

Trabajo Final de Graduación

Problemas y necesidades del
Licenciado en Diseño Gráfico en la
profesión en Córdoba Capital

Mónica Tadeo
Diseño Gráfico
DGR 446

Universidad Empresarial Siglo 21

- 2007 -



Agradecimientos

Quiero agradecer a mi mamá y a mi hermana Ana Laura por todo el apoyo brindado a través de todos estos años. También a mis amigas y compañeras de universidad Ana Clara, Luciana y Anahí por hacer de esta etapa una de las mejores que recuerdo y por último a Laura, Agustina, Juan y Luciano por estar siempre colaborando y compartiendo mis proyectos.

Índice

	Pág.
Introducción	7
Justificación	9
Tema	10
Problema	10
Objetivos	10
Marco Teórico	11
1. Conceptos claves	11
2. Componentes de la profesión	24
2.1 Servicio para el bien público	26
2.2 Conocimientos adquiridos por medio de la educación y conocimiento	28
2.3 Servicio socialmente valorado	29
2.4 Ética de servicio profesional	29
2.5 Dedicación de tiempo completo	30
2.6 Estatus social elevado	30
2.7 Autonomía	32
2.8 Honorarios remunerativos	33
2.9 Organización de miembros a través de Asociaciones y/o Colegios Profesionales	34
2.10 Normas y reglas de conducta socialmente aceptadas	35
2.11 El estado regula el derecho práctica de sus miembros	37
3. Campo de área del Diseño Gráfico	37
3.1 Diseño para información	39
3.2 Diseño para persuasión	39
3.3 Diseño para educación	41
3.4 Diseño para administración	42
Marco Metodológico	45
Análisis de la información	47
Irrupción de la tecnología en el Diseño Gráfico	49
Valoración del Servicio Profesional	50
Valoración Profesional	54
Estatus social/prestigio de la profesión	55



Honorarios	56
Las universidades e institutos de educación y el Diseño Gráfico	58
Identidad como grupo homogéneo	60
Conclusión	61
Servicio para el bien público	61
Conocimientos adquiridos por medio de la educación y entrenamiento	61
Servicio socialmente valorado	62
Ética de servicio profesional, normas y conductas socialmente aceptadas	63
Estatus social elevado	63
Autonomía	63
Honorarios remunerativos	64
Grupo homogéneo con intereses comunes y organización de miembros a través de Asociaciones y/o Colegios profesionales	65
El estado regula el derecho de práctica de sus miembros	65
Bibliografía	67
Anexo	70
Guía de pautas de la Entrevista	71
Entrevistas	73
Ficha de bibliografías relevadas	1

Introducción

El Diseño Gráfico, parecería ser hoy una profesión nueva, generalmente desconocida por gran parte de la sociedad. Sin embargo, se pueden encontrar sus inicios en la época prehistórica considerando los grafos encontrados de los primeros hombres como manifestaciones de comunicación visual, seguido de muchos hitos en la historia que tuvieron influencia directa sobre el comercio, la actividad publicitaria y el Diseño Gráfico como disciplina. Entre ellos podemos citar a modo de ejemplo la invención de la Imprenta por Gutenberg (1450), la Revolución Francesa (1789-1799) y el más evidente de todos la Revolución Industrial (1760-1840), que modificó el comercio al detalle o por menor, consistente en la venta de productos a granel para convertirlo en un comercio de libre servicio (posibilitado por la masificación de los productos), lo cual trajo aparejado una fuerte necesidad de comunicación visual que posibilite al comprador recibir información que antes era proporcionada por el vendedor en el punto de venta. Las empresas acudieron a las marcas, envases, cartelería, entre otros, para poder ingresar a las góndolas de las grandes tiendas que empezaron pronto a aflorar. Rápidamente, la comunicación visual se evidenció no sólo en productos tangibles, sino que las empresas como también organizaciones de cualquier rubro, la incorporaron para poder satisfacer las necesidades del nuevo consumidor.

Se puede observar que el Diseño Gráfico no es una profesión que emergió a partir de la invención de la computadora y los ordenadores en el año 1984, sino, muy por el contrario, esta tecnología sólo debe considerarse como una herramienta más, que el profesional emplea para la realización de su trabajo.

Hoy, en el s. XXI, esta profesión no ha logrado consolidarse como otras profesiones ni en el mercado, ni en la sociedad en la ciudad de Córdoba, a pesar de su antigua historia puesto que no culminó su proceso de profesionalización como otras carreras. Se evidencia por tal motivo, que los profesionales gráficos afrontan problemas a diario para poder solidificarse como profesión. Se debería revisar cuáles son los atributos que componen al concepto de profesión, para una con-



siguiente evaluación del estado de profesionalización del Diseño Gráfico en Córdoba. Muchas de las dificultades con las que seguramente convive el profesional serán superadas en los próximos años, siempre y cuando él mismo colabore para el mejoramiento de su profesión.

En el siguiente trabajo se intentará identificar los problemas que se presentan en el ámbito laboral del diseñador como consecuencia de no haber finalizado el proceso de profesionalización.

Justificación:

Todos los profesionales, al insertarse en un medio, como lo es el ámbito profesional de competencia de cada carrera, adquiere un rol activo en la sociedad, como una persona que reúne en sí misma los conocimientos pertinentes mediante estudios sistemáticos, certificados y otorgados por una institución que lo prepara para brindar un determinado servicio a la sociedad. También desempeña un rol dentro de su comunidad profesional, como miembro y colega de otros. En ambos casos se contraen derechos y obligaciones, y por sobre todas las cosas debe actuar bajo una normativa ética cuando interactúa con el medio.

Se presenta un inconveniente cuando conviven profesionales y personas escasamente preparadas en el mismo medio. Esto lleva a producir confusión en la sociedad, la cuál queda expuesta a contraer servicios con la persona menos capacitada del medio para brindarlo. Al mismo tiempo se produce una desvalorización de la función profesional que se debe desempeñar, que se ve reflejada primeramente en los salarios y el desprestigio social, y poco a poco se va creando una situación de conflicto que no le conviene a la sociedad, ni al profesional.

Es necesario realizar un estudio que evidencie cuáles son los problemas en concreto que se presentan en el ejercicio profesional del Licenciado en Diseño Gráfico por no haberse completado socialmente su proceso de profesionalización, como punto de partida para encontrar, a través del tiempo y la práctica, soluciones efectivas que favorezcan a la consolidación de la profesión mencionada, lo que traerá aparejado un beneficio a la sociedad.

Tema

Problemas y necesidades del Licenciado en Diseño Gráfico en la profesión en Córdoba capital.

Problema

Los problemas de la profesionalización del Diseño Gráfico.

Objetivos

General:

Analizar los problemas vinculados al proceso de profesionalización que tienen los Licenciados en Diseño Gráfico en Córdoba en su ejercicio profesional.

Específicos:

- Indagar los atributos con los que se reconoce el ejercicio profesional en la ciudad de Córdoba.
- Reconocer espacios sociales en dónde desarrollan la profesión.
- Investigar la identidad de los Licenciados en Diseño Gráfico como grupo profesional.

Marco teórico:

Ser profesional implica aprehender conocimientos especializados en universidades e instituciones educativas necesarias para la formación teórico-práctica de la persona en la profesión en cuestión. Pero ser profesional implica ir más allá de estos conocimientos aprehendidos en la universidad.

Un profesional cumple con su deber, es eficiente, es apto para las tareas que se le encomiendan y cumple con los requisitos demandados por su entorno específico. Alguien que es un profesional debería tener la capacidad para reformular su rol en la profesión, como miembro activo de la comunidad a la cuál pertenece.

El profesional autónomo del Diseño Gráfico, se enfrenta a problemas específicos de su profesión además de los comúnmente encontrados en cualquier emprendimiento y/o carrera.

Se presenta a continuación los antecedentes encontrados de esta profesión, como también la revisión de la bibliografía existente sobre los posibles problemas que enfrentan los Diseñadores Gráficos, que serán contrastados con entrevistas en profundidad realizadas a los actores participantes, que reflejarán la realidad del Diseño Gráfico como profesión en estos tiempos.

1. Conceptos claves

Como ya se ha expuesto al principio de este trabajo, lo que se intenta resolver son: los problemas de la profesionalización del Diseño Gráfico en la ciudad de Córdoba.

El concepto de Licenciado, es definido por la Real Academia Española como la “persona que ha obtenido en una facultad el grado que lo habilita para ejercerla”¹.

¹ Diccionario de la Real Academia Española. www.rae.es



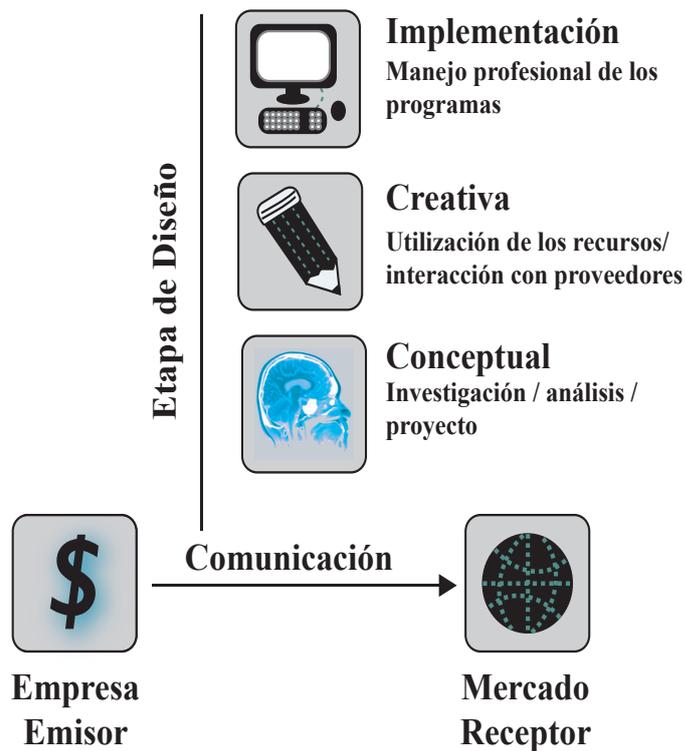
Este concepto proviene de otro, el de “licenciatura” el cual representa, “el grado recibido al terminar con estudios de nivel educacional universitario”².

