i estratègies del moviment de permacultura

- **Permacultura:** concepte encunyat en els anys 70 per Bill Mollison i David Holmgren en resposta als conflictes sorgits arran l'ús de productes químics en la agricultura intensiva. La permacultura es defineix com un sistema, basat en els principis de l'ecologia, per dissenyar espais humans sostenibles i perdurables. És un moviment amb una gran expansió arreu del món, molt lligat al moviment d'ecoviles⁸, i amb un gran potencial transformador i alliberador, atès que els seus valors ètics promouen la diversitat, horitzontalitat i l'autogestió mitjançant la sobirania alimentària, l'accés a les energies lliures i renovables, la construcció natural i el desenvolupament comunitari. S'amplia informació sobre el moviment, objectius i estratègies, en la taula 7.2.
- **Cultura de transició:** comença com un experiment social en la ciutat de Totnes (Regne Unit) cap a 2006 a partir de la ideologia de permacultura i buscant solucions a un món sense petroli. A partir d'aquí ha anat creixent la xarxa d'iniciatives en transició fins a superar les 2000 arreu del món. La publicació del Manual de Transició (veure figura 7.4 a la pàgina 168)ens aporta

⁸Segons la definició de la xarxa Global Ecovillage Network, una ecovila és una comunitat intencional o tradicional que, utilitzant processos de participació local, integra de manera holística les dimensions de la sostenibilitat, ecològica, econòmica, social i cultural, amb la finalitat de regenerar els entorns socials i natural. Més informació en: gen.ecovillage.org

les següents premisses (Del Río, 2012):

- Que cal prevenir davant la possibilitat del inevitable i dramàtic descens del consum energètic.
- Que la falta de resiliència actual invalida a les comunitats actuals per afrontar els xocs que provocarà el pic de producció del petroli.
- Que l'actuació col·lectiva és urgent.
- Que alliberant la creativitat de la comunitat podem dissenyar el nostre descens energètic i construir maneres de vida més connectades i conscients amb els límits físics del nostre planeta.

En l'àmbit del disseny, els corrents ambientalistes són també molt diversos, no obstant això comparteixen la preocupació per la minimització de l'impacte ambiental dels productes que generen. Segons siga la línia de pensament que dirigeix la seua pràctica destaquem, entre d'altres: l'eco-disseny i el disseny de transició que, com el seu nom indica, té el seu origen en els moviments de transició.

- **Disseny de transició (transition design)**, és una pràctica emergent per crear estils de vida alternatius en harmonia amb la natura. Les metodologies utilitzades són participatives, col·laboratives i interdisciplinars, des d'on es prioritza l'acció directa, i en consens, dels agents que han d'intervindre sobre una situació o problema a resoldre. Es consideren importants les aportacions que pot oferir el camp del disseny en la transformació social i ambiental cap a paràmetres de vida més sostenibles. S'amplia informació sobre la tendència, objectius i estratègies, en la taula 7.3 a la pàgina 169.
- **Ecodisseny**, entès com totes aquelles accions orientades a la millora ambiental del producte en tot el seu cicle de vida, des de l'etapa inicial del disseny fins a en l'etapa final del tractament dels residus. En els últims anys s'ha detectat un augment del consum de productes ecològics i del naixement d'empreses verdes a causa del creixement social de la consciència ecològica. Aquest fet, que en principi sembla positiu, amaga estratègies publicitàries de rentat

Manifest del Moviment de Transició

El moviment de transició és un gran experiment social que existeix en més de 40 països, actualment n'hi ha més de 50 grups en Espanya. L'objectiu és **donar resposta a problemes socials i ambientals** mitjançant una economia a escala local, reconstruint la resiliència de les comunitats i dissenyant noves maneres de viure alternatives al consumisme com el decreixement o la permacultura.

Els seus **principis** per a l'acció són:

- Transició des d'allò material i crematístic...a allò **humà**.
- Des del consumisme al **consum responsable**.
- Des de la innovació a curt plaç, com l'obsolescència programada, a les **4 erres** (reduir, reutilitzar, reciclar, i restaurar)
- Des del productivisme global a la **producció local**.
- Des de l'antropocentrisme exclusiu a **l'ecocentrisme**.
- Des de la competitivitat a la **cooperació**.
- Des del individualisme autista a **l'ajuda mútua**.
- Des de l'egoisme monetarista als **béns relacionals**.
- Des de l'estat de benestar al **bon viure**.
- Des de la mega-ciutat parasita a **l'agroecologia**.
- Des del monopoli al **polipoli**.
- Des del monocultiu al **policultiu**.
- Des del pensament únic a la **diversitat cultural**, llingüística i biològica.
- Des de la nefasta revolució verda, la biopirateria i el "damping" a la **soberania alimentària**.
- Des de l'extractivisme, rapaç, usurpador i cleptòman a la **cura i respecte de la pacha mama**.
- Des del despilfarrament esquilmador... a la **sencillesa voluntària**.
- Des de la mania de la hegemonia... a la **convivència biosfèrica**.
- Des del masclisme patriarcal a una societat on la **relació home-dona siga totalment horitzontal**.
- Des de la meditació divina a la **reflexió humana i naturista**.
- Des de les guerres militars i econòmiques a la **pau** entre totes les persones i animals.

En una paraula **és necessària i urgent una transició des del decreixement infeliç al decreixement feliç**.

Figura 7.4: Manifest del moviment de transició. Adaptat de García Camarero (2015)

DISSENY DE TRANSICIÓ	Objectius	Estratègies
La premissa central és la necessitat de realitzar una transició de la societat cap a un futur més sostenible, argumentant que el disseny té un paper clau. Aplica una visió sistèmica i d'interconnexió dels sistemes socials, econòmics, polítics i naturals per fer front als problemes i millorar la qualitat de vida. (Irwin, Tonkinwise, Kossoff, 2015)	La sostenibilitat s'aconsegueix mitjançant la creació de nous escenaris i estructures organitzatives que possibiliten modificar estils de vida, més senzills, participatius i en harmonia amb els sistemes naturals.	<ul style="list-style-type: none"> - Teoria de sistemes vius: com a patrons dinàmics. Principis com l'autoorganització, l'emergència, la resiliència, la simbiosi i la interdependència, entre d'altres, pot servir com a punts de suport per iniciar canvis en sistemes complexos - Noves idees i visions de futurs sostenibles - Saviesa indígena: coneixement lent, local i relació simbiòtica amb la natura. - Localisme cosmopolita, pensar global, actuar local - Dissenyar per a la vida quotidiana - Comunitats autoorganitzades per satisfer les seues necessitats. - Teoria de la pràctica social: identificar oportunitats d'innovació, mitjançant etnografies, per dissenyar formes de vida més sostenibles. - Economia alternativa, altres intercanvis més justos fora del paradigma dominant. - Visió holística del món i no mecanicista i reduccionista.

Taula 7.3: Objectius i estratègies del disseny de transició

d'imatge, més conegut per greenwashing⁹, basades exclusivament en el benefici econòmic de les empreses que anuncien productes sostenibles o ecològics.

No obstant això, l'objectiu fonamental de l'ecodisseny és facilitar als dissenyadors una sèrie d'estratègies per la minimització de l'impacte ambiental, facilitant la seua integració en el procés projectual. Com ja s'ha comentat anteriorment quan, a més, es té en compte la millora del capital social, cultural i econòmic anem més enllà de l'ecodisseny i entrem en l'àmbit del disseny per la sostenibilitat. S'amplia informació sobre l'ecodisseny, objectius i estratègies, en la taula 7.4 a la pàgina següent.

7.4.2.2 Impacte cultural: moviments i tendències en defensa d'una cultura lliure i local

Per delimitar aquest escenari definim el terme 'cultura' com el conjunt d'idees compartides al voltant de com és el món i com hauria de continuar sent; és a dir els mapes cognitius, normes, valors i

⁹Segons la wikipedia el *Greenwash o Greenwashing* és un terme que descriu l'ús enganyós de màrqueting verd per a promoure una percepció errònia de que las polítiques o els productes d'una companyia són correctes des del punt de vista mediambiental. Greenpeace porta més de 25 anys denunciant aquestes pràctiques, en 2012 va publicar l'informe *Greenwash+20 How some powerful corporations are standing in the way of sustainable development*, des del que continua denunciant les pràctiques deshonestes de moltes grans companyies que venen una imatge verda a través de la publicitat però que, en la seua pràctica diària, es comporten de manera totalment insostenible.

7. Resignificar el concepte de disseny sostenible

ECODISSENY	Objectius	Estratègies
Totes aquelles accions orientades a la millora ambiental del producte en l'etapa inicial del disseny, mitjançant la millora de la funció, selecció de materials menys impactants, aplicació de processos alternatius, millora en el transport i en l'ús i minimització dels impactes en l'etapa final del tractament (Rieradevall i Vinyets, 1999; Viñolas, 2005)	Redefinició i reformulació dels models de diàleg i de les metodologies existents entre la cultura del projecte i la de l'empresa. L'evolució cap a una societat més sostenible, fent partícips a tots els agents involucrats: dissenyadors, industrials, polítics i consumidors.	<ul style="list-style-type: none"> - Millores en el concepte de producte/sistema (desmaterialització, multifunció, ...). - Selecció de materials menys impactants. - Prevenció impacte de producció i distribució. - Millora en l'ús del producte (durabilitat, atemporalitat, ús d'energies alternatives, modularitat,...). - Minimització de l'impacte i de la seua eliminació.

Taula 7.4: Objectius i estratègies de l'ecodisseny

visions del món (Garvía, 1998) i les maneres de viure i costums, coneixements i graus de desenvolupament artístic, científic, industrials, en una època, grup social, etc.

Aquesta definició permet tant la producció com la transformació de la cultura, en tractar-se d'alguna cosa viva, dinàmica i en constant moviment. En la nostra societat de consum, la cultura s'ha convertit en una nova forma de dominació ideològica, és per açò, que són molts els moviments socials que reaccionen contra aquesta hegemonia cultural, reapropiant-se-la com a eina transformadora cap a paràmetres de vida més sostenibles.

Per tant podem treballar la reculturalització des de dos posicionaments:

1- Des de la producció cultural com un bé comú, però també com a coneixement i identitat dels pobles i dels llocs (cultura popular, artesanía, cultura material, etc.) potenciant el respecte i la diversitat cultural.

Seria el cas del **moviment de programari lliure i de codi obert** (conegut també com FLOSS: free/libre and open source software), que naix arran del desenvolupament del món informàtic, i que posteriorment ha donat pas a l'expansió del **moviment de cultura lliure**, que ha estès la seua filosofia cap als més variats àmbits d'actuació, com per exemple, el disseny. Així, trobem tendències immerses en aquests moviments que es preocupen principalment per fomentar coneixement compartit, amb el consegüent augment dels béns comuns, i per establir relacions d'igualtat (peer to peer) entre les comunitats, adaptant el disseny a les necessitats reals de cada moment al marge de la manipulació econòmica, prioritant les persones sobre el mercat. Un bon exemple de disseny obert és

la plataforma Open Source Ecology¹⁰.

Moviment de programari lliure_FLOSS	Objectius	Estratègies
Stallman, 1996/2004	Moviment de alliberació com una filosofia de compartir tot allò que ens és útil, en aquest cas seria més concretament el codi font i/o programari però també s'està estenen a més àmbits i disciplines molt diferents.	<ul style="list-style-type: none"> - Llibertat dels usuaris per a executar, copiar, distribuir, estudiar, canviar i millorar el programari. Fan referència a 4 llibertats: <ul style="list-style-type: none"> * Llibertat 0: llibertat per executar el programa amb qualsevol finalitat. * Llibertat 1: llibertat per estudiar el funcionament del programa i adaptar-ho segons les pròpies necessitats (l'accés al codi font n'és una condició indispensable). * Llibertat 2: llibertat per redistribuir còpies per tal d'ajudar el teu semblant. * Llibertat 3: llibertat per millorar el programa i després posar-ho a disposició pública per al bé de tota la comunitat. (l'accés al codi font n'és una condició indispensable). - Principi de cooperació, la participació activa i la defensa del procomú: cultura i tecnologia lliure com a productors de procomú. - Capacitat per generar pràctiques quotidianes d'autogestió i apoderament en qualsevol altre domini de la producció material o immaterial. - Models rizomàtics i descentralitzats de distribució i accés. Protocols peer to peer, sense intermediaris (xarxes de distribució de nusos-- paritaris) - Promoció d'altres models de consum crítics i de producció purament mercantilistes - Reapropiació de les capacitats i la tecnologia: DIY, hacklabs, ... - Lògica relacional - Economia del regal, del do o d'allò compartit: donar béns i serveis a la comunitat sense esperar devolució, sobre la base de la confiança, la reciprocitat i la justa distribució de recursos.

Taula 7.5: Objectius i estratègies del moviment de programari lliure

Destaquem els següents moviments socials i tendències en el disseny:

- **Moviment de programari lliure i de codi obert (FLOSS)**, abasta els conceptes de programari lliure i de codi obert que, encara que comparteixen moltes coses, tenen certes diferències de caràcter ètic. El concepte lliure implica un enfocament que va lligat a la idea de llibertat: llibertat dels usuaris per a executar, copiar, distribuir, estudiar, canviar i millorar el programari. El programari lliure implica tenir obert el codi font per possibilitar la seua manipulació. S'amplia informació sobre el moviment, objectius i estratègies, en la taula 7.5.
- **Moviment de cultura lliure**, associat a la introducció de les noves tecnologies de l'era infor-

¹⁰Open Source Ecology, és una plataforma de codi obert i lliure amb base col·laborativa que incrementa la innovació. Compta amb les 50 màquines industrials més importants per poder construir una xicoteta civilització sostenible i confortable. Tractors, forns, màquines de fabricació digital, fins i tot cotxes són alguns dels plànols oberts que podem trobar en la seua llista.

7. Resignificar el concepte de disseny sostenible

Moviment de	Objectius	Estratègies
CULTURA LLIURE		
Lawrence Lessig, 2004/2005 FCFòrum, 2010	Potencia nous models d'implicació ciutadana en la provisió de béns públics i de serveis basats en el procomú.	<ul style="list-style-type: none"> - Producció distribuïda. - Lògica col·laborativa: processos de producció de sabers col·lectius. - Accés obert (domini públic o copyleft) i equitatiu. - Contribució al domini públic i democratització del coneixement. - Preservar la memòria col·lectiva. - Economia de l'abundància front economia de l'escassetat (cultura propietària). - Participació, inclusió i transparència. - Dret a la còpia privada i ús just. La imitació és el punt de partida de l'aprenentatge. Copiar i compartir coneixement són principis fonamentals de qualsevol procés educatiu. - Dret a la informació. - Llicències obertes, obres de lliure accés: copyleft, creative commons,... - Defensa de l'accés a les infraestructures tecnològiques i neutralitat a la xarxa. - Accés a les obres per part de persones amb problemes de lectura. - Promoció de la cultura del compartir en l'àmbit educatiu: ús de programari lliure, recursos oberts, comunitats obertes per compartir coneixement i experiències. - El coneixement obert alimenta la diversitat cultural i l'accés a persones sense recursos.

Taula 7.6: Objectius i estratègies del moviment de cultura lliure

màtica encara que la idea de socialitzar la cultura, i fer-la accessible a tothom, va lligada al pensament emancipador de l'ésser humà sobre tot a partir de la Il·lustració en el s. XVIII. S'amplia informació sobre el moviment, objectius i estratègies, en la taula 7.6.

Actualment, en l'àmbit del disseny, les tendències no presenten la problemàtica conceptual entre «obert» i «lliure», cosa que fa que en algunes ocasions es perden els principis morals del que significa formar part d'un moviment de cultura lliure. Destaquem les següents tendències:

- **Disseny openP2P (open2pdesign)**, la seua proposta metodològica és oberta, participativa i horitzontal (peer to peer P2P), per a poder adaptar el disseny estratègic i de serveis al co-disseny d'activitats col·laboratives *amb o per* una comunitat. Les estratègies que emprava provenen de les metodologies, eines, valors i formes d'organització emprades en diferents moviments i sistemes informàtics com per exemple, el moviment de programari lliure (free programari), de codi obert (opensource), el peer-to-peer i la web 2.0. La metodologia que emprava ajuda als dissenyadors a assumir el paper de facilitador social en el desenvolupament de les comunitats. S'amplia informació sobre la tendència, objectius i estratègies, en la taula 7.7.

DISSENY OPENP2P	Objectius	Estratègies
Proposta metodològica oberta i participativa (open) i horitzontal (peer to peer), per adaptar el disseny estratègic i de serveis al co-disseny d'activitats col·laboratives amb o per una comunitat. (Menichinelli, 2009)	Facilitar a les comunitats desenvolupar una auto-organització oberta i participativa (open) i entre iguals (peer to peer) mitjançant una activitat col·laborativa. Dotar a la disciplina de disseny d'una metodologia que porta a la persona que dissenya a assumir el paper de facilitadora social en el desenvolupament de comunitats.	- Procés de metadisseny - el dissenyador ha de dotar a la comunitat dels processos i ferramentes necessàries per facilitar el desenvolupament del seu propi projecte. - Procés de co-disseny - el dissenyador i els participants col·laboren, en una intel·ligència col·lectiva, establint la base per generar una comunitat més gran del projecte i recolzar-la per que pugui desenvolupar les solucions apropiades a les seues necessitats i característiques. - Procés d'auto-organització - el dissenyador assumeix un paper de facilitador o mediador i no de proveïdor de solucions, per poder abastir als participants de ferramentes per a l'auto-organització. - Procés de disseny a partir de l'anàlisi de la plataforma, (entesa com a conjunt d'artefactes - materials, cognitius i comunicatius-, regles i de divisió del treball). - Procés comunitari - ús de llicències que permeten la difusió del coneixement, com les de creative commons.

Taula 7.7: Objectius i estratègies del open P2P design

- **Disseny Obert (open design)**, és un concepte amb molts enfocaments depenen si la seua definició es realitza des d'un concepte més «lliure» o «obert». En el llibre Open Design Now (Abel, Klaassen, Evers i Troxler, 2011) queda definit com aquell disseny que permet la lliure distribució i documentació així com modificacions i derivacions d'ell. El seu origen prové del transvasament que es realitza de l'ús de les llicències del món informàtic, com les llicències de copyleft o creative commons, al món del disseny industrial. L'objectiu fonamental d'aquestes llicències és oferir més llibertat a aquelles persones que no volen tenir tots els drets sobre les seues obres (com ofereix la llei de propietat intel·lectual), i que a més, volen compartir la seua obra i donar la possibilitat de modificar-la, distribuir-la i reutilitzar-la per altres usuaris, respectant així la llibertat i el coneixement comú i fent créixer la intel·ligència col·lectiva. El disseny obert, des d'un enfocament més lliure, concep la disciplina del disseny al marge dels grans circuits d'especulació mercantilista, fomentant el consum responsable i l'autogestió. S'amplia informació sobre la tendència, objectius i estratègies, en la taula 7.8 a la pàgina següent.

- 2- Des de la transformació cultural, modelant identitats, la qual permet als moviments socials i les tendències en el disseny actuar sobre si mateixos i sobre la societat, modificant la mentalitat i el comportament dels individus.

7. Resignificar el concepte de disseny sostenible

DISSENY OBERT	Objectius	Estratègies
Projecte que fonamenta les seues bases mitjançant les llicències obertes (creative commons) i un sistema de producció distribuït	<p>Oferir llicències obertes per decidir sobre els drets de les productes, donant opció a compartir, reutilitzar, modificar i distribuir amb altres usuaris.</p> <p>Generar coneixement comú, fent créixer la intel·ligència col·lectiva.</p> <p>Concebre el disseny fora dels circuits purament mercantilistes i les llicències privatives.</p>	<p>- Protegir els dissenys sota llicències creative commons que permeten al dissenyador que la seua obra, encara que amb propietat intel·lectual, es pugui difondre d'una manera més oberta i pública.</p> <p>- Millorar els productes mitjançant la distribució lliure i permetent el re-disseny tant de millora com d'adaptabilitat.</p>

Taula 7.8: Objectius i estratègies del disseny obert

Destaquem en l'àmbit del social el **moviment slow**, i en aquesta línia la tendència que surt en el disseny anomenada **slow design** o disseny lent, i també el **moviment de simplicitat voluntària**, molt lligat als conceptes de decreixement i permacultura.

FILOSOFIA SLOW	Objectius	Estratègies
Honoré, 2008 Fundat per Carlo Petrini i un grup d'activistes (1986)	<p>Promou calmar les activitats humanes i prendre el control del temps, prioritzant les activitats que redunden en el desenvolupament de les persones. Proper als principis del decreixement.</p>	<p>- Viure sense presa, desacceleració de la vida. Crítica a la velocitat.</p> <p>- Recerca d'equilibri en l'ús del temps: en les activitats quotidianes, en el treball i fora d'ell.</p> <p>- Consumir productes locals. Km 0.</p> <p>- Respecte a la cultura tradicional.</p> <p>- Pràctiques beneficioses medi ambient i les persones (justícia).</p> <p>- Apropar la lògica del consum i la de producció.</p> <p>- Qualitat sobre quantitat.</p> <p>- Promoure les relacions humanes tranquil·les.</p>

Taula 7.9: Objectius i estratègies del moviment de filosofia slow

- **Moviment lent o de filosofia slow**, el seu origen es situa en els anys 80 a partir d'una protesta realitzada per l'obertura d'un McDonald's en Roma i de la qual naix l'organització Slow Food per defensar el bon menjar, les tradicions i el plaer gastronòmic i un ritme de vida lent (Honoré, 2008). Aquesta filosofia de vida s'ha estès arreu del món donant lloc a tendències d'evolució cultural en altres àmbits com les ciutats, la moda, el disseny, el món empresarial, etc. S'amplia informació sobre el moviment, objectius i estratègies, en la taula 7.9.

A partir d'aquest moviment naix la tendència del disseny lent (slow design):

- **Disseny lent (slow design)** situa a l'individu en primera persona, d'aquesta manera cerca millorar la qualitat de vida de la comunitat mitjançant el disseny de productes, serveis i

DISSENY LENT (slow design)	Objectius	Estratègies
<p>Disseny de productes, serveis i entorns sostenibles, combinant una metodologia acurada des del inici fins al final; tot açò es complementa amb una desacceleració de la vida seguint els preceptes de la natura. El disseny slow busca tornar a situar el individu en primera persona i així millorar la qualitat de vida de la comunitat. (Fuad-Luke, 2003)</p>	<p>- Revelar: dissenyar des de la quotidianitat.</p> <p>- Expandir: dissenyar més enllà de la funcionalitat percebuda i atributs físics.</p> <p>- Reflectir: contemplació i "consum reflexiu."</p> <p>- Compartir: estructura de "codi obert" basats en l'intercanvi, la cooperació i la transparència de la informació.</p> <p>- Participar: usuaris com a interlocutors actius durant el procés de disseny, mitjançant idees com la responsabilitat social (social accountability) d'un producte.</p>	<p>- Deixar als processos de disseny major temps per a investigar, contemplar, assajar l'impacte del producte sobre la vida real i ajustar-lo a la tasca per a la qual ha estat creat.</p> <p>- Fabricar productes a partir de materials locals o regionals, o dissenyar tenint en compte les indústries, tallers i artesans locals.</p> <p>- Estudiar els cicles naturals i la seva posterior incorporació als processos de disseny i facturació d'un producte.</p> <p>- Dissenyar tenint en compte els cicles llargs i estables, tals com el comportament humà i la sostenibilitat.</p> <p>- Dissenyar amb la mirada posada cap a la cultura local.</p>

Taula 7.10: Objectius i estratègies de disseny lent

entorns sostenibles, combinant una metodologia acurada i una desacceleració de la vida seguint els preceptes de la natura i un consum reflexiu. El disseny lent és una extensió del moviment slow food, aquesta tendència integra els principis i valors de la sostenibilitat integral, incorporant un pensament més biocentrista en les metodologies aplicades al disseny d'artefactes. S'amplia informació sobre la tendència, objectius i estratègies, en la taula 7.10.

- **Moviment de Simplicitat Voluntària (downshifting)**, el terme s'expandeix a finals dels anys 80 en Seattle vinculat al món dels alts executius però el seu origen es remunta a la tradició budista o al concepte de frugalitat ja present entre els filòsofs del s. XIX. Aquesta revolució estoica, consisteix bàsicament en un estil de vida sostenible on treballar menys i viure millor, és a dir viure més amb menys. S'amplia informació sobre el moviment, objectius i estratègies, en la taula 7.11 a la pàgina següent.

Dins de la transformació cultural, i en l'àmbit del disseny, destaquem altres tendències que d'alguna manera es comporten com a modeladores d'identitats com són el **disseny artesà**, per la capacitat que té de promocionar la cultura local o "genius loci"¹¹ (Morace, 2009), o el

¹¹Francesco Morace ens parla del "genius loci" com una expressió llatina que indica talent (genius) d'un lloc (loci) i la seua naturalesa única i distintiva, portadora de la identitat, la qual cosa pot convertir-li, en pocs anys, en motor d'innovació i diferenciació de projectes polítics i empresarials.

M. SIMPLICITAT VOLUNTÀRIA	Objectius	Estratègies
Elgin, 2010/2012	Canvis profunds en els nostres estils de vida més d'acords amb la crisi planetària.	<p>La riquesa de la cultura de la simplicitat es manifesta en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Simplicitat neta - disminuir el desordre, la complexitat, i les distraccions trivials, tant materials com no materials, i enfocar-se en l'essencial. - Simplicitat ecològica – triar formes de vida que tinguen un impacte suau sobre la Terra i reduïsquen el nostre impacte ecològic, respectant la comunitat de la vida. - Simplicitat compassiva - sentir un fort sentiment d'afinitat amb els altres i amb la comunitat de vida i ser atret cap al camí de la cooperació i l'equitat, cercant un futur de desenvolupament mutu per a tots. - Simplicitat de l'ànima - acostar-se a la vida com una meditació i conrear la nostra experiència de connexió íntima amb tot el que existeix, valorar lo no material. - Simplicitat econòmica - un nou tipus d'economia de "sustente just" en el creixent mercat de productes sans i sostenibles i serveis de tot tipus. - Simplicitat cívica – un nou enfocament sobre com governar-nos a nosaltres mateixos, reconeixent que per a viure més lleugera i sosteniblement en la Terra es requereixen canvis en quasi tots els àmbits de la vida pública: transport, educació, disseny, mitjans de comunicació, arquitectura, etc. - Simplicitat frugal - reducció de la despesa que no serveix veritablement a les nostres vides. Viure amb menys.

Taula 7.11: Objectius i estratègies del moviment de simplicitat voluntària

disseny per al canvi de comportament, per la capacitat de generar canvis directes en el comportament de l'usuari o de la societat en el seu conjunt.

- **Disseny artesà**, com a procés projectual, té la finalitat de generar productes amb una forta identitat cultural comunitària, aquests objectes solen caracteritzar-se per l'ús de materials locals i de tècniques tradicionals, majoritàriament, de producció manual (FONART, 2009). No obstant açò, en els últims anys, l'artesania està patint una forta ruptura amb els esquemes tradicionals, ampliant considerablement el seu camp d'acció, gràcies a l'explosió massiva de les xarxes socials en internet i de les tècniques de producció digital (com la impressió 3D o les talladores làser) que ens aporten nous conceptes per a la configuració dels productes. S'amplia informació sobre la tendència, objectius i estratègies, en la taula 7.12 a la pàgina següent.

- **Disseny per al canvi de comportament** (conegut en anglès com: design for behaviour change, design with intent o design for sustainable behaviour), Siga l'objectiu final un canvi de comportament sostenible o no, en aquesta tendència es pren el disseny com una pràctica cre-

Disseny ARTESÀ	Objectius	Estratègies
Procés projectual que té la finalitat de generar productes amb una forta identitat cultural, aquests objectes solen caracteritzar-se pel ús de materials locals o sostenibles i de tècniques tradicionals, majoritàriament, de producció manual (FONART, 2009).	Es podrien resumir en dos: - la contribució manual directa del dissenyador- artesà. - el component cultural, l'objecte com a producte cultural	- Promocionar la identitat cultural. - Ús de materials locals o sostenibles. - Ús de tècniques tradicionals, majoritàriament, de producció manual encara que actualment també es considera la producció digital. - Economia a escala. - Desenvolupament local.

Taula 7.12: Objectius i estratègies del disseny artesà

ativa i col·lectiva per a la resolució de problemes socials des del coneixement i la capacitat d'elecció de les persones per augmentar el seu benestar. Les persones passen de ser usuaris a ser subjectes de disseny (Redström, 2005), l'objectiu principal és influenciar sobre el comportament humà mitjançant el disseny, per a un benefici social i ambiental. Donen Lockton és un dels creadors de el "Design with Intent toolkit", un joc de cartes que tenen com a objectiu principal oferir als dissenyadors, i altres professionals, un començament per a abordar qüestions socials i ambientals des del canvi en el comportament de les persones. L'autor utilitza el terme "Design with intent" com aquell disseny que pretén influir, o donar lloc, a cert comportament en els usuaris. Aquesta influència en el comportament dels individus pot donar lloc a un canvi cultural, o reculturalització, que ens oriente cap a paràmetres de vida més sostenibles. S'amplia informació sobre la tendència, objectius i estratègies, en la taula 7.13.

Disseny CANVI COMPORTAMENT	Objectius	Estratègies
Pràctica creativa i col·lectiva per a la resolució de problemes socials des del coneixement i la capacitat d'elecció de les persones per a augmentar el seu benestar. Les persones passen de ser usuaris a ser subjectes de disseny. (Design Council, 2012; Lockton, 2010)	Influenciar sobre el comportament humà a través del disseny, per a un benefici social i ambiental.	- Entendre les decisions humanes i el benestar fent ús de coneixements i mètodes des de la psicologia, l'economia i la neurociència. - Disseny col·laboratiu i amb participació activa dels usuaris.

Taula 7.13: Objectius i estratègies del disseny per al canvi de comportament

7.4.2.3 Impacte social: moviments i tendències en defensa de l'autosuficiència, els béns comuns i la justícia social

Destaca el concepte de benestar social i comunitat global. La construcció d'un nou ordre mundial socioeconòmic, més equitatiu i sostenible, ha de passar, necessàriament, per una presa de consciència i de recuperació del sentit de comunitat, de solidaritat i d'ajuda mútua. La seua finalitat és l'augment de la qualitat de vida i el benestar de totes les persones, les seues accions es realitzen des de diferents enfocaments i valors ètics universals com la defensa dels béns comuns, l'autosuficiència comunitària, l'apoderament social, la justícia social, la dignitat humana, l'equitat i la participació democràtica.

En aquest escenari s'emmarquen tots aquells moviments socials i tendències en el disseny que fonamenten la seua acció en l'emancipació social i la construcció de nous vincles socials basats en la solidaritat. Aquestes comunitats treballen a partir de la co-creació d'un nou imaginari social, trencant amb els estereotips que ens vénen imposats des de l'estructura social i definint, a partir de la pròpia identitat cultural, noves maneres de *veure i de fer les coses* per a una transformació social de base.