Un importante concepto que se menciona a lo largo de este trabajo es el de Diseño Gráfico, el cuál fue definido por múltiples autores. Jorge Frascara, un importante referente del Diseño Gráfico en Argentina, lo conceptualiza como “la acción de concebir, programar, proyectar, y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados”³. Es importante entender que el Diseño Gráfico tiene como fin comunicar, comunicar de manera visual y por consiguiente producir respuestas en los mercados a los que se dirige. Por otra parte, Frascara menciona en su concepto la concepción, la programación y la proyección, por lo cuál se puede interpretar que se concibe al Diseño Gráfico como un plan mental. A partir de esta definición se deduce que el Diseñador Gráfico es la persona quien ejecuta dichas acciones, e interpreta, ordena y presenta de manera visual los mensajes a transmitir. Jorge Piazza (2006), por su parte, retoma esta idea de “plan mental”⁴ y la esboza gráficamente de la siguiente manera:

2 Definición.org.www.definicion.org

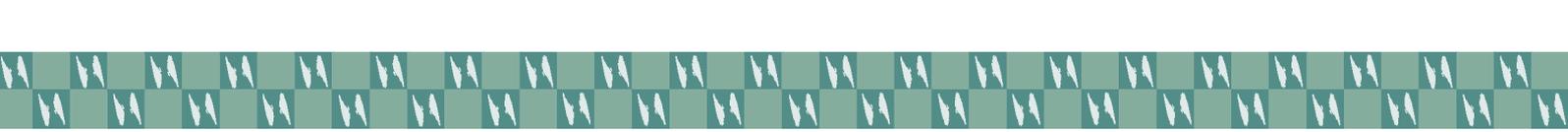
3 Frascara, Jorge (1989). *Diseño gráfico y comunicación* (p.123). Buenos Aires. Ediciones Infinito.

4 Piazza, Jorge (2006). *El diseño como negocio* (p. 13). Editorial CommTools. Buenos Aires.



Se observa en el gráfico, que existe una necesidad que es la iniciadora de este proceso mental, la cuál por lo general es planteada por las empresas, también llamados comitente, definido como la persona natural o jurídica (organización) que encarga un trabajo. El diseñador gráfico es quien media entre la empresa y el mercado receptor. Para establecer comunicación entre ambas partes, el diseñador ofrece una solución creativa sustentada por una investigación y análisis de la necesidad planteada que queda plasmada mediante la utilización de software u otra tecnología.

Como se irá presentando y desarrollando a través de este trabajo, la profesión en cuestión, está en pleno desarrollo. Existen problemas por dentro, es decir, por la falta de consistencia en el modo de actuación de los que hacen del diseño su profesión habitual, que se traslada a la sociedad.



El Diseño Gráfico se vale de muchas herramientas, entre las cuales se encuentran las tecnologías disponibles. Piazza, reflexiona sobre la irrupción de la tecnología en la profesión y observa que el problema central del diseño es la confusión en el sentido de qué es realmente, debido al mal uso que los diseñadores hacen de la misma.

Teniendo en cuenta que la tecnología es avance, el Diseño Gráfico también se vio influenciado, a través de la disposición de las herramientas al alcance de todos como así también la información se hizo más accesible principalmente a través de Internet. Pero a su vez, esta accesibilidad a la información y a la tecnología desestabilizó al diseño gráfico como profesión, de una manera como no lo hizo en otras profesiones.

“El problema radica en que otras profesiones tienen modelos o procesos no replicables (o se encuentran amparadas por la ley). (...)

(...) El diseño gráfico es aparentemente replicable y eso sucede porque a hoy no está concebido como plan mental”. (Piazza, 2006, pp. 12 y 13)

Seguidamente, para poder entender el concepto de profesionalización, se debe primero indagar la noción de profesión. El concepto de profesión, desde el punto de vista etimológico, proviene del latín *professio*, -onis, que significa acción y efecto de profesar. El uso común del concepto tiene diferentes acepciones, entre ellas, empleo, facultad u oficio que cada uno tiene y ejerce públicamente; protesta o confesión pública de algo (la profesión de fe, de un ideario político, etc.). La Real Academia Española lo define como “empleo, facultad u oficio que alguien ejerce y por el que percibe una retribución”⁵. En este sentido, profesión puede definirse como una actividad permanente que sirve de medio de vida y que determina el ingreso

⁵ Diccionario de la Real Academia Española. www.rae.es



a un grupo profesional determinado. En términos generales, se ha definido la profesión como una ocupación que monopoliza una serie de actividades privadas sobre la base de un gran conjunto de conocimiento abstracto, que permite a quien lo desempeña una considerable libertad de acción y que tiene importantes consecuencias sociales.

A continuación se presenta una revisión histórica del concepto profesión, elaborada por Jorge Fernández Pérez (2001), para entender su evolución, la cual está ligada al desarrollo de las sociedades en donde ha asumido características que le permite ser considerada una institución dentro de la estructura social a la que pertenece, y poder de esta manera arribar a un concepto que refleje las características esenciales que lo definen.

El concepto “profesión” ha evolucionado a través del tiempo y ha sido producto de un desarrollo histórico. Los antecedentes sobre el origen de este concepto se encuentran en antiguos textos hebreos en donde se señala que esta palabra era usada con relación a funciones sacerdotales, los negocios en servicio del rey o de un funcionario real, puesto que el vocablo significa mandar o enviar, lo que representaba realizar una misión. Sin embargo, el concepto en el sentido actual no puede remontarse más allá de la época preindustrial, puesto que es producto de la industrialización y de la división del trabajo.

Uno de los primeros autores que analizaron la “profesión” fue el sociólogo alemán Max Weber (1904), quien trabajó este concepto desde sus estudios, correlacionando la religión y el capitalismo en su obra “La ética protestante y el espíritu del capitalismo”. Para Weber, la profesión estaba vinculada a lo religioso en la tradición cristiana, puesto que el acto de profesar está relacionado con la voluntad de consagrarse a Dios, obedecer a un ser superior, con un alto contenido de entrega y de sufrimiento, por lo tanto, la profesión estaría ligada a la vocación, y lo expresa de la siguiente manera: “Evidentemente, en el vocablo alemán ‘profesión’ (beruf), aun cuando tal vez con más claridad en el inglés calling, existe por lo menos una remem-

branza religiosa: la creencia de una misión impuesta por Dios”⁶ .

Por su parte, Fernández Pérez continúa este recorrido histórico-social en su obra, “Elementos que consolidan al concepto profesión”⁷ (2001), citando a distintos autores que han contribuido en la caracterización del concepto en cuestión:

“(...) la expansión de los conocimientos técnicos, la explosión demográfica y el crecimiento de los centros urbanos en el siglo XIX, durante la revolución industrial, contribuyeron a modificar la organización social existente, propiciando la creación de tareas profesionales más especializadas (Barrón, 1996). Estos factores produjeron que, a principios del siglo XX, se incorporara la concepción de lo profesional como producto de las transformaciones producidas por la industrialización. En este contexto, en 1915, Flexner sugirió que para reconocer este campo, era necesario tomar en cuenta la implicación de operaciones intelectuales, las cuales adquieren su material de la ciencia y de la instrucción. Señala, además, que el manejo de este material es con un fin definido y práctico, el cual posee una técnica educativa comunicable, se tiende a la organización entre sus propios miembros y se vuelve cada vez más altruista (Gómez y Tenti, 1989).

Para la década de los treinta, Carr Saunders y Willson (1933) señalaban que una ocupación alcanzaba el estatus de una profesión cuando un tipo de actividad no se ejerce más que mediante la adquisición de una formación controlada, la sumisión a reglas y normas de conducta entre los miembros y los no miembros, y la adhesión de una ética del servicio social. En 1953, Cogan hacía referencia a que la profesión tenía una obligación ética de

6 Weber, Max (1904-05). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo* (p. 48)

7 Fernández Pérez, Jorge (2001). *Elementos que consolidan al concepto profesión*. Revista electrónica de investigación educativa (Vol. 3 N° 1)

proveer servicios altruistas al cliente; su definición estaba basada en la comprensión de señalamientos teóricos de algunas áreas de conocimiento específico y sus habilidades (Pou, 1986).

Más adelante, estudios realizados en la década de los sesenta definían la profesión cuando existía un cuerpo específico de conocimientos para actuar en una realidad social organizada. Wilensky (1964) estableció que la profesión es una forma especial de organización ocupacional basada en un cuerpo de conocimiento sistemático adquirido a través de una formación escolar, y establece que una actividad pasa a ser considerada profesión cuando supera las cinco etapas del proceso de profesionalización, en donde el trabajo se convierte en una ocupación de tiempo integral como consecuencia de la necesidad social del surgimiento y ampliación del mercado de trabajo; se crean escuelas para el adiestramiento y formación de nuevos profesionales; se constituye la asociación profesional en donde se definen los perfiles profesionales; se reglamenta la profesión asegurando así el monopolio de competencia del saber y de la práctica profesional; y se adopta un código de ética con la intención de preservar así a los “genuinos profesionales” (Pacheco, 1994).

En ese contexto, Millerson (1964) definió que toda profesión debe cumplir algunas características que permitan medir el grado de profesionalización de las diferentes ocupaciones, ya que los profesionistas deberían tener un sueldo elevado, un estatus social alto y autonomía en su trabajo (Burrage, 1990). Desde una perspectiva funcionalista, explicaba esta posición privilegiada diciendo que las profesiones realizan funciones que son socialmente valoradas, tales como la utilización de capacidades basadas en conocimientos teóricos; educación y formación en esas capacidades; garantía de competencia en los individuos debida a exámenes; tener un código de conducta que garantice la integridad profesional; realización de un servicio para el bien público; existencia de una asociación que organice a sus miembros.

Por su parte, Schein (1970) estableció que las profesiones constituyen conjuntos de ocupaciones que han desarrollado un sistema de normas derivadas de su papel especial en la sociedad, en la cual el profesional es distinto del aficionado, puesto que está dedicado de tiempo completo a una ocupación que constituye su principal fuente de ingresos (Gómez y Tenti, 1989). Se presupone que quien tiene una profesión tiene una fuente de motivación y la ejerce en forma continua, además de poseer; un cuerpo especializado de conocimientos y habilidades adquiridos durante un periodo prolongado de educación y entrenamiento. Quién detenta una profesión, toma decisiones a favor de un cliente conforme a principios generales, ofrece un servicio profesional basado en las necesidades de éste con un alto espíritu de servicio. Asimismo, los profesionistas constituyen asociaciones profesionales con la finalidad de definir criterios de admisión, niveles educativos, títulos o exámenes de ingreso, carreras y áreas de jurisdicción.

En esa misma década, Moore y Freidson (1970) agregan que una profesión puede ser vista a partir de un conjunto de dimensiones estructurales y de actitud, como una ocupación de tiempo integral, caracterizada por la presencia de profesionistas con una organización que permite la mutua identificación de intereses comunes y de conocimientos formales y en donde se aceptan las normas y los modelos apropiados para identificarse entre colegas (Machado, 1991). Además, los profesionistas tienen una orientación para el servicio son autónomos, y ven a la profesión como un grupo de personas que realiza un conjunto de actividades que proveen su principal fuente de recursos para la subsistencia, a cambio de una compensación. Johnson (1972) señaló que, para que pueda existir una auténtica profesión, es condición necesaria que las personas que practican la ocupación formen un grupo relativamente homogéneo. Asimismo, Parkin (1979) sugiere que se siguen estrategias de exclusión para restringir el acceso a las profesiones utilizando requisitos educativos que pueden tener poca relación con la dificultad del trabajo profesional (Burrage, 1990). De acuerdo con esto, las profesiones pueden establecer estas estrategias porque el Estado da

el derecho a practicar ciertas ocupaciones a miembros acreditados.

Por otra parte, en los años ochenta, una profesión se definía como una ocupación que se regulaba a sí misma mediante una capacitación sistemática y obligatoria en un ámbito universitario, basado en conocimientos especializados y técnicos, y orientado más al servicio que hacia las utilidades pecuniarias, principio consagrado en su código de ética (Starr, 1982). En este contexto, la profesión era considerada como un fenómeno sociocultural en el cual intervienen un conjunto de conocimientos y habilidades, tradiciones, costumbres y prácticas que dependen del contexto económico, social y cultural en el que surge y se desarrolla.

Una nueva concepción de la profesión se da a partir del trabajo de Cleaves (1985), quien sostiene que las profesiones son ocupaciones que requieren de un conocimiento especializado, una capacitación educativa de alto nivel, control sobre el contenido del trabajo, organización propia, autorregulación, altruismo, espíritu de servicio a la comunidad y elevadas normas éticas. Esto lleva a sostener que, generalmente, la profesión aseguraría la posibilidad de hacer carrera a través de una actividad en la que los conocimientos del profesionalista, además de ejercitarse, se amplían acumulativamente, enriqueciéndolo. Por otra parte, algunos autores como Brunner y Flisfich (1989), consideran que las profesiones son imprescindibles, tanto porque poseen un saber técnico, como por los valores que representan (Pacheco, 1994).

En el marco de la globalización, las profesiones se han visto fuertemente influidas por las nuevas tecnologías, lo cual propicia el surgimiento de nuevas profesiones y la reorientación de otras ya existentes. En este sentido, Dingwall (1996) señala que las profesiones, tal como son ahora, sólo tienen del pasado la continuidad simbólica con el grupo ocupacional de referencia de la Edad Media. En este contexto, y ante las condiciones que los nuevos ordenamientos del mercado de trabajo han venido estableciendo, actualmente la

profesión es definida como un grupo de individuos de una disciplina quienes se adhieren a patrones éticos establecidos por ellos mismos; que son aceptados por la sociedad como los poseedores de un conocimiento y habilidades especiales obtenidos en un proceso de aprendizaje muy reconocido y derivado de la investigación, educación y entrenamiento de alto nivel, y están preparados para ejercer este conocimiento y habilidades en el interés hacia otros individuos.

En forma inseparable a la definición actual de una profesión, se encuentra un código de ética que dirige las actividades de cada profesión. Este código requiere de una conducta y práctica más allá de las obligaciones morales personales de un individuo. Quiénes practican una profesión definen y demandan parámetros elevados de comportamiento con respecto a los servicios proporcionados al público y en el trato con los colegios profesionales. Así mismo, estos códigos, impuestos por la profesión, son reconocidos y aceptados por la comunidad”. (Fernández Pérez, 2001, p. 3-5)

Por último, el “proceso de profesionalización”⁸, es decir, la adquisición progresiva por parte de alguna actividad humana de la condición de profesión, es explicado por Doménech Melé:

“Los sucesivos pasos en esta evolución serían los siguientes: primero, la ocupación en cuestión se convierte en una actividad con plena dedicación; a continuación, demanda unos conocimientos específicos en un centro especializado (que termina siendo habitualmente una Escuela Superior o Universidad); posteriormente se constituye una asociación profesional que abarca a quienes desarrollan la ocupación y han pasado previamente por el proceso formativo requerido; luego será esta misma organización profesional quien sucesivamente se encargue de obtener una regu

8 Melé, Doménech. *Responsabilidad del profesional* (p. 3). www.monografias.com

lación por ley de su actividad y por último, la redacción de un código ético o de conducta”. (Doménech Melé, sin fecha, p. 3)

Tradicionalmente, la profesión ha sido una forma privilegiada de actividad y la base de una categoría socioeconómica caracterizada por su diversidad de tareas y por altos niveles de ingresos económicos, de estatus social y de prestigio. Las profesiones actuales se estructuraron con base en una segmentación de la producción del conocimiento y de su propio ejercicio ante la necesidad de regular y reglamentar las formas de ejercicio de las habilidades profesionales, buscando legalizar la educación como la única forma válida de tener acceso al conocimiento. Las profesiones han sido consideradas como estructuras sociales autónomas en el sentido de que se encuentran formalmente establecidas y legitimadas, no sólo por el conjunto de formas y sistemas de organización social históricamente constituidos.

Otros elementos importantes de la profesión son su legitimación intrínseca, su validez y su función, los cuales están enmarcados por las características históricas de la sociedad en que ha surgido y se ha desarrollado. Sus modos específicos de formación, reproducción, exclusión, certificación y evaluación dependen de las condiciones en las que surge, de los intereses de quienes la promueve y del poder político de sus miembros. En consecuencia, la profesión, como unidad estructural de la sociedad moderna, condensa procesos y elementos de la realidad social, política e ideológica en la que se circunscribe, encontrándose formalmente establecida y legitimada por el sector social que las ha constituido como tales (tercer sector social).

Para poder establecer los atributos que definen a una profesión, se presenta a continuación una síntesis de los aportes de los autores citados por Fernández Pérez (2001):

Año	Autor	Aporte al concepto de profesión
1904	Weber	Mandato de Dios.
Siglo XIX	Barrón	Profesión como resultado de nuevas organizaciones sociales.
1915	Flexner	Implica la operación intelectual a través de la instrucción
Siglo XX	Gómez y Tenti	Profesión como técnica educativa y organización de miembros.
1933	Sanders y Willson	<ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de una formación controlada (sumisión a reglas y normas de conducta entre miembros y no miembros). • Ética del servicio profesional.
1953	Cogan	Obligación ética de proveer servicios altruistas al cliente.
1964	Wilensky	<p>Superación de cinco etapas del proceso de profesionalización:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ocupación de tiempo integral. • Escuelas para adiestramiento y formación. • Constitución de asociaciones profesionales. • Reglamentación de la profesión. • Código de ética.
1964	Millerson	Sueldo elevado, estatus social alto, autonomía en su trabajo.
1970	Burrage	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de funciones socialmente valoradas. • Realización de servicio para el bien público con garantía de competencia. • Códigos de conducta, organizados en una asociación de miembros.
1970	Shein	Dedicación de tiempo completo y principal fuente de ingresos.
1970	Moore y Freidson	<ul style="list-style-type: none"> • Ocupación de tiempo integral. • Profesionistas con organización. • Identificación de intereses comunes. • Aceptación de normas y modelos entre colegas.

1970	Machado	Autonomía y principal fuente de recurso para la subsistencia.
1972	Johnson	Necesidad de formación de grupo homogéneo.
1979	Parkin	Acceso restringido por requisitos educativos.
1982	Starr	Fenómeno económico, social y cultural integrado pro el conocimiento, las tradiciones y la práctica.
1985	Cleavels	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento especializado. • Capacitación educativa de alto nivel. • Control sobre el contenido del trabajo. • Organización propia. • Auto regulación. • Altruismo • Espíritu de servicio a la comunidad. • Normas éticas elevadas.
1989	Gómez y Tenti	<ul style="list-style-type: none"> • Motivación. • Ejercicio en forma continua. • Cuerpo especializado de conocimientos adquiridos por medio de educación y entrenamiento. • Alto espíritu de servicio a favor del cliente. • Constitución de asociaciones profesionales.
1989	Brunner y Flisfich	Saber técnico y representación de valores.
1990	Burrage	El Estado otorga derecho de práctica a miembros acreditados.
1996	Dingwal	<ul style="list-style-type: none"> • Adhesión a patrones éticos y sociales aceptados. • Posesión de conocimiento. • Preparación del ejercicio profesional. • Código de ética que establece normas de conducta y obligaciones morales.

2. Componentes de la profesión

En la actualidad, cuando se habla de profesión, se la relaciona exclusivamente con estudiar una carrera profesional, enfocándose básicamente al proceso de formación que se lleva a cabo dentro de las instituciones educativas. Pero la revisión histórica de este concepto, muestra que su desarrollo está ligado a la evolución de las sociedades, en donde ha asumido características que le permite ser considerada una institución dentro de la estructura social a la que pertenece.

A partir de todo lo antes mencionado, se encuentran múltiples definiciones sobre el concepto de profesión, que corresponden a diferentes momentos históricos y sociales. Para poder arribar a conceptualizar este fenómeno, se utiliza la teoría de Max Weber. Uno de sus aportes más significativos es la creación de herramientas conceptuales. La más importante de ellas, son los tipos ideales.