Són molts els moviments que amb les seues accions tenen un impacte social que influeix directament sobre el benestar de les persones, per a aquest treball destaquem el moviment del Procomú, també anomenat dels Béns Comuns o Commons, i sense entrar en profunditat, assenyalem les anomenades **Innovacions Comunitàries en Sostenibilitat (ICOS)**, espais d'autosuficiència que van des de les cooperatives de consum agroecològic, xarxes d'intercanvi, cohousing, grups de criança, horts comunitaris, cooperatives d'energia, etc. on les comunitats treballen des de la co-creació d'un nou imaginari, des d'on neixen nous models relacionals i d'innovació social, així com corrents en el disseny que introdueixen la dimensió social en el cor del projecte. En l'estudi *Cambio Global en España 2020/50* (Heras i Peirón, 2012) les defineixen com iniciatives que cerquen satisfer una necessitat de consum de manera sostenible mitjançant l'organització col·lectiva, el lideratge civil i una gran importància del treball voluntari gratuït. Les capacitats de les ICOS són: facilitar la transició cap a estils de vida més sostenibles, substituir o completar els sistemes actuals de provisió majoritaris i l'apoderament social, derivat de l'autoorganització participativa, l'acció col·lectiva i la creació de

PROCOMÚ	Objectius	Estratègies
Helfrich, 2008	Es pot considerar més una filosofia que un moviment. Es centra en l'ecologisme de la societat, mitjançant la consciència col·lectiva, i en la transformació cap a la societat del coneixement.	<ul style="list-style-type: none"> - Control sobre l'ús i utilització de recursos i béns que conformen el nostre patrimoni social, natural i cultural; això és: - Accés a aquests recursos i béns. - Procés de producció i reproducció social tant de béns com del bé comú (Commonwealth). - Justícia distributiva en la repartició dels beneficis que emergeixen del nostre patrimoni comú. - Lògica relacional - Economia del regal, del do o d'allò compartit: donar béns i serveis a la comunitat sense esperar devolució, sobre la base de la confiança, la reciprocitat i la justa distribució de recursos. - Els béns comuns són: <ul style="list-style-type: none"> * els recursos compartits que una comunitat construeix i manté (biblioteques, parcs, carrers), * els recursos nacionals pertanyents a tots (llacs, boscos, vida silvestre) * els recursos mundials que tots els éssers vivents necessiten per a sobreviure (l'atmosfera, l'aigua i la biodiversitat). * els recursos de la ciència, que afavoreixen la creació i difusió d'investigació i informació. * Internet alberga in comptables recursos creats i mantinguts per gent amb interessos compartits, programari de llicència lliure, Viquipèdia, arxius especialitzats,... - Els béns comuns duen implícita una sèrie de valors i tradicions que atorguen identitat a una comunitat i l'ajuden a autogovernar-se.

Taula 7.14: Objectius i estratègies del moviment del procomú

xarxes de confiança.

- **Moviment del Procomú**, té el seu origen en la vella idea dels béns comunals humans i naturals (boscos, aigua, cultura, etc.) gestionats per i per a les comunitats a què serveixen. Avui en dia també es configura com espais autònoms per reduir l'hegemonia de l'economia de mercat i dels poders establerts en general. S'amplia informació sobre el moviment, objectius i estratègies, en la taula 7.14.

Des d'aquests nous entorns d'autosuficiència, on les comunitats treballen des de la co-creació d'un nou imaginari, naixen nous models relacionals així com corrents en el disseny que introdueixen la dimensió social en el cor del projecte. Destaquem entre d'altres:

- **Disseny (impacte) social**, prioritza el factor social per sobre de la resta de dimensions. Pot ser l'accepció, més coneguda i generalitzada, és aquella que sorgeix del treball voluntari i que atén a la resolució de problemes d'una minoria social oblidada. Encara que en els darrers

DISSENY (impacte) SOCIAL	Objectius	Estratègies
Impacte dels productes i serveis sobre els individus o grups de persones (Brown & Wyatt, 2010).	Generar un canvi social positiu en les comunitats, sobre tot en aquelles més desfavorides.	<ul style="list-style-type: none"> - Transformació social positiva. - Focalitzar en les necessitats de les persones. - Desenvolupament del capital social i humà (Papanek, 1972). - Productes que resolguen problemes reals i contribuïsquen al benestar social (Margolin, 2010). - Desenvolupament local. - Participació de les persones i la comunitat en els processos de disseny. - Integració de valors universals.

Taula 7.15: Objectius i estratègies del disseny social

anys aquesta definició s'ha estès a altres grups poblacionals. Actualment creix el número de tendències en el disseny que busquen la millora de la vida de les persones, sense prioritzar tant en la dimensió social, així tenim el disseny per la innovació social, que veurem en els escenaris econòmics, o l'anomenat *Design for Improve Life*, organització danesa sense fins lucratiu que desenvolupa, més que una tendència, un concepte i una visió holística i creativa de l'educació mitjançant els processos de design thinking. La seua visió del disseny aposta per un disseny fora dels circuits purament comercials, centrat en l'humanisme, la comprensió social, el pensament democràtic i, en general, en la sostenibilitat dels béns i serveis per augmentar el benestar de les persones. S'amplia informació sobre disseny social, objectius i estratègies, en la taula 7.15.

- **Disseny activista**, partidari del discurs reivindicatiu, de l'activisme social i la protesta. Alastair Fuad-Luke (2009) el defineix com «design thinking, imagination and practice applied knowingly or unknowingly to create a counter-narrative aimed at generating and balancing positive social, institutional, environmental and/or economic change» (p. 27).

Però l'activisme en el disseny no només promou canvis positius sinó que possibilita el pensament crític des dels diferents àmbits del disseny. S'amplia informació sobre aquesta tendència, objectius i estratègies, en la taula 7.16 a la pàgina següent.

- **Disseny universal o disseny per a tots** (s'inclou també l'anomenat disseny inclusiu), intervenció sobre entorns, productes i serveis que prioritza l'accessibilitat per a la majoria de persones,

DISSENY ACTIVISTA	Objectius	Estratègies
Acció o activitat sostinguda amb la intenció d'efectuar un canvi d'índole social, polític, econòmic o ambiental.	Ús del poder que el disseny té en la societat, per al benefici de la humanitat i de la natura.	<ul style="list-style-type: none"> - Augmentar la qualitat de vida a partir dels artefactes que es deriven del disseny. - Generar, mitjançant la participació activa dels ciutadans, una consciència emancipada cap a la necessitat d'un canvi social al marge del discurs capitalista. - Fomentar una visió crítica 'en i des de' el món del disseny.

Taula 7.16: Objectius i estratègies del disseny activista

DISSENY UNIVERSAL	Objectius	Estratègies
Procés de disseny que desenvolupa productes, serveis i entorns accessibles a la majoria de persones, tantes com siga possible, preferentment sense necessitat d'adaptació o de redisseny especial. (Soren Guinrerup, 2010)	<ul style="list-style-type: none"> - Simplificar la quotidianitat de totes les persones. - Aconseguir una societat on tothom pugui participar, partint de la diversitat social i la igualtat d'oportunitats. 	Extret dels principis del DU (N.C: State University, 1997): <ul style="list-style-type: none"> - Ús equitatiu (útil per diverses capacitats) - Ús flexible (preferències i habilitats) - Ús simple i intuïtiu (fàcil de comprendre) - Informació perceptible (màxima la legibilitat) - Tolerància a l'error (minimitzar riscos) - Mínim esforç físic (còmode i minimitza el cansament) - Mida adequada d'aproximació i ús

Taula 7.17: Objectius i estratègies del disseny universal

incloent les generacions futures, i potenciant la igualtat d'oportunitats per participar en activitats econòmiques, socials, culturals, d'oci i recreatives. S'amplia informació sobre aquesta tendència, objectius i estratègies, en la taula 7.17.

- **Metadisseny**, és un marc emergent per la pràctica que permet als dissenyadors i usuaris transformar o crear nous sistemes i interaccions amb els productes. Cerca redissenyar el procés de disseny per considerar que, tal i com s'entén avui en dia, no és capaç de solucionar els problemes del planeta. El seu procés de treball és per equips, no individual, per permetre un disseny innovador, col·laboratiu i obert. L'objectiu és aconseguir una societat més ecològica, i orientada a sinergies, per reemplaçar el món actual orientat al consum de producte. S'amplia informació sobre disseny social, objectius i estratègies, en la en la taula 7.18 a la pàgina següent.

Actualment les tendències socials que prioritzen el creixement del capital humà i social continuen en augment, oferint al món del disseny nous reptes i oportunitats per al desenvolupament de

7. Resignificar el concepte de disseny sostenible

METADISSENY	Objectius	Estratègies
Creació de sistemes oberts (Fischer i Giaccardi, 2006) que poden ser modificats alimentem, vestim, habitem, comuniquem, l'hora de pensar, planificar i actuar en comunitat pels usuaris adaptant-se constantment a les noves necessitats que vagen sorgint.	Millorar l'estil de vida: la forma en què ens relacionem i vivim junts.	- Co-disseny i disseny participatiu: innovació col·lectiva, (dissenyadors i usuaris). - Preocupació per l'usuari com fa el disseny centrat en l'usuari (user-centered design). - Re-adaptació i autotransformació dels productes per cobrir les necessitats dels propis usuaris.

Taula 7.18: Objectius i estratègies del metadisseny

productes, així com altres maneres de treballar d'acord amb aquestes noves configuracions socials més justes i solidàries.

7.4.2.4 Impacte econòmic: moviments i tendències cap a nous models ètics de desenvolupament econòmic

El distanciament actual de la política i l'economia respecte a la societat en general, es manifesta a través de l'enorme descontent social. El ràpid debilitament i l'actual degradació de l'estat de benestar en les societats occidentals reforcen les reaccions d'una ciutadania cansada que abandona la seua letargia reclamant un canvi polític, social i econòmic (els moviments altermundistas són un clar exemple). Nous models econòmics s'alcen per a demostrar que altres maneres de fer les coses són necessàries i possibles: els bancs del temps, les monedes socials i, en general, les economies transformadores, com el moviment d'Economia Social i Solidària, són exemples a seguir. Aquests models de desenvolupament socioeconòmics basen el seu treball en valors ètics universals. Sent conscients dels límits i la capacitat de la terra, emergeixen amb l'objectiu de construir una nova comunitat local, vibrant i resilient que dóna l'esquena a la perpetuació de l'economia del creixement il·limitat.

Aquests nous enfocaments o formes de fer economia estan donant lloc a nombrosos moviments que van des de la inclusió de sectors menys afavorits i de desenvolupament econòmic a petita escala, com és el cas del **moviment de Comerç Just i Responsable**, a la nova revolució industrial i digital que està tenint lloc gràcies a l'expansió i pol·linització del **moviment dels Makers**, deriva actual i ampliació del terme DIY, Do It Yourself.

- **Moviment de Comerç Just i Responsable**, segons l'Organització Mundial del Comerç Just (WFTO, s.d.), la definició de comerç just, consensuada internacionalment, «is a trading partnership, based on dialogue, transparency and respect, that seeks greater equity in international trade. It contributes to sustainable development by offering better trading conditions to, and securing the rights of, marginalized producers and workers – especially in the South» (par. 1). A més constitueix un moviment internacional format per organitzacions del Sud i del Nord, l'objectiu del qual és millorar l'accés al mercat dels productors més desfavorits i canviar les injustes regles del comerç internacional que consoliden la pobresa i la desigualtat mundial. S'amplia informació sobre el moviment, objectius i estratègies, en la taula 7.19.

- **Moviment del Makers**, moviment amb vinculació amb la cultura lliure, que té com a principal característica la cura i coneixement proactiu de la infraestructura de producció i consum, alguns projectes també inclouen altres nivells de l'estructura econòmica com són el comerç, la distribució i el finançament utilitzant, generalment, plataformes de crowdfunding o finançament col·lectiu o serveis de distribució de comerç electrònic que permeten als makers comercialitzar les seues creacions (Goteo, 2013). Altra característica també és l'ús de les noves tecnologies de fabricació digital i per tant el desenvolupament de noves formes de fer economia. S'amplia informació sobre el moviment, objectius i estratègies, en la taula 7.19.

Moviment de COMERÇ JUST	Objectius	Estratègies
Setem, 2007	Proposa una relació comercial diferent, justa per a totes les parts que entren en joc quan es produeix un intercanvi. Té en compte valors ètics i mediambientals, enfront dels criteris exclusivament econòmics del comerç tradicional, i permet assolir als països del Sud el seu desenvolupament social i econòmic.	<ul style="list-style-type: none"> - Retribució digna pel treball. - Transparència en les relacions comercials i rendició de comptes. - Desenvolupament de capacitats per a una independència del productor/a. - Eradicació de l'explotació infantil. - Beneficis socials per a les comunitats productores. - Respecte del medi ambient. - Equitat de gènere: es dóna valor i es recompensa el treball de la dona. - Creació d'oportunitats per a productores en desavantatge econòmic. - Corregir les desigualtats existents en les relacions comercials internacionals - Promoure alternatives de consum més respectuoses, basades en la participació de persones i comunitats, en l'empoderament, la transparència, les qüestions de gènere i la sostenibilitat ecològica.

Taula 7.19: Objectius i estratègies del moviment de comerç just

Moviment dels MAKERS	Objectius	Estratègies
Hatch, 2014 Hacedores, community maker, 2016	Fomenta l'aprenentatge, la col·laboració, la resolució de problemes i la lliure expressió. El lema principal és: "si no pots obrir-lo, no és realment teu". Els seus orígens els trobem en l'ètica hacker i el moviment DIY.	Manifest: - Fer: activitat fonamental de l'ésser humà (cultura del fer en contra del consumidor passiu). - Compartir: el que fas i el que saps com a model d'aprenentatge. - Donar/Oferir: regalar a uns altres, economia del do. - Aprendre per a fer i compartir-lo, cultura lliure. - Equipar-te: accés a ferramentes de manera individual i compartida. - Jugar i experimentar. - Participar, ser part de la comunitat. - Ajudar, recolzar emocional, intel·lectual, econòmica i políticament per millorar el món. - Canviar, la còpia com a ferramenta de millora. - Reapropiació i ús crític de la tecnologia.

Taula 7.20: Objectius i estratègies del moviment dels makers

Igual que succeeix en altres escenaris, els nous marcs conceptuals donen lloc a noves necessitats i per tant a nous satisfactors, la qual cosa demanda altres maneres d'observar, pensar i fer del disseny. Posem el cas de l'economia col·laborativa (share economy), l'actual expansió fa necessària la creació de xarxes, sistemes i productes que la possibiliten i apoderen. El disseny ha de caminar al costat d'aquest nou consum col·laboratiu generant productes/sistemes que permeten l'ús compartit però també l'augment de la durabilitat i de la vida útil d'aquests, combatent molt de prop l'obsolescència programada i apostant per altres maneres de consumir més sostenibles amb el nostre entorn.

A partir d'aquest escenari sorgeixen i es reinventen les tendències en el disseny que, d'alguna manera, estimulen la creació de noves maneres de fer les coses, com són el **disseny per a la innovació social** o el **disseny fes-ho tu mateix** (DIY design).

- **Disseny per a la innovació social**, Ezio Manzini (2015)¹² abans de parlar d'innovació social parlava de models de serveis participatius i els entenia com un gran canvi en el nostre dia a dia

¹²Manzini va formar part del programa EMUDE (Emerging User Demands for Sustainable Solutions) finançat per la Comissió Europea, l'objectiu del qual era explorar el potencial de la innovació social com a motor de la tecnologia i la producció, a través del prisma de la sostenibilitat. El procés es va centrar en la recerca de casos en els quals subjectes i comunitats utilitzen recursos existents d'una manera original per aconseguir la innovació de sistemes. A partir d'ací, s'identificava la demanda de productes, serveis i solucions que tals casos i comunitats expressaven, investigant sobre les línies que podrien portar a una major eficiència, accessibilitat i difusió. El programa Emude es va promoure per un consorci d'universitats europees i centres de recerca.

Disseny per la INNOVACIÓ SOCIAL	Objectius	Estratègies
Dissenyar amb i per a les persones. És tot aquell disseny expert que activa, manté i orienta processos de canvi social que porten cap a la sostenibilitat. (Manzini, 2015)	Introduir noves maneres de pensament i estratègies per a la solució de problemes que suposen discontinuïtats amb la tendència dominant.	<ul style="list-style-type: none"> - Noves xarxes de producció i consum: <ul style="list-style-type: none"> * Sistemes i fabricació distribuïda. * Augment dimensió local i d'oportunitats. Localisme cosmopolita (connectat amb el món). * Col·laboració i interaccions * Integració de valors * Dissolució de fronteres consum-producció - Economies distribuïdes que prioritzen xarxes d'intercanvis no basats en el purament monetari. - Cultura de la resiliència: diversitat cultural, experimentació, creativitat,... - Reducció del consum/producció i augment de les capacitats i les conductes sostenibles. - Reducció d'escala, les activitats econòmiques estan en poder de la comunitat. - Cultura del compartir i de la col·laboració. Co-disseny. - Ecologia del temps: tot al seu temps, desacceleració de la vida. (Manzini, 2015)

Taula 7.21: Objectius i estratègies del disseny per a la innovació social

per compartir, intercanviar i posar en comú béns i serveis. Manzini considera un nou camp en el disseny la suma de la innovació social i el disseny per al desenvolupament sostenible, on és molt important la cerca de grups socials que canvien els seus estils de vida per a trobar noves solucions que, a més de ser sostenibles, s'adapten a les seues necessitats, anomenant-los Comunitats Creatives. S'amplia informació sobre la tendència, objectius i estratègies, en la taula 7.21.

Tot i que la definició d'innovació social sol estar més relacionada amb el cercle del *social*, actualment existeixen corrents de pensament que amplien el marc conceptual cap a aquelles iniciatives que tenen com a objectiu participar en els reptes econòmics, ètics o mediambientals actuals. Les fronteres entre el públic i el privat, entre l'individual i col·lectiu, es fusionen per a fer front als problemes que guarden la vida quotidiana en una societat precària i desgastada pels models econòmics i polítics tradicionals. En l'àmbit del disseny obert, els productes ja no pertanyen al seu creador, passen a formar part de la comunitat.

- **Disseny 'fes-ho tu mateix'** (més conegut com DIY 'do it yourself'), en els últims anys ha crescut en popularitat per l'augment del bricolatge domèstic, i ha adquirit un significat més ampli

7. Resignificar el concepte de disseny sostenible

gràcies al poder del col·lectiu, com queda demostrat en l'auge del terme 'fes-ho amb uns altres' (DIWO o 'do it with others'). Gràcies a la web 2.0 aquests corrents s'han convertit en potents plataformes on els usuaris comparteixen els seus coneixements amb la resta de la comunitat. Makea tu vida, Curbly, Etsy, Instructables, Make o Thingiverse són plataformes web que formen part d'aquest gran moviment dels makers, el propòsit dels quals és traspasar el concepte de bricolatge per a establir noves connexions entre la tecnologia computacional, el món físic i el desenvolupament de l'economia local. Molts sectors ho veuen com un gran observatori per als negocis del demà (com per exemple la fabricació digital o la tecno-artesania). S'amplia informació sobre el disseny DIY, objectius i estratègies, en la taula 7.22.

Disseny DIY	Objectius	Estratègies
Mètode de construcció, modificació o reparació d'alguna cosa sense l'ajuda d'experts professionals. En els darrers anys, el terme DIY ha adquirit un significat més ampli que engloba el conjunts d'habilitats que una persona pot desenvolupar per realitzar qualsevol tipus de treball, siga o no professional.	<ul style="list-style-type: none"> - Generar un coneixement comú que permeti a l'usuari dissenyar-se o produir-se els seus artefactes. - Generar una alternativa a la producció i consum massiu de productes, responsable i sostenible. - Desenvolupar les capacitats creatives de les persones alhora que potencia l'autogestió i l'apoderament. - Fomentar la cultura oberta - Posicionament crític davant del consumisme irreflexiu i del sistema insostenible. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ús dels propis recursos per crear i produir en qualsevol context. - Producció distribuïda i economia a escala. - Foment de la participació de l'usuari en la construcció de productes. - Millorar els productes mitjançant la distribució lliure (licències obertes) i permetent el re-disseny tant de millora com d'adaptabilitat. - Dissenyar per a que la gent dissenye. - Assemblatge i estructures senzill. - Minimització impacte ambiental (4R). - Integració i apoderament tecnològic TIC i producció digital. - Economies informals. - Metadisseny. - Desmaterialització de l'activitat del dissenyador, creador d'idees i no d'artefactes. - Democratització del disseny. - Creació d'espais relacionals: autogestió dels recursos, compartir socialment els resultats i els processos creatius i col·laboratius, pertinença a comunitat. - Diversitat cultural i social, satisfactors de necessitats adaptats. - Fomentar les capacitats i habilitats per intervenir en la seua realitat.

Taula 7.22: Objectius i estratègies del disseny DIY

La cartografia realitzada a partir dels impactes, tant dels moviments social com de les tendències en el disseny, mostra la necessitat d'augmentar el capital social i ambiental, així com també la crítica a la deshumanització del nostre sistema actual. Aquestes tendències són sols un exemple de la

capacitat del món del disseny per adaptar-se ràpidament als canvis socials que es produeixen. Però aquest anàlisi social es complica a causa de la velocitat del present, és per això que, encara es fa més necessari, conèixer les arrels i els principis ètics que mouen la pràctica d'aquestes tendències en l'àmbit del disseny.

Les tendències plantejades ens han ajudat a comprendre les estratègies que utilitzen per la seua acció, i també, a visualitzar els canvis que estan tenint lloc en el metabolisme sociocultural i que permetent el desplaçament de les persones cap al centre del sistema, passant de ser usuaris passius a subjectes actius dels processos, sobretot en l'àmbit del disseny. Aquest moviment obliga els dissenyadors a prendre consciència del seu paper com facilitadors socials dels productes demandats per les comunitats, així com de la conscienciació sostenible dins dels límits del nostre planeta. El disseny necessita d'eines que organitzen la complexitat i faciliten l'observació d'aquelles tendències que demostren una consciència crítica i transformadora del sistema actual, conèixer les forces i els esdeveniments que han determinat el passat i el present per a poder definir estratègies de futur, generant una visió prospectiva a partir dels comportaments, interaccions i demandes d'aquestes noves realitats. L'observació, comprensió i integració, en els processos projectuals, dels principis dirigits a una cultura de la sostenibilitat resulta imprescindible per a engegar el motor de canvi cap a una societat més justa i solidària.

7.5 Resum de les línies principals del capítol

- La resignificació del concepte de disseny sostenible, des d'un doble paradigma ètic de la solidaritat i la sostenibilitat, implica un canvi i un trencament amb la interpretació conceptual naturalitzada del terme, generalment realitzada des d'una visió economicista. La comprensió crítica del terme permet la reconstrucció professional de la noció per poder ser explicada amb major claredat i aconseguir, en el plànol del discurs i l'acció, una transformació de la societat cap a paràmetres de vida més sostenibles.
- L'enfocament multisistèmic del disseny sostenible es realitza tenint en compte les relacions d'interdependència dels seus components, que són: el component ambiental, per mantindre

les capacitats essencials dels sistemes vitals; el component econòmic, per assegurar un mitjà de vida digne i just per a totes les persones; el component social, per garantir un desenvolupament humà just i equitatiu que augmente el capital humà i social; el component cultural, que defensa la identitat cultural sostenible. Altre component fonamental és l'esfera ètica que els envolta i des d'on s'integren els principis morals que guien l'acció.

- La responsabilitat ètica professional, en el disseny, amplia l'esfera d'acció de les conseqüències presents que un producte pot tenir en la vida futura d'altres persones. L'ètica professional posa l'accent en els efectes que té la presa de decisions tant individual com col·lectiva. Per tant, el món del disseny haurà de plantejar-se quines són les conseqüències del seu quefer professional i si la seua meta interna inclou el benestar de tota la societat o sòls d'uns pocs, recordem que menys d'un 20% de la població mundial té accés als productes que dissenyem des del món occidental.
- L'ethos professional ha de fonamentar els preceptes morals que orienten la pràctica del disseny cap a un desenvolupament humà més just alhora que harmoniós amb la natura. En base al marc teòric aportat, es consideren dos els paradigmes ètics des d'on realitzar aquesta fonamentació moral: l'ètica de la sostenibilitat i l'ètica de la solidaritat.
- Un bon marc que integra tots dos paradigmes és l'economia social i solidària que, com s'ha comentat anteriorment, té el repte d'integrar les economies informals per considerar que són l'essència de moltes de les innovacions socials que es fan a nivell comunitari. L'estudi d'aquests moviments socials, de les creences compartides i els valors que mouen els processos de treball, així com també dels productes resultants com a portadors de significats simbòlics i de les estratègies emprades en la seua acció, ens poden aportar principis per a la pràctica d'un disseny més solidari i sostenible.
- Per a la transformació sostenible de la societat, el disseny ha de recrear l'imaginari cultural d'aquesta nova ciutadania activa, generant productes que siguin capaços de reforçar les dinàmiques socials, culturals i polítiques. Amb la mirada dirigida cap als nous escenaris amb capacitat transformadora hem de ser capaços de potenciar aquelles estratègies i pràctiques

projectuals en el disseny, la finalitat de les quals, siga generar una visió prospectiva encaminada a la construcció d'una nova cultura de l'habitar en el món.

- Arran de les pràctiques d'alguns moviments socials han sorgit tendències en el disseny que han desenvolupat una consciència crítica i una actitud creativa envers les necessitats que demanda la comunitat, focalitzant la seva creació i producció a partir d'un paper actiu del disseny com a mediador social. Aquestes tendències són una font d'inspiració per la generació d'un nou sistema de necessitats des d'una cultura de la sostenibilitat i de la solidaritat i també per la construcció dels principis i criteris que guiaran el disseny per al desenvolupament humà sostenible i solidari.

7. Resignificar el concepto de disseny sostenible

Part III

**Proposta de principis i criteris per a
la pràctica del Disseny per al
Desenvolupament Humà Sostenible i
Solidari (DDHSS) i conclusions finals**

La tercera part del treball s'estructura en tres capítols, des dels quals s'aporta la proposta dels principis i criteris per a la pràctica d'un disseny sostenible i solidari i les conclusions finals del treball d'investigació. En el capítol vuit s'explica el model utilitzat per que organitzar i estructurar tot el marc teòric referencial aportat i que ens permet la formulació de la proposta de principis i criteris. En el capítol nou es construeix l'esquema jeràrquic que organitza els principis i criteris per a la pràctica d'un disseny per al desenvolupament humà sostenible i solidari. Finalment, el capítol deu, posa el punt i final al treball d'investigació aportant les conclusions i les futures línies d'investigació.

Capítol 8

Model de sistematització del marc referencial per la formulació de principis i criteris

El principal objectiu del model de sistematització és la reducció de les dades, i posterior organització i estructuració, aportades en el marc teòric referencial per tal que responguen a una estructura sistemàtica, i relacional, que aporte significació a la proposta de principis i criteris. Aquesta proposta pretén ser una base, per futures línies d'investigació, que possibiliti la construcció d'eines per la presa de decisions, l'avaluació i elaboració d'estratègies de millora dels productes existents o també la construcció d'una base pedagògica en matèria de sostenibilitat.

El model per a la sistematització i processament de les dades es realitza des d'un enfocament eminentment qualitatiu a partir de la categorització conceptual. El procediment es duu a terme en diverses etapes les quals estan adaptades de les operacions que es donen en els processos cognitius bàsics, i que segons Sánchez (1991) són: l'observació, la comparació i relació, la classificació, l'ordenament i la classificació jeràrquica. Per aconseguir els objectius del treball, aquestes operacions han sigut adaptades al model de sistematització proposat de la següent manera:

- **Observació:** procés d'identificació dels conceptes que conformen un tot significatiu en base a un objectiu prèviament identificat.
 - *Adaptació al model de sistematització:* per a la realització de la proposta de principis i criteris (tot significatiu) identificarem en primer lloc les idees força de la investigació, és a dir, la meta principal, els agents implicats, el marc contextual on es dirigeix l'acció, i també els possibles impactes que els productes poden tenir en les diferents dimensions de la sostenibilitat.

- **Comparació i relació:** identificació dels conceptes que fan els elements comparables entre si, bé per similitud o per diferència. La relació és el procés que permet establir connexions entre categories conceptuais.
 - *Adaptació al model de sistematització:* aquest procés d'identificació es dura a terme analitzant i sintetitzant el marc teòric referencial en base a l'anàlisi dels conceptes més rellevants. La generació de matrius ens facilitarà l'establiment de connexions entre les diferents categories conceptuais.

- **Classificació:** procés que permet organitzar i codificar categories conceptuals mitjançant criteris prèviament definits.
 - *Adaptació al model de sistematització:* s'establiran les unitats d'anàlisi, o categories conceptuals, a tenir en compte en el disseny per al desenvolupament sostenible i solidari en base a la informació recollida en les matrius conceptuals establertes prèviament, i es definiran les regles per facilitar l'agrupació, relació i codificació posterior de cada segment d'informació.

- **Ordenament:** procés que consisteix en organitzar un conjunt en seqüència, a través d'una variable ordenable.
 - *Adaptació al model de sistematització:* s'establirà un sistema de codificació per tal d'identificar les unitats de coincidència en les matrius d'informació.

- **Classificació jeràrquica:** derivada dels processos de classificació i ordenament, consisteix en realitzar una estructura d'arbre organitzada per nivells, «en cada nivel se ubican las clases correspondientes a una misma variable o criterio de clasificación y en cada rama se distribuyen los elementos de la jerarquía, de lo general a lo particular o viceversa” (Sánchez, 1991, p. 368). L'esquema jeràrquic permet establir relacions entre cada nivell.
 - *Adaptació al model de sistematització:* la classificació jeràrquica permet l'organització, en forma d'esquema o arbre, dels principis i criteris a tenir en compte en la proposta. Aquest esquema jeràrquic evitarà la repetició de criteris i l'establiment de relacions entre ells, la qual cosa resulta especialment important a l'hora de treballar amb un enfocament multisistèmic en la pràctica de disseny sostenible i solidari.

En base a l'adaptació realitzada (veure figura 8.1 a la pàgina 199), el model per la sistematització del marc teòric referencial constarà de les següents fases:

1. **Identificació de les idees força:** per tal d'aconseguir la reducció de dades i la seua categorització conceptual, en primer lloc, identificarem les idees força de la investigació que permetran establir les bases del raonament, en base a:

- la meta principal de la proposta de principis i criteris de disseny,
- els agents econòmics implicats,
- el marc contextual per possibilitar un desenvolupament humà sostenible,
- els possibles impactes en les diferents dimensions de la sostenibilitat.

2. **Matriu de conceptes rellevants per a l'extracció de principis i criteris:** El procés d'identificació es dura a terme analitzant i sintetitzant el marc teòric referencial en base a l'anàlisi dels conceptes més rellevants. La generació de matrius conceptuals, per l'extracció i construcció de principis i criteris, ens facilitarà, posteriorment, l'establiment de similituds, diferències i connexions entre les categories conceptuals.

3. **Categories conceptuals, regles per la classificació i sistema de codificació:** una vegada es determinen els conceptes més rellevants per l'extracció de principis i criteris, s'identificaran les categories conceptuals amb les quals es sistematitzarà la informació aportada. La categorització consisteix en la definició d'una sèrie d'unitats d'anàlisi que d'alguna manera resulten significatives per la investigació.

4. **Esquema jeràrquic de principis i criteris:** la classificació jeràrquica dels elements permet l'organització, en forma d'esquema o arbre, dels principis i criteris a tenir en compte en la proposta. Com ja s'ha comentat, aquest esquema jeràrquic evitarà la repetició de criteris i l'establiment de relacions entre ells, a més de permetre interconnexions segons siga el seu impacte.

8.1 Identificació de les idees força

La identificació de les idees força de la investigació, que permeten establir les bases del raonament, es realitza en base a:

- La meta principal de la proposta de principis i criteris de disseny.
- Els agents econòmics implicats.

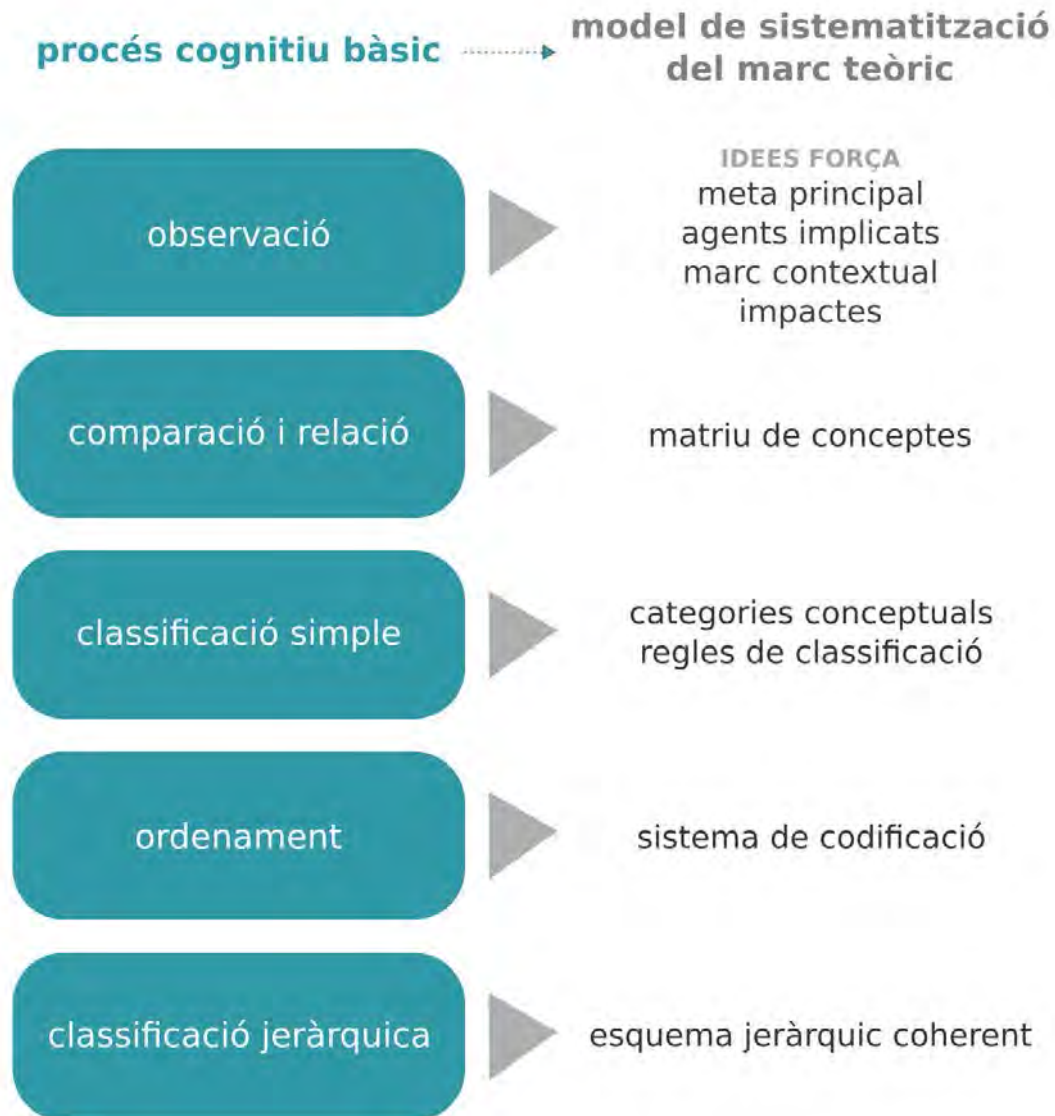


Figura 8.1: Model de sistematització del marc teòric en base a l'esquema del procés cognitiu bàsic proposat per Sánchez (1991)

- El marc contextual per possibilitar un desenvolupament humà sostenible.
- Els possibles impactes generats en les diferents dimensions de la sostenibilitat.

8.1.1 Identificació de la meta principal

Definir la meta principal és condició necessària per saber quins objectius volem aconseguir amb el disseny sostenible i solidari de béns i serveis. És important identificar quins canvis (culturals, comportamentals, de benestar social, ambientals, etc.) volem en el temps, a curt i llarg termini.

Així, i en base a la resignificació del terme de disseny sostenible realitzada en el capítol anterior definim la meta principal de la següent manera:

El disseny per al desenvolupament humà sostenible i solidari és una activitat, d'utilitat social, la finalitat de la qual és generar productes responsables al servei del benestar col·lectiu i de la continuïtat de la vida en el planeta, des d'una cultura de la solidaritat i de la sostenibilitat. Procurarà satisfer les necessitats per a un desenvolupament humà mitjançant aquelles capacitats, individuals i col·lectives, que doten a les persones d'una bona vida, autosuficient i en harmonia amb la natura.

8.1.2 Identificació dels agents econòmics

El marc teòric aportat ens ha permès identificar els principals actors econòmics de l'economia social i solidària (ESS) i el seu paper actiu en el camí cap a models de sostenibilitat forta. El mercat social és el lloc on s'intercanvien béns i serveis en base als principis i valors de l'ESS, i queda configurat per totes les entitats productores, distribuïdores i financeres, els consumidors i també, pels professionals del disseny encarregats de configurar els productes demandats. Per tant la implementació dels principis i criteris es podria donar a tres nivells:

- **En les entitats**, els principis constitueixen una guia per crear i millorar contínuament els processos i productes que s'ofereixen en el mercat social.
- **En les persones consumidores**, els principis constitueixen una guia per garantir la simetria i la transparència en la informació del producte.

- **En els professionals del disseny**, els principis permeten la integració de valors intangibles en la configuració de productes, i per tant constitueixen una guia per la generació de nous productes però també per a l'anàlisi i la millora dels existents.

8.1.3 Identificació del marc contextual

La sostenibilitat des d'un enfocament sistèmic s'ha d'entendre com la suma de tots els aspectes o factors que formen part d'un sistema relacional, és a dir que qualsevol modificació suposa la reestructuració del sistema i, per tant, el seu anàlisi no es pot realitzar des dels elements independents sinó com part d'una mateixa estructura.

El marc contextual, des d'on es treballa la proposta de principis i criteris, parteix del metabolisme sacionatural sostenible del mercat social (veure figura 4.5 a la pàgina 90). El producte/satisfactor és un dels components bàsics en el procés d'intercanvi, que queda configurat per un conjunt d'atributs tangibles (bé) o intangibles (servei o idea), així com per la producció simbòlica i social, configurada pels valors que els grups socials els atorguen. Els béns i serveis que es produiran, queden determinats per les necessitats de desenvolupament humà sostenible de la societat, i no des de les necessitats de benefici econòmic, com ocorre en un mercat capitalista. Així el mercat social permet l'augment del capital natural i social per sobre del capital econòmic.

El disseny és una activitat que pot tenir impactes positius i negatius en el metabolisme sacionatural, la qual cosa dependrà de la presa de decisions que es realitzi en els processos de configuració dels productes. Per tractar-se d'una activitat de producció de valors tangibles i intangibles, i simbòlics, s'han de preveure els seus efectes al llarg de les activitats econòmiques de producció, distribució i de consum.

És per això que al situar el disseny en el procés metabòlic poden visualitzar tres grans àrees, que anomenarem lògiques, per entendre-les com una cadena de conseqüències i causes, les quals ens permetran simplificar els processos d'anàlisi. Així el marc contextual quedarà delimitat per:

- **La lògica de les necessitats, per al Desenvolupament Humà Sostenible (DHS)**, o conseqüències derivades de la presa de decisions en la configuració dels satisfactors de les necessitats per al desenvolupament humà. Els béns i serveis dissenyats poden condicionar la

capacitat i la llibertat individual i col·lectiva per aconseguir millorar les condicions de vida i de benestar en entorns socials harmònics amb la natura i on es respecten els drets humans de totes les persones.

- **La lògica de la producció**, o conseqüències que es deriven del sistema de fabricació i distribució dels béns i serveis per a un desenvolupament humà sostenible.
- **La lògica del consum**, o conseqüències derivades del consum de béns i serveis. L'acte de consumir té el potencial de condicionar els valors i hàbits d'una societat per caminar cap a un desenvolupament sostenible i solidari.

Des d'aquestes lògiques (veure figura 8.2) emmarquem els principis i criteris que guiaran la pràctica del disseny sostenible i solidari.

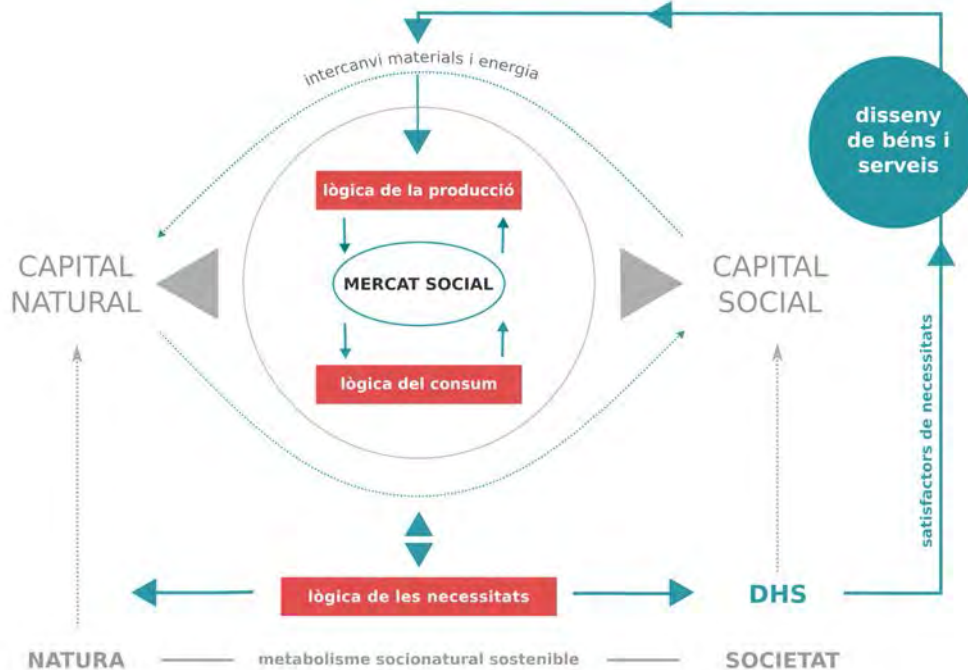


Figura 8.2: Lògiques del mercat social en el metabolisme sacionatural sostenible

8.1.4 Identificació dels impactes en les dimensions de la sostenibilitat

En base a la meta principal de la proposta de principis i criteris i al context estructural que configura el metabolisme sacionatural, es fixen quatre impactes (ambiental, econòmic, social i cultural) que responen a l'enfocament multisistèmic de la sostenibilitat. Les possibles conseqüències, físiques o simbòliques, que pot tenir la pròpia configuració dels béns i serveis destinats al mercat social s'hauran de tenir en compte a l'hora de definir els principis i criteris que guiaran la pràctica d'aquest disseny.

Així els possibles impactes quedaran definits de la següent manera:

- **Impacte ambiental:** conseqüències que té un producte sobre les condicions de manteniment de les capacitats essencials dels sistemes vitals, així com per garantir que el desenvolupament és compatible amb els sistemes naturals.
- **Impacte econòmic:** conseqüències que té un producte sobre les condicions econòmiques, dignes i justes, dels grups d'interès.
- **Impacte social:** conseqüències que té el producte sobre el desenvolupament humà i les capacitats, individuals o col·lectives, per agafar el control de les seues vides, sobre la qualitat de vida (satisfacció de necessitats materials i no materials de les persones) i sobre la distribució equitativa, la justícia social i la formació de capital humà i social.
- **Impacte cultural:** conseqüències que té el producte sobre la identitat cultural capaç de possibilitar un desenvolupament sostenible.

Finalment el context estructural dels béns i serveis destinats al mercat social, on s'emmarcarien els principis i criteris de disseny, es configuraria tal i com mostra la figura 8.3 a la pàgina següent.

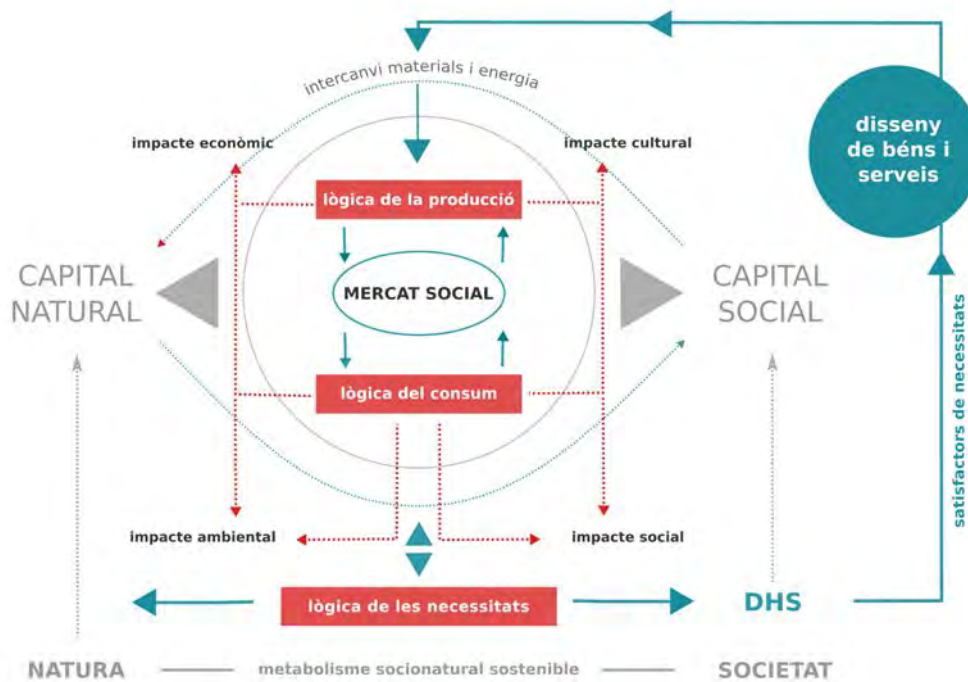


Figura 8.3: Impactes dels béns i serveis destinats al mercat social

8.2 Matriu de conceptes rellevants per a l'extracció de principis i criteris

La identificació dels principals conceptes del marc teòric es realitza a través de la construcció de matrius conceptuals, des de les quals es facilita l'establiment de similituds, diferències i connexions entre les diferents categories.

Per la realització de les matrius es tindran en compte els següents conceptes extrets del marc teòric referencial desenvolupat al llarg del present treball:

- Marc conceptual de l'economia social i solidària (ESS)
 - Conceptes bàsics
 - Valors i principis

- Eixos transversals
- Eines per la transformació
 - * Balanç social i matriu del bé comú
 - * Certificacions
 - * Mercat social
- Nou sistema de necessitats per al desenvolupament humà
 - Desenvolupament Humà Sostenible (DHS)
 - Capacitats per al Desenvolupament Humà
 - Nou sistema de necessitats
- Marc conceptual de la sostenibilitat
 - Sostenibilitat forta
 - Ètica de la sostenibilitat:
 - * Manifest de la vida
 - * Carta de la Terra
- Paradigmes ètics per al disseny sostenible
 - Kyoto design declaration
 - Berlin Manifesto: social transformation for sustainable design
 - Hannover principles, design for sustainability
 - 1000 words: a manifesto for sustainability in design
- Moviments i tendències en el disseny per a la transformació social sostenible
 - Impacte ambiental: moviments i tendències per una ecologia social
 - * Decreixement

- * Permacultura
- * Disseny en Transició
- * Ecodisseny
- Impacte cultural: moviments i tendències en defensa d'una cultura lliure i local
 - * Moviment de programari lliure i de codi obert (FLOSS)
 - * Moviment de cultura lliure
 - * Disseny openP2P (openp2pdesign)
 - * Disseny obert (open design)
 - * Moviment lent o de filosofia slow
 - * Disseny lent (slow design)
 - * Moviment de Simplicitat Voluntària (downshifting)
 - * Disseny artesà
 - * Disseny per al canvi de comportament
- Impacte social: moviments i tendències en defensa de l'autosuficiència, els béns comuns i la justícia social
 - * Moviment del Procomú
 - * Disseny(impacte) social
 - * Disseny activista
 - * Disseny universal o disseny per a tots
 - * Metadisseny
- Impacte econòmic: moviments i tendències cap a nous models ètics de desenvolupament econòmic
 - * Moviment de Comerç Just i Responsable
 - * Moviment dels Makers
 - * Disseny per la innovació social
 - * Disseny 'fes-ho tu mateix' o DIY

Per una major descripció d'aquests conceptes es remet a l'annexe 10.2 a la pàgina 265 «Matrius conceptuals en base al marc teòric referencial. Codificació.»

8.3 Categories conceptuals, regles per la classificació i sistema de codificació

La categorització consisteix en la definició d'una sèrie d'unitats d'anàlisi que d'alguna manera resulten significatives per la investigació. Així, i tenint en compte els conceptes i el context estructural definits per al disseny de béns i serveis destinats al mercat social (veure figura 8.3), és a dir les lògiques plantejades i els possibles impactes, es defineixen les següents categories conceptuals:

- **Producció**, des de la lògica de la producció es tindran en compte les conseqüències, que es deriven de la fabricació i distribució dels béns i serveis, a dos nivells:
 - *Ambiental*, mesurarà el possible impacte d'un producte sobre les condicions de manteniment de les capacitats essencials dels sistemes vitals, així com per garantir que el desenvolupament és compatible amb els sistemes naturals.
 - *Econòmic*, mesurarà el possible impacte d'un producte sobre les condicions econòmiques, dignes i justes, dels grups d'interès.

Per evitar repeticions innecessàries en la definició de categories conceptuals, es consideren aquells impactes que major transcendència poden tenir en l'entorn on es desenvolupa l'acció, així, en la categoria de producció, no es tindran en compte els impactes socials i culturals per considerar que venen derivats d'altres lògiques, des d'on agafen major rellevància.

- **Consum**, des de la lògica del consum es tindran en compte les conseqüències que es deriven del consum dels béns i serveis. Es considera que l'acte de consumir té el potencial de condicionar els valors i hàbits d'una societat per caminar cap a un desenvolupament sostenible i solidari, per tant es tindrà el seu impacte a nivell:

- *Cultural*, es mesuraran les conseqüències d'un producte sobre la identitat cultural, per tal de possibilitar un desenvolupament sostenible.
- **Necessitats per al Desenvolupament Humà Sostenible (DHS)**, es tindran en compte el sistema de necessitats que millore les condicions de vida en entorns socials, harmònics amb la natura, i on es respecten els drets humans de totes les persones. Amb l'anàlisi de les matrius conceptuals, i tenint en compte els principis bàsics de l'ESS, es sintetitzen les necessitats per al DHS en: justícia i equitat, solidaritat, participació/cooperació i desenvolupament de les capacitats humanes. Es consideraran els impactes a diferents nivells:
 - *Ambiental*, mesurarà el possible impacte d'un producte sobre les condicions de manteniment de les capacitats essencials dels sistemes vitals, així com per garantir que el desenvolupament és compatible amb els sistemes naturals.
 - *Econòmic*, mesurarà el possible impacte d'un producte sobre les condicions econòmiques, dignes i justes, dels grups d'interès.
 - *Cultural*, es mesuraran les possibles conseqüències que els productes poden tenir sobre la identitat cultural.
 - *Social*, es mesuraran les conseqüències dels productes sobre el benestar social, individual o col·lectiu, sobre la qualitat de vida i, en general, sobre la formació de capital humà i social.

Com s'ha comentat abans, es consideraran aquells impactes que major transcendència poden tenir en cada categoria, evitant així repeticions innecessàries.

En la figura 8.4 a la pàgina següent s'observa el context estructural del mercat social una vegada s'han identificat les categories conceptuals.

8.3.1 Elaboració de les regles d'anàlisi de les categories i codificació

Per tal d'organitzar la informació aportada en les matrius conceptuals es definiran uns criteris unificadors per cada una de les categories conceptuals identificades. L'aplicació d'aquestes regles

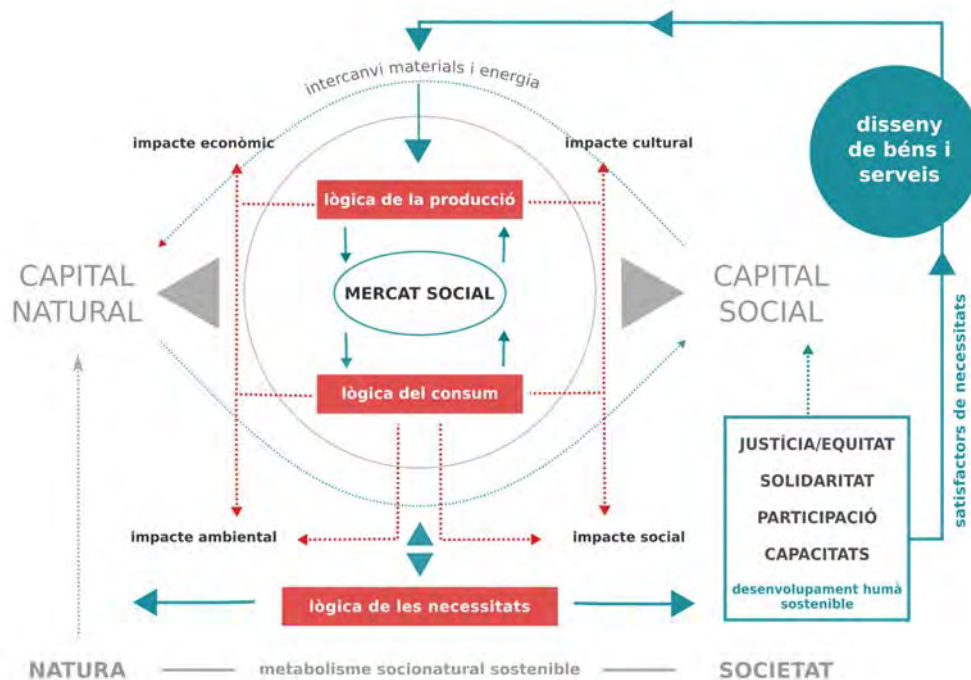


Figura 8.4: Context estructural del béns i serveis destinats al mercat social

d'anàlisi facilitaran l'agrupació i relació de la informació i la posterior extracció de principis i criteris de disseny. S'estableixen codis (entre claudàtors) per identificar les unitats de coincidència en les matrius conceptuals (en annexe 10.2 a la pàgina 265). Amb la codificació aconseguim la simplificació i estructuració de les dades aportades.

□ **Regles d'anàlisi i codificació de la categoria «necessitats»**

Conseqüències derivades de la configuració dels béns i serveis com a satisfactors del sistema de necessitats per a un desenvolupament humà sostenible:

– **Regles d'anàlisi i codificació de *justícia i equitat***

- * *Justícia + impacte ambiental* [JAM]: distribució justa de recursos, beneficis i perjudicis ambientals, entre individus o grups, actuals i futurs.
- * *Justícia + impacte econòmic* [JEC]: intercanvi i distribució justa de la riquesa, del

coneixement i dels béns i serveis per a una vida digna, entre individus o grups, actuals i futurs.

- * *Justícia + impacte social* [JSO]: igualtat d'oportunitats, igualtat de posicions i drets humans.
- * *Justícia + impacte cultural* [JCU]: valors culturals que promouen estils de vida inclusius, dret a la identitat, al reconeixement, a la identitat cultural, a la no discriminació i al lliure accés al coneixement.

– **Regles d'anàlisi i codificació de *solidaritat***

- * *Solidaritat + impacte ambiental* [SAM]: acció conjunta i corresponsabilitat per conservar, protegir i restablir la salut i la integritat, present i futura, de l'ecosistema de la Terra.
- * *Solidaritat + impacte social* [SSO]: ajuda mútua, pertinença i consciència social. Augment del bé col·lectiu i del procomú.
- * *Solidaritat + impacte cultural* [SCU]: valors culturals cap a una visió de món com a projecte comú i amb consciència d'habitar una mateixa terra.

– **Regles d'anàlisi i codificació de *participació i cooperació***

- * *Participació + impacte cultural* [PCU]: la societat com agent actiu en la presa de decisions i construcció de noves maneres d'habitar espais socials autoorganitzats per al benestar social. Interessos comunitaris per sobre dels individuals. Foment d'una cultura de la cooperació.

– **Regles d'anàlisi i codificació de *desenvolupament de capacitats***

- * *Desenvolupament capacitats + impacte cultural* [DCU]: creació d'entorns socials i de formes d'intercanvi no mercantilitzades (valor simbòlic dels béns i serveis relacionals) per desenvolupar l'autoestima, augmentar les oportunitats i aconseguir una vida plena.

□ **Regles d'anàlisi i codificació de la categoria «producció»**

Conseqüències derivades de la fabricació i distribució dels béns i serveis:

- *Producció + impacte ambiental* [PRAM]: prevenció, minimització i cura mediambiental en els processos productius i de distribució.
- *Producció + impacte econòmic* [PREC]: sistemes productius i distributius que garanteixen mitjans de vida de manera harmònica amb els sistemes naturals i locals. Priorització de la producció de béns i serveis socialment útils davant de l'escassetat de recursos en un món finit. Producció al servei de les necessitats.

□ **Regles d'anàlisi i codificació de la categoria «consum»**

Conseqüències derivades del consum dels béns i serveis:

- *Consum + impacte cultural* [CCU]: valors i hàbits que fomenten un nou sistema de necessitats basat en una cultura de la sostenibilitat mitjançant un consum responsable i la reconstrucció del teixit social que promoga les relacions i el procomú. Cultura del do. Balanç de necessitats.

8.3.1.1 Taula de codificació de les matrius conceptuals

L'objectiu de la taula de codificació (veure figura 8.1 a la pàgina 213), realitzada a partir de l'anàlisi de les matrius conceptuals (veure codificació de les matrius conceptuals, annexe 10.2 a la pàgina 265), és analitzar el grau de coincidència de les dades aportades per facilitar el seu ordenament. La taula de codificació mostra les relacions, en base als impactes, generades a partir de la classificació de la informació (descriptors, objectius, principis o estratègies dels conceptes) a través de les categories conceptuals establertes. Per facilitar la lectura de la taula es diferencia el gràfic per color i grandària:

- per color: el verd correspon a l'impacte ambiental, el roig correspon a l'impacte econòmic, el blau correspon a l'impacte social i el groc correspon a l'impacte cultural.
- per grandària: a major tamany d'esfera més impacte té en una dimensió determinada.

Un primer anàlisi de la taula de codificació planteja aportacions significatives sobretot pel que fa al desenvolupament sostenible. Queda clar que l'enfocament del disseny per a un desenvolupament sostenible i solidari ha de realitzar-se des d'un enfocament multisistèmic i integratiu, així recordem

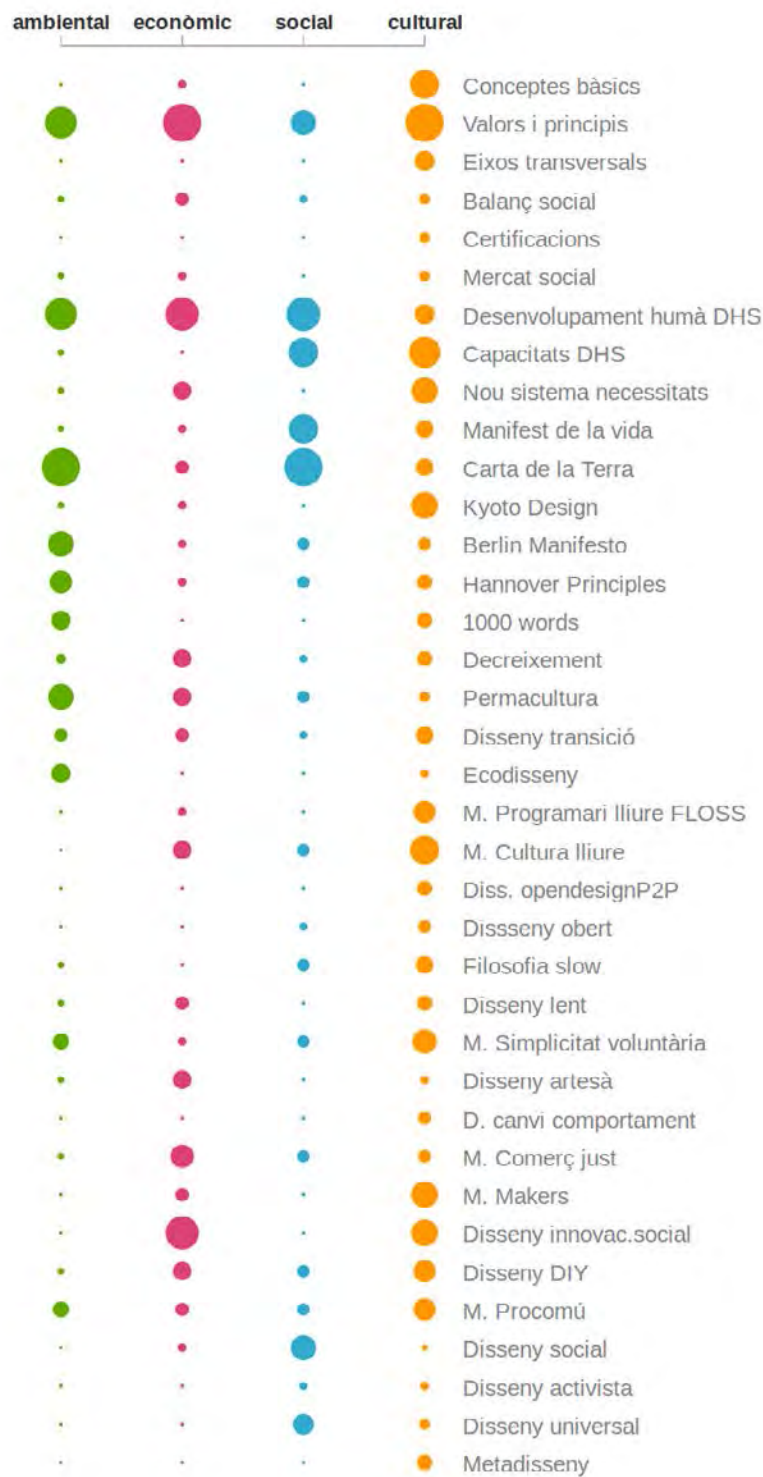
les paraules de Gómez Sal (2001) quan proposa un model avaluatiu de la sostenibilitat on es tinga en compte la importància relativa dels distints components. Aquesta *importància relativa* és visibilitza molt bé en la taula de codificació, així els conceptes queden agrupats segons siga la consideració que el seu discurs li dona a cada dimensió, tenim per exemple que:

- el major número d'esferes verdes coincideixen amb els discursos dels grups vinculats als escenaris ambientals com són: l'ètica de la sostenibilitat, els manifestos ètics de l'àmbit del disseny, els escenaris emergents ambientals i les corresponents tendències en el disseny.
- en el cas de les esferes grogues coincideixen amb els discursos dels grups vinculats als escenaris culturals com són: les tendències de transition design i slow design, els moviments de cultura lliure, d'autogestió com és el DIY, etc.
- les esferes roges s'agrupen en els escenaris i tendències econòmiques però es pot veure com no són discursos tant presents com ara els ambientals i socials.
- els principis de l'economia solidària busquen l'equilibri en el seu discurs en totes les dimensions: ambiental, social, cultural i econòmica.

Aquestes aportacions avalen la tesis per la qual el disseny sostenible i solidari ha de ser capaç de generar una equilibri dinàmic i d'interacció entre totes les seues dimensions. A l'hora de reflexionar sobre la sostenibilitat d'un producte, és fonamental visualitzar les relacions que s'estableixen entre les diferents lògiques, així com també, prendre consciència de quins tipus d'impactes realitzem a l'hora de configurar els productes que dissenyem. Cada situació, sistema o problema requereix d'una solució diferent ajustada a la cerca d'un desenvolupament sostenible.

8.4 Esquema jeràrquic de principis i criteris

Per definir la proposta de principis i criteris es tindrà en compte les categoritzacions i codificacions realitzades en les matrius conceptuals. La classificació jeràrquica dels elements ens permet l'organització dels principis i criteris, evitant la repetició d'aquests, i l'establiment de relacions entre ells.