“Un tipo ideal está formado por la acentuación unidimensional de uno o más puntos de vista y por la síntesis de gran cantidad de fenómenos concretos individuales difusos, distintos, más o menos presentes, aunque a veces ausentes, los cuales se colocan según esos puntos de vista enfatizados de manera unilateral en una construcción analítica unificada (...). Dicha construcción mental, puramente conceptual, no puede ser encontrada empíricamente en ningún lugar de la realidad”. (Rytzer, 2001, p. 255)

Un tipo ideal es un concepto construido por un investigador social para aprehender los rasgos esenciales de ciertos fenómenos sociales. Su principal función es indagar para ayudar en la investigación empírica y entender el mundo social. En palabras de Weber, “su función consiste en compararla con la realidad empírica a fin de establecer sus divergencias y similitudes, de describirla por medio del más inteligible e inequívoco de los conceptos, y de



comprenderla y explicarla casualmente”⁹. Se utilizan como varas para medir la realidad social, debido que, en el campo de las ciencias sociales no se pueden realizar estudios empíricos como en las ciencias naturales. Para poder construir el tipo ideal sobre el fenómeno de la “profesión”, es fundamental sumergirse en la realidad social, para poder derivar los tipos y características de esa realidad.

Después de un análisis evolutivo e histórico del concepto, podemos determinar que un tipo ideal de “profesión” es:

La realización de un servicio para el bien común con garantía de competencia, otorgada a través de un cuerpo especializado de conocimientos adquiridos por medio de la educación y entrenamiento. Dicho servicio debe ser socialmente valorado, controlarse bajo una ética de servicio profesional y tener una dedicación de tiempo completo. Además, debe proveerle un estatus social alto, autonomía en su trabajo y honorarios elevados como remuneración de su prestación. Organiza a sus miembros bajo las figuras legales de Asociación Profesional y/o Colegio profesional, mediante el cuál se reconocen como un grupo homogéneo, compartiendo intereses comunes, y aceptando normas y reglas de conducta para actuar de manera ética entre colegas y para con la sociedad; siendo el Estado quien otorga el derecho de práctica a los miembros acreditados.

⁹ Ritzer, George (2001). *Teoría Sociológica Clásica* (p. 256). Editorial McGraw Hill. México



A modo de síntesis, los atributos por los cuales se reconoce a una profesión son:

- Servicio para el bien público.
- Conocimientos adquiridos por medio de la educación y entrenamiento
- El servicio debe ser socialmente valorado.
- Ética de servicio profesional
- Dedicación de tiempo completo.
- Estatus social elevado.
- Autonomía.
- Honorarios remunerativos.
- Organización de miembros a través de Asociaciones y/o colegios profesionales.
- Grupo homogéneo con intereses comunes.
- Normas y reglas de conducta socialmente aceptadas.
- El estado regula el derecho de práctica de sus miembros.

2.1 Servicio para el bien público

Cada profesión se plantea y legitima frente a los demás la consecución de ciertos bienes y servicios. Para ser buenos profesionales, los individuos deben conocerlos y buscar su cumplimiento, tanto con respecto a los usuarios que reclaman un trabajo bien hecho, como de la sociedad en su conjunto, que pretende resolver problemas prioritarios con la contribución de los profesionales.

En este campo de investigación, lo primero que hay que plantearse es la finalidad de cada profesión. Se puede partir de generar y responder preguntas básicas como son: ¿qué bienes y/o servicios produce?, ¿para quién?, ¿de qué manera? En la evaluación de los profesionales, se consideran no sólo los directamente beneficiados por su actividad, sino también los



individuos y grupos que se relacionan con las acciones desarrolladas.

La ideología del profesionalismo (Freidson 2003) enfatiza el uso del conocimiento y habilidades disciplinarias para el bien público. Aunque algunas disciplinas proporcionan directamente un bien específico a personas, grupos e instituciones, los bienes y servicios que se generan son siempre valorados con respecto a un bien común más amplio. Los profesionales y sus asociaciones tienen la obligación de valorar lo que hacen con esa perspectiva. Es evidente que para ello se requiere competencia profesional, que se adquiere por una formación inicial y continuamente actualizada de conocimientos y habilidades, de carácter teórico y práctico, para saber qué hacer y cómo hacerlo.

Existe una larga tradición de estudiosos que defienden que los profesionales buscan el bien del comitente, del público o el desarrollo de una profesión, por encima de su propio interés económico. No puede haber una justificación ética para los profesionales que sólo buscan el beneficio personal, por sobre la obligación de hacer un buen trabajo para el que lo necesite. El fortalecimiento de la legitimidad del profesionalismo requiere un claro reconocimiento de las implicaciones éticas del privilegio profesional. Aunque el principio del beneficio se plantea en general para todas las profesiones, es importante reflexionar en las diferencias que se producen entre ellas. Así, para cierto tipo de ciencias, como las exactas y naturales, podremos encontrar más fácilmente la reflexión sobre la ética profesional en la ética de la ciencia y de la investigación científica, mientras que en otro tipo de disciplinas, como las sociales y humanísticas y principalmente en aquellas que tienen una eminente labor asistencial, la relación directa con los beneficiarios de la actividad profesional ocupa un lugar predominante. Esto no exime, por supuesto, a ninguna profesión de la evaluación de las consecuencias que se producen por la toma de decisiones y el uso que se hace de sus resultados.

2.2 Conocimientos adquiridos por medio de la educación y entrenamiento

Para reclamar el monopolio de una actividad, es necesario sustentar la idoneidad para ejercerla mediante una preparación en una Escuela Superior, Universidad o Institución Educativa, que imparte los conocimientos necesarios para el correcto desempeño profesional y garantiza dicho aprendizaje mediante un título, el cuál se alcanza al culminar los estudios.

En forma tradicional, las universidades han sido responsables de proveer de forma inicial el conocimiento profesional, ya que durante algún tiempo fueron las únicas en desempeñar un papel de agentes de cambio y de líderes en lo relacionado con fijar los estándares bajo los cuales deberían regirse las profesiones. Sin embargo, las asociaciones y colegios de profesionales han tomado también esta responsabilidad, al ofrecer por programas de actualización de la formación profesional de sus miembros.

La educación continua, que empieza propiamente cuando termina la educación formal, surgió después de replantear y poner a discusión la noción tradicional de educación, la cual no había reparado en el desequilibrio progresivo que ocurre entre los conocimientos adquiridos por un alumno dentro de su proceso de formación profesional y aquellos que se van obteniendo como producto del avance de las distintas disciplinas profesionales.

En los diferentes ámbitos profesionales, se fue dando, en forma evidente y generalizada, la demanda, tanto individual, como de los diferentes medios laborales, de superar la obsolescencia del conocimiento del profesional, que se presenta como consecuencia del cambio de la sociedad de entonces hacia estándares tecnológicos y de desarrollo acelerado de la investigación. Esta necesidad propició la incorporación del concepto de actualización profesional como un elemento esencial dentro del desarrollo de las profesiones.

2.3 El servicio debe ser socialmente valorado

Para que una profesión se constituya como tal, debe iniciarse a través de la prestación de un servicio que sea importante para la sociedad. De lo contrario, difícilmente continuará con su proceso de profesionalización si la sociedad no valora el servicio que le es brindado. El dilema se encuentra en que algunas profesiones prestan servicios que ponen en un mayor riesgo a la sociedad de no ser realizado de manera adecuada o bien porque resulta indispensable para la vida humana, lo que conlleva a que se dificulte la valoración de aquellas profesiones que no ponen en peligro a la sociedad, pero si son necesarias para la evolución de la misma.

2.4 Ética de servicio profesional

Todo profesional debe realizar su trabajo bajo un marco ético y deontológico, entendido este último como el conjunto de reglas de carácter ético que una profesión se da a sí misma y que sus miembros deben respetar, que le servirá como guía para desenvolverse de la manera más apropiada en la sociedad a la cuál brinda sus servicios y conocimientos. En todo ámbito profesional pueden presentarse diversas situaciones y problemáticas cuyo fundamento y solución, a la hora de tomar una decisión, deberá determinarse bajo una perspectiva ética. En la profesión se ponen en juego distintos valores y por medio de su decisión se da origen a nuevas respuestas sociales y su responsabilidad se extenderá en la medida que su trabajo influya en los demás, ya que su aporte podrá resultar positivo o negativo para la sociedad o su comitente.

Para José Luis Fernández , la ética profesional es:

“La indagación sistemática acerca del modo de mejorar cualitativamente y elevar el grado de humanización de la vida social e indi-

vidual, mediante el ejercicio de la profesión. Entendida como el correcto desempeño de la propia actividad en el contexto social en que se desarrolla, debería ofrecer pautas concretas de actuación y valores que habrían de ser potenciados”. (Fernández y Hortal, 1994, p. 91)

2.5 Dedicación de tiempo completo

Una de las condiciones para reconocer la profesión es la dedicación de tiempo completo hacia la misma. La responsabilidad del profesional ante sus acciones para con la sociedad, no culmina al finalizar su jornada de trabajo. Por otra parte, la persona debe hacer su profesión de manera habitual para ser considerado profesional.

2.6 Estatus social elevado

Es necesaria la comprensión del alcance del concepto de profesión a nivel social y lo que éste influye en la estratificación social, cuya teoría también surge en la época industrial de la mano de Weber.

Weber, establece que la estratificación social se basa en la división de la sociedad en clases, estatus, y poder. En este trabajo, se hará hincapié sobre el concepto de estatus debido a que la profesión se encuentra directamente ligada a éste más que a los otros dos. El autor mencionado, define la situación de estatus como “todo componente típico del destino vital humano condicionado por una estimación social específica, positiva o negativa, del honor” (1921, p. 932).

10 Fernández, J. y Hortal, A. (1994). *Ética de las Profesiones* (p. 91). Madrid, Publicaciones de la Universidad Pontificia Comillas.



Siguiendo con la teoría de Weber de la estratificación social, Fernández Pérez (2001), ofrece una visión de ésta teoría desde una perspectiva funcionalista.

“La teoría de la estratificación, según el enfoque funcionalista, es el mecanismo mediante el cual la sociedad estimula a los individuos para que traten de ocupar los diversos puestos que necesita un sistema social complejo. La teoría funcionalista sostiene que, en una sociedad no estratificada, las recompensas son relativamente iguales para todas las tareas, por lo que las posiciones que suponen más trabajo, más ansiedad o el aplazamiento de las recompensas, no serán ocupadas por las personas más competentes. En caso contrario, el sistema de estratificación se concibe como un sistema de motivación, en el cual la sociedad alienta a los más capaces a desempeñar los papeles más difíciles con el fin de que la sociedad funcione eficazmente. Esta teoría sugiere, además, que el estatus es la forma más general y persistente de estratificación, en donde las recompensas de naturaleza económica y el poder no son valorados por sí mismos, sino porque son indicadores simbólicos de un estatus elevado”. (Fernández Pérez, 2001 p.12)

El estatus se asocia con el estilo de vida, por lo cuál, un profesional debería gozar de un estatus social elevado en reconocimiento de su trabajo.