Taula 8.1: Taula de codificació i impactes dels principals conceptes identificats

Per la construcció de l'esquema jeràrquic de principis i criteris tindrem en compte les següents definicions:

- *Principi (P)*, una norma o regla de conducta que serveix com a base del raonament i acció. Basats en valors morals, la meta es formula com un ideal. Per conèixer el grau de compliment, i permetre una major comprensió, es descompon en parts.
- *Criteri (C)*, situació o aspecte del procés dinàmic d'un sistema. És un mitjà per establir un judici o veredicte per saber si un principi es compleix o no. Són descriptors dels principis, és a dir, les estratègies o condicions que s'han de complir. Un criteri descriu quin és l'estat desitjat en cada esfera i permet l'emissió d'un judici en una situació determinada.
- *Esquema jeràrquic*, el conjunt, o sistema, de principis i criteris que guiaran la pràctica del disseny sostenible i solidari. Té com objectiu subdividir, nivell per nivell, un objectiu en paràmetres que puguin ser manipulats o avaluats. Haurà de tenir una organització coherent, tant en la jerarquia horitzontal, on els paràmetres que apareixen en el mateix nivell no es superposen, com en la consistència vertical, on els paràmetres del mateix nivell tenen relació, aquesta coherència es plasma en la figura 8.5. En el capítol següent es desenvolupa àmpliament l'esquema jeràrquic de principis i criteris per al DDHSS.

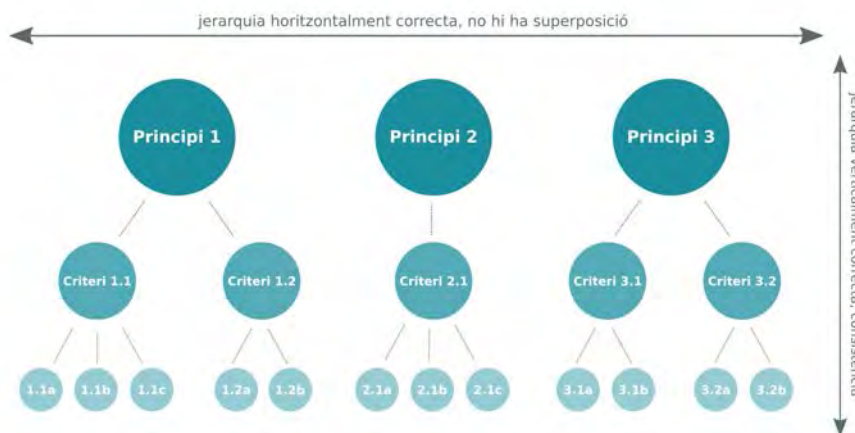


Figura 8.5: Esquema jeràrquic per a principis i criteris. Adaptat de Lammerts van Bueren i Blom (1996)

Capítol 9

Proposta de principis i criteris per a

la pràctica d'un Disseny per al

Desenvolupament Humà Sostenible i

Solidari

Com ja s'ha comentat, en l'esquema jeràrquic es consideraran els *principis* (P) com les regles bàsiques necessàries per complir amb la meta principal fixada (veure 8.1.1), és a dir *què fan* els productes per complir-la; i els *criteris* (C) com les pautes o condicions que s'han de complir en un principi, és a dir *de quina manera ho fan* o *quines són* les condicions o estratègies que fan complir el principi. En tots ells s'hauran de considerar els principals impactes (ambiental, social, cultural o econòmic) que emanen de la seua acció, d'aquesta manera es facilita la visualització del producte des d'un enfocament integral i multisistèmic de la sostenibilitat. Aquests impactes es poden visualitzar en l'esquema jeràrquic aportat a continuació (veure figura 9.1). En el cas d'adaptar aquest esquema com a eina avaluativa per a productes, és important que també es tinguen en compte les interrelació que s'estableixen entre els diferents elements (principis, criteris i estratègies) doncs, com hem vist en capítols anteriors, l'enfocament sistèmic trenca la idea d'equilibri estàtic (teoria dels tres pilars), potenciant la noció de la sostenibilitat integral com un conjunt de funcions interrelacionades amb les seues complexes variables. Així trobarem que, molts dels elements que conformen l'esquema, tenen relacions jeràrquiques amb altres elements fora inclús de les pròpies lògiques a les quals s'adscriuen. Cal dir que els elements poden arribar a variar les seues relacions i a tenir diferents interpretacions segons siga el context on s'apliquen i, fins i tot, podrien *no ser* aplicables en algunes circumstàncies.

Aquesta proposta s'ha d'entendre com un marc teòric des d'on generar o avaluar l'acció, o les solucions específiques a partir de les connexions entre els diferents components que, encara que es poden considerar independents, junts configuren el que entenem per una cultura del disseny sostenible i solidària. A continuació es desenvolupen cada un dels principis i criteris que es mostren en el següent esquema jeràrquic.

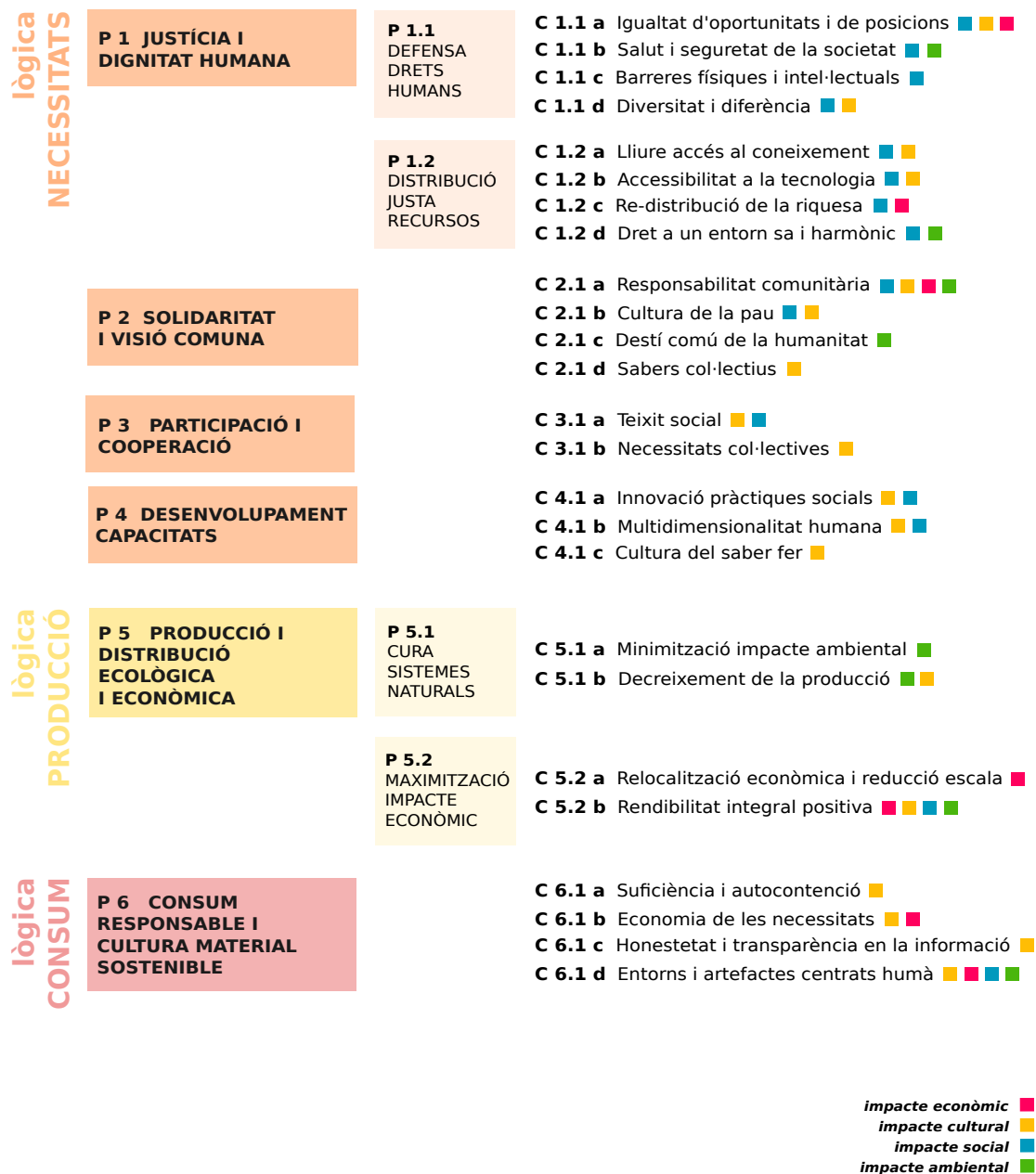


Figura 9.1: Esquema jeràrquic de principis i criteris per a la pràctica d'un disseny sostenible i solidari

9.1 Des d'una lògica de les necessitats per al Desenvolupament Humà

Dissenyar en relació a les necessitats en base als següents principis i criteris.

9.1.1 Principi 1 _ Justícia i dignitat humana

Dissenyar per promoure la defensa dels drets humans i la justa distribució dels recursos tangibles i intangibles.

9.1.1.1 Principi 1.1_Defensa dels drets humans

Criteri 1.1a_Igualtat d'oportunitats i de posicions, afavorir la inclusió i la mobilitat dels sectors poblacionals més dèbils i minoritaris, dissenyar per a:

- *Augmentar l'autoestima i el creixement personal*, així com l'accés als recursos i la promoció de béns comunitaris.

Duolingo (veure figura 9.2) és un exemple de servei web dissenyat de manera accessible a tothom per fomentar la igualtat d'oportunitats i que alhora promociona els béns comunitaris. Duolingo es presenta com un projecte social per l'aprenentatge, gratuït i virtual, d'idiomes i un plataforma de traducció crowdsourcing, és a dir a través del treball col·laboratiu s'augmenta el bé comú, com és per exemple la traducció d'articles de la Viquipèdia.



Figura 9.2: Duolingo, plataforma d'aprenentatge virtual d'idiomes i traducció. Recuperat de: https://ca.wikipedia.org/wiki/Duolingo#/media/File:Duolingo_logo.svg

- *Integrar socialment la pobresa*, augmentant el procomú i l'accessibilitat per tothom, sense perjudici ambiental. Prioritzar béns i serveis relacionals que ajuden a la mobilitat social de les persones.

- *Garantir un educació inclusiva, equitativa i de qualitat* i promoure oportunitats d'aprenentatge al llarg de tota la vida.

Un exemple de producte per una educació inclusiva el tenim en *One Laptop per Child* (veure figura 9.3) que va ser dissenyat com un projecte educatiu que permetia l'accés a les TIC mitjançant un ordinador portàtil dissenyat especialment per entorns desfavorables arreu del món i a un preu molt accessible. Aquest producte va ser dissenyat per Pentagram en 2005.



Figura 9.3: One Laptop Per Child (OLPC). Recuperat de: <http://one.laptop.org/>

Criteri 1.1b _Salut i seguretat de la societat, dissenyar per a:

- *Garantir una vida sana* i promoure el benestar per tothom en totes les edats.
- *Prevenir, protegir i aplicar el principi de precaució* davant de les incerteses de la ciència i dels imperatius econòmics.

En la figura 9.4 a la pàgina següent es mostra un envàs per a ús alimentari lliure de *Bisfenol A* (BPA), una substància molt polèmica per estar prohibida en alguns països al considerar-la una substància tòxica i cancerígena. Canadà va ser el primer país en qualificar el Bisfenol A com a substància tòxica i prohibir-lo per a qualsevol tipus de producte per a alimentació. En 2011, l'Unió Europea, va prohibir el seu ús en biberons però encara avui en dia no ha fet extensiva la seua prohibició a altres envasos alimentaris.



Figura 9.4: Hteink Min (2012, juliol 19). BPA- Free Bottle. Recuperat de: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:BPA-Free_Bottle.JPG

Criteri 1.1c_Barreres físiques i intel·lectuals, simplificar la quotidianitat generant productes centrats en les necessitats de les persones i útils per tothom. Es poden tenir en compte principis del disseny inclusiu o universal, com per exemple els proposats pel Centre per al Disseny Universal de la N.C. State University (1997):

- Ús equitatiu*, el disseny és útil i vendible a persones amb diverses capacitats.
- Ús flexible*, el disseny s'adapta a una àmplia gamma de preferències i habilitats individuals.
- Ús intuïtiu i simple*, l'ús del disseny és fàcil d'entendre, sense importar l'experiència, el coneixement, les habilitats de llenguatge o el nivell de concentració de l'usuari.
- Informació perceptible*, el disseny ha de comunicar amb eficàcia la informació necessària per a l'usuari, independentment de les condicions ambientals o les capacitats sensorials de l'usuari.
- Tolerància a l'error*, el disseny minimitza els riscos i les conseqüències adverses de les accions accidentals o no intencionades.
- Mínim esforç físic*, el disseny es pot utilitzar de manera eficient i còmoda minimitzant la fatiga.
- Adequada mida d'aproximació i ús*, proporciona una mida i espai adequat per a l'apropament, accés, manipulació i ús, independentment de la mida del cos, la postura o la mobilitat de l'usuari.



Figura 9.5: Uematsu, T. (2007). Matsushita Group's Approach to Universal Design. *Design for all, vol 2* (6) India: Design for All Institute of India. Recuperat de: http://www.designforall.in/newsletter_june_2007.pdf

Un exemple de disseny universal el trobem en el prototip desenvolupat per l'empresa *Matsushita Electric's* (veure figura 9.5), una rentadora que, a partir de l'estudi de posicions del tambor, millora l'accessibilitat de les persones majors i de persones en cadira de rodes.

Criteri 1.1d_Diversitat i diferència, dissenyar per fomentar una cultura de la tolerància. Garantir la igualtat entre totes les persones, amb independència de quina siga la seua raça, classe, orientació sexual, edat, gènere o cultura. Dissenyar per a:

- *Eliminar estereotips* de gènere, rols culturals i, en general, totes aquelles pràctiques discriminatòries.

En 2015 l'empresa *Whatsapp* va integrar la diversitat cultural en les emoticones però, a dia d'avui, encara manté nombrosos estereotips com per exemple la manca d'emojis professionals femenins o la identificació de gènere a partir del simbolisme en el color (com és el color rosa per identificar el gènere femení) o l'ús d'altres símbols estereotipats (veure figura 9.6 a la pàgina següent).

- *Fomentar la sensibilització* cap a la igualtat de gènere i la cultura de la tolerància.

Després de 56 anys, l'empresa Mattel trenca amb els estereotips de bellesa impossible de la nina *Barbie*, com l'extrema primesa, amb versions de cosos amb diferents proporcions corpo-



Figura 9.6: Emojipedia (2016). Emojis Apple IOS 9.3. Recuperat de: <http://emojipedia.org/apple/>

als i també altres colors de pell (veure figura 9.7). Alguns experts (Infosalus, 2016) veuen positius aquest tipus de canvis en els joguets encara que apunten que la importància de la qüestió es troba en el recolzament social per promoure canvis en els cànons de bellesa femenina, imposats actualment per la cultura occidental, i que són els causants de nombrosos trastorns alimentaris en l'adolescència.



Figura 9.7: Barbie (2016, gener 28). Meet the new dolls. [Actualització en estat en Twiter]. Recuperat de: https://twitter.com/Barbie/status/692687964900438016/photo/1?ref_src=twsrc^tw

9.1.1.2 Principi 1.2_ Distribució justa de recursos tangibles i intangibles

Criteri 1.2a_Lliure accés al coneixement, dissenyar per augmentar el domini públic i la democratització del coneixement, des de la co-creació i la còpia com a eina de millora i de creativitat social, i per potenciar l'autogestió de la vida individual i col·lectiva.

El Recetario (veure figura 9.8), iniciativa de Makea tu Vida, és una plataforma d'investigació en l'àmbit del disseny ecològic, la reutilització dels residus i el codi obert, dedicada al foment de la cultura DIY. Un dels seus principals objectius és la creació i intercanvi de coneixements entre la comunitat d'usuaris que fomenten la co-creació i l'autoconstrucció sostenible dels nostres hàbitats.

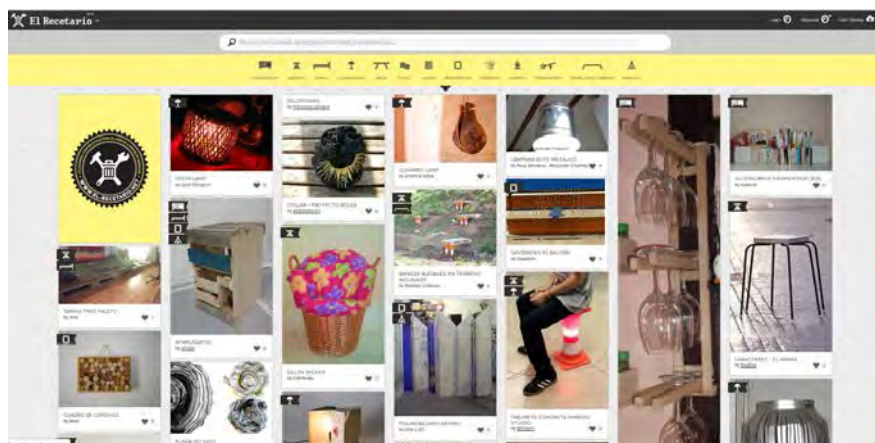


Figura 9.8: Makea tu vida. El recetario, plataforma opensource i de foment de la cultura de DIY. Recuperat de: <http://el-recetario.net>

Criteri 1.2b_Accessibilitat a la tecnologia, minvar l'esclatxa digital atès que suposa un límit al coneixement incrementant el risc d'exclusió social.

És l'exemple dels Fab Labs, xarxa global de laboratoris de fabricació digital locals, que cerquen apropar aquesta tecnologia a totes les persones adaptant-se als contextos específics on es situen. És el cas del FabLab d'Afganistan, que ha desenvolupat un projecte de codi obert de xarxa wifi (veure figura 9.9 a la pàgina següent), anomenat *FabFi*, per fer arribar internet a ciutats i poblacions d'arreu del país, de manera econòmica, senzilla, i operant amb independència del control del govern.



Figura 9.9: Mehen, L. (2011, juliol 5). FabFi: An open source wireless network built with trash [Entrada de bloc]. Recuperat de: <https://opensource.com/life/11/7/fabfi-open-source-wireless-network-built-trash>

Criteri 1.2c_ Re-distribució de la riquesa, i repartiment equitatiu per combatre la pobresa econòmica. Cal dissenyar per:

- *Minimitzar les barreres econòmiques* dels usuaris amb el foment d'un disseny democràtic que genere productes accessibles en el mercat.

En la figura 9.10 a la pàgina següent es mostra la *peça metàl·lica T300*, dissenyada per Curro Claret, i que està disponible per tots aquells col·lectius més o menys marginats, exclosos socialment o no, que puguin veure en la proposta una via per millorar d'alguna manera la seua situació.

- *Fomentar les relacions comercials justes* i transparents mitjançant una economia a escala i el poder de la comunitat sobre les activitats econòmiques de producció, distribució i consum.

Fairphone (veure figura 9.11 a la pàgina següent) és un exemple minoritari de producte electrònic que té en compte les relacions comercials justes i la integració de valors socials, culturals i ambientals, com és per exemple estar dissenyat per facilitar la reparabilitat al ser tot modular.

Criteri 1.2d_ Dret a un entorn sa i harmònic amb la natura, mitjançant l'administració racional i equitativa dels recursos i els beneficis ambientals, cal protegir a les minories i les generacions futures. Dissenyar tenint en compte:



Figura 9.10: Claret, C. (2012). Pieza T300. Fotografía de Juan Lemus. Recuperat de: http://www.curroclaret.com/es/la_pieza_intro.html

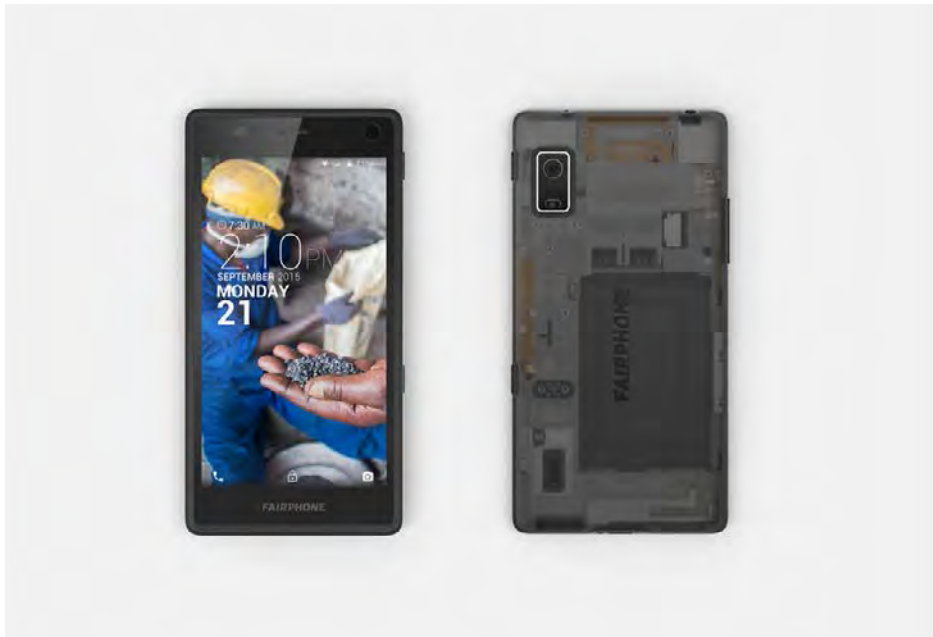


Figura 9.11: Fairphone (2010). The smartphone with social values. Recuperat de: <https://www.fairphone.com>

- *Un sistema finit*, generant productes sans que, a llarg termini, no carreguen a les generacions futures.
- *Pràctiques biocentristes* (defugir de l'antropocentrisme) que siguin beneficioses i respectuoses amb els béns comuns naturals (aigua, biodiversitat, boscos, etc.) i en general amb tots els éssers vius.

Groasis (veure figura 9.12) és una tecnologia biomimètica dissenyada per repoblar àries erosionades i desèrtiques amb poc esforç i a un baix cost. La maceta biodegradable pot ser reutilitzada fins a 10 anys.

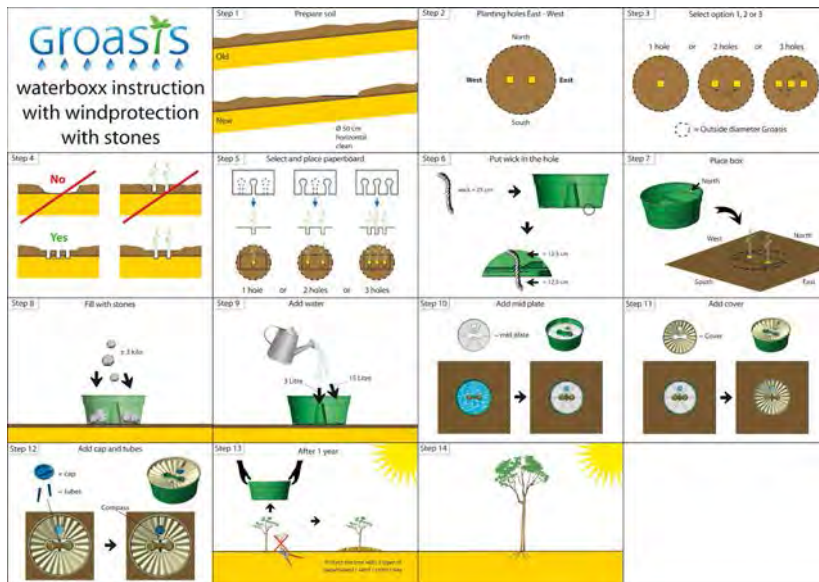


Figura 9.12: ©Groasis Waterboxx (2013). Tecnologia biomimètica per combatre la desertificació. Recuperat de: <https://www.groasis.com>

9.1.2 Principi 2_ Solidaritat i visió del món comuna

Dissenyar per augmentar el sentiment solidari com a element cohesionador de la comunitat i de projecció de vida en comú.

Criteri 2.1a: Responsabilitat comunitària, fomentant la pertinença a la comunitat i la responsabilitat social, individual i col·lectiva. Dissenyar per a:

- *Desenvolupar modes de vida comunitaris* front a l'individualisme, dinamitzar les relacions cooperatives, les experiències i espais relacionals i la consolidació de llaços socials i vincles entre les persones, des d'una visió no reduccionista de la complexitat implícita en el factor humà.
- *Augmentar la intel·ligència col·lectiva.*
- *Potenciar la singularitat i la identitat cultural,* com a factor generador de cohesió social i de pertinença a la comunitat i com a element catalitzador d'innovació comunitària i de desenvolupament econòmic.
- *Fomentar la sensibilització cap al procomú,* o les accions col·lectives que cerquen la protecció dels recursos naturals lliures amb possibilitat d'escassetesa futura, com l'aigua.

Esta es una plaza és un jardí veïnal situat en el barri de Lavapiés de Madrid (veure figura 9.13 a la pàgina següent). El projecte va començar en 2008 arran de la realització del taller "Montaje de acciones urbanas" organitzat per La Casa Encendida i el grup Urbanacción de Madrid, des del qual es va transformar un solar que havia estat en desús més de 30 anys. Avui en dia compta amb una cessió temporal de l'ajuntament de Madrid i la seua gestió es realitza de manera col·lectiva entre els veïns i tots aquells ciutadans interessats en l'ús d'espais públics. A l'estat espanyol existeixen iniciatives similars com per exemple són el *Solar Corona* en València o *Esto no es un solar* en Saragossa. La construcció tant de l'espai com dels productes que es poden trobar en aquests espais es realitzen col·lectivament, generalment mitjançant processos participatius.

Criteri 2.1b_Cultura de la pau, refusar la violència, mitjançant el consens i el diàleg. Dissenyar per a:

- *Resolució i/o visibilització dels conflictes* a través del propi producte.

Toys as tools for peaceful conflict resolution (veure figura 9.14 a la pàgina següent) és un projecte de 2004 promogut per l'Escola d'Art i Disseny de Pasadena. El seu objectiu és posar en relleu el paper essencial del disseny per permetre que les joguines i jocs puguin convertir-se en eines per ajudar als nens a enfrontar-se i resoldre de manera pacífica els conflictes.



Figura 9.13: Esta es un plaza (2008). Hort urbà comunitari en Lavapiés. Recuperat de: <http://madrilanea.com/2013/02/22/y-tu-que-plaza-quieres/imagen-1501/>

Toys as Tools for Peaceful Conflict Resolution



Figura 9.14: Designmatters at Art Center College of Design of Pasadena (2004). Toys as Tools for Peaceful Conflict Resolution <http://www.designmattersatartcenter.org/proj/toys-as-tools-for-peaceful-conflict-resolution-2/overview/>

- *Generar productes que promoguen la convivència pacífica, cerca de solucions a problemes provocats per les guerres.*

Mine Kafon (veure figura 9.15) és un dispositiu dissenyat per Massoud Hassani, està impulsat per energia eòlica a través dels camps de mines terrestres, les quals denoten amb el seu contacte. Amb aquest producte es visibilitza l'horror amb el que viuen moltes poblacions fins i tot molts anys després d'una guerra, alhora que intenta posar una solució segura i econòmica mitjançant l'ús de materials econòmics i reparables, o també amb l'ús de tecnologies accessibles com és el GPS per indicar camins segurs.



Figura 9.15: Hassani, M. (2011) Mine Kafon, dispositiu dissenyat per salvar vides. Recuperat de:<http://minekafon.org>

- *Evitar els productes amb caràcter bèl·lic o violent, promovent les actituds pacífiques, la solidaritat i la sensibilitat.*

En la figura 9.16 a la pàgina següent es pot veure un joguet que reproduïx una arma d'ús bèl·lic, de la companyia Hasbro. No deixa de resultar un tant contradictori que aquesta companyia ha sigut premiada com empresa ètica de 2016 per The Ethisphere® Institut en el seu programa anual The World's Most Ethical Companies® Honorees. A més, també es pot obser-

var certa intencionalitat en l'ús simbòlic de colors càlids com a recurs metafòric per connotar alegria i diversió.



Figura 9.16: NERF N-Strike Vulcan EBF-25, de Hasbro, Inc. Recuperat de: <http://www.toysrus.com/product/index.jsp?productId=10961873>

- *Reconèixer les diverses formes d'interacció social* i fomentar l'empatia i la mirada de l'altre des del disseny.

Ask Me About My Hijab (veure figura 9.17 a la pàgina següent) pretén ser una eina per convidar a obrir conversacions entre dones que porten hijabs i persones no musulmanes, tractant de generar un intercanvi de perspectives des de la mirada de l'altre.

Criteri 2.1c_Destí comú de la humanitat, per protegir i conservar la Terra entesa com a *llar compartida* per les generacions presents i futures, és a dir tenir en compte la solidaritat transgeneracional. Dissenyar per a:

- *Visió biocentrista* que reconega la interdependència amb els sistemes naturals i el compromís ecològic mitjançant la pràctica d'un disseny conscient, creatiu i resiliència, capaç d'emular els seus cicle i processos.

La primera *copa menstrual* (veure figura 9.18 a la pàgina següent) va ser patentada en els anys 30 per l'actriu nord-americana Leona Chalmers, quasi al mateix temps es desenvolupava la indústria del tampó i es patentava l'empresa Tampax. Avui en dia el seu disseny és lleuger,

higiènic i saludable, i la podem trobar en diferents materials com el làtex, la silicona mèdica i el TPE. Productes com la copa menstrual són necessaris per portar impresos la sostenibilitat integral en el seu disseny.

- *Visió holística* del món (no reduccionista) i el localisme cosmopolita: pensar global, actuar local.



Figura 9.17: Abbar, S., Fang, B. (2016). Ask Me About My Hijab. DSI, Social Impact Design, School of Visual Art of New York. Recuperat de: <http://dsi.sva.edu/project/ask-me-about-my-hijab/>



Figura 9.18: Lacopamenstrual.com (2012), Femmefleur SCCL. Recuperat de: <http://www.lacopamenstrual.es/porque-es-mejor/>

Criteri 2.1d_Sabers col·lectius, producció d'intel·ligència col·lectiva i identificació d'un projecte comú de vida que canvie el comportament individualista per un comunitari, dissenyar per a:

- *Revitalització de tradicions culturals* i preservació de la memòria històrica, per l'intercanvi obert i l'extensa aplicació del coneixement adquirit per la humanitat.

Martín Azua és un dissenyador particularment interessat en la incorporació dels processos naturals en la vida quotidiana i l'ús de recursos artesanals (veure figura 9.19) per salvaguardar la diversitat cultural i l'economia local compromesa amb el medi ambient.



Figura 9.19: Azua, M. (2008). Taller «Reformulated tradition». Recuperat de: <http://www.martinazua.com/es/producto/reformulated-tradition/>

- *Construcció de nous sabers*, que introduïska noves maneres de pensament i de viure que milloren el benestar social i possibiliten altres futurs sostenibles.
- *Reapropiació del temps natural*, recuperar una cultura del temps en la quotidianitat de les

persones menys artificial, adoptant els cicles llargs i estables dels sistemes naturals i defugint de la desnaturalització que comporta la velocitat.

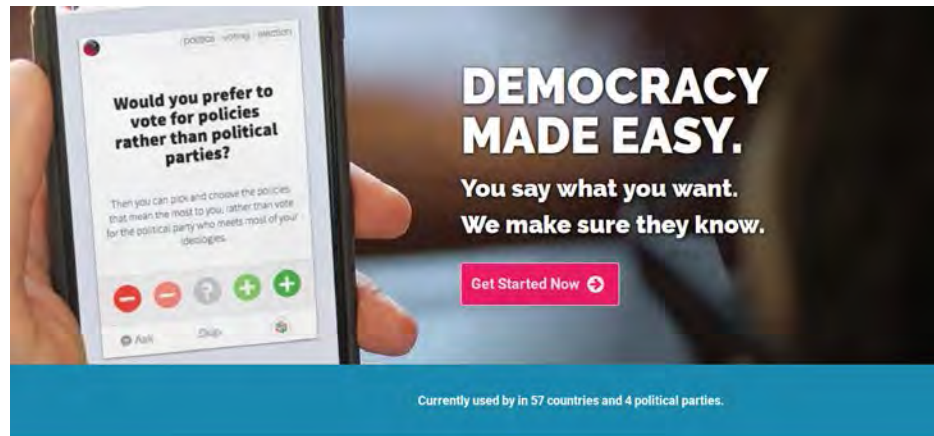
La plataforma online *BBBfarming* (veure figura 9.20), té l'objectiu de promocionar i formar al servei de l'agroecologia, el consum responsable, la sobirania alimentària i la transformació social. Entre els seus valors destaquen ressituat allò rural en un lloc estratègic de cara a un nou escenari postcapitalista que afavorisca la tornada al camp amb pràctiques agropecuàries respectuoses amb el medi ambient i les persones. L'ús de les noves tecnologies permet crear una comunitat virtual de recolzament entre productors-consumidors. Des de l'àmbit del disseny s'ha de dirigir la mirada cap a aquestes iniciatives i cap a les noves necessitats que d'elles emanen.



Figura 9.20: Plataforma on-line BBBfarming (2013). Projecte de l'«Asociación Cultural GuerrillART-ACTIVA» (S. Coop). Recuperat de: <http://www.bbbfarming.net/somos>

9.1.3 Principi 3_Participació i cooperació

El disseny com a eina capaç d'engegar mecanismes de participació ciutadana per la consecució de l'interès col·lectiu i el foment d'una cultura de la cooperació.



Say what you want.

This isn't about party politics, this is about making the world a better place.

The more you say what you want — where you live, work, for your country and for your planet — the more we can make sure your voice is heard where it really counts.

Figura 9.21: Represent.me (2015) Plataforma de votació online. Recuperat de: <https://represent.me>

Criteri 3.1a_Teixit social, per enfortir la construcció col·lectiva i apoderar la ciutadania com a subjecte actiu, cal dissenyar per a:

- *Autonomia i apoderament crític per la presa de decisions* sobre el futur que volem, la ciutadania com a protagonista del canvi i no tan sols receptora d'accions.

Represent.me (veure figura 9.21) és una aplicació informàtica per facilitar els processos democràtics i la participació ciutadana mitjançant sistemes de votació on-line en base a diverses temàtiques que els usuaris proposen. Aquest servei permet fer arribar el sentir de les persones a governants i empreses per treballar junts en la millora de la societat.

- *Participació inclusiva* a través de processos de co-disseny per integrar a totes les persones o entitats que puguen estar afectades, directa o indirectament, per les decisions a adoptar, prevenint així el conflicte. Cal incorporar les TIC (tecnologies de la informació i la comunicació) per facilitar generar eines comprensibles i processos de participació directa.
- *Teoria dels sistemes vius*, la comunitat s'entén com un patró dinàmic autoorganitzat, amb capacitat resilient i de resposta a l'emergència, que treballa amb interdependència amb altres sistemes i amb un gran potencial per a la innovació social.



Ama tu barrio.
 Forma parte de una ciudad mejor.
 Cambia el mundo.

Figura 9.22: Hackityapp (2012). App cívica per a reimaginar la ciutat. Recuperat de: <https://www.hackityapp.com>

Un exemple de construcció col·lectiva i de foment del teixit social és l'aplicació *Hackity App* (veure figura 9.22), aquesta plataforma cívica permet millora la vida en els barris mitjançant la participació dels ciutadans en el disseny de l'espai públic de forma col·laborativa i inclusiva. La tecnologia que utilitza és de codi obert i lliure i un dels seus principals objectius és fomentar les actituds cíviques respecte a l'ús de l'espai públic com a bé comunal.

Criteri 3.1b_Necessitats col·lectives, cobrir-les abans que les individuals, generant productes socialment útils i responsables en base a l'escassetat de recursos, dissenyar per a:

- *Creació de contextos i condicions* per que la ciutadania decidisca quins béns i serveis cal produir.
- *Xarxes d'intercanvi de productes*, amb un alt valor simbòlic i funcional, per sobre dels valors purament de mercat.
- *Adaptabilitat*, productes amb capacitat per emmotllar-se a les necessitats de la població.

Zuloark és un grup d'arquitectes, dissenyadors, constructors i pensadors que treballen des de la construcció de xarxes obertes des de diferents camps de l'arquitectura, el disseny (veure

figura 9.23), la pedagogia, l'urbanisme, la investigació i el desenvolupament comunitari. Molts dels seus projectes arregen les necessitats de les comunitats des de la construcció d'estratègies d'acció urbana i de participació veïnal com és el cas de l'espai autogestionat *El Campo de Cebada* situat en el centre de Madrid.



Figura 9.23: Zuloark i Basurama (2013). Taller de Hand Made Urbanismo (HMU) per la creació de mobiliari en el Campo de Cebada de Bogotá. Recuperat de: <http://www.zuloark.com/hmu-3-elcampodecebada/>

9.1.4 Principi 4_ Desenvolupament de les capacitats

Dissenyar per ampliar les capacitats de l'ésser humà i crear les condicions per a un desenvolupament humà sostenible.

Criteri 4.1a_ Innovació en les pràctiques socials, identificar oportunitats per construir formes de vida més sostenibles en tots els dominis de la vida social. Dissenyar per:

- Descobrir el potencial de les persones*, observar, interactuar i saber fer ús de les capacitats i habilitats individuals i col·lectives per intervindre en la seua realitat.

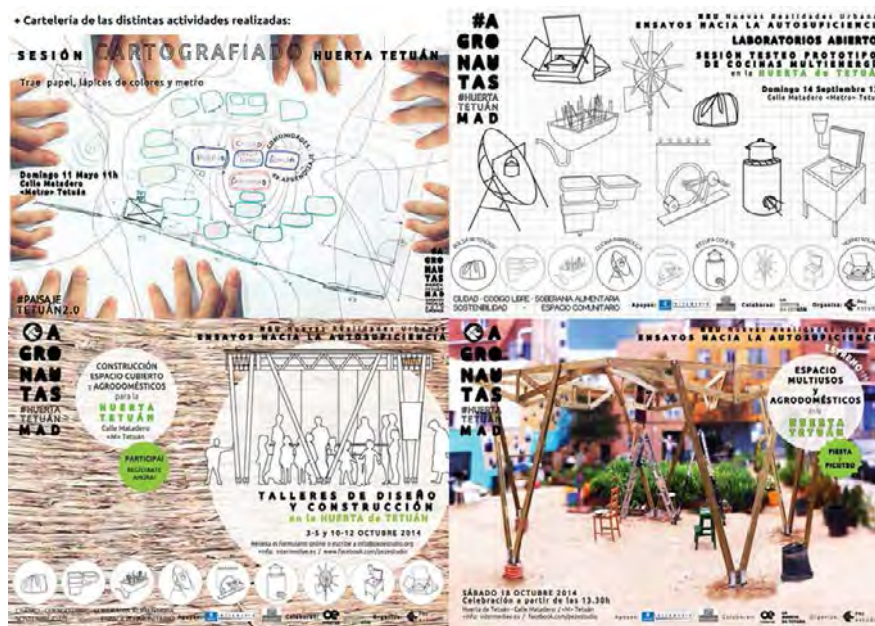


Figura 9.24: Pezestudio, Agronautas (2014). La Cubierta de Tetúan, espacio multiusos en la Huerta de Tetúan, Madrid. Recuperat de: <http://fundacion.arquia.es/eu/realizaciones/6691?urlback=%2Feu%2Fdirectoriorealizaciones>

- *Autoorganització comunitària*, i creació d'entorns que fomenten la capacitat de satisfer les seues necessitats.
- *Cobrir necessitats reals*, no construïdes des del sistema econòmic dominant, per millorar la qualitat de vida des de la sostenibilitat i la solidaritat.
- *Integrar necessitats psicosocials*, no materials, per a una vida plena a escala global.

Agronautas és un projecte multidisciplinar i obert, creat per Pez Estudio, que reformula les relacions entre les persones i el medi natural, integrant el disseny i la construcció des de el coneixement lliure, els béns comuns i l'autogestió d'una ciutadania activa. *La Cubierta de Tetúan* (veure figura 9.24) és un espai generat per Agronautas resultat de laboratoris ciutadans per al seu codisseny, autoconstrucció i autogestió. És un espai públic per l'aprenentatge de conceptes com són: sostenibilitat, procomú, resiliència, disseny obert i codi obert, entre altres.

Criteri 4.1b_Multidimensionalitat humana, desenvolupament personal i foment de l'autoestima mitjançant les capacitats físiques, psíquiques i emocionals, així com també les artístiques,



Figura 9.25: Social Street (2014). Grup de Villaggio Portazza, Bologna, Italy. Recuperat de: <http://comunita.comune.bologna.it/social-street-villaggio-portazza>

cognitives, culturals i sensibles. És a dir, la recuperació de la dimensió humana en totes les esferes de la vida i de les capacitats funcionals humanes per a una vida bona (veure la proposta ampliada de Nussbaum en el capítol tercer d'aquest treball). Dissenyar per a:

- Salut física (corporalitat)*, incloent la salut reproductiva, l'aliment i l'habitatge.
- Integritat corporal*, i conservació de la sobirania sobre els límits físics propis al resguard d'assalts i violència.
- Ús de la imaginació, dels sentits i el pensament creatiu* per a poder experimentar i produir obres auto-expressives amb llibertat.
- Emocions*, potenciar els vincles afectius amb coses i persones alienes a nosaltres mateixos, desenvolupar-se emocionalment sense por ni ansietats.
- Afiliació*, promoure béns i serveis relacionals que potencien les formes d'associació humana.
- Capacitat per a jugar*, ser capaços de riure, jugar i gaudir d'activitats d'oci.

- *Respecte a altres espècies i a la natura*, fomentar una vida interessada en les relacions amb els animals i els sistemes naturals en general.

Social Street és una plataforma online/offline basada en l'economia del regal i l'interès comú per construir comunitat i potenciar el desenvolupament humà. Aquest projecte naix davant la manca d'espais públics en les ciutats per fer reunions veïnals (veure figura 9.25 a la pàgina anterior), actualment més de 75.000 persones participen en 452 social streets en molts llocs del món. Altre projecte similar és una iniciativa holandesa de 2016 anomenada *BankjesCollectief*¹ (traduït Bancs Col·lectius) que pretén convertir els carrers en la major sala d'estar a l'aire lliure del món. Aquestes iniciatives cerquen desenvolupar capacitats humanes com l'afiliació, la capacitat de jugar, de riure i gaudir d'activitats d'oci, la promoció de vincles afectius entre les comunitats i l'ús del pensament creatiu, entre altres.

Criteri 4.1e_Cultura del saber fer, autogestió de la vida com a base per generar pràctiques quotidianes d'apoderament en qualsevol domini de la producció material o immaterial. Dissenyar per a:

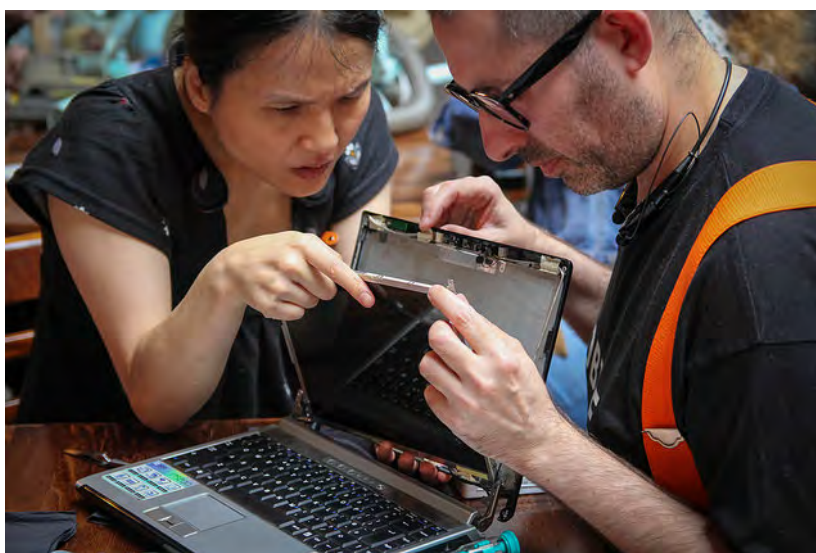


Figura 9.26: The Restart Project (2012). Projecte d'apoderament social per la reparació d'aparells electrònics. Recuperat de: <https://therestartproject.org/who-we-are/>

¹Més informació en: <http://www.bankjescollectief.nl>

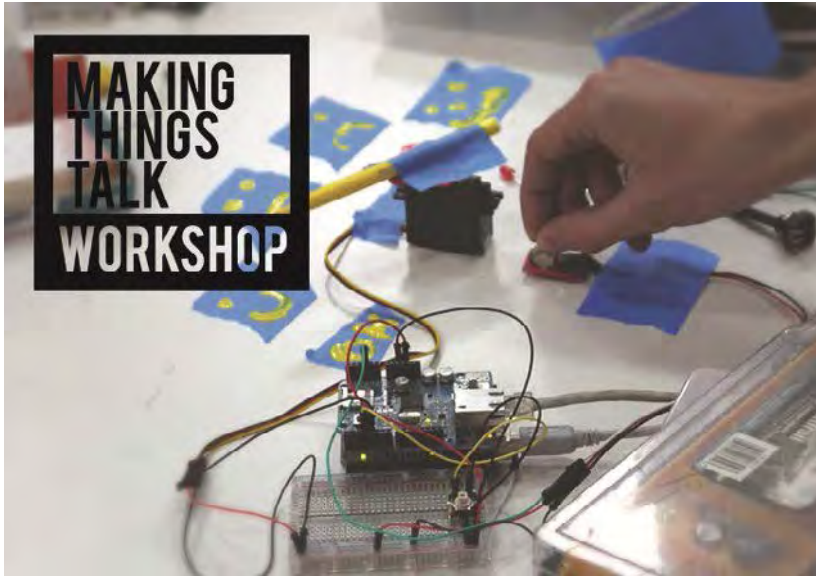


Figura 9.27: FabLab Barcelona, Taller Making Things Talk (2016). Laboratori obert de fabricació digital a escala personal. Recuperat de: <http://fablabbcn.org/workshop/2016/01/20/making-things-talk-2016.html>

- *Reparabilitat*, afermant les habilitats de les persones, la curiositat per saber com funcionen les coses i la capacitat per allargar la vida útil dels artefactes.

Restart Project (veure figura 9.26 a la pàgina anterior) és una empresa social que naix en Londres en 2012 i que actualment s'estén arreu del món. El seu funcionament és col·lectiu, on un grup de voluntaris munta un esdeveniment públic anomenat *Restart Party*, i que té com a objectiu principal fer participar a la gent per impulsar alternatives a l'obsolescència planejada, apoderant a les comunitats en la reapropiació de coneixements tecnològics.

- *Re-disseny*, millorant l'adaptabilitat i transformació per cobrir les pròpies necessitats, i contribuint al lliure accés al coneixement i en conseqüència l'augment del domini públic.
- *Creació d'espais i xarxes d'apoderament i reapropiació de la tecnologia*, recolzant aquells projectes que fomenten la cultura del fer com ara: plataformes DIY, hacklabs, makerspaces o fablabs.

Els *FabLabs* són laboratoris d'experimentació per la fabricació digital, generalment lligats a universitats o institucions, l'objectiu dels quals és, fonamentalment, generar espais oberts a

la ciutadania per tal d'afavorir la seua creativitat mitjançant eines de fabricació digital (veure figura 9.27 a la pàgina anterior). Paral·lelament a aquests espais es mouen els *Makerspaces*, llocs més basats en la participació col·lectiva i l'autogestió, i propers a la filosofia hacker i la cultura oberta i on es realitzen tot tipus de creacions materials, inclosa la fabricació digital.

9.2 Des d'una lògica de la Producció i Distribució

Dissenyar en relació a la fabricació i distribució en base als següents principis i criteris.

9.2.1 Principi 5_Producció i distribució ecològica i econòmica

Dissenyar per garantir un mitjà de vida a les persones en harmonia amb els sistemes naturals.

9.2.1.1 Principi 5.1_Cura dels sistemes naturals

Dissenyar per minimitzar l'impacte ambiental de la producció i distribució de béns i serveis sobre els sistemes naturals.

Criteri 5.1a_Estratègies de minimització de l'impacte ambiental del producte, les mesures aportades a continuació es poden ampliar amb l'extensa literatura que existeix al voltant de l'ecodisseny:

- *Introduir el principi de la precaució* en la fase de producció, evitant el dany com a mètode de protecció ambiental.
- *Eliminació o substitució de matèries perilloses i contaminants*, preferència per l'ús de materials locals, renovables i/o reciclables.
- *Ecoeficiència*, capacitat per desenvolupar productes amb menys recursos i menys residus i pol·lució, així com la implicació de la (eco)tecnologia per la disminució dels fluxos d'energia i ús de recursos i mètodes productius menys intensius i locals, com són els semi-artesanals o també la tecnologia digital.

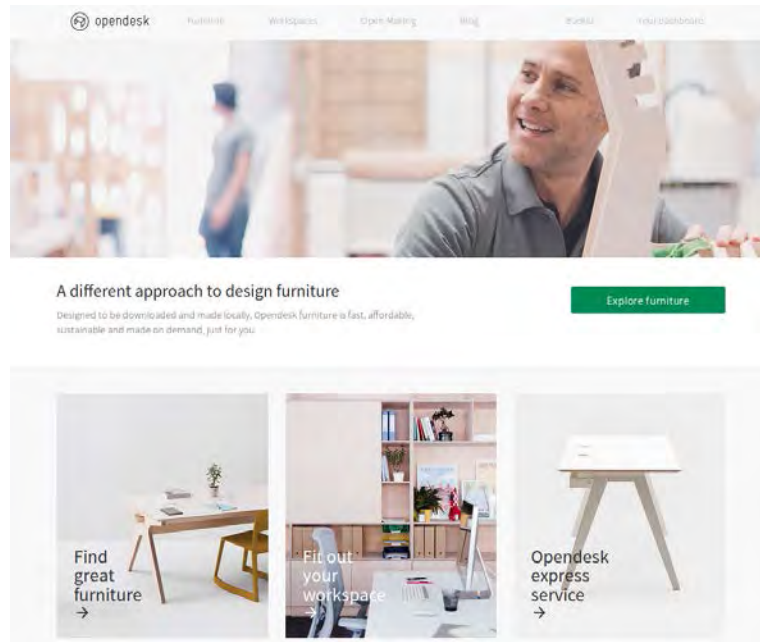


Figura 9.28: Opendesk (2014). Plataforma global per a la producció local. Recuperat de: <https://www.opendesk.cc/>

- *Suficiència en l'ús energètic*, reduir el consum indiscriminat de recursos no renovables i la prevenció de la producció de residus no assimilables.
- *Racionalitat ecològica*, reduir l'ús de recursos naturals com ara bé l'ús de l'aigua i de matèries primes per la producció, la selecció de materials menys impactants o la desmaterialització dels productes. Prioritzar els beneficis socials i ambientals per sobre dels purament econòmics. Aplicar el principi de la física de l'acció mínima "la naturalesa economitza en totes les seves accions".
- *Optimitzar el cicle de vida* complet dels productes i dels processos productius. Estudiar els fluxos, la captació d'energia i emular els cicles naturals i la seva posterior incorporació als processos de disseny d'un producte.
- *Millorar el concepte de producte/sistema* (desmaterialització, multifunció, etc.) per tal d'alleugerir la producció i la distribució.
- *Microfabricació distribuïda i localitzada*, ús de tecnologia digital i de xarxes socials.

- *Ús de materials locals*, per reduir la petjada ecològica en la distribució del producte.



Figura 9.29: Greenhouse (2012). Embalatge 100% biodegradable. Recuperat de: <http://shop.greenhome.co.za/>

- *Optimització de la distribució* (minimitzar l'ús d'envasos, reduir el pes i les dimensions del producte, etc.)
- *Innovació en sistemes de distribució* més sostenibles.
- *Creació de productes de proximitat* o de kilòmetre 0.

Entre les estratègies per minimitzar l'impacte ambiental es troba la producció distribuïda i localitzada mitjançant l'ús de xarxes socials i la tecnologia digital per generar productes de km 0, és el cas de la plataforma de disseny de mobiliari obert descarregable *OpenDesk* (veure figura 9.28 a la pàgina anterior), nascuda en Anglaterra en 2013, i que en pocs anys ha experimentat un gran augment fins a arribar a una comunitat de més de 400 tallers, 50 dissenyadors i 200.000 usuaris arreu del món.

- *Dissenyar per a la impermanència*, productes finits per a un sistema finit, com a part del sistema natural s'ha de limitar l'acció de dissenyar com a fi.

En moltes ocasions necessitem utilitzar productes d'usar i tirar, habitualment l'emballatge utilitzat sol estar realitzat amb materials plàstics alguns d'ells reciclables i d'altres no. Davant d'aquesta cultura del balafament són moltes les empreses que prioritzen en els seus productes altres tipus de materials biodegradables com és el cas de l'empresa *Greenhouse* (veure figura 9.29 a la pàgina anterior).

Criteri 5.1b_Decreixement de la producció, balanç de l'impacte ambiental per quantificar el dany abans de produir el producte, juntament amb una reflexió sobre el balanç de necessitats i la integració d'altres tipus de satisfactors que minimitzen la seua materialitat, com els béns públics, col·lectius, relacionals, etc.

9.2.1.2 Principi 5.2_Maximització de l'impacte econòmic en la producció

Dissenyar per afavorir un mitjà de vida digne i solidari amb els sistemes naturals i humans a l'hora que s'obté benefici econòmic en la producció i distribució dels béns i serveis.

Criteri 5.2a_Relocalització de l'economia i reducció d'escala, dissenyar tenint en compte:

- *Economies distribuïdes* que prioritzen les xarxes d'intercanvis de productes, fomentant la participació inclusiva de la comunitat amb l'ús de monedes comunitàries, bancs del temps o sistemes d'intercanvi local en mercats socials o plataformes digitals.
- *Desenvolupament econòmic local*, promoure aquells productes i sistemes productius que tenen en compte les indústries, tallers o artesans locals, les tècniques tradicionals i l'ús de les matèries locals o regionals.

Frixen (veure figura 9.30 a la pàgina següent) és un refresc alternatiu nascut des de l'economia social i solidària i la necessitat de potenciar un consum just. Es distribueix a nivell local i utilitza matèries locals o de comerç just per a la seua producció

- *Xarxes de distribució descentralitzades* adaptades a sistemes econòmics menuts i locals, com el consum de productes locals i de Km 0 o la dissolució de fronteres consum-producció.



Figura 9.30: Frixen Cola (2013). Refresc aragonès que fomenta l'economia local. Recuperat de: <http://frixen.com/>

Mobilotoop (veure figura 9.31 a la pàgina següent) és un projecte de serveis i infraestructures urbanes (inclosa la distribució descentralitzada) al voltant d'una nova cultura de mobilitat urbana, realitzat per un equip interdisciplinari format per sociòlegs, filòsofs, inventors, enginyers, empresaris, dissenyadors i arquitectes. Mobilotoop parteix de la filosofia de disseny obert i pretén que les persones i organitzacions puguin compartir idees i conceptes, utilitzant-los, adaptant-los i / o millorant-los lliurement.

- *Cultura de la productivitat centrada en l'ésser humà* i els valors intangibles com la solidaritat, la revitalització de les tradicions culturals i la integració social de les forces productives mitjançant el desenvolupament de les capacitats.
- *Localisme cosmopolita*, territoris connectats a través de l'ús de tecnologies digitals, capaços de descentralitzar la producció i generar noves oportunitat i mitjans de vida.

Teixidors (veure figura 9.32 a la pàgina següent) és una cooperativa per l'elaboració de teixits naturals que aposta per una economia a escala. Fomenta la integració social i el consum responsable, integrant altres valors sostenibles en el seu quefer diari, com són la producció manual i l'ús de materials naturals.

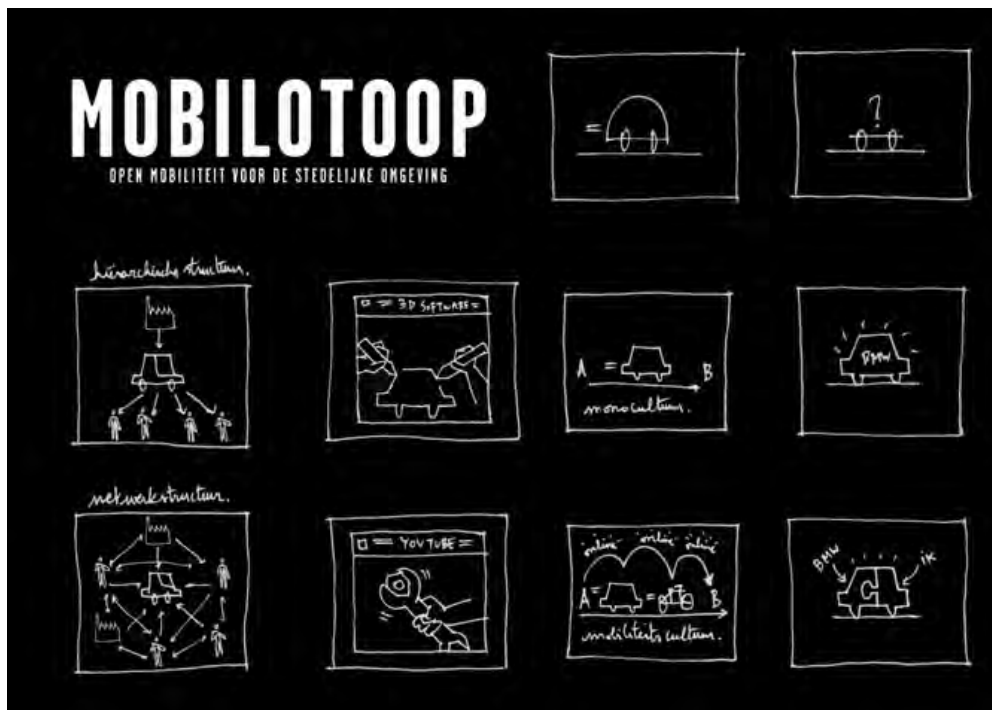


Figura 9.31: Infrastructures (2012). Mobilotoop, projecte de mobilitat urbana futura. Recuperat de:<http://studies.bc-as.org/Mobilotoop>



Figura 9.32: Teixidors. Telers de fusta amb producció manual i ús de fibres naturals. Recuperat de:
<http://www.teixidors.com/#!/proyecto.html>

Criteri 5.2b_Rendibilitat integral positiva del producte, sense prioritzar el valor de canvi per sobre d'altres valors.

- *Racionalitat ecosocial*, la lògica de la producció es supeditada a la lògica del consum i de les necessitats, i no a l'inrevés, generant un efecte positiu a nivell social, ambiental i cultural. La comunitat participa en la presa de decisions sobre què s'ha de produir.
- *Autosuficiència econòmica*, obtenció d'un rendiment econòmic positiu per fer viable el mitjà de vida.

9.3 Des d'una lògica del Consum

Dissenyar en relació al consum en base als següents principis i criteris.

9.3.1 Principi 6_Consum responsable i foment d'una cultura material sostenible

Dissenyar, amb responsabilitat, per integrar valors sostenibles en la cultura material de la societat.

Criteri 6.1a_Suficiència i autocontenció, abstenció de consums excessius i revolució cultural del benestar basat en relacions de reciprocitat i en el desenvolupament de les capacitats funcionals de les persones, cal dissenyar tenint en compte:

- *Valor simbòlic* del producte, restituint la relació íntima amb l'objecte i del seu efecte social, i també del valor d'utilitat per sobre del valor de signe (moda, estatus, etc.) i de mercat.
- *Béns i serveis relacionals* que fomenten noves maneres de viure basades en el compartir, la convivencialitat, la cura i el procomú.

Little Free Library (veure figura 9.33 a la pàgina següent) és un bon exemple de disseny d'un bé i servei relacional, l'objectiu del qual és establir noves maneres de compartir (economia del regal) entre el veïnat mitjançant l'intercanvi de llibres.



Figura 9.33: Stereotank (2013) Little free library, instal·lació urbana de biblioteca pública. Recuperat de: <http://publicdesignfestival.tumblr.com/post/52783630311/within-little-free-librarynycs-project-by-pen>

- *Béns comuns per sobre dels privats*, augment dels serveis dirigits a la comunitat i dels béns de consum d'accés públic al servei del benestar col·lectiu.

És el cas del projecte *Open Toys* del dissenyador Samuel N. Bernier. Joguets oberts realitzats amb tecnologia 3D printer que qualsevol persona pot descarregar de la web de Thingiverse (veure figura 9.34 a la pàgina següent) i imprimir-se'ls en casa, o en un fablab o makerlab, deixant a la imaginació dels nens l'elecció del suport per a crear els seus jocs.

- *Economia del regal* o d'allò compartit, com la donació de béns i serveis a la comunitat sense esperar devolució, sobre la base de la confiança, la reciprocitat i la justa distribució de recursos i d'excedents.

Goedzak (veure figura 9.35 a la pàgina 250) és un projecte realitzat per l'estudi de disseny *Waarmakers*. Segons els seus creadors aquest producte es basa en el principi d'altruisme i en l'ús del disseny per generar un canvi de comportament sostenible en la societat.



Figura 9.34: Bernier, S. (2013). Open Toys with 3D printer. Recuperat de: <http://www.thingiverse.com/thing:554850>

Criteri 6.1b_Economia de les necessitats, dissenyar des de la quotidianitat:

- *Contemplació, observació i reflexió sobre l'entorn i les necessitats*, donant solucions equilibrades al problema, anant més enllà de la funcionalitat percebuda i dels atributs físics de la solució.
- *Balanç de les necessitats i tendència a la simplicitat*, l'austeritat i el decreixement en el disseny front a la cultura de la satisfacció i d'economia dels desitjos. Tenir en compte la rendibilitat integral (relació costos-benefici) que implica el disseny, la producció, la distribució i el consum d'un producte.
- *Canvi d'hàbits cap al consum sostenible*, dissenyar productes amb capacitat de modificar certs patrons de comportament, i de decisions humanes, fent ús de coneixements i mètodes des de la psicologia, l'economia i la neurociència.

L'empresa *Boex* va rebre l'encàrrec de dissenyar un gimnàs a l'aire lliure per a adults i famílies per promoure el benestar i potenciar el respecte a l'entorn natural (veure figura 9.36 a la pàgina següent).



Figura 9.35: Waarmakers (2015). Goedzak, borsa especial per donacions. Recuperat de: <http://www.waarmakers.nl/projects/goedzak#sustainability-1>



Figura 9.36: Boex (2014) Outdoor Gym, ús d'elements naturals. Recuperat de: <http://www.boex.co.uk/project/outdoor-green-gym-national-trust/>

Criteri 6.1c_Honestat i transparència en la informació de mercat, augment del consum responsable i crític generant confiança en els usuaris, dissenyar per a:

- *Visibilitzar els atributs de confiança*, valors no tangibles del producte, evitant les asimetries d'informació. Informar sobre les externalitats generades en el desenvolupament del producte.
- *Informació comprensible i accessible*. Disseny de dispositius o etiquetes de garantia ecosocial que faciliten la decodificació de la informació.
- *Xarxes de comercialització directa*, atès que augmenten les relacions de confiança entre productors i consumidors, potenciant els valors locals i enfortint les economies familiars. Relocalització econòmica i reducció d'escala.



Figura 9.37: Pam a Pam (2014). Portal de consum responsable. Recuperat de: <http://pamapam.org>

Pam a Pam (veure figura 9.37) és una iniciativa de Setem i la Xarxa d'Economia Solidària de Catalunya (XES), pretén ser una mapa col·laboratiu per visibilitzar les iniciatives de consum responsable de Catalunya, es poden trobar empreses d'alimentació, cultura, comunicació i tecnologia, educació, vestir, oci, logística, habitatge o finançament, entre altres. La comercialització es realitza directament amb els productors, d'aquesta manera s'augmenta la confiança del consumidor davant els productes que consumeix.