El estatus es el resultado de dos factores. Por un lado interviene un sistema de valores y por otro, la importancia funcional de los papeles encuadrados en la estructura ocupacional de una sociedad, la cuál depende de la capacidad relativa de un papel para producir un bien o servicio en la sociedad.

Cada uno de los papeles productivos de una sociedad tiene una importancia funcional diferente para esa sociedad y es valorado en más o menos; es decir, tiene más o menos prestigio. En cada sociedad y en cada periodo histórico, el prestigio relativo que cada

papel productivo posee puede no ser el mismo. Esta variabilidad se debe a que una misma función necesaria en un sistema social puede ser valorada de diversas maneras, de acuerdo con los valores dominantes en los diferentes sistemas sociales y épocas. Además, los distintos papeles de una sociedad ofrecen posibilidades diferentes en cuanto a la obtención de ingresos y la acumulación de capital.

2.7 Autonomía

El concepto moderno de autonomía surge principalmente con Kant y da a entender la capacidad del sujeto de gobernarse por una norma que él mismo acepta como tal sin coerción externa. Para Kant, la autonomía es, “la autonomía de la voluntad como el principio supremo de la moralidad”¹¹, lo que significa que:

“La autonomía de la voluntad es la constitución de la voluntad por la cual ésta es una ley para ella misma (independientemente de toda constitución de los objetos del querer). El principio de la autonomía es, así pues: no elegir sino de tal modo que las máximas de la propia elección estén comprendidas a la vez en el mismo querer como ley universal”. (Kant, 1996, p 211)

Por el hecho de poder gobernarse a sí mismo, el ser humano tiene un valor que es el de ser siempre fin y nunca medio para otro objetivo que no sea él mismo. Pero para Kant, esta autolegislación no es intimista sino todo lo contrario. Una norma exclusivamente individual sería lo opuesto a una verdadera norma y pasaría a ser una “inmoralidad”. Lo que vale -según Kant y según la mayoría de los sistemas éticos deontológicos- es la norma universalmente válida,

11 Kant, Immanuel (1996). *Fundamentación de la metafísica de la costumbres* (p.211). Edición bilingüe. Barcelona.



cuya imperatividad no es impuesta desde ningún poder heterónimo, es decir, impuestas por alguna voluntad ajena a la razón de la persona, sino porque la razón humana la percibe como cierta y la voluntad la acepta por el peso de su misma evidencia. Esta capacidad de optar por aquellas normas y valores que el ser humano estima como válidas es formulada a partir de Kant como autonomía. Esta aptitud esencial del ser humano es la raíz del derecho a ser respetado en las decisiones que una persona toma sobre sí misma sin perjudicar a otros.

En la actualidad el término autonomía adquirió varios significados como derecho de libertad, intimidad, libre voluntad, elegir el propio comportamiento y ser dueño de uno mismo.

2.8 Honorario remunerativo

En el ámbito profesional, la remuneración que se recibe a cambio de los servicios prestados recibe el nombre de honorarios. Los honorarios constituyen la retribución por la encomienda profesional encargada por el comitente, estén expresamente convenidos en un documento o no. Puede suceder que no exista encomienda, que el proyecto se ejecute y el elemento probatorio del profesional lo va a constituir su propia obra.

Los honorarios profesionales pueden fijarse por medio de regulaciones impuestas de los colegios profesionales a sus miembros, o bien libremente para aquellas profesiones que tiene un ejercicio profesional menos regulado.

2.9 Organización de miembros a través de Asociaciones y/o colegios profesionales

Se pueden encontrar dos organizaciones que por medio de la ética se guían para su funcionamiento: Asociaciones y Colegios Profesionales. Ambas, son calificadas desde un punto de vista jurídico, por el Código Civil Argentino como personas jurídicas privadas: “ las asociaciones y fundaciones que tengan por principal objeto el bien común, posean patrimonio propio, sean capaces por sus estatutos de adquirir bienes, no subsistan exclusivamente de asignaciones del Estado y obtengan autorización para funcionar (...)”¹²”. Las Asociaciones Profesionales son uniones de personas por un determinado lapso de tiempo con el objeto de llevar adelante, de manera organizada, una finalidad común; y los Colegios Profesionales, se definen como “los encargados de guiar la conducta y los lineamientos de las diferentes actividades profesionales en una o mas jurisdicciones determinadas y se encargan de regular su propia normativa (...)”¹³. Ambos se ubican dentro de lo que se denomina Tercer Sector, que enmarca a todas las organizaciones de la sociedad civil. Las organizaciones de este sector poseen características que las distingue de los otros sectores: el Público, es decir el Estado, “quien posee poder político para la administración de la sociedad”¹⁴ y el Privado, conocido como el Mercado, que “busca la acumulación de capital”¹⁵. Las organizaciones de la sociedad civil (OSC) logran diferenciarse de los sectores mencionados al tener como características el ser privadas pero con propósitos públicos, y no perseguir fines de lucro.

12 Cahian, Adolfo (1990). *Manual teórico práctico de asociaciones civiles y fundaciones*. (p. 10). Buenos Aires. Ediciones La Rocca.

13 Universidad Nacional de La Plata. www.graduados.unlp.edu.ar

14 De Piero, Sergio. (Octubre 2005). *Conferencia sobre OSC*. Río Gallegos.

15 De Piero, Sergio. (Octubre 2005). *Conferencia sobre OSC*. Río Gallegos.



Las Asociaciones y Colegios Profesionales, son las figuras jurídicas reconocidas por nuestro Código Civil, como organizaciones que agrupan a miembros de una profesión y la regulan en diferentes grados, siendo los Colegios Profesionales los organismos que proveen a la profesión de una mayor regulación.

Los Colegios profesionales tienen como una de sus funciones la creación de un código de ética, que tiene la finalidad de guiar la conducta de sus miembros. Zerón (1996, p.5) lo define como: “la ordenación sistemática de principios, normas y reglas establecidas por un grupo profesional para su propia vida, con el fin de regular y dirigir la conducta moral de sus miembros o sus relaciones mutuas”.

2.10 Normas y reglas de conducta socialmente aceptadas

Las normas y conductas que deben aceptar y cumplir los profesionales para poder constituirse como un grupo homogéneo, que poseen intereses comunes, como así también regular su actividad, se encuentran explicitadas en lo que se denomina Código de ética.

El Código de ética se elabora cuando las profesiones han alcanzado un alto nivel de estabilidad y de organización.

Un Código ético debe de ocuparse de la moral y de las obligaciones del ser humano; de los actos de los individuos, no como hechos, sino juzgados por sus valores morales. Debe funcionar como marco normativo para orientar a sus miembros de lo que es correcto o no. García Marzá (1992) especifica las funciones básicas de los Códigos de ética, las cuales se dividen en internas, que están orientadas a los profesionales; y las externas, orientadas a la sociedad.

INTERNAS:

- 1- Institucionalizar los valores, normas y criterios de decisión que definen el proyecto de organización y que deben regularizar toda la actividad organizacional.
- 2- Crear una cultura organizacional y un clima ético que potencie la identificación de los miembros con el proyecto común que define al Colegio Profesional.
- 3- Servir de punto de referencia o criterio de orientación para la toma de decisiones, eliminando las incertidumbres y ambigüedades.
- 4- Definir la responsabilidad, los derechos y las obligaciones, de todos los grupos de intereses. Recoger el compromiso de los miembros para lograr la satisfacción de los intereses internos.
- 5- Servir como instrumento estratégico para la inducción, capacitación y desarrollo del capital humano.

EXTERNAS:

- 1- Comunicar de manera pública, el carácter propio de la profesión, ante el mercado, el estado y la sociedad. Dar a conocer lo que es la profesión y cuales son sus objetivos.
- 2- Explicar cuáles son las líneas de actuación con las que se compromete el profesional ante sus clientes.
- 3- Recoger las obligaciones legales de la organización, así como el grado de compromiso con el cumplimiento de los derechos humanos.
- 4- Posibilitar la credibilidad social de la organización a través de



la definición de su responsabilidad social ante su entorno social y cuales medidas está dispuesta a seguir para su cumplimiento.

5- Desarrollar una cultura de aproximación a la sociedad buscando detectar sus necesidades para incorporarlas.

2.11 El estado regula el derecho de práctica de sus miembros

El Estado, es quien regula la práctica de las profesiones debido que, para que una profesión pueda obtener la colegiatura, se debe presentar un proyecto de ley ante la Cámara de Diputados perteneciente al Poder Legislativo, que luego una vez aprobado será evaluado por la Cámara de Senadores, quien mediante su aprobación del proyecto de ley sancionará el Colegio de Profesionales en cuestión. Cabe aclarar que cuando se refiere al Estado, se hace alusión a los Estados Provinciales, puesto que, los colegios tienen como ámbito de competencia la jurisdicción provincial y se regulan a través de las leyes provinciales.

Como se observa, es el Estado quien reconoce primeramente al colegio y le otorga su autonomía como profesión, debido que, éste vela por los intereses y la seguridad de la sociedad. De esta forma, concede el derecho de practicar la profesión a los miembros colegiados, y ejerce el control ético y jurídico del ejercicio profesional.

3. Campo de área del Diseño Gráfico

Cuando se habla de campo de área, se hace referencia a área/áreas que cada profesión establece como su ámbito de competencia. Todas las profesiones tienen delimitado su campo de acción, debido que, de no tenerlo, muchas

profesiones estarían prestando servicios que no le son pertinentes.

En el Diseño Gráfico, la clasificación o delimitación del campo de área profesional puede realizarse de varias maneras. Existen cinco áreas principales en el Diseño Gráfico: editorial, identidad visual o corporativa, packaging, señalética, diseño web. Todas ellas, exigen una forma distinta de planificación proyectual, como también se presupuestan y desarrollan en tiempos distintos, pero coinciden en que el producto final es un objeto tangible, por ejemplo un libro, un logotipo, un envase, una señal de orientación o un sitio web.