Figura 9.38: European Cyclists' Federation (2012) Cargo Bike Crazy: The Potential of Delivering Goods By Bike. Recuperat de: <https://ecf.com/news-and-events/news/cargo-bike-crazy-potential-delivering-goods-bike-0>

Criteri 6.1d_ Entorns i artefactes centrats en l'humà, entendre el disseny com a mitjà per generar productes des d'on repensar noves maneres de viure sostenibles, i des d'on prioritzar la millora de la qualitat de vida al marge de la societat de consum i l'economia de mercat. Dissenyar per:

- Generar productes centrats en l'humà*, sota valors universals, que augmenten l'optimisme sobre el futur i la felicitat individual i compartida.
- Generar productes que augmenten la participació i la pertinença a la comunitat des del desenvolupament de les capacitats individuals i col·lectives.
- Generar productes reflexius i crítics* amb situacions d'insostenibilitat, amb capacitat per innovar socialment altres maneres de fer.
- Generar sistemes abans que artefactes*, serveis abans que productes.
- Generar productes humils* amb la natura.

Copenhaguen es coneix per ser una ciutat on aproximadament el 40% de la població arriba en bicicleta al treball o l'escola, on el 63% de la població fan servir les bicis cada dia i on existeixen més de 1000 km de carrils per al desplaçament en aquest vehicle. Tant és així que són moltes les empreses que treballen en aquest sector generant productes que recolzen aquesta cultura

de sostenibilitat urbana. Tant en Amsterdam com en Copenhaguen són molt populars les *cargo bike* (veure figura 9.38 a la pàgina anterior), un tipus de bicicleta, utilitzada antigament per fer repartiments, que avui en dia està sent redissenjada per adaptar-se a les noves necessitats de les persones i per la generació d'entorns més amables, humans i sostenibles.

Capítol 10

Conclusions finals i futures línies

Es podria dir que la importància d'aquesta investigació radica en la resignificació del concepte de disseny sostenible i en la cerca dels principis i criteris que guien la seua pràctica, però aquesta afirmació no seria del tot certa. Tant important, o més, és el marc que la sustenta, aquell que es delimita per les anomenades economies transformadores i, més concretament, per l'economia social i solidària. És gràcies a ella que hem pogut agafar consciència de la importància d'integrar el factor humà en el centre de tota activitat, a partir de la integració dels valors universals i de la prioritització del capital social, humà i ambiental per sobre del purament econòmic. La lectura d'articles i llibres, la visita a nombroses pàgines webs o l'assistència a fires ens han fet veure que l'economia solidària ja no és una utopia sinó el començament d'un llarg caminar cap a una societat més justa, solidària i sostenible.

El disseny, com activitat professional lligada al món del mercat i per tant a l'intercanvi simbòlic de béns i serveis, ha de plantejar-se quina és la meta interna que persegueix per tal de garantir la supervivència de l'ésser humà (Cortina, 2000); és a dir, si continua en la línia d'un desenvolupament insostenible basat en el creixement econòmic desmesurat (mantingut a costa de l'explotació dels sistemes naturals i humans), o per contra començar a caminar al costat d'una economia basada en pràctiques solidàries, sostenibles, participatives i humanistes que cerquen la satisfacció de necessitats i el desenvolupament integral de l'ésser humà i de la comunitat per sobre de la maximització del benefici econòmic.

Atès al marc teòric exposat, podem concloure que la integració de la sostenibilitat en el disseny comporta ineludiblement el qüestionament de l'actual sistema econòmic, a causa de la incapacitat que mostra a l'hora d'harmonitzar-se amb la natura i d'incorporar el factor humà en el seu quefer. Si a més entenem la sostenibilitat des d'una visió multisistèmica i forta és impossible no contemplar la necessitat d'un canvi en els hàbits de consum i producció dels països «del primer món». En aquestes societats, l'adquisició de béns i serveis es realitza com una pauta cultural i, per tant, els productes es converteixen en sistemes de signes transmissors d'informació, de valors, d'idees i d'emocions. El món material i simbòlic que construïm contribueix a alimentar la roda cultural del consumisme.

Aquesta qüestió s'ha convertit en un dels problemes a resoldre en la investigació, dirigint el procés cap a la cerca de nous paradigmes ètics transformadors. L'estudi realitzat ens ha confirmat

la validesa dels plantejaments inicials:

- La identificació del moviment d'economia social i solidària com a paradigma de solidaritat i sostenibilitat, i per tant, susceptible de millorar i implementar els seus principis i valors ètics en els béns i serveis que desenvolupa al llarg de totes les activitats econòmiques de producció, distribució, consum i finançament, incloent el disseny.
- El desenvolupament humà com a procés fonamental en la construcció d'un nou sistema de necessitats que acompanye la transformació sostenible del metabolisme sacionatural.
- La carència d'un consens en el món del disseny entorn al concepte de sostenibilitat, i per tant també en la definició, ús i implementació dels criteris que guien la pràctica del disseny sostenible.
- La necessitat d'engegar mecanismes que aconseguisquen equilibrar els sistemes econòmics, ambientals i els estils de vida de la societat. En l'àmbit del disseny s'han de generar ferramentes que ajuden en la presa de decisions sostenibles des d'un enfocament holístic, per tal d'implementar correctament tant els valors tangibles com els intangibles.

Aquests plantejaments són la base dels objectius proposats a l'inici del treball, que recordem són:

- Realitzar una exploració de la teoria i pràctica de les economies socials i solidàries així com del nou sistema de necessitats implícit en el metabolisme sacionatural sostenible.
- Identificar el concepte de desenvolupament humà i la seua relació amb la construcció del nou sistema de necessitats que determinarà la configuració dels béns i serveis.
- Realitzar una revisió crítica del concepte de sostenibilitat i la seua implicació en el camp del disseny.
- Resignificar el terme de disseny sostenible des de la integració de paradigmes ètics.
- Aportar una proposta de principis i criteris per la pràctica d'un disseny per al desenvolupament humà sostenible i solidari.

Com s'ha comentat, la investigació s'ha fonamentat en el marc de l'economia social i solidària, la qual ha alimentat la integració d'una sostenibilitat forta en el disseny de productes des d'una perspectiva transformadora, humana i solidària. A més, s'ha analitzat el procés d'integració dels valors qualitius en el quefer d'aquest model econòmic, a partir de l'ús d'eines analítiques, avaluatives, i també experimentals, per posar en pràctica els seus principis. No obstant això, també s'han identificat les dificultats per la integració d'aquests valors intangibles en la pròpia significació del producte, és a dir, al marge de les condicions pròpies de l'agent econòmic que el produeix. El mateix ocorre amb la integració del factor humà (en la seua dimensió social i cultural) en els processos de disseny sostenible. En moltes ocasions aquests impediments tenen com a conseqüència definicions parcials o visions monodimensionals de la sostenibilitat, arribant a establir confusions amb altres conceptes com són l'ecodisseny o el disseny social.

10.1 Aportacions del treball d'investigació

Les conclusions d'aquesta tesi doctoral es sintetitzen en la proposta final de principis i criteris per la pràctica d'un disseny per al desenvolupament humà sostenible i solidari. A més d'aquest compendi, assenyalarem altres aportacions obtingudes en cada un dels capítol exposats, i des d'on es destaquen algunes de les principals conclusions extretes al llarg del treball d'investigació.

□ **El disseny de productes des de l'economia social i solidària**

El disseny industrial ha esdevingut una disciplina amb una visió economicista que ha potenciat el desenvolupament de productes dirigits, principalment, a l'augment i l'estímul d'una demanda sotmesa a les exigències del mercat. La crisi sistèmica a la què ens enfrontem actualment ha fet créixer la necessitat d'integrar el factor humà en els processos de disseny. L'economia solidària ens ofereix un marc transformador per al disseny, des d'on analitzar els processos d'integració dels valors ètics universals que deuen regir la societat: equitat, justícia, fraternitat econòmica, solidaritat social i democràcia directa. Els objectius de les diferents activitats econòmiques de producció, distribució i consum, incloent el disseny, evidència que altres maneres de fer les coses són possibles. Trobem exemples d'aquesta integració en els béns i

serveis dirigits al mercat social, doncs es configuren des del seu inici per ser socialment útils i per recolzar un desenvolupament humà sostenible. Així podem concloure que la pràctica d'un disseny transformador (entès com a sistema de signes i per tant transmissor de valors culturals), des del marc de l'economia solidària, ha de realitzar-se a partir d'una visió crítica i multisistèmica de la sostenibilitat, mitjançant eines que faciliten la internalització de valors ètics.

□ **La integració de valors qualitius en el disseny**

L'economia solidària utilitza eines avaluatives, analítiques i exploratòries per posar en pràctica i revisar el compliment de la seua filosofia, com són els balanços socials o les etiquetes de garantia ecosocial, si bé encara no compta amb indicadors que d'alguna manera mesuren la internalització dels seus valors en els productes oferts al mercat social. El desenvolupament de béns i serveis sota criteris democràtics, solidaris i sostenibles implica la integració de valors qualitius en els processos de disseny i, també, la creació de criteris específics que puguin certificar, una vegada en el mercat, els atributs de confiança a nivell ambiental, social i ètic. La promoció del disseny, com a factor de culturització sostenible, d'innovació social i de benestar, ha de ser una ferramenta més en la recerca d'estratègies cap a la transformació social. En aquest procés el disseny, a l'igual que ho fa l'economia solidària, ha de posicionar-se com un mitjà i no com una fi, centrant-se en el desenvolupament de les persones i no en el mercat, i integrant, entre les seues estratègies, els principis i valors de les noves economies transformadores.

□ **Dissenyar per al desenvolupament humà**

L'economia solidària es configura com un nou paradigma per al desenvolupament humà sostenible. El mercat social, com a espai d'intercanvi de satisfactors de necessitats, demanda la construcció d'un sistema de necessitats des d'on les persones amplifiquen les seues capacitats per tal d'augmentar les oportunitats i opcions de vida en harmonia amb els sistemes naturals. El nou metabolisme sacionatural del mercat social demanda la producció de béns i serveis responsables i sostenibles, i també, la necessitat d'establir els mecanismes per detectar les necessitats de la població i produir aquells productes que siguen socialment útils. El

canvi sostenible de l'actual cultura de l'opulència només serà possible capgirant el sistema de necessitats i, en conseqüència, els hàbits de consum de la població. En aquest marc, l'àmbit del disseny també ha d'abandonar la idea d'un «món ple» i passar a potenciar aquelles capacitats humanes que doten a les persones d'una bona vida, autosuficient i en harmonia amb la natura. Dissenyar per al desenvolupament humà sostenible implica la pràctica d'un disseny perfeccionat, més humà, saludable i ecològic.

□ **Dissenyar amb una visió de la sostenibilitat forta i multisistèmica**

Entenem que la integració de la sostenibilitat en la pràctica d'una economia solidària es realitza des d'una corrent de pensament humanista crítica, és a dir, des d'una visió forta de la sostenibilitat. Per tant, els criteris per integrar el disseny sostenible en els béns i serveis del mercat social només podran afrontar-se des d'aquesta teoria de pensament. La visió forta, multidimensional o integral, implica concebre la sostenibilitat com un estat dinàmic d'equilibris entre els sistemes naturals i socials, que interaccionen de manera constant en base a les relacions, interaccions i superposicions que es donen entre els diferents components que la conformen: ambiental, econòmic, social, cultural i ètic.

□ **Dissenyar per a un desenvolupament humà sostenible i solidari**

La resignificació del concepte de disseny sostenible, des dels paradigmes ètics de la solidaritat i la sostenibilitat, implica un canvi, un trencament, amb la interpretació conceptual naturalitzada del terme, generalment realitzada des d'una visió economicista. L'ambigüïtat conceptual que comporta el propi terme de la sostenibilitat ens ha fet reconsiderar l'ampliació del terme *disseny sostenible* al de *disseny per al desenvolupament humà sostenible i solidari*. Aquest nou terme engloba:

- *El desenvolupament humà*, perquè situa a les persones en el centre de tota activitat de disseny. Aquest es configura com un mitjà per satisfer les necessitats de la població, potenciant aquelles capacitats que augmenten el benestar, individual o col·lectiu, en harmonia amb la natura.
- *L'ètica de la sostenibilitat*, perquè té com a missió establir una base ètica per a la societat

basada en el respecte cap a la natura, els drets humans universals, la justícia econòmica i una cultura de la pau.

- *L'ètica de la solidaritat*, perquè té per objecte la cooperació recíproca entre éssers humans per augmentar el bé col·lectiu, i fer el bé al major número de persones. Per tant, parlar de moral solidària és parlar d'un conjunt de valors i principis que haurien d'inspirar la pràctica del bé comú.

Així, i tal i com s'ha explicat en el capítol vuit, la meta principal d'aquest disseny quedarà definida de la següent manera:

El disseny per al desenvolupament humà sostenible i solidari és una activitat, d'utilitat social, la finalitat de la qual és generar productes responsables al servei del benestar col·lectiu i de la continuïtat de la vida en el planeta, des d'una cultura de la solidaritat i de la sostenibilitat. Procurarà satisfer les necessitats per a un desenvolupament humà mitjançant aquelles capacitats, individuals i col·lectives, que doten a les persones d'una bona vida, autosuficient i en harmonia amb la natura.

10.2 Futures línies d'investigació

Sense voler establir receptes universals, la proposta final de principis i criteris per a un disseny sostenible i solidari, es presenta com una guia per a tots aquells agents econòmics, que d'alguna manera tenen a veure en els processos de configuració dels productes, i que consideren urgent una transformació profunda dels nostres models de consum i producció.

Queda aplegada, per a futures línies d'investigació, la seua implementació en processos analítics i avaluatius de la sostenibilitat, mitjançant la construcció d'eines que siguin capaces tant de valorar l'estat d'un producte com de facilitar la presa de decisions per tal de definir, per exemple, possibles millores en productes existents o la integració de valors intangibles en nous dissenys.

La continuïtat d'aquestes línies d'investigació es podria presentar des de diferents enfocaments:

- *Des de la verificació i implementació* pràctica dels principis i criteris proposats, tenint en compte per exemple metodologies d'investigació social que puguin implicar activament als dife-

rents agents econòmics del mercat social. Així, es podria plantejar la introducció de canvis en els processos de disseny de productes, a partir de la realització d'una Investigació-Acció-Participativa (IAP). Aquesta metodologia configura el coneixement a partir de la construcció col·lectiva, fent interaccionar als participants d'una manera natural en el seu medi i des de la seua quotidianitat. La IAP permet la transformació i la millora de les pràctiques socials, des de l'anàlisi crític de la pròpia situació dels grups de destí. En el cas del present treball, es tractaria d'implicar a aquells agents econòmics, que d'alguna manera influeixen en la presa de decisions dels productes adreçats al mercat social, en la realització d'un anàlisi crític de la proposta de principis i criteris per tal d'implementar-la i adaptar-la als processos de disseny o d'avaluació propis. Les iteracions que es realitzen en aquesta metodologia permeten la construcció d'un nou coneixement col·lectiu a través de la pràctica.

- *Des de la interpretació visual* de la sostenibilitat com a mitjà per comprendre millor la multidimensionalitat i perfeccionar la integració d'altres valors intangibles com la solidaritat. Entenem la sostenibilitat en el disseny com un concepte integral i, per tant, per a una major comprensió de les relacions entre les diferents dimensions, és necessari entendre-les des de la seua independència. Actualment existeixen representacions visuals de la sostenibilitat per ajudar en aquesta tasca, així trobem per exemple el diagrama de Ven o el prisma de la sostenibilitat (veure figura 6.2). En el cas del disseny sostenible gairebé no es troben eines de visualització, però si que tenim exemples molt útils en l'ecodisseny com són les gràfiques de radar utilitzades en la visualització de l'impacte ambiental d'un producte. Una línia de treball oberta, a partir de la proposta de principis i criteris exposada, seria la generació d'eines pròpies des d'on visualitzar l'impacte que un producte pot tenir en les diferents dimensions de la sostenibilitat.

Aquestes eines de visualització poden aplicar-se en l'àmbit educatiu per facilitar la comprensió i integració d'una cultura de la sostenibilitat en les escoles de disseny, augmentant la consciència sobre les problemàtiques actuals i l'aplicació de conceptes per desenvolupar projectes amb una visió futura més sostenible i solidària.

(...) pensemos más bien en lo que deseamos como meta e ideal de sociedad desde el punto de vista de su potencial económico y a éso démosle el nombre de desarrollo. Probablemente concordaremos en una sociedad en que las necesidades básicas de todos se hayan adecuadamente satisfechas. Pero no nos conformaremos con eso, sino que desearemos también que otras necesidades y aspiraciones más refinadas y superiores puedan también ser satisfechas, diferenciadamente en función de las distintas motivaciones y gustos personales y grupales. Esperaremos que no haya desempleo forzado, sino una utilización plena y eficiente de los recursos humanos y materiales, y que las personas se hayan liberado de las formas de trabajo más pesadas. Pensaremos en una sociedad en que las relaciones sociales sean integradoras, en que no exista la explotación de unos sobre otros ni una excesiva conflictividad social. No estaremos satisfechos aún con todo eso, sino que aspiraremos a que haya elevados niveles de educación, la mejor salud, un excelente sistema de comunicaciones sociales, el más logrado equilibrio ecológico y social, y una superior calidad de vida. Y todavía no nos consideraremos desarrollados si la satisfacción de todas esas necesidades y aspiraciones están sujetas a factores externos que no controlamos, o si dependemos de otros en ese nivel y calidad de vida; en tal sentido, aspiramos a controlar nuestras propias condiciones de vida, lo cual implica que habremos desarrollado nuestras propias capacidades para satisfacer nuestras necesidades. Se dirá tal vez que estas metas son excesivamente ambiciosas y que no están a nuestro alcance. Pero no es ése el problema, pues cuando buscamos definir el fin u objetivo a lograr lo que interesa es identificar la dirección en que hemos de avanzar. En efecto, en relación con cada uno de los aspectos mencionados algo de ello tenemos y algo o mucho nos falta, y desarrollarnos consiste en avanzar en su logro, alcanzar posiciones de mayor realización respecto a cada uno de los objetivos deseados. Identificados los objetivos y la dirección del proceso, la interrogante es ahora, entonces, cómo podamos avanzar mejor, más segura y rápidamente hacia ellos.

Luis Razeto, 1993

Apèndix A

Matrius conceptuais en base al marc teòric referencial. Codificació.

Com ja s'ha comentat en el capítol 8, la identificació dels principals conceptes del marc teòric es realitza a partir de la construcció de matrius conceptuais, des d'on analitzar, sintetitzar i establir les similituds, diferències i connexions entre els diferents conceptes. Aquest procés d'identificació ens permet extraure estratègies per la construcció d'una proposta de principis i criteris coherent amb el marc teòric referencial exposat en aquest treball. Una vegada determinats els conceptes més rellevants, s'ha procedit a la seua categorització en base al context estructural del mercat social. Les regles d'anàlisi i els criteris per a la codificació de cada categoria conceptual es desenvolupen en l'apartat 8.3.1.

De manera resumida, la codificació que trobem en les matrius conceptuais és la següent:

- **Categoria necessitats**_Conseqüències derivades de la configuració dels béns i serveis com a satisfactors del sistema de necessitats per a un desenvolupament humà sostenible:

– *Justícia i equitat*

- * JAM - Justícia + impacte ambiental
- * JEC - Justícia + impacte econòmic
- * JSO - Justícia + impacte social

- * JCU - Justícia + impacte cultural
- *Solidaritat*
 - * SAM - Solidaritat + impacte ambiental
 - * SSO - Solidaritat + impacte social
 - * SCU - Solidaritat + impacte cultural
- *Participació i cooperació*
 - * PCU - Participació + impacte cultural
- *Desenvolupament de capacitats*
 - * DCU - Desenvolupament capacitats + impacte cultural
- **Categoria producció**_Conseqüències derivades de la fabricació i distribució dels béns i serveis:
 - PRAM - Producció + impacte ambiental
 - PREC - Producció + impacte econòmic
- **Categoria consum**_Conseqüències derivades del consum dels béns i serveis:
 - CCU - Consum + impacte cultural

Conceptes	Principis	Descriptors	Codi			
<i>Conceptes bàsics</i>	Nova manera de produir i consumir per satisfer les necessitats de la població i per la reproducció de la vida	Producció i treball: racionalitat econòmica donada pel factor C	Cultura de la cooperació	PCU		
		Ús compartit coneixements i recursos_creativitat social	JCU			
		Adopció col·lectiva de decisions	PCU			
		Satisfacció necessitats convivència i participació	PCU			
		Desenvolupament personal	DCU			
		Distribució: recursos productius i béns i serveis produïts flueixen	Per mitjà de relacions d'intercanvi monetari i no monetari	DCU		
			Per mitjà de relacions de reciprocitat i cooperació.	CCU		
		Consum basat en la cultura de la solidaritat	Preferència consum comunitari sobre individual	CCU		
			Integració d'altres necessitats no materials per una vida plena	DCU		
			Proximitat producció i consum. Relacions sense intermediaris	CCU JEC		
			Tendència a la simplicitat i austeritat en el consum	CCU		
		<i>Valors i principis</i>	L'equitat defensa el reconeixement mutu, la re-distribució de recursos i la justícia social	Reconeixement de la diversitat i de la igualtat de drets i oportunitats	Es garanteix la igualtat de gènere entre homes i dones	JCU
				Es fomenta la igualtat sense perjudici de la diversitat	JCU	
Discapacitat i integració	JSO					
Dret a la informació accessible i transparent	Coneixement lliure, intel·ligència compartida i co-creació			JCU		
	Combatre l'esclatxa digital			JCU		
Justícia social, compromís i solidaritat amb les persones i comunitats empobrides	Integració social_Pobresa			JEC		
	Repartiment equitatiu del benefici i redistribució de recursos		JEC			
En el treball es recupera la dimensió humana i les condicions dignes i la producció responsable	Es recupera la dimensió humana en l'àmbit del treball		Foment de l'autoestima i el desenvolupament de les capacitats del treballador	DCU		
	Es detecten les necessitats de la població per produir B/S socialment útils, responsables i sostenibles		Es té en compte la participació de la comunitat per decidir quins B/S es produiran	PCU PREC		
			Augment dels serveis dirigits a la comunitat	DCU		
			Es fomenta el desenvolupament local	PREC		
	Es fomenta la producció sostenible		PRAM			
	Condicions laborals dignes, justes i cooperatives		La producció es realitza en condicions de dignitat laboral	PREC		
La sostenibilitat	Les persones tenen accés a un	Garantir l'equitat i justícia social	JSO			

Conceptes	Principis	Descriptors	Codi
ambiental es fonamenta en un metabolisme socionatural harmònic	consum responsable	Es fomenta el desenvolupament local	PREC
		Es fomenta la producció sostenible	PRAM
		Hàbits de consum sostenibles	CCU
	Potenciar la sobirania alimentària en cada territori	Es fomenta el desenvolupament local	PREC
		Es fomenta la producció sostenible	PRAM
	Fomentar el decreixement	Balanç de necessitats en base a la simplicitat i l'austeritat	CCU
		Ús racional dels recursos	JAM
	Producció neta i prevenció de la contaminació	Minimització impacte ambiental	PRAM
	Promoure pràctiques i iniciatives responsables ambientalment	Es fomenten les pràctiques sostenibles en totes les activitats econòmiques	PRAM CCU
	La cura de la salut de les persones està garantida	Prevenció i protecció de la salut de la comunitat i de l'entorn	JSO
	L'educació ambiental, la investigació i l'estudi de la Natura	Promoció de pràctiques educatives sostenibles	DCU
			JSO
	El model social es construeix sota els valors de cooperació i solidaritat	Fomentar una cultura de la cooperació	Els interessos de la comunitat estan per damunt, es garanteix la participació en ella i la reciprocitat
Foment de valors solidaris que reproduïsquen la vida		Identificació d'un projecte comú de vida amb els "alters"	SCU
Les entitats es constitueixen sense fins lucratius	Re-invertir els beneficis de manera justa per augmentar el benestar social i/o ambiental	Augment del capital social	SSO
		Augment del capital ambiental	SAM
	Re-distribuir la riquesa (beneficis econòmics) i financiació ètica	Repartiment just de la riquesa en la societat	JEC
		Es fomenta la cultura de la cooperació (teixit social i xarxes de confiança i solidàries)	PCU
Nova racionalitat reproductiva, lluny de valors competitius	Repartiment equitatiu del benefici i redistribució de recursos	JEC	
Compromís amb l'entorn, des d'on participar en el desenvolupament local sostenible i	Foment del desenvolupament sostenible de la comunitat	Acció i estratègies de canvi i de millora en la qualitat de vida del local al global	PCU
		Foment de la participació de la comunitat	PCU
	Interrelació amb els moviments	Es fomenta la cultura de la cooperació (teixit social i xarxes de	PCU

Conceptes	Principis	Descriptors	Codi	
	comunitari del territori	socials locals	confiança i solidàries)	
<i>Eixos transversals</i>	L'atarquia (autosuficiència), solidària, permet la satisfacció de les necessitats, individuals i col·lectives	La societat garanteix la llibertat individual i fomenta l'exercici de la corresponsabilitat i la solidaritat	Es fomenta la cultura de la cooperació (teixit social i xarxes de confiança i solidàries)	PCU
		Es potencia l'apoderament individual i col·lectiu	S'augmenten les capacitats humanes artístiques, cognitives, emocionals,...	DCU
		La cultura lliure fonamenta les bases per generar societats creatives mitjançant la co-creació i la intel·ligència compartida	Es fomenta el coneixement obert i compartit i els béns comuns, re-distribuint els excedents simbòlics (sabers i coneixements)	JCU DCU
		El desenvolupament de les capacitats humanes en harmonia amb la natura en el centre de la vida	Potenciar la multidimensionalitat humana i les capacitats: físiques, psíquiques, espirituals, estètiques, artístiques, sensibles, relacionals,...per aspirar a una vida millor	Foment de l'autoestima mitjançant el desenvolupament de les dimensions físiques, psíquiques, emocionals,...
			Foment d'una vida millor mitjançant les capacitats artístiques, culturals, cognitives, sensibles,...	DCU
			Satisfacció necessitats per la reproducció de la vida	DCU

Conceptes	Principis		Descriptors	Codi
<i>Balanz social i matriu del bé comú</i>	Vocació transformadora cap a la sostenibilitat. Valors confiança, cooperació, empatia, justícia, democràcia, solidaritat i bé comú.	Accés a un consum responsable	Transparència i confiabilitat en la informació al consumidor	CCU
			Cultura de la suficiència: patrons i hàbits de consum sostenibles	CCU
		Es detecten les necessitats de la població per produir B/S socialment útils, responsables i sostenibles	Efecte positiu a nivell social i cultural	PREC
			Efecte positiu a nivell ambiental	PRAM
		Justícia social, compromís i solidaritat amb les persones i comunitats empobrides	Consideració barreres econòmiques del client	JEC
			Consideració barreres físiques, visuals, intel·lectuals i de llenguatge	JSO
Efecte social i de significació dels B/S	Satisfacció de les necessitats bàsiques humanes (Max Neef). Foment d'utilitats dels productes	CCU		
<i>Certificacions</i>	Les certificacions de producte, per garantir un consum responsable	Informen amb veracitat sobre els atributs de confiança (no tangibles en el producte), evitant les asimetries d'informació	Garantir l'educació per decodificar les etiquetes i la transparència en la informació. Atributs de confiança	CCU
			Promoure el consum conscient en totes les dimensions i la compra per l'interès general o bé comú	CCU
			Integració de l'ètica de la sostenibilitat	CCU
<i>Mercat social</i>	El mercat és social, és un medi i no una fi	Intercanvi de B/S amb criteris ètics, democràtics, ecològics i solidaris i cultura de la cooperació entre agents econòmics	Impacte ambiental sostenible	PRAM
			Benefici social, augment de qualitat de vida i desenvolupament de les persones	DCU
			Foment de l'actitud crítica i de transmissió del coneixement	CCU
			Xarxes d'intercanvi de B/S alternatives al valor purament monetari	PCU
			Desenvolupament econòmic lligat al territori	PREC

Conceptes	Principis	Descriptors	Codi	
Desenvolupament humà sostenible _DHS	PNUD	Dignitat	Eradicar la pobresa, centrat en sectors vulnerables i augment d'accessibilitat a recursos i serveis bàsics	JEC
			Igualtat de gènere: apoderar a les dones promoure la no discriminació	JCU
	Persones		Fam zero: promoure pràctiques sostenibles, augment de les capacitats i accés igualitari	JSO DCU PRAM
			Bona salut: garantir una vida sana i promoure el benestar per tots en totes les edats.	JSO
			Educació de qualitat: garantir un educació inclusiva, equitativa i de qualitat i promoure oportunitats d'aprenentatge al llarg de tota la vida.	JSO
	Planeta		Aigua i sanejament: garantir la disponibilitat a tots i la seua protecció. Es fonamental preservar els sistemes naturals.	JEC SAM
			Consum responsable i producció: reduir la petjada ecològica mitjançant un canvi en els mètodes de producció i consum de béns i serveis.	SCU PRAM CCU
			Acció climàtica: adoptar mesures urgents col·lectives per combatre el canvi climàtic.	SAM SCU
			Vida marina: conservar i utilitzar sosteniblement els oceans i mars i els recursos marins per al DS.	SAM
			Vida en la terra: protegir, restablir i promoure l'ús sostenible dels ecosistemes terrestres.	JAM SAM
	Associació		Aliances per als objectius: compromís per un DS. Millorar l'accés a la tecnologia i els coneixements és una forma important d'intercanviar idees i propiciar la innovació.	JEC JSO
	Prosperitat		Energia assequible i sostenible: garantir l'accés a una energia assequible, segura, sostenible i moderna per a tots.	JAM
			Treball decent i creixement econòmic: promoure el creixement econòmic sostingut, inclusiu i sostenible, l'ocupació plena i productiu i el treball decent per a tots.	JEC
			Indústria, innovació e infraestructures: reduir la bretxa digital per garantir l'accés igualitari a la informació i el coneixement. Construir infraestructures resilents, promoure la industrialització inclusiva i sostenible i fomentar la innovació.	JSO PREC PRAM

Conceptes	Principis	Descriptors	Codi	
		Reduir iniquitats: inclusió econòmica de tots.	JEC	
		Ciutats i comunitats sostenibles, inclusives, segures i resilients.	JSO	
		Transport públic, zones verdes públiques, millorar la participació.	SCU	
	Justícia	Pau, justícia i institucions fortes: reduir totes les formes de violència i facilitar l'accés a la justícia.	JSO JCU	
Capacitats per al DHS	Nussbaun	Vida	<p>Ser capaços de viure una vida humana de durada normal fins a la seua fi, sense morir prematurament o abans que la vida es reduísca a alguna cosa que no valga la pena viure</p>	JSO
		Salut corporal	<p>Ser capaços de gaudir de bona salut, incloent la salut reproductiva, estar adequadament alimentat i tenir un habitatge adequat.</p>	JSO
		Integritat corporal	<p>Ser capaços de moure's lliurement d'un lloc a un altre; que els límits físics propis siguen considerats sobirans, és a dir, poder estar a resguard de assalts, incloent la violència sexual, els abusos sexuals infantils i la violència de gènere; tenir oportunitats per a gaudir de la satisfacció sexual i de la capacitat de elecció en matèria de reproducció.</p>	JSO JCU
		Sentits, imaginació i pensament.	<p>Ser capaços de fer ús de la imaginació i el pensament per a poder experimentar i produir obres auto-expressives, a més de participar en esdeveniments triats personalment, que siguen religiosos, literaris o músics, entre uns altres. Ser capaços d'utilitzar la ment de maneres protegides per les garanties a la llibertat d'expressió, amb respecte a la expressió política, artística i de culte religiós. Ser capaços de cercar el sentit propi de la vida de forma individual. Ser capaços de gaudir d'experiències plaents i d'evitar danys innecessaris.</p>	DCU JCU
		Emocions	<p>Ser capaços de tenir vincles afectius amb coses i persones alienes a nosaltres mateixos; estimar als que ens estimen i ens cuiden i sentir pesar davant la seua absència; en general, estimar, sentir pesar, enyorar, agrair i experimentar ira justificada. Poder desenvolupar-se emocionalment sense les traves de les pors i ansietats aclaparants, ni per casos traumàtics d'abusos o negligències, promoure formes d'associació humana per afavorir el desenvolupament de les persones</p>	SSO SCU PCU DCU
		Raó pràctica*	<p>Ser capaços de formar un concepte del ben i iniciar una reflexió crítica respecte de la planificació de la vida. (Açò suposa la protecció de la llibertat de consciència).</p>	JCU. JSO