Sin embargo la anterior categorización resulta muy simplista, puesto que, estas áreas enunciadas se entrecruzan en los elementos y lenguajes que utilizan. Jorge Frascara, en su libro *Diseño Gráfico y Comunicación*, propone cuatro áreas fundamentales del Diseño Gráfico, cuyos límites se superponen parcialmente en la actividad profesional.

“El campo del Diseño Gráfico abarca cuatro áreas fundamentales cuyos límites se superponen parcialmente en la actividad profesional. La clasificación presentada aquí se basa en la noción de que cada una de estas áreas requiere una preparación y un talento especiales y, en ciertos casos, también un asesoramiento especial, de acuerdo al nivel de complejidad del proyecto en cuestión.

Las áreas propuestas son:

- *Diseño para información*
- *Diseño para persuasión*
- *Diseño para educación*
- *Diseño para administración” (Frascara, 2005, p. 103)*

3.1 Diseño para información

El mismo incluye al diseño editorial (libros, revistas, diarios), tablas alfanuméricas, gráficos y diagramas, material didáctico (láminas, murales), instrucciones (uso de aparatos, juegos, manuales), informes, programas, prospectos, exposiciones, señalización, mapas y planos.

“El diseño de la información requiere habilidad para procesar, organizar y presentar información en forma verbal y no verbal. Requiere conocimiento de problemas de legibilidad de letras, palabras, frases, párrafos y texto corrido. Requiere conocimiento de la eficacia comunicacional de imágenes y relación de forma y contenido con textos” (Frascara, 2005, p.103)

3.2 Diseño para persuasión

El diseño persuasivo tiene como finalidad influir sobre la conducta del público y abarca tres áreas: publicidad (comercial y no comercial), propaganda (política e ideológica) y las comunicaciones de interés social.

Dentro del campo de la publicidad comercial, el diseñador gráfico contribuye a la comercialización de productos y servicios de consumo.

“El diseño publicitario es diseño de productos efímeros y tiene que probar inmediatamente su eficacia. El diseñador debe ser flexible, permanecer alerta y estar preparado para incorporar cambios e integrar nuevos elementos cuando las circunstancias lo requieren, sin comprometer la calidad del diseño. En la mayoría de los casos el diseñador en este campo trabaja con poco texto y con mensajes de alto impacto visual (...).

(...) la tarea del diseñador gráfico en la promoción de productos no termina en el diseño de avisos. El diseño de envases en un extremo, como elemento individual, y el diseño de imagen de empresa en el otro, como diseño de sistemas, establecen un nuevo espectro para el desarrollo de diseño relacionado con la comercialización de productos y servicios. Dentro de este campo, la promoción puede tomar forma en exposiciones, dentro del área tridimensional, o en publicidad directa otro aspecto gráfico diferente del diseño de avisos. La gráfica publicitaria también incluye el afiche y participa en la producción de comerciales para cine y televisión”. (Frascara, 2005, p.104)

La publicidad no comercial comprende la “promoción de actos y evento culturales gratuitos, no políticos e ideológicos, la promoción de servicios de la misma índole”¹⁶. En general éstas comunicaciones son financiadas por gobiernos u otras organizaciones con el objetivo de contribuir al bienestar social.

“La intención de persuadir al público a hacer uso de las posibilidades ofrecidas está presente, pero de una manera muy distinta que en el lenguaje de la publicidad comercial. En general la publicidad no comercial tiende a usar un lenguaje más directo y, generalmente, no apela a profundas motivaciones estudiadas en psicología o sociología utilizadas en la comercialización de productos y servicios de consumo, sino que se basa fundamentalmente en información (...).

(...) El énfasis en estas piezas de diseño tiende muchas veces a ser estético e informativo, más que motivacional, aunque la intención sea persuasiva”. (Frascara, 2005, p. 107-109)

16 Frascara Jorge (2005). Diseño Gráfico y comunicación (p.107-109). Buenos Aires. Ediciones Infinito.



La última área del diseño persuasivo comprende la propaganda política o ideológica, la cuál, por encima de informar, intenta convencer y reforzar o modificar la opinión pública. Este terreno es, posiblemente, el más controvertido en Diseño Gráfico.

3.3 Diseño para educación

Para educar, es indispensable la participación activa del usuario del diseño. La educación se desplaza sobre el eje que se encuentra entre los polos de la información y la persuasión.

“El diseño para persuasión persigue la modificación de la conducta del receptor; pero si bien el diseño educativo persigue también modificaciones de conducta, las modificaciones buscadas son de carácter diferente, un carácter en el cual el individuo es motivado a pensar, juzgar y desarrollarse, no motivado a adoptar decisiones preconcebidas. En síntesis, el objetivo del mensaje persuasivo es el de dirigir, mientras que el del mensaje educativo es el de contribuir al desarrollo”. (Frascara, 2005, p. 109-110)

El diseño de material educativo difiere del diseño para información y del diseño para persuasión y se agrega otro polo al esquema del campo del Diseño Gráfico. “Al preparar material educativo es indispensable considerar que el aprendizaje es mejor y más duradero cuando se adquiere en forma activa. En función de implementar este principio, el diseñador, más que diseñar material didáctico, diseña una situación didáctica, en la cuál maestros y alumnos completan el material propuesto”¹⁷.

17 Frascara Jorge (2005). Diseño Gráfico y comunicación (p.110). Buenos Aires. Ediciones Infinito

3.4 Diseño para administración

Este diseño contribuye a organizar ciertas comunicaciones dentro de sistemas. El diseño para administración incluye diseño de formularios, boletos de transporte, entradas para espectáculos, memorias, facturas, remitos, organigramas, comunicaciones empresariales internas de todo tipo y, además diseño de valores, el cuál comprende el diseño de billetes, estampillas y otros.

“De esta manera el diseño de un formulario informa al usuario acerca de cómo presentar la información; persuade al usuario acerca de respetar el orden propuesto y determina la selección y la organización de la información provista por el usuario.

De esta manera, el diseño de formularios y otros elementos similares, en lugar de diseño de mensajes, es diseño de estructuras destinadas a garantizar orden y pertinencia en los mensajes requeridos”. (Frascara, 2005, p. 114)

Como se observa, el diseñador gráfico se desempeña en muchas áreas distintas interrelacionándose con otros profesionales con los que trabaja de manera conjunta para la realización de determinados proyectos. Muy raramente el diseñador trabaja solo, sin la cooperación de otros profesionales.

El siguiente listado enumera los espacios sociales donde el Licenciado en Diseño Gráfico se inserta para brindar sus servicios a la sociedad. La misma no es un listado exhaustivo, pero sí, brinda un panorama general de la inserción social del profesional.

- Empresas públicas, privadas, nacionales o internacionales o cualquier otro tipo de organización.
- Estudios de Diseño.
- Agencias de Publicidad.
- Empresas de Consultoría.

- Como consultor externo.
- Desempeño independiente de la profesión.
- Integrar equipos interdisciplinarios para desarrollar proyectos.

A partir de la delimitación del campo de área del Diseño Gráfico, se presentan en el caso de esta profesión tres maneras de ejercerla, pudiendo ser: como profesional en relación de dependencia, como profesional independiente y freelance. La primera, es definida por la Ley de Contrato de Trabajo Argentina según la cuál “habrá relación de trabajo cuando una persona realice actos, ejecute obras o preste servicios en favor de otra, bajo la dependencia de ésta en forma voluntaria y mediante el pago de una remuneración cualquiera sea el acto que le de origen”¹⁸, independientemente de la existencia efectiva de un contrato laboral. Para el profesional independiente y el freelance se podría emplear el mismo concepto que antes fue mencionado: la “persona que trabaja de forma autónoma en una profesión, ofreciendo su trabajo a otros o aceptando encargos de ellos, normalmente cobrando por trabajo entregado y sin vinculación contractual”. Pero la diferencia radicaría en que el trabajador freelance, es un profesional que desarrolla su actividad, bajo la modalidad denominada teletrabajo, la cual consiste en:

“Toda forma de trabajo que no requiera la presencia de la persona en la oficina o planta de la empresa. Es una forma de trabajo a distancia mediante el uso de telecomunicaciones. La mediación tecnológica es otra de las características centrales del teletrabajo, ya que para su realización deben actuar elementos telemáticos, ya sea computadoras, teléfonos o cualquier otra de las denominadas TIC’s (Tecnologías de la información y la Comunicación)”. (Ministerio de Trabajo argentino, 2003)

18 Ley de Contrato de Trabajo Argentina N° 20744/76 (2004). Compendio de Legislación de trabajo y la seguridad social (p. 73). Buenos Aires. Ed. La Ley.



Las ventajas fundamentales¹⁹ para quienes hacen uso de esta modalidad son las siguientes:

- Ahorro de tiempo y dinero en transportes y traslados.
- Disminución del estrés.
- Aumento notable de la libertad de acción, flexibilidad horaria y disponibilidad de tiempo.
- Posibilidad de combinar trabajo con otras actividades personales u otras ocupaciones.
- Aumentan las posibilidades laborales de personas con discapacidad, mujeres o personas que por alguna razón no pueden estar fuera de sus hogares mucho tiempo.

A partir de lo antes expuesto, se indagará el nivel de profesionalización del Diseño Gráfico en la ciudad de Córdoba a través de la comparación del tipo ideal planteado sobre el concepto de profesión con la realidad reflejada en las entrevistas en profundidad realizada a los actores participantes. Se hará mayor hincapié sobre los siguiente atributos mediante los cuales se reconoce a una profesión: servicio para el bien colectivo, conocimientos adquiridos por medio de la educación y el conocimiento, servicio socialmente valorado, estatus social elevado, honorarios remunerativos, organización de sus miembros a través de Asociaciones y/o Colegios Profesionales y grupo homogéneo con intereses comunes.

19 Ministerio de Trabajo Argentino (2003). Comisión de Teletrabajo.
www.trabajo.gov.ar

Marco Metodológico

Se puede sugerir una presunción inicial. Tal como se viene desarrollando el trabajo todo indica que el mismo se centra en la falta de reconocimiento social y personal de los profesionales del Diseño Gráfico conjugado con la falta de legislación en Córdoba. Se intentará verificar esta apreciación valiéndose de un diseño metodológico.

Teniendo en cuenta los criterios y categorías expuestas por Rut Vieytes , la siguiente investigación, debido a los objetivos que han sido propuestos, es un estudio exploratorio, puesto que se han encontrado escasas fuentes primarias y se pretende descubrir los posibles problemas que los Licenciados en Diseño Gráfico afrontan en su ejercicio profesional. Las fuentes primarias antes mencionadas, se constituyen principalmente de libros, artículos publicados por diseñadores gráficos en revistas, foros, sitios web; reportes de asociaciones profesionales, testimonios de los actores participantes, entre otros.

Este estudio tiene como finalidad el conocimiento y explicación de los problemas que se presentan en la profesión del Diseño Gráfico desde un punto de vista sociológico. Es por ello que la investigación es básica.

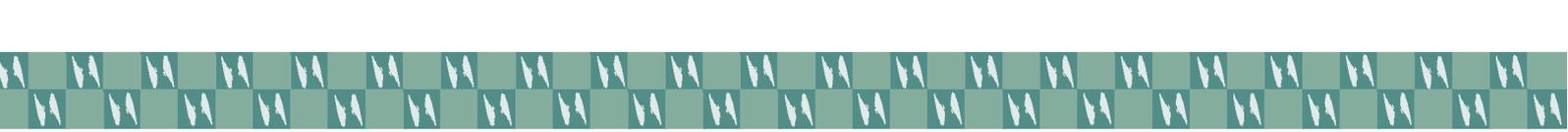
Siguiendo con los criterios de Vieytes este estudio es transversal (sincrónico), porque la investigación pretende estudiar las problemáticas actuales del ámbito laboral de los profesionales en cuestión.

La estrategia teórico-metodológica utilizada, hace de este estudio una investigación micro-social cualitativa, por la cuál se utiliza la técnica de la entrevista en profundidad para la recolección de información brindada por los licenciados, a través de sus testimonios. En este caso puntual, después de analizarse las desventajas y ventajas de la técnica y de haberse tenido en cuenta que el estudio es de tipo exploratorio, la entrevista es en profundidad e individual, por la flexibilidad y dinamismo que ofrece. El diseño del plan de la entrevista cuenta con preguntas que sirven de guía de los temas a tratar durante la misma, que sólo se emplea como lineamientos



generales para poder generar un ambiente dinámico con el entrevistado, permitiéndole al mismo explayarse con libertad y seguir su propia línea de pensamiento en torno al tópico propuesto. Para la realización del análisis de los datos se utiliza el método de la teoría fundada propuesto por Glaser y Strauss, el cuál consiste en la integración del método comparativo constante por el cuál se codifican los datos y se proponen categorías intuitivas; y el muestreo teórico mediante el cual se expandirán o refinarán los datos obtenidos en entrevistas anteriores con la finalidad de profundizar la información.

El universo de investigación se compone de ciento ochenta y dos personas con el título de Licenciados en Diseño Gráfico recibidos en la ciudad de Córdoba. La Universidad Empresarial Siglo 21 tiene registrados hasta el 15 de Mayo de 2007 un total de setenta y seis egresados, mientras que la Universidad Blas Pascal cuenta con ciento seis egresados hasta el día 20 de Julio de 2007. A partir de este universo, se plantea como corpus de análisis diez entrevistas cualitativas, que serán realizadas a cinco Licenciados en Diseño Gráfico de cada universidad mencionada.



Análisis de la información

Análisis de la Información

Las entrevistas realizadas a los actores participantes tenían como objetivo la indagación sobre como se presentan en esta actividad, los atributos por los cuales se reconoce la profesionalización; como así también, conocer sus opiniones acerca de esta realidad.

El diseño del plan de la entrevista está basado en el tipo ideal que se ha formulado. Recuérdese que éste se formula a partir de todas las conceptualizaciones que diversos autores correspondientes a diferentes períodos históricos han enunciado sobre la profesión, siendo el mismo: la realización de un servicio para el bien común con garantía de competencia, otorgada a través de un cuerpo especializado de conocimientos adquiridos por medio de la educación y entrenamiento. Dicho servicio debe ser socialmente valorado, controlarse bajo una ética de servicio profesional y tener una dedicación de tiempo completo. Además, debe proveerle un estatus social alto, autonomía en su trabajo y honorarios elevados como remuneración de su prestación. Organiza a sus miembros bajo las figuras legales de Asociación Profesional y/o Colegio profesional, mediante el cuál se reconocen como un grupo homogéneo, compartiendo intereses comunes, y aceptando normas y reglas de conducta para actuar de manera ética entre colegas y para con la sociedad; siendo el Estado quien otorga el derecho de práctica a los miembros acreditados.

A través del análisis de los datos recavados en las entrevistas realizadas a Licenciados en Diseño Gráfico, graduados en la Universidad Blas Pascal y Universidad Siglo 21, se pudo comparar la profesión en cuestión con el tipo ideal de profesión propuesto. Mediante esta comparación, se intentó medir la proximidad que el Diseño Gráfico en Córdoba tiene con respecto a la idealización del fenómeno social que es la profesión. Se contrasta en otras palabras el ser con el deber ser, o lo que es lo mismo, la realidad con la utopía.

Como ya se ha ido planteando, debemos sólo tomar el tipo ideal como un parámetro para medir la realidad social, es sólo una construcción sociológica que permite indagar sobre esta realidad



y así posibilitar arribar a conclusiones sobre cómo el fenómeno de la profesionalización se produce en el Diseño Gráfico en Córdoba. Se toman como punto de partida los atributos mediante los cuales se reconoce a una profesión, expresados en el tipo ideal. Se definieron como categorías de análisis las siguientes variables: estatus/prestigio, valoración del servicio profesional, valoración del profesional, identidad grupal, influencia sobre la profesión de las universidades e institutos de educación y honorarios profesionales. Además de las variables antes mencionadas, se expondrá otro fenómeno que los entrevistados han realizado observaciones que resultan de interés para comprender el concepto que la sociedad tiene sobre el diseñador gráfico a partir de la irrupción de la tecnología en esta profesión.

Irrupción de la tecnología en el Diseño Gráfico

Los avances tecnológicos afectan a diversas áreas y actividades, en general han traído aparejados cambios favorables en las mismas. El Diseño Gráfico hace uso de la tecnología como una herramienta más a disposición. Generalmente se utiliza la tecnología para digitalizar el diseño y así compatibilizar el trabajo del diseñador con los métodos de impresión utilizados por la industria gráfica (imprentas). No obstante, el uso que el profesional hace de la misma no debería reemplazar las fases de creatividad y planificación mental, debido a que es allí donde se produce el verdadero servicio que un diseñador le presta a su comunidad. El problema que genera la irrupción de la tecnología en el Diseño Gráfico es que muchos profesionales y personas que viven del diseño la utilizan como un fin y no como un medio, lo cuál conlleva a producir una confusión en el sentido de lo que es realmente la actividad del Diseño Gráfico, convirtiendo a los profesionales en meros operadores de softwares de computación.

Se puede ver reflejada esta situación en las palabras de algunos de los entrevistados:

“Hay muchos clientes que te piden que les bajas los precios, es porque no le dan importancia a todo lo que uno como profesional trabaja para llegar al resultado que ellos ven. Piensan que vos dibujas solamente algo en la computadora, y que eso no puede valer mucho”. (Entrevista N° 4)

“Cuando te tocan esos clientes que vienen con todo en sus cabezas definido y no hay forma de convencerlos de hacer otra cosa distinta, ahí pasas a ser sólo un operador de un programa que le ensambla todos los componentes al cliente y tu intervención parece casi nula. Así es obvio que el cliente va a pensar que vos sos sólo eso porque no aportaste nada nuevo, nada mejor”. (Entrevista N° 6)

Se puede apreciar el descontento que tienen los profesionales al ser considerados operadores de softwares. La tecnología le ha brindado infinitas posibilidades al diseñador, pero el mal uso que se hizo los perjudicó. Este problema se traslada indefectiblemente hacia la valoración profesional.

Si bien aquí se intenta exponer a cada atributo por separado a modo de intentar analizar cada fenómeno objetivamente, se deberán ir entrelazando estas conclusiones puesto que cada problema se va encadenando y trayendo aparejadas consecuencias en otros ámbitos.

Valoración del Servicio Profesional

Se estableció que para que una profesión estuviese reconocida como tal, uno de los más importantes atributos es que el servicio sea demandado y valorado por parte de la sociedad para que una actividad empiece su proceso de profesionalización.



Es necesario establecer un vínculo con la sociedad y éste se crea a través de un servicio. En el caso del Diseño Gráfico, el servicio que se presta es un servicio considerado intangible que adquiere su materialidad cuando se plasma en la pieza diseñada. Es un servicio donde la creatividad, el proceso mental y el conocimiento son factores claves para arribar al resultado final.

A simple vista no se observan consecuencias cuando se presta mal el servicio, lo que aparentemente parecería ser poco o nulamente nocivo para el desempeño de la sociedad, quien no se encuentra afectada de manera negativa cuando ocurre esto. Los entrevistados comparan su profesión con otras, tales como la medicina, sosteniendo que como el servicio que se presta no perjudica a la sociedad cuando es mal realizado, y en consecuencia el servicio termina no siendo valorado. Los mismos reconocen que la mala prestación del servicio puede generar problemas, tal vez no directamente a la sociedad en general pero sí hacia el comitente o empresa que los contrata, pudiendo causar de esta manera pérdidas de clientes, una defectuosa comunicación hacia los públicos de las organizaciones, crear una defectuosa imagen corporativa, entre otros muchos ejemplos.