Conceptes	Principis	Descriptors	Codi	
	Afiliació*	<p>Ser capaços de viure amb uns altres i bolcats cap a uns altres, reconèixer i mostrar interès per altres éssers humans i comprometre's en diverses formes d'interacció social; ser capaços d'imaginar la situació de l'altre i tenir compassió cap a aquesta situació; tenir la capacitat tant per a la justícia com per a l'amistat.</p> <p>Tenint les bases socials de l'amor propi i de la no humiliació, ser capaces de ser tractats com a éssers dignes el valor dels quals és idèntic al dels altres. Açò implica, com a mínim, la protecció contra la discriminació per motiu de raça, sexe, orientació sexual, religió, casta, ètnia o origen nacional.</p>	SSO JCU	
	Altres espècies	Ser capaços de viure interessats i en relació amb els animals, les plantes i el món de la naturalesa.	SAM	
	Capacitat per a jugar	Ser capaços de riure, jugar i gaudir d'activitats d'oci.	DCU	
	Control sobre l'entorn de cadascun	Ser capaços de participar eficaçment en les decisions polítiques que governen les nostres vides. Ser capaços de posseir propietats (tant terres com a béns mobles) no solament de manera formal, sinó en termes d'una oportunitat real;	PCU CCU	
Nou sistema necessitats	La societat ha de mantindre un metabolisme sacionatural harmònic	Construcció d'un sistema de necessitats instrumentals i una cultura de la sostenibilitat	Foment d'un cultura de la suficiència front una cultura de la satisfacció i del balafament. Patrons i hàbits de consum sostenibles	CCU
			Augment del benestar col·lectiu per sobre de l'individual	PCU
			Producció de satisfactors sostenibles per a les necessitats de potencial (de desenvolupament humà), les necessitats fisiològiques (menjar, dormir, respirar,...) i les psicosocials (seguretat, reconeixement, autoestima, confiança,...), junt amb les instrumentals (mitjans i sistema socio-tècnic que precisem per satisfer les necessitats fisiològiques, instrumentals i de desenvolupament humà), aquestes últimes són transhistòriques i invariables.	DCU
			Canvi cultural en quant a consum de satisfactors sostenibles per cobrir les necessitats fisiològiques i psicosocials	CCU
			Els atributs tangibles i intangibles dels P així com la seua producció simbòlica i social potenciaran una "economia de les necessitats" i no la creació de necessitats	CCU
	Producció i consum de productes tangibles i intangibles tenint en	Participació de la comunitat per decidir quins B/S es produiran en base a les seues necessitats i l'escassetat de recursos	PCU	

Conceptes	Principis	Descriptors	Codi	
	compte les necessitats de la població	Augment dels serveis dirigits a la comunitat, béns de consum públic i béns comuns i col·lectius per sobre dels individuals	CCU	
		En la producció de P es prioritza el benefici social i ambiental per sobre dels purament econòmics	PREC PRAM	
		Repartiment equitatiu de la riquesa tangible i intangible en la societat	JEC	
	Lògica de les significacions dels productes. Valors simbòlics i d'utilitat millor que els purament mercantilistes (valor de canvi) o d'estatus (valor de signe)	La lògica de la producció i del mercat es supeditada a la lògica del consum i de les necessitats, i no a l'inrevés.	CCU PREC	
		El consum és un procés social de construcció i d'expressió i per tant ha de tenir la base sobre la cultura de la sostenibilitat. L'acte de consumir aporta producció simbòlica i social, així els productes també es configuren pels valors i sentits que els grups socials els atorguen	CCU	
		Productes al servei del benestar col·lectiu, la reproducció de la vida i la solidaritat.	CCU	
	Bon consum, bon disseny, bons productes	Producció	Selecció de mètodes productius menys intensius i locals, com són els semiartesansals o també la tecnologia digital, i una preferència per l'ús de materials locals, renovables i/o reciclables.	PRAM PREC
			Distribució	Creació de productes de proximitat o de kilòmetre 0. Disseny de nous sistemes de distribució més sostenibles obri les portes per la innovació social
		Consum	Preferència pel disseny de béns públics o col·lectius, per sobre dels privats. L'augment dels béns relacionals, culturals o espirituals que afavorisquen un desenvolupament humà sostenible. Restituir el valor simbòlic, i d'utilitat, per sobre del valor de signe (moda, estatus,...) i de mercat.	DCU CCU
			Productes ESS	Naturals, ecològics, locals, artesà, qualitat, materials biodegradables o reciclats. Reducció d'envasos. Producció lliure. Comerç just. Serveis d'inserció.

Concepte	Principis		Descriptors	Codi
<i>Sostenibilitat forta</i>	Pensament ambientalista de sostenibilitat forta	Visió que defèn un canvi en el metabolisme socionatural, una transformació urgent dels valors i estils de vida dominants, i un desenvolupament humà sostenible (DHS)		
<i>Ètica de la sostenibilitat: Manifest de la vida</i>	Principi preventiu per a conservar la vida davant les incerteses de la ciència i els imperatius econòmics	Ètica d'un producció sustentable	Es promou una nova racionalitat econòmica en la productivitat ecotecnològica	PRAM PREC
		Ètica del coneixement i diàleg de sabers	Iniciar la reapropiació social del coneixement i la construcció d'un diàlegs de sabers oberts, des de l'educació i la ciència	JCU JSO
		Ètica de la ciutadania global, l'espai públic i els moviments socials	Fomenta la participació individual i col·lectiva en la presa de decisions i l'emancipació del poder (estat-mercat)	PCU
		Ètica de la governabilitat global i la democràcia participativa	Apel·la a la responsabilitat solidària (individual, col·lectiva o dels governs) per garantir la continuïtat i la millora de la vida	SSO
		Ètica dels drets, la justícia i la democràcia	Promou la dignitat humana, la justícia social i la solidaritat	SSO JSO
		Ètica dels béns comuns i del Ben Comú	Implica un canvi en el principi de l'egoisme individual com a generador del bé comú per un altruisme basat en la reciprocitat i la cooperació	CCU SCU
		Ètica de la diversitat cultural i d'una política de la diferència	Acollís la diversitat de visions i sabers, lluitant contra la dominació, discriminació i exclusió de les diferents identitats culturals	JCU JSO
		Ètica de la pau i el diàleg per a la resolució de conflictes	Diàleg transparent i la negociació entre actors	SSO
	Ètica de l'ésser i el temps de la sustentabilitat	Permet la perpetuació de la vida a través d'un diàleg intercultural i transgeneracional de sabers.	JCU	
<i>Ètica de la sostenibilitat: Carta de la Terra</i>	Respecte i cura de la comunitat de la vida	Respectar la Terra i la vida en tota la seua diversitat.		JAM
		Cuidar la comunitat de la vida amb enteniment, compassió i amor.		SAM SSO
	Garantir la integritat	Construir societats democràtiques que siguin justes, participatives, sostenibles i pacífiques.		SSO PCU JSO
		Preservar les bondats i la bellesa de la Terra per a les generacions presents i futures		JAM SAM
		Protecció i restauració dels sistemes ecològics, la diversitat biològica i els processos naturals que		SAM

Concepte	Principis	Descriptors	Codi
ecològica	sustenten la vida.		
	Evitar el dany, com el millor mètode de protecció ambiental, i quan el coneixement siga limitat, procedir amb precaució.		SAM
	Adoptar patrons de producció, consum i reproducció que salvaguarden les capacitats regeneratives de la Terra, els drets humans i el benestar comunitari.		PRAM JSO CCU
	Impulsar l'estudi de la sostenibilitat ecològica i promoure l'intercanvi obert i l'extensa aplicació del coneixement adquirit.		SCU SAM
Garantir la justícia social i econòmica	Eradicar la pobresa com un imperatiu ètic, social i ambiental.		JEC
	Assegurar que les activitats i institucions econòmiques, en tots els àmbits, promoguen el desenvolupament humà de forma equitativa i sostenible.		JEC
	Afirmar la igualtat i equitat de gènere com prerequisits per al desenvolupament sostenible i assegurar l'accés universal a l'educació, la cura de la salut i l'oportunitat econòmica		JSO JCU
Garantir la democràcia, no violència i pau	Defensar el dret de tots, sense discriminació, a un entorn natural i social que recolze la dignitat humana, la salut física i el benestar espiritual, amb especial atenció de les minories.		JAM JSO
	Enfortir a les institucions democràtiques en tots els àmbits i brindar transparència i rendiment de comptes en la governabilitat, participació inclusiva en la presa de decisions i accés a la justícia.		JSO PCU
	Integrar en l'educació les habilitats, el coneixement i els valors necessaris per a una manera de vida sostenible.		JCU
	Tractar a tots els éssers vius amb respecte i consideració.		JAM SAM
	Promoure una cultura de la tolerància, no violència i pau.		JSO

Conceptes	Principis	Descriptors	Codi
Kyoto design declaration	Construcció de societats sostenibles, creatives i centrades en l'humà	Mitjà per crear noves formes de pensar i viure i nous valors socials, culturals, industrials i econòmics al servei de la millora de la qualitat de vida.	JCU CCU SCU
		Cultura de la productivitat centrada en l'ésser humà i els valors intangibles. Revitalització de les tradicions culturals.	PREC SCU CCU
		Noves oportunitats i demandes centrades en el futur sostenible	CCU
		Promoció dels ideals del desenvolupament sostenible i de la responsabilitat global	SAM SCU CCU
		Disseny centrat en l'humà, sota els principis universals i sostenibles, per millorar la qualitat de vida i crear optimisme sobre el futur i la felicitat individual i compartida.	CCU DCU
Berlin Manifesto	Transformació des de la pràctica del disseny	La terra és un sistema finit i és un model per al disseny.	JAM PRAM
		Administració universal i equilibri de recursos	JAM JEC
		Ètica d'estar en el món en lloc de dominació sobre el món	SCU
		Som part del sistema natural, hem de respectar la seua diversitat i complexitat i integrar processos naturals, emulant els cicles	SAM PRAM
		Principi de la física de l'acció mínima "naturalesa economitza en totes les seves accions"	PRAM
		Cal fomentar un màxim d'intercanvi immaterial a escala global (idees, coneixements tècnics, ...)	DCU
		Hem de lluitar per l'equitat social.	JSO JCU
	Transformació des de la pràctica de les institucions	La creació de sistemes de salut universals.	JSO
		L'educació per a la sostenibilitat.	DCU
		L'establiment d'un sistema monetari basat en els recursos naturals i humans.	PREC
	Energia renovable i minimització consum energètic	PRAM	
Hannover principles	Pràctica del disseny	Drets de la humanitat i la natura per coexistir en condicions sanes, apoderades, diverses i sostenibles	JAM/E C/SO/ CU
		Reconèixer la interdependència amb el món natural.	SAM SCU

Conceptes	Principis	Descriptors	Codi
		Relacions de respecte entre esperit i matèria	CCU
		Responsabilitat sobre el benestar humà, la viabilitat dels sistemes naturals i el seu dret a coexistir	SAM SSO
		Crear objectes segurs a llarg termini, per a no carregar a les generacions futures.	SAM JAM
		Eliminar el concepte de residu, avaluar i optimitzar el cicle de vida complet dels productes i processos, com fan els sistemes naturals. Fluxos d'energia naturals.	PRAM
		Limitacions del disseny, cap creació humana dura per sempre i el disseny no resol tots els problemes. Humilitat davant la natura.	PRAM CCU
		Fomentar intercanvi de coneixements per la millora a llarg termini	JCU
1000 words	Pràctica del disseny sostenible	No deteriorar l'entorn prioritant els valors econòmics.	PRAM
		Deixar de produir escombraries.	PRAM
		Dissenyar sistemes abans que artefactes, serveis abans que productes. El disseny és un mitjà no una fi.	CCU
		Cultura de la sostenibilitat. Valorar costos i beneficis a l'hora de dissenyar productes.	CCU
		Dissenyar per reparar, per tal d'afiançar les capacitats i el saber fer de les persones i potenciar el coneixement de com funcionen les coses.	DCU
		Dissenyar per a la impermanència	PRAM
		Dissenyar solucions equilibrades al seu problema, tenir en compte el balanç de necessitats	CCU
		Reflexionar sobre els impactes dels nostres productes, millor quantificar-lo abans que produir-lo.	PRAM
		No sobreposar la visió antropocèntrica de dissenyar per a les persones, abans haurem de solucionar problemes més grans com la crisi ambiental.	SAM
		Dissenyar tenint en compte el context i no a un mateix.	CCU
ÈTICA_sost enibilitat	missió establir una base ètica sòlida per a la societat i ajudar en la construcció d'un món sostenible, basat en el respecte cap a la naturalesa, els drets humans universals, la justícia econòmica i una cultura de la pau.		
ÈTICA_sol daritat	objecte la cooperació recíproca entre éssers humans per augmentar el bé col·lectiu, i fer el bé al major número de persones, per tant, parlar de moral solidària, és parlar d'un conjunt de valors i principis que haurien d'inspirar la pràctica del bé comú.		

Conceptes	Obejtcius	Estratègies	Codi
Decreixement	Abolició del creixement econòmic i ruptura d'hàbits de consum. Noves maneres de viure basades en el compartir, la simplicitat, la convivencialitat, la cura i el procomú.	- Ecoeficiència: implicació tecnològica per la disminució dels fluxos d'energia i ús de recursos.	PRAM
		- Cultura de la suficiència i autocontenció: abstenció de consums excelsius i revolució cultural del benestar basat en les relacions de reciprocitat (cura personal, exercici, conversació,...) i no sols en intercanvis monetaris.	CCU
		- Racionalitat ecosocial: conductes econòmiques amb menys necessitat de recursos materials i petjada ecològica.	PREC SAM
		- Autonomia: capacitat d'un col·lectiu per decidir el seu futur, ús d'eines convivencials, comprensibles i controlables pels usuaris.	DCU PCU
		- Desplaçament de la producció per a l'intercanvi a la producció per a l'ús.	CCU
		- Antiutilitarisme: foment de l'intercanvi de béns.	PREC
		- Formes del procomú: connexions i relacions entre les persones.	DCU,SSO
		- Relocalització de l'economia i reducció d'escala, foment de la comunitat: monedes comunitàries, bancs del temps i sistemes d'intercanvi local.	PREC
		- Disminució del consum, contracció de l'esfera del mercat i desmaterialització de la producció.	CCU
		- Foment dels "béns relacionals": atencions, cures, coneixements, participació, nous espais de llibertat i d'espiritualitat, etc.	CCU DCU
Permacultura	Disseny conscient de paisatges que imiten els patrons i relacions de la naturalesa. El desenvolupament sostenible per cobrir les necessitats humanes, dins dels límits ecològics, requerís d'una revolució cultural.	- <i>Ètica comunitària</i> : 1/ Cura de la terra: reconstrucció capital natural; 2/ Cura de les persones: cura de si mateixa, dels éssers estimats i de la comunitat; 3/ Compartir amb equitat: redistribució d'excedents (limitar el consum i la reproducció).	SCU SAM JEC CCU
		- <i>Principis de Design thinking</i> , pensament sistèmic:	
		- Observar i interactuar, saber fer ús de les capacitats de les persones	DCU
		- Captar i emmagatzemar energia, renovables, aigua, ...	PRAM
		- Obtindre un rendiment, autosuficiència econòmica.	PREC
		- Aplicar autoregulació i acceptar retroalimentació, eficiència energètica.	PRAM
		- Usar i valorar els serveis i recursos naturals	SAM
		- No produir escombraries. Prevenció de residus	PRAM
		- Dissenyar des dels patrons, visió sistèmica, cap als detalls.	SSO
		- Integrar més que segregar, complexitat de les relacions i no dels detalls per separat (visió reduccionista). Relacions cooperatives.	PREC SAM
		- Usar solucions lentes i a escala. Sistemes menuts i locals	PREC
		- Usar i valorar la diversitat ambiental i humana	JCU
		- Dissenyar en les vores i valorar els margens i els invisibles	JSO
- Usar i respondre creativament al canvi	SAM DCU		
Disseny en Transició	La sostenibilitat s'aconsegueix mitjançant la creació de nous escenaris i estructures organitzatives que possibiliten modificar estils de	- Teoria de sistemes vius: com a patrons dinàmics. Principis com l'autoorganització, l'emergència, la resiliència, la simbiosi i la interdependència, entre d'altres, pot servir com a punts de suport per iniciar canvis en sistemes complexos (Irwin, 2011)	PCU SCU

Conceptes	Obejtcius	Estratègies	Codi
	vida, més senzills, participatius i en harmonia amb els sistemes naturals.	<ul style="list-style-type: none"> - Noves idees i visions de futurs sostenibles - Saviesa indígena: coneixement lent, local i relació simbiòtica amb la natura. - Localisme cosmopolita (Sachs, 1999), pensar global, actuar local - Dissenyar per a la vida quotidiana - Comunitats autoorganitzades per satisfer les seues necessitats. - Teoria de la pràctica social: identificar oportunitats d'innovació, mitjançant etnografies, per dissenyar formes de vida més sostenibles. - Economia alternativa, altres intercanvis més justos fora del paradigma dominant. - Visió holística del món i no mecanicista i reduccionista. 	<p>SAM</p> <p>SSO SAM</p> <p>DCU</p> <p>DCU</p> <p>PCU</p> <p>JEC</p> <p>PREC</p> <p>SAM SCU</p>
<i>Ecodisseny</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Redefinició i reformulació dels models de diàleg i de les metodologies existents entre la cultura del projecte i la de l'empresa. • L'evolució cap a una societat més sostenible, fent participis a tots els agents involucrats: dissenyadors, industrials, polítics i consumidors. 	<ul style="list-style-type: none"> • Millores en el concepte de producte/sistema (desmaterialització, multifunció,...). • Selecció de materials menys impactants. • Prevenció impacte de producció i distribució. • Millora en l'ús del producte (durabilitat, atemporalitat, ús d'energies alternatives, modularitat,...). • Minimització de l'impacte i de la seua eliminació. (Rieradevall i Vinyets, 1999) 	<p>PRAM</p> <p>CCU</p> <p>PRAM</p> <p>PRAM</p> <p>PRAM</p> <p>CCU</p> <p>PRAM</p>

Conceptes	Obejtius	Estratègies	Codi
<i>Moviment de Programari lliure i codi obert (FLOSS)</i>	Moviment d'alliberació com una filosofia de compartir tot allò que ens és útil, en aquest cas seria més concretament el codi font i/o programari però també s'està estenen a més àmbits i disciplines molt diferents.	- Llibertat dels usuaris per a executar, copiar, distribuir, estudiar, canviar i millorar el programari. Fan referència a 4 llibertats:	JCU
		* Llibertat 0: llibertat per executar el programa amb qualsevol finalitat.	
		* Llibertat 1: llibertat per estudiar el funcionament del programa i adaptar-ho segons les pròpies necessitats. (L'accés al codi font n'és una condició indispensable.)	PCU SCU
		* Llibertat 2: llibertat per redistribuir còpies per tal d'ajudar el teu semblant.	
		* Llibertat 3: llibertat per millorar el programa i després posar-ho a disposició pública per al bé de tota la comunitat. (L'accés al codi font n'és una condició indispensable.)	
		- Principi de cooperació, la participació activa i la defensa del procomú: cultura i tecnologia lliure com a productors de procomú.	DCU
		- Capacitat per generar pràctiques quotidianes d'autogestió i apoderament en qualsevol altre domini de la producció material o immaterial.	PREC
		- Models rizomàtics i descentralitzats de distribució i accés. Protocols peer to peer, sense intermediaris (xarxes de distribució de nusos-- paritaris)	CCU
		- Promoció d'altres models de consum crítics i de producció purament mercantilistes	DCU
		- Reapropiació de les capacitats i la tecnologia: DIY, hacklabs,	SCU JCU
- Lògica relacional - Economia del regal, del do o d'allò compartit: donar béns i serveis a la comunitat sense esperar devolució, sobre la base de la confiança, la reciprocitat i la justa distribució de recursos.			
<i>Moviment de Cultura lliure</i>	Potencia nous models d'implicació ciutadana en la provisió de béns públics i de serveis basats en el procomú.	- Producció distribuïda.	PREC
		- Lògica col·laborativa: processos de producció de sabers col·lectius.	SCU
		- Accés obert (domini públic o copyleft) i equitatiu.	JCU
		- Contribució al domini públic i democratització del coneixement.	SCU
		- Preservar la memòria col·lectiva.	SCU
		- Economia de l'abundància front economia de l'escassetat (cultura propietària).	JEC
		- Participació, inclusió i transparència.	
		- Dret a la còpia privada i ús just. La imitació és el punt de partida de l'aprenentatge. Copiar i compartir coneixement són principis fonamentals de qualsevol procés educatiu.	PCU JCU JCU
		- Dret a la informació	JCU
		- Llicències obertes, obres de lliure accés: copyleft, creative commons,...	JCU
		- Defensa de l'accés a les infraestructures tecnològiques i neutralitat a la xarxa	JSO
		- Accés a les obres per part de persones amb problemes de lectura.	JCU SSO
		- Promoció de la cultura del compartir en l'àmbit educatiu: ús de programari lliure, recursos oberts, comunitats obertes per compartir coneixement i experiències.	JEC JCU
		- El coneixement obert alimenta la diversitat cultural i l'accés a persones sense recursos.	

Conceptes	Obejtcus	Estratègies	Codi
<i>Disseny openP2P (openp2pdesign)</i>	Facilitar a les comunitats desenvolupar una auto-organització oberta i participativa (open) i entre iguals (peer to peer) mitjançant una activitat col·laborativa. Dotar a la disciplina de disseny d'una metodologia que porta a la persona que dissenya a assumir el paper de facilitadora social en el desenvolupament de comunitats.	- Procés de metadisseny - el dissenyador ha de dotar a la comunitat dels processos i ferramentes necessàries per facilitar el desenvolupament del seu propi projecte. - Procés de co-disseny - el dissenyador i els participants col·laboren, en una intel·ligència col·lectiva, establint la base per generar una comunitat més gran del projecte i recolzar-la per que pugui desenvolupar les solucions apropiades a les seues necessitats i característiques. - Procés d'auto-organització - el dissenyador assumís un paper de facilitador o mediador i no de proveïdor de solucions, per poder abastir als participants de ferramentes per a l'auto-organització. - Procés de disseny a partir de l'anàlisi de la plataforma, (entesa com a conjunt d'artefactes - materials, cognitius i comunicatius-, regles i de divisió del treball). - Procés comunitari - ús de llicències que permeten la difusió del coneixement, com les de creative commons [sub:Creative-Commons].	DCU PCU DCU PCU DCU JCU PCU
<i>Disseny obert (open design)</i>	Oferir llicències obertes per decidir sobre els drets de les productes, donant opció a compartir, reutilitzar, modificar i distribuir amb altres usuaris. Generar coneixement comú, fent créixer la intel·ligència col·lectiva. Concebre el disseny fora dels circuits purament mercantilistes i les llicències privatives.	- Protegir els dissenys sota llicències creative commons que permeten al dissenyador que la seua obra, encara que amb propietat intel·lectual, es pugui difondre d'una manera més oberta i pública. - Millorar els productes mitjançant la distribució lliure i permetent el re-disseny tant de millora com d'adaptabilitat.	JCU SSO DCU JCU CCU
<i>Moviment lent o de filosofia slow</i>	Promou calmar les activitats humanes i prendre el control del temps, prioritant les activitats que redunden en el desenvolupament de les persones. Proper als principis del decreixement.	- Viure sense presa, desacceleració de la vida. Crítica a la velocitat. - Recerca d'equilibri en l'ús del temps: en les activitats quotidianes, en el treball i fora d'ell. - Consumir productes locals. Km 0 - Respecte a la cultura tradicional - Pràctiques beneficioses medi ambient i les persones (justícia) - Apropar la lògica del consum i la de producció. - Qualitat sobre quantitat - Promoure les relacions humanes tranquil·les	SCU SCU CCU CCU JCU JAM JSO CCU PRAM SSO

Conceptes	Obejctius	Estratègies	Codi
<i>Disseny lent</i> <i>(slow design)</i>	- Revelar: dissenyar des de la quotidianitat.	- Deixar als processos de disseny major temps per a investigar, contemplar, assajar l'impacte del producte sobre la vida real i ajustar-lo a la tasca per a la qual ha estat creat.	SCU
	- Expandir: dissenyar més enllà de la funcionalitat percebuda i atributs físics.	- Fabricar productes a partir de materials locals o regionals, o dissenyar tenint en compte les indústries, tallers i artesans locals.	PREC
	- Reflectir: contemplació i "consum reflexiu."	- Estudiar els cicles naturals i la seva posterior incorporació als processos de disseny i facturació d'un producte.	PRAM
	- Compartir: estructura de "codi obert" basats en l'intercanvi, la cooperació i la transparència de la informació.	- Dissenyar tenint en compte els cicles llargs i estables, tals com el comportament humà i la sostenibilitat.	SCU
	- Participar: usuaris com a interlocutors actius durant el procés de disseny, mitjançant idees com la responsabilitat social ("social accountability") d'un producte.	- Dissenyar amb la mirada posada cap a la cultura local.	PREC JCU
			PCU JCU CCU
	<i>Moviment de Simplicitat Voluntària</i>	Canvis profunds en els nostres estils de vida més d'acords amb la crisi planetari	La riquesa de la cultura de la simplicitat es manifesta en: - Simplicitat neta - disminuir el desordre, la complexitat, i les distraccions trivials, tant materials com no materials, i enfocar-se en l'essencial - Simplicitat ecològica – triar formes de vida que tinguen un impacte suau sobre la Terra i reduïsquen el nostre impacte ecològic, respectant la comunitat de la vida. - Simplicitat compassiva - sentir un fort sentiment d'afinitat amb els altres i amb la comunitat de vida i ser atret cap al camí de la cooperació i l'equitat, cercant un futur de desenvolupament mutu per a tots. - Simplicitat de l'ànima - acostar-se a la vida com una meditació i conrear la nostra experiència de connexió íntima amb tot el que existeix, valorar lo no material. - Simplicitat econòmica - un nou tipus d'economia de "sustente just" en el creixent mercat de productes sans i sostenibles i serveis de tot tipus. - Simplicitat cívica – un nou enfocament sobre com governar-nos a nosaltres mateixos, reconeixent que per a viure més lleugera i sosteniblement en la Terra es requereixen canvis en quasi tots els àmbits de la vida pública: transport, educació, disseny, mitjans de comunicació, arquitectura, etc. - Simplicitat frugal - reducció de la despesa que no serveix veritablement a les nostres vides. Viure amb menys.