“Hacemos un trabajo que parecería que puede ser hecho por cualquiera, sólo que un diseñador puede llegar a una solución eficaz, correcta y tiene más herramientas debido a la formación académica para llegar al resultado. Pero es así, no cualquiera opera a alguien, pero como no se pone en riesgo la vida de nadie, parece que ponerse a hacer un trabajo que lo hace otro profesional no le hace mal a nadie (...). (...) Los que hacen diseños sin saber, perjudican a la sociedad, a los profesionales, a los consumidores de ese diseño. Está bien, nadie se va a morir en el medio, pero hay consecuencias en las imágenes de las empresas, y en muchas cosas más. El Diseño Gráfico está ligado a la comunicación, imagínate vos los problemas que pueden existir cuando una comunicación es ineficaz, se puede producir confusión, desorientación, miles de efectos. Y a las empresas que se valen del diseño para salir al mer-

cado, eso es traducido en números, en fidelización de clientes, en otros indicadores, y para ellos perder plata, perder consumidores, es un error enorme. Todas las profesiones me parece que implican un riesgo para la sociedad si no son efectuadas de manera correcta. En algunas es peor, en otras no es tan notorio, pero en fin, todos estamos expuestos a que si se presta un servicio de manera incorrecta, se le hace un daño a la sociedad. (Entrevista N° 8)

Con esto, no se quiere decir que el servicio es completamente desvalorizado, sino que no es valorado como otros servicios profesionales que generan una mayor demanda por parte de la sociedad como también ponen en un mayor riesgo el bienestar colectivo cuando es mal realizado. Hay que diferenciar también el campo de área del Diseño Gráfico que está mayormente orientado al ámbito empresarial si se analiza desde la perspectiva de quién es el comitente real, no obstante los beneficiarios de ese servicio son siempre determinados públicos objetivos de esas organizaciones, los cuales son partes integrantes de la sociedad.

“Me parece que es valorada por las empresas que necesitan del Diseño Gráfico para que consuman sus marcas, productos o servicios. Pero lo que es la sociedad, o sea los consumidores de estas empresas, no se dan cuenta de la influencia del diseño gráfico en sus vidas y por ende de la importancia (...)”. (Entrevista N° 6)

“Hay otras profesiones que son valoradas en algunos ámbitos y no en otros. Nosotros cuando nos movemos en un nivel empresarial, somos muy necesitados, somos importantes para ellos. Pero para otras personas no existimos, tal vez porque no está dentro de sus posibilidades invertir en un servicio como éste, ya sea porque no les da el bolsillo o porque no tienen una visión amplia de sus negocios; hay miles de razones. Una razón importante es que las imprentas también ofrecen en muchos casos, el servicio de diseño gráfico gratuito a sus clientes y aquellos que no tiene la posibilidad de invertir en un profesional se las arreglan con eso”. (Entrevista N° 6)



Como queda claramente expresado en la cita anterior, también hay que reflexionar sobre la situación económica del momento en la sociedad. Seguramente muchas personas necesitan del Diseño Gráfico para desempeñarse en un ámbito comercial y son concientes de ello, y al no tener los medios económicos para satisfacer esa necesidad, lo hacen por su cuenta sabiendo que no obtendrán el mejor resultado, que si hubiesen contratado a un profesional, pero por lo menos cubren la necesidad que tienen.

Por otra parte, existe una tendencia sobre que el servicio que se presta por un diseñador gráfico es el hacer “dibujitos”. De allí la creencia de pensar que este servicio resulta poco nocivo e inútil para la sociedad. Los entrevistados subrayan la falta de conciencia social sobre la influencia del Diseño Gráfico en la sociedad.

“A mí me gustaría que las personas piensen, que observen, que un día se pongan a observar, que caminen por la calle y vean toda la gráfica que los rodea y que no nace de otro lado que no sea del diseñador. Si no existiera el diseño, no existiría nada gráfico de lo que vemos, serían iguales todos los discos de música, absolutamente toda la ropa, no habría diferencia en nada. Tendrían que empezar por ese lado. Por ejemplo el tema de la señalética es algo muy importante y nadie lo toma en cuenta.” (Entrevista N° 3)

Como se puede observar, la valoración del servicio que prestan los profesionales del Diseño Gráfico se ve afectado por: la falta de conciencia social con respecto a la necesidad que estos profesionales cubren en el mercado, el grado de perjuicio que el servicio pueda significar para la sociedad; la situación económica del momento y el sector social que demanda la prestación.

Valoración Profesional

Se observa una distinción entre el profesional y sobre el servicio profesional. Los entrevistados reflejan que la sociedad valora en cierta medida al servicio que se les brinda, pero no así al profesional que interviene y que les presta el servicio, es decir que la sociedad sí demanda del Diseño Gráfico para la consecución de sus actividades cotidianas como también para sus negocios o actividades comerciales, reconociendo que les aporta un beneficio pero pueden prescindir de la persona profesional capacitada para brindar dicho servicio, por lo que el profesional puede ser reemplazado por cualquier otro profesional u otra persona.

“(...) También esta el tema de la gente que no es profesional, que no está capacitada, que aprende a usar un programa y que cree que tiene derecho a la capacidad de diseñar y son nuestros principales competidores, gente que no son diseñadores, que no se recibe”. (Entrevista N° 3)

“Se desvaloriza en general, cuando una persona se considera capaz de llevar a cabo algo para la cuál no está preparada. El sólo hecho de que una persona, un médico o cualquier otra persona que no tiene ni idea de diseñar, intente resolver un problema de este tipo desvaloriza al profesional”. (Entrevista N° 5)

Se establece una contradicción en que la sociedad legitime a la actividad y no a la persona que la desempeña. Tal vez la misma sea una consecuencia de la irrupción de la tecnología en el diseño, como también lo sea por la diversidad de ofertas educativas para el estudio de la carrera y la falta de regulación para ejercerla, lo que aparentemente es analizado por la sociedad como una profesión donde cualquier persona puede desempeñarse en este medio sin la necesidad de obtener conocimientos especializados.

Por otro lado, los mismos diseñadores reconocen que son

ellos mismo los que contribuyen a desvalorizar su profesión, sobretudo cuando son ellos mismos los que, cuando bajan sus costos profesionales, denigran su propio trabajo, como también cuando se olvidan de contribuir y trabajar para el mejoramiento de su profesión y siguen pensando en su individualidad como profesional.

“Me parece que es una profesión muy competitiva. Como en todas las profesiones cada uno quiere hacer su propia clientela, tener sus propios beneficios y por ahí eso es lo que perjudica, en el sentido de que no nos ponemos todos de acuerdo en hacer valorar nuestra profesión, y pasa también que el diseñador gráfico profesional se arma su estudio y por tener mayores beneficios contrata a alguien que no sea profesional, entonces es un círculo que lo creamos nosotros que no nos conviene y después nos quejamos al mismo tiempo. Me parece que tenemos primero que empezar a valorarnos primero nosotros. (Entrevista N° 3)

Estatus social/prestigio de la profesión

El prestigio social generalmente es una consecuencia por un lado del valor que una sociedad le otorga a una profesión y por otro del papel funcional que el profesional cumple dentro de una estructura ocupacional social.

El estatus elevado es un efecto directo de la valoración positiva de la actividad junto a su profesional. No así lo es el honorario remunerativo, que no es un indicador de valor social.

También las sociedades se estructuran sobre una base jerárquica, donde los títulos de los profesionales también se jerarquizan. En algunas profesiones solo existe un sólo tipo de título de grado para poder ser considerado un profesional, como lo es el caso de la Medicina. En el Diseño Gráfico existe la posibilidad de ob-



tener un título terciario como uno universitario, que es representado como técnico y licenciado respectivamente. Cada título de grado significa un nivel de conocimiento alcanzado diferente, por lo que la Licenciatura es el que le otorga mayor capacitación al profesional.

Si se sigue el análisis realizado sobre los atributos de valoración del servicio y del profesional, podemos deducir que si ambos no reflejan una evaluación positiva para la sociedad indefectiblemente tampoco se observará una estimación positiva del honor hacia el profesional.

Los entrevistados reflejan esta realidad de la siguiente manera:

“Me parece que no. Me parece que muchos piensan que no estudiamos para ejercer esta profesión, lo cuál los lleva a no considerarla una profesión. Es una lástima que el pensamiento sea así, y esto me parece que ocurre por la poca difusión que tiene la carrera, entonces, parece que este desconocimiento que hay de la carrera, también hace que no se la considere una profesión. En fin, no creo que la sociedad reconozca o me de un estatus social acorde a mi título de Licenciado, me parece que va a pasar mucho tiempo antes de que mi esfuerzo por llegar a ese título sea valorado”. (Entrevista N° 4)

Sobre las entrevistas realizadas, se puede hacer un análisis que además de no gozar de un estatus elevado el profesional, tampoco se jerarquiza ni reconoce la formación profesional, situando a un licenciado, un técnico, y a una persona que no tiene un título que certifique sus conocimientos, en una misma línea jerárquica.

Honorarios

Los profesionales deberían obtener mediante su trabajo unos honorarios elevados acorde a la prestación de sus servicios. El Dise-

ño Gráfico al ser una profesión sin regulación, resulta complicada la determinación de un presupuesto coherente debido a la diversidad de formas de calcular los costos como así también por las diferentes modalidades de ejercer la profesión (dependiente, freelance e independiente) y el área que se desempeña (publicidad, identidad, etc.).

“Es difícil porque en la Argentina primero estamos acostumbrados al regateo. Muchas veces le fijamos el precio y le agregamos un poco porque el cliente nos va a pedir bajarle, y así es la forma de cobrar lo que vos calculaste lógicamente sin salir perdiendo o bajando vos tus honorarios. Por otra parte hay tal disparidad de precios y cada trabajo es tan particular que a la hora de ponderar todos los factores que entran en juego ningún trabajo es igual a otro. Esto de la disparidad de precios es que trabaja mucha gente en Diseño Gráfico, que no estudió, que estudio otra cosa, que quedo a medias en una carrera, que se yo, me da la sensación que somos menos los licenciados en Diseño Gráfico. Y cada uno fija un precio acorde a sus conocimientos, experiencia, inversión en materia educativa, y ahí es donde se les arma el problema a todos. Por un lado la sociedad no puede tener un cierto parámetro de lo que se cobra por algo y si no son concientes de la importancia de trabajar con un buen profesional instruido, se van a ir al más barato. Por otra parte a nosotros los profesionales nos crean una competencia enorme y tenemos que empezar a bajar los precios para poder subsistir en el mercado sabiendo que nosotros mismos estamos contribuyendo a desvalorizarnos”. (Entrevista N° 6)

Más allá de que los honorarios de los diseñadores no sea lo pretendido por estos profesionales, el hecho de la convivencia de personas profesionales y no profesionales en el mercado, dificulta poder establecer parámetros en el tema del cobro. Cada persona que vive del diseño establece su precio para el mercado de acuerdo a sus conocimientos y experiencia. Ello conlleva a que los comitentes no tenga ciertos precios de referencia de lo que realmente vale un servicio de Diseño Gráfico.

Los diseñadores gráficos ven