Conceptes	Obejtcius	Estratègies	Codi
<i>Disseny artesà</i>	Es podrien resumir en dos:	- Promocionar la identitat cultural.	JCU
	- la contribució manual directa del dissenyador-artesà.	- Ús de materials locals o sostenibles.	PRAM
		- Ús de tècniques tradicionals, majoritàriament, de producció manual encara que actualment també es considera la producció digital.	PREC
	- el component cultural, l'objecte com a producte cultural	- Economia a escala - Desenvolupament local	PREC PREC
<i>Disseny per al canvi de comportament</i>	Influenciar sobre el comportament humà a través del disseny, per a un benefici social i ambiental.	- Entendre les decisions humanes i el benestar fent ús de coneixements i mètodes des de la psicologia, l'economia i la neurociència.	CCU
		- Disseny col·laboratiu i amb participació activa dels usuaris.	PCU
		- Focalitzar l'acció en les necessitats reals de les persones.	DCU
		- El disseny és capaç de canviar la forma en què les persones pensen, senten i es comporten per millorar. Canvi d'hàbits cap a la sostenibilitat.	CCU

Conceptes	Obejtcus	Estratègies	Codi
<i>Moviment de Procomú</i>	Es pot considerar més una filosofia que un moviment. Es centra en l'ecologisme de la societat, mitjançant la consciència col·lectiva, i en la transformació cap a la societat del coneixement.	<ul style="list-style-type: none"> - Control sobre l'ús i utilització de recursos i béns que conformen el nostre patrimoni social, natural i cultural; això és: - Accés a aquests recursos i béns, - Procés de producció i reproducció social tant de béns com del bé comú (Commonwealth), - Justícia distributiva en la repartició dels beneficis que emergeixen del nostre patrimoni comú. - Lògica relacional - Economia del regal, del do o d'allò compartit: donar béns i serveis a la comunitat sense esperar devolució, sobre la base de la confiança, la reciprocitat i la justa distribució de recursos. - Els béns comuns són: <ul style="list-style-type: none"> * els recursos compartits que una comunitat construeix i manté (biblioteques, parcs, carrers), * els recursos nacionals pertanyents a tots (llacs, boscos, vida silvestre) * els recursos mundials que tots els éssers vivents necessiten per a sobreviure (l'atmosfera, l'aigua i la biodiversitat). * els recursos de la ciència, que afavoreixen la creació i difusió d'investigació i informació. * Internet alberga in comptables recursos creats i mantinguts per gent amb interessos compartits, programari de llicència lliure, Viquipèdia, arxius especialitzats,... - Els béns comuns duen implícita una sèrie de valors i tradicions que atorguen identitat a una comunitat i l'ajuden a autogovernar-se. 	<p>PCU</p> <p>JAM,JEC, JCU</p> <p>SSO</p> <p>JAM,JEC, JCU</p> <p>CCU SCU</p> <p>JSO</p> <p>JAM</p> <p>JAM</p> <p>JCU</p> <p>JCU</p> <p>DCU</p>
<i>Disseny (impacte) social</i>	Generar un canvi social positiu en les comunitats, sobre tot en aquelles més desfavorides.	<ul style="list-style-type: none"> - Transformació social positiva. - Focalitzar en les necessitats de les persones. - Desenvolupament del capital social i humà (Papanek, 1972). - Productes que resolguen problemes reals i contribuïsquen al benestar social (Margolin, 2010). - Desenvolupament local. - Participació de les persones i la comunitat en els processos de disseny. - Integració de valors universals. 	<p>JSO</p> <p>JSO</p> <p>SSO</p> <p>JSO</p> <p>PREC</p> <p>PCU</p> <p>JSO</p>
<i>Disseny activista</i>	Ús del poder que el disseny té en la societat, per al benefici de la humanitat i de la natura.	<ul style="list-style-type: none"> - Augmentar la qualitat de vida a partir dels artefactes que es deriven del disseny. - Generar, mitjançant la participació activa dels ciutadans, una consciència emancipada cap a la necessitat d'un canvi social al marge del discurs capitalista. - Fomentar una visió crítica 'en i des de' el món del disseny. 	<p>DCU</p> <p>DCU</p> <p>SSO</p>

Conceptes	Obejtcus	Estratègies	Codi	
<i>Disseny universal</i>	Simplificar la quotidianitat de totes les persones.	Extret dels principis del DU (N.C: State University, 1997): - Ús equitatiu (útil per diverses capacitats)	PCU JCU	
	Aconseguir una societat on tothom puga participar, partint de la inclusió, la diversitat social i la igualtat d'oportunitats.	- Ús flexible (preferències i habilitats) - Ús simple i intuïtiu (fàcil de comprendre) - Informació perceptible (màxima legibilitat) - Tolerància a l'error (minimitzar riscos) - Mínim esforç físic (còmode i minimitza el cansament) - Adequada mida d'aproximació i ús	JSO DCU JSO JSO JSO	
	<i>Metadisseny</i>	Millorar l'estil de vida: la forma en què ens alimentem, vestim, habitem, comuniquem, ens relacionem i vivim junts.	- Co-disseny i disseny participatiu: innovació col·lectiva, a l'hora de pensar, planificar i actuar en comunitat (dissenyadors i usuaris) - Preocupació per l'usuari com fa el disseny centrat en l'usuari (user-centered design) - Re-adaptació i autotransformació dels productes per cobrir les necessitats dels propis usuaris.	PCU CCU SCU DCU CCU

Conceptes	Obejctius	Estratègies	Codi
<i>Moviment de Comerç Just</i>	Proposa una relació comercial diferent, justa per a totes les parts que entren en joc quan es produeix un intercanvi. Té en compte valors ètics i mediambientals, enfront dels criteris exclusivament econòmics del comerç tradicional, i permet assolir als països del Sud el seu desenvolupament social i econòmic.	<ul style="list-style-type: none"> - Retribució digna del treball. - Transparència en les relacions comercials i rendició de comptes. - Desenvolupament de capacitats per a una independència del productor/a. - Eradicació de l'exploració infantil. - Beneficis socials per a les comunitats productores. - Respecte del medi ambient. - Equitat de gènere: es dóna valor i es recompensa el treball de la dona. - Creació d'oportunitats per a productores en desavantatge econòmic. - Corregir les desigualtats existents en les relacions comercials internacionals - Promoure alternatives de consum més respectuoses, basades en la participació de persones i comunitats, en l'empoderament, la transparència, les qüestions de gènere i la sostenibilitat ecològica. 	<p>JEC</p> <p>JEC</p> <p>DCU</p> <p>JSO</p> <p>PREC</p> <p>PRAM</p> <p>JCU</p> <p>JSO</p> <p>JEC</p> <p>CCU PCU</p>
<i>Moviment dels Makers</i>	Fomenta l'aprenentatge, la col·laboració, la resolució de problemes i la lliure expressió. El lema principal és: "si no pots obrir-ho, no és realment teu". Els seus orígens els trobem en l'ètica hacker i el moviment DIY.	<p>Manifest:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fer: activitat fonamental de l'ésser humà (Cultura del fer en contra del consumidor passiu) - Compartir: el que fas i el que saps com a model d'aprenentatge - Dar/Oferir: regalar a uns altres, economia del do - Aprendre per a fer i compartir-lo, cultura lliure - Equipar-te: accés a ferramentes de manera individual i compartida - Jugar i experimentar - Participar, ser part de la comunitat - Ajudar, recolzar emocional, intel·lectual, econòmic i políticament per millorar el món - Canviar, la còpia com a ferramenta de millora - Reapropiació i ús crític de la tecnologia. 	<p>DCU CCU</p> <p>JCU</p> <p>CCU</p> <p>JCU DCU</p> <p>JEC</p> <p>DCU</p> <p>PCU</p> <p>JCU</p> <p>DCU</p> <p>PREC</p>
<i>Disseny per la innovació social</i>	Introduir noves maneres de pensament i estratègies per a la solució de problemes que suposen discontinuïtats amb la tendència dominant.	<ul style="list-style-type: none"> - Noves xarxes de producció i consum: <ul style="list-style-type: none"> * Sistemes i fabricació distribuïda * Augment dimensió local i d'oportunitats. Localisme cosmopolita (connectat amb el món). * Col·laboració i interaccions * Integració de valors * Dissolució de fronteres consum-producció - Economies distribuïdes que prioritzen xarxes d'intercanvis no basats en el purament monetari. - Cultura de la resiliència: diversitat cultural, experimentació, creativitat,... - Reducció del consum/producció i augment de les capacitats i les conductes sostenibles. - Reducció d'escala, les activitats econòmiques estan en poder de la comunitat. - Cultura del compartir i de la col·laboració. Co-disseny. - Ecologia del temps: tot al seu temps, desacceleració de la vida. (Manzini, 2015) 	<p>CCU</p> <p>PREC</p> <p>PREC</p> <p>PCU</p> <p>CCU</p> <p>PREC CCU</p> <p>PREC</p> <p>JCU DCU</p> <p>DCU CCU</p> <p>PREC JEC</p> <p>PCU</p> <p>DCU</p>

Conceptes	Obejtcus	Estratègies	Codi
<i>Disseny «fes- ho tu mateix» o DIY</i>	Generar un coneixement comú que	- Ús dels propis recursos per crear i produir en qualsevol context.	PREC
	permeta a l'usuari dissenyar-se o/i	- Producció distribuïda i economia a escala.	PREC
	produir-se els seus artefactes.	- Foment de la participació de l'usuari en la construcció de productes.	PCU
	Generar una alternativa a la	- Millorar els productes mitjançant la distribució lliure (licències obertes) i	JCU DCU
	producció i consum massiu de	permetent el re-disseny tant de millora com d'adaptabilitat.	
	productes, responsable i sostenible.	- Dissenyar per a que la gent dissenye.	PCU
	Desenvolupar les capacitats	- Assemblatge i estructures senzilles.	PRAM
	creatives de les persones alhora	- Minimització impacte ambiental (4R).	PRAM
	que potencia l'autogestió i	- Integració i apoderament tecnològic TIC i producció digital.	PREC
	l'apoderament.	- Economies informals.	JEC
	Fomentar la cultura oberta.	- Metadisseny.	DCU
	Posicionament crític davant del	- Desmaterialització de l'activitat del dissenyador, creador d'idees i no	PRAM
	consumisme irreflexiu i del sistema	d'artefactes.	
	insostenible.	- Democratització del disseny.	JSO
	- Creació d'espais relacionals: autogestió dels recursos, compartir socialment	DCU	
	els resultats i els processos creatius i col·laboratius, pertinència a comunitat.		
	- Diversitat cultural i social, satisfactors de necessitats adaptats.	JSO JCU	
	- Fomentar les capacitats i habilitats per intervenir en la seua realitat.	DCU	

Referències bibliogràfiques

AENOR (2007). *Normalización y actividades relacionadas. Vocabulario general. UNE-EN 45020.* (Guía ISO/IEC 2:2004) Madrid.

AENOR (2007). *Normalización y actividades relacionadas. Vocabulario general. UNE-EN 45020.* (Guía ISO/IEC 2:2004) Madrid.

AENOR (2011). *Sistemas de gestión ambiental. Directrices para la incorporación del ecodiseño. ISO 14006:2011.* Madrid.

André, R. (2000). *La aventura creativa. Las raíces del diseño.* Barcelona: Ed. Ariel.

Arden-Clarke, C, i Zacarias, A. (coords.) (2010). *ABC of SCP. Clarifying concepts on sustainable consumption and production.* Milan: United Nations Environment Programme, UNEP.

Askunze, C. (2007). Economía solidaria. En Celorio, G. i López, . M. A. (coords.). *Diccionario de educación para el desarrollo.* Bilbao: Hegoa.

Askunze, C. (2013) Más allá del capitalismo: alternativas desde la Economía Solidaria. *Documentación Social* (168), 91-116.

Ashton, P, i Kubik, M. (2009). The Berlin Manifesto: Social Transformation for Sustainable Design. *Design Principles and Practices: An International Journal* 3 (6), 281-290. United States: Common Ground Publishing.

Ayuso, S., i Fullana P., (2002). *Turismo sostenible.* Barcelona: Ed. Rubes.

- Barthes, R. (1993). *La aventura semiológica* (Ramón Alcalde, trad.). (2ªed.). Barcelona: Paidós. (Original publicat en 1985).
- Baudrillard, J. (1979). *Crítica de la economía política del signo* (Aurelio Garzón del Camino, trad.). (3ª ed.). México: Siglo XXI editorial. (Original publicat en 1972).
- Bellver, J. (2012) El movimiento decrecimiento. Boletín Ecos, 21 Fuhem ecosocial
- Bonsiepe, G. (2012). *Diseño y crisis*. València: Campgràfic.
- Brown, T., i Wyatt, J. (2010). *Design Thinking for Social Innovation*. Stanford: Stanford Social Innovation review.
- Brundtland, G. H. et al. (1987). *Our common future: Report for the World commission on Environment and Development*. United Nations: CMMAD.
- Carrero Bosch, I., Martínez, C., i Rosa Duran J.M. (2010). *La relación del consumidor con las etiquetas sociales y medioambientales. Estudio diagnóstico para orientar la definición de políticas públicas y la acción empresarial. Etiquetado social y medioambiental*. Universidad Pontificia Comillas. Madrid.
- Chaves, N. (2002). *El oficio de diseñar: propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Charter, M., i Clark, T. (2007). *Sustainable Innovation: Key conclusions from sustainable innovation conferences 2003-2006 organised by The Centre for Sustainable Design*. United Kingdom: The Centre for Sustainable Design, University College for the Creative Arts.
- Charter, M., Clements, V., Cheng, I., i Di Nardo, L. (2010). *The European Social Fund: sustainable development and eco-technologies*. Belgium: European Commission.
- Chihu, A. (2000). Melucci: La teoría de la acción colectiva. *Revista Argumentos* (37), 79-92
- Chochinov, A. (2007). *1000 words: A manifesto for sustainability in design*. Recuperat de: http://www.core77.com/reactor/04.07_chochinov.asp

- Clinton, R. (1975). *Hacia una teoría del ecodesarrollo: concepto clave para ubicar el rol de políticas de población dentro del proceso de desarrollo*. Santiago, Chile: CELADE, Seminario sobre Estructura Política y Políticas de Población.
- Comisión Europea (2014). *Hacia una economía circular: un programa de cero residuos para Europa*. Bruselas: Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones. Recuperat de: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/europe_2020_indicators/ree_scoreboard
- Comisión Europea (02 de diciembre de 2015). *Cerrar el círculo: la Comisión adopta un ambicioso paquete de nuevas medidas sobre la economía circular para impulsar la competitividad, crear empleo y generar crecimiento sostenible*. Bruselas: Comunicado de prensa. Recuperat de: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-6203_es.htm
- Coraggio, J. L. (2003). *Una alternativa socioeconómica necesaria: la economía social*. Buenos Aires, Universidad Nacional de Sarmiento.
- Coraggio, J.L. (2009). Los caminos de la economía social y solidaria. Presentación del dossier. *Iconos, Revista de Ciencias Sociales* (33), 29-38, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Ecuador.
- Coraggio, J.L. (2011). *Economía social y solidaria. El trabajo antes que el capital*. Ecuador: Abya-Yla.
- Coraggio, J.L. (2014). Una lectura de Polanyi desde la economía social y solidaria en América Latina. *Cad. Metrop.*, vol.16 (31), 17-35.
- Cortina, A. (1986/1996). *Ética Mínima. Introducción a la filosofía práctica*. (5ª ed.) Madrid: Ed. Tecnos.
- Cortina, A. (2000). Presentación. En A. Cortina & J. Conill (coords.): *10 palabras clave en Ética de las profesiones*. (pp. 13 - 28). Navarra: Verbo Divino.
- Crespo, B., i Sabín, F. (2014). Los mercados sociales. La economía solidaria en acción transformadora. *Documentación social* (174), 95-116.

- Crul, M., i Diehl, J.C. (2006). *Design for sustainability, a practical approach for developing economies*. UNEP i Delf University of Technology, United Nations Environment Programme.
- Cucó, J. (2004). *Antropología Urbana*. Barcelona: Ariel.
- D'Alisa, G., Demaria, F., i Kallis, G. (2015). Decrecimiento. En G. D'Alisa, F. Demaria, i G. Kallis (Ed.). *Decrecimiento, un vocabulario para una nueva era*. Barcelona: Icaria.
- Dankers, C. (2004). *Las normas sociales y ambientales, la certificación y el etiquetado de cultivos comerciales*. Roma: Organización de las naciones unidas para la agricultura y la alimentación.
- Darby, M.R., i Karni E. (1973). Free Competition and the Optimal Amount of Fraud. *Journal of Law and Economics, Vol. 16*.
- Deganello, P. (2009). Dar la vuelta al diseño como un guante. *Experimenta: Diseño, arquitectura, comunicación*, (64), 67-74.
- Del Río, J. (2012) Movimiento de transición. Boletín Ecos, 21 Fuhem ecosocial.
- Doyal L., i Gough I. (1994). *La teoría de las necesidades*. (José Antonio Moyano i Alejandro Colás, trads.) Barcelona: Icaria. (Original publicat en 1991).
- Douglas, M., i Isherwood, B. (1990). *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*. (Enrique Mercado, trad.) México DF: Grijalbo, (Original publicat en 1979).
- Earth Charter Initiative (2001) *Carta de la Tierra*. Costa Rica, Iniciativa Carta de la Tierra.
- Elgin, D. (2012) Simplicidad: un estilo de vida fresco para un planeta caliente. En J. Dawson, R. Jackson, i H. Norberg-Hodge (coords.) *Economía de Gaia. Vivir bien dentro de los límites del planeta*. (Orlando Balbás, trad.). Teruel: Ecohabitar, visiones sostenibles. (Original publicat en 2010).
- Felber, C. (2012). *La economía del bien común*. Barcelona. Deusto.
- Featherstone, M. (2000). *Cultura del consumo y posmodernismo*. (Eduardo Sinnott, trad.). Buenos Aires: Amorrortu (Original publicat en 1991).

- Fiksel, J. (1996). *Ingeniería de diseño medioambiental DFE: desarrollo integral de productos y procesos ecoeficientes*. Madrid: McGraw-Hill.
- Fischer, G., i Giaccardi. E. (2006). Meta-design: A framework for the future of end user development. En H. Lieberman, F. Paternò i V. Wulf (coords.). *End User Development: Empowering People to Flexibly Employ Advanced Information and Communication Technology*. (p. 427–457). Kluwer Academic Publishers.
- FONART, Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (2009). *Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad*. México: SEDESOL.
- Fuad-Luke, A. (2003). Slow Designing the Eco (r) evolution. *New Design Magazine* (293).
- Fuad-Luke, A. (2009). *Design activism: beautiful strangeness for a sustainable world*. London: Ed. Earthscan.
- Gallopín, G. (2003). *Sostenibilidad y Desarrollo Sostenible: un Enfoque Sistémico*. Santiago de Chile: CEPAL/ECLAC, División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. Proyecto NET/00/063, Evaluación de la Sostenibilidad en América Latina y el Caribe.
- García Jané, J. (2009). El balanç social. En A. Comín i L. Gervasoni (coords.). *Democràcia econòmica. Vers una alternativa al capitalisme*. Barcelona: Fundació Catalunya segle XX.
- García Camarero, J. (15 d'octubre de 2015). Manifiesto de la transición hacia el decrecimiento feliz. Recuperat de: <http://www.decrecimiento.info/2015/10/manifiesto-de-la-transicion-hacia-el.html>
- Garvía, R. (1988). *Conceptos fundamentales de sociología*. Madrid: Alianza Editorial.
- Ginnerup, S. (2010). *Hacia la plena participación mediante el Diseño Universal*. Madrid: Ministerio de Sanidad y Política Social, Secretaría General de Política Social y Consumo, Instituto de Mayores y Servicios Sociales (Imsero).
- Glasby, G. (2002). Sustainable development: The need for a new paradigm. *Environment, Development and Sustainability*, (4), 333-345. doi:10.1023/A:1024138010770

- Gómez-Sal, A., Belmontes, J. A., i Nicolau, J. M. (2003). Assessing landscape values: a proposal for a multidimensional conceptual model. *Ecological modelling*, vol. 168 (3). doi:10.1016/S0304-3800(03)00144-3
- Gómez Sal, A. (2009). Veinte años desde Brundtland: razones para una ciencia de la sostenibilidad. *Ambienta: la revista del Ministerio de Medio Ambiente* (88), 28-45.
- Good Design Award (s.d.). About Good Design Award. Our Ideals. Recuperat de: <https://www.g-mark.org/about/?locale=en>
- Gough, I. (2007). El enfoque de las capacidades de M. Nussbaum: un análisis comparado con nuestra teoría de las necesidades humanas. *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global* (100), CIP-Ecosocial/Icaria.
- Goulet, D. (1999). *Ética del desarrollo. Guía Teórica y práctica*. (Gabriel Rosón, trad.). Madrid: Iepala (Original publicat en 1995).
- Grupo de Trabajo Interinstitucional sobre Economía social y Solidaria (2014). *La Economía Social y Solidaria y el reto del Desarrollo Sostenible*. Ginebra, Suïssa: TFSSE, UNRISD.
- Goteo (12 d'agost de 2013). Cultura libre y peer production: la era maker. *El Diario*. Recuperat de: http://www.eldiario.es/colaboratorio/Cultura-libre-peer-production-maker_6_163843622.html
- Guerra, P. (2004). *Economía de la Solidaridad. Una introducción a sus diversas manifestaciones teóricas*. Recuperat de: <http://tacuru.ourproject.org/documentos/guerra.pdf>
- Guimaraes, R. (2002). La ética de la sustentabilidad y la formulación de políticas de desarrollo. *Ecología política, Naturaleza, Sociedad y Utopía, 1*. Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Guridi, L., Pérez de Mendiguren, J.C., Iametti, A., Deux, M.V., Vázquez, G., i Uribe, A. (2011). Experiencias de Economía Social y Solidaria: compartiendo estrategias y aprendizajes. *Papeles de Economía Solidaria* (2).

- Guridi, L., i Pérez de Mendiguren J.C. (2014). *La dimensión económica del desarrollo humano local: la economía social solidaria*. Bilbao: Hegoa, Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional.
- Habitat.aq.upm.es (2016). *Sobre la biblioteca CF+S. Biblioteca CF+S*. Recuperat de <http://habitat.aq.upm.es/org/info.html>
- Hatch, M. (2014). *The maker movement manifesto*. Boston: McGraw-Hill Education.
- Helfrich, S. (2008). Commons: ámbitos o bienes comunes, procomún o «lo nuestro». Las complejidades de la traducción de un concepto. En S. Helfrich (comp.). *Genes, Bytes y Emisiones: Bienes Comunes y Ciudadanía*. México: Fundación Heinrich Böll.
- Heras, M. i Peirón, M. (coords.) (2012). *Cambio global en España 2020/50. Consumo y estilos de vida*. Centre de Recerca i Informació en Consum i Centro Complutense de Estudios e Información Medioambiental.
- Holmgren, D. (2012). *Permacultura: principios y senderos más allá de la sustentabilidad*. Buenos Aires, AR: Ed. Kaicron.
- Honoré, C. (2007). *Elogio de la lentitud*. Barcelona: RBA Coleccionables.
- Hopwood, B., Mellor, M., i O'Brien, G. (2005). Sustainable Development: Mapping Different Approaches. *Sustainable development*, 13 (1), 38-52.
- Ibarra, P., Gomà, R. i Martí, S. (2002). Los nuevos movimientos sociales. El estado de la cuestión. En P. Ibarra, S. Martí i R. Goma (coords.) *Creadores de democracia radical. Movimientos sociales y redes de políticas públicas*. (pp. 23-56) Barcelona: Icaria.
- ICOGRADA (2013). Defining the Profession. Recuperat de: http://www.icograda.org/about/index/sb_expander_articles/9.php
- ICSID, International Council of Societies of Industrial Design (2015). Definition of Industrial Design. Recuperat de: <http://www.icsid.org/about/definition/>
- INDEX: design to improve life (2016). Impact. Recuperat de: <http://designtoimprovelife.dk/impact/>

- Infosalus (30 de gener de 2016). La nueva 'Barbie' se rebela contra el estereotipo de la extrema delgadez. *Infosalus.com*. Recuperat de: <http://www.infosalus.com/estetica/noticia-nueva-barbie-rebela-contra-estereotipo-extrema-delgadez-20160130082333.html>
- Irwin, T., Tonkinwise, C. i Kossoff, G. (2015) *Transition Design 2015. A new area of design, research, practice and study that proposes design-led societal transition towards more sustainable futures*. En Transition Design Symposium: Provocation and Position Papers.
- Jellin, E. (1986). Otros silencios, otras voces: el tiempo de la democratización en la Argentina. En F. Calderon (comp.) *Los movimientos sociales ante la crisis*. Buenos Aires: UNU, CLACSO i IISUNAM.
- Jimenez Herrero, L. (1997). *Desarrollo sostenible y Economía Ecológica. Integración medio ambiente-desarrollo y economía-ecología*. Madrid: Síntesis.
- Jimenez Herrero, L. (2002). La sostenibilidad como proceso de equilibrio dinámico y adaptación al cambio. *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, (800), 65-84.
- Cumulus (2008). Kyoto Design Declaration signed on March 28, 2008. Recuperat de: <http://www.cumulusassociation.org/kyoto-design-declaration-signed-on-march-28-2008/>
- Lammerts van Bueren, E. i Blom, E. (1996) *Esquema jerárquico para la formulación de estándares para el manejo forestal sostenible*. Holanda: The Tropenbos Foundation.
- Latouche, S. (2008). Entrevista a Serge Latouche: decreixement i sostenibilitat. Entrevista d'Audrey Boursicot i Audrey Dye. *Revista Entrepobles* (47).
- Latouche, S. (10 de febrer de 2010). Entrevista con José Bellver. *Diagonal*. Recuperat de: <https://www.diagonalperiodico.net/global/salir-la-sociedad-crecimiento-es-salir-dinamicas-desigualdad.html>
- Latouche, S. (2011). *La hora del decrecimiento* (Rosa Alcázar, trad.) Barcelona: Ed. Octaedro (Original publicat en 2010).

- Lawrence L. (2005) *Por una cultura libre. Cómo los grandes grupos de comunicación utilizan la tecnología y la ley para clausurar la cultura y controlar la creatividad.* (Antonio Córdoba/elastico.net, trad.) Madrid: ed. traficantes de sueños (Original publicat en 2004).
- Lockton, D., Harrison, i D., Stanton, N.A. (2010). The Design with Intent Method: a design tool for influencing user behaviour. *Applied Ergonomics, Vol.41* (3) 382-392.
- López de Ayala, M. C. (2004). El análisis sociológico del consumo: una revisión histórica. *Sociológica. Revista de pensamiento social* (5), 161-190.
- Luffiego, M. i Rabadán, J.M. (2000). La evolución del concepto de sostenibilidad y su introducción en la enseñanza. *Enseñanza de las ciencias vol. 18* (3) 473-486.
- Lummis, C. D. (1996). Igualdad. En W. Sachs (ed.). *Diccionario del desarrollo. Una guía del conocimiento como poder.* (Eduardo Grillo i Jorge Ishizawa, trads.). (pp. 94-114). Perú: Practec.(Original publicat en 1992).
- Maldonado, T. (1993). *El diseño industrial reconsiderado.* (Francesc Serra, trad.). Barcelona: Ed. Gustavo Gili (Original publicat en 1971).
- Manifiesto por la vida (2002). Manifiesto por la vida. Por una Ética para la Sustentabilidad. *Ambiente & Sociedade, V* (10), 1-14. Recuperat de: <http://www.scielo.br/pdf/asoc/n10/16893.pdf>
- Manzini, E. (2015). *Cuando todos diseñan. Una introducción al diseño para la innovación social.* Madrid: Experimenta Theoria.
- Marcellesi, F. (2012). Trabajar, consumir... ¿vivir?. En M. Heras, M. Peiron (coords). *Cambio global España 2020/50, consumo y estilos de vida.* Madrid: Centro Complutense de Estudios e Información Medioambiental (CCEIM).
- Margolin, V. (1998). Design for a Sustainable World. *Design Issues, 14* (2), 83–92.
- Margolin, V. (2005). *Las políticas de lo artificial: ensayos y estudios sobre diseño.* (Gabriela Ubaldini, trad.). México: Editorial Designio (Original publicat en 2002).

- Martínez Rodríguez, F. M. (2013). *Educación, neoliberalismo y justicia social: Una revisión crítica del desarrollo humano desde la Carta de la Tierra y la economía social*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Max-Neef, M. A., Elizalde, A. i Hopenhayn, M. (1994). *Desarrollo a escala humana: conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Mejía, J. (2003). De la construcción del conocimiento social a la práctica de la investigación cualitativa. *Investigaciones Sociales*, 7 (11), 179-197.
- Menichinelli, M. (2008/2009). OpenP2PDesign.org 1.1. Design for Complexity. Ed. Openp2pdesign.org. Recuperat de: http://www.openp2pdesign.org/wordpress/wp-content/uploads/downloads/2010/04/openp2pdesign.org_1.1.pdf
- Mercado Social de Madrid, MESM (2014). Valores y compromisos del Mercado Social. Recuperat de: https://madrid.mercadosocial.net/docs/Carta_PrincipiosMES_03_2014.pdf
- McDonough, W. (1992). *The Hannover Principles. Design for Sustainability*. Hannover, Germany: EXPO 2000.
- Molina, N. (2013). Discusiones acerca de la Resignificación y Conceptos Asociados. *Revista MEC-EDUPAZ* (3). México: UNAM.
- Morace, F. (2009). *La estrategia del colibrí: la globalización y su antídoto*. (Amelia Pérez de Villar, trad.). Barcelona: Experimenta Ensayos.
- Moreno, A. (2012). *Manual básico sobre el balace del bien común*. Recuperat de: <http://economia-del-bien-comun.org/sites/default/files/EBC-Manual%20basico%20sobre%20los%20criterios%204.0.5.pdf>
- Mori, K., i Christodoulou, A. (2012). Review of sustainability indices and indicators: Towards a new City Sustainability Index (CSI). *Environmental Impact Assessment Review*, 32(1), 94-106.
- Naredo, J. M. (1997). Sobre el origen, el uso y el contenido del término sostenible. *Cuadernos del Guincho* (3), 48-57.

- Naredo, J. M. (2005). El metabolismo económico y sus perspectivas. En J. M. Naredo i L. Gutiérrez (eds.), *La incidencia de la especie humana sobre la faz de la tierra (1955-2005)* (pp. 183-216). Granada: Universidad de Granada i Fundación César Manrique.
- Naredo, J. M. (2006). *Raíces económicas del deterioro ecológico y social. Más allá de los dogmas*. Madrid: Siglo XXI.
- Nelson, P. (1970). Information and Consumer Behavior. *The Journal of Political Economy*, Vol. 78, (2).
- Norton, B. (1992). Sustainability, Human Welfare and Ecosystem Health. *Environmental Values*, 1, (2), 97 - 111.
- Novo, M. (2006). *El desarrollo sostenible. Su dimensión ambiental y educativa*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Ortega, S. (2000). *Mercado social. Seminario Construyendo un Mercado Alternativo de Economía Solidaria*. Bilbao: REAS.
- Abel, B., Klaassen, R., Evers, L. i Troxler, P. (eds.). (2011). *Open Design Now. Why Design Cannot Remain Exclusive*. Amsterdam: BIS publishers.
- Papanek, V. (1977). *Diseñar para el mundo real*. (Luis Cortés de Alvaro, trad.). Madrid: Ed. Hermann Blume (Obra original publicada en 1971).
- Pérez de Mendiguren, J. C., Etxezarreta, E., i Guridi, L. (2008). ¿De qué hablamos cuando hablamos de Economía Social y Solidaria? Concepto y nociones afines. En Bienestar y Democracia Económica Global. XI Jornadas de Economía Crítica, Universidad del País Vasco UPV/EHU, Bilbao.
- Pierri, N. (2005.) Historia del concepto de desarrollo sustentable. En G. Foladori i N. Pierri (co-ords.). *¿Sustentabilidad? Desacuerdos sobre el desarrollo sustentable*. México: Colección América Latina y el Nuevo Orden Mundial. Miguel Ángel Porrúa, UAZ.

- Peiron, M. (2009). La democràcia en el consum. En A. Comín i L. Gervasoni (coords.). *Democràcia Econòmica vers una alternativa al capitalisme*. Barcelona: Ed. fundació Catalunya segle XXI.
- Projecte Democràcia Econòmica (2009). El mercat social: és possible articular una xarxa alternativa?. A. Comín i L. Gervasoni (coords.). *Democràcia econòmica. Vers una alternativa al capitalisme*. Barcelona: Ed. fundació Catalunya segle XXI.
- Razeto, L. (1993). *Los caminos de la economía de solidaridad*. Santiago, Chile: Ediciones Vivarium.
- REAS (2011). *Carta de Principios de la Economía Solidaria*. Red de Redes de Economía Solidaria.
- RIPESS (2012). La economía que necesitamos. Declaración del movimiento de Economía Social y Solidaria a Rio +20. Recuperat de: http://www.ripest.org/wp-content/uploads/2012/06/2012_declaration_ripest_rio_20_esp.pdf
- Riechmann, J. (2004). *Gente que no quiere viajar a Marte: Ensayos sobre ecología, ética y autolimitación*. Madrid: Los libros de la Catarata.
- Riechmann, J. (2007). Oikos & Jaikus. Reflexiones sobre la crisis ecosocial. En: M. Linz, J. Riechmann i J. Sempere. *Vivir (bien) con menos. Sobre suficiencia y sostenibilidad*. Barcelona: Icaria.
- Rieradevall, J., i Vinyets, J. (1999). *Ecodiseño y ecoproductos*. Barcelona: Rubes.
- Sánchez, M. (1991). *Procesos básicos del pensamiento*. México: Trillas.
- Santesmases M. (1993). *Marketing: conceptos y estrategias*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Samuelson, P. (1954). The Pure Theory of Public Expenditure. *The Review of Economics and Statistics*, 36 (4) The MIT Press, DOI: 10.2307/1925895
- Schneider, F., Giorgos K., i Martínez-Alier, J. (2010). Crisis or opportunity? Economic degrowth for social equity and ecological sustainability. Introduction to this special issue. *Journal of Cleaner Production Vol. 18 (6)*, 511-518.

- Sempere, J. (2009). *Mejor con menos: necesidades, explosión consumista y crisis ecológica*. Barcelona: Ed. Crítica.
- Setem (2001). *Certificación Social, ¿Una herramienta para mejorar las condiciones laborales en el sector textil?* Barcelona: Campaña Ropa Limpia.
- Spangenberg, J. i Valentin, A. (1999). Indicators for sustainable communities. Deutschland: Wuppertal.
- Stallman, R. (2004). *Software libre para una sociedad libre*. (Jaron Rowan, Diego Sanz Paratcha y Laura Trinidad, trads.). Madrid: ed. Traficantes de Sueños (Original publicat en 1996).
- Urquijo, M. J. (2014). La teoría de las capacidades en Amartya Sen. *Edetania: estudios y propuestas socio-educativas*, (46), 63-80.
- Vilanova, M. (2009). L'etiqueta social. En A. Comín i L. Gervasoni (coords.). *Democràcia Econòmica vers una alternativa al capitalisme*. Barcelona: Ed. Fundació Catalunya segle XXI.
- Viñolas, J. (2005). *El diseño ecológico*. Barcelona: Blume.
- Vinyets, J. (2008). *El producte com a fenomen de comunicació social*. (tesi inèdita de doctorat). Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.
- VVAA (2011). *Open Design Now*. Amsterdam: BIS publishers.
- World Fair Trade Organization, WFTO (s.d.). Definition of Fair Trade. Recuperat de: <http://www.wfto.com/fair-trade/definition-fair-trade>
- XES (2013). *Balanç social de la xarxa d'economia solidària*. Barcelona: Xarxa Economia Solidària.
- XES (2014). *Informe agregat campanya de balanç social 2013-2014*. Barcelona: Xarxa Economia Solidària.
- XES (2015). *Informe de l'estat del mercat social català, 2014*. Barcelona: Xarxa Economia Solidària.



Aquesta obra està subjecta a una llicència de
Reconeixement-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional de Creative Commons

Tesi doctoral realitzada 100% amb programari lliure i impresa en paper reciclat.

Castelló de la Plana, 2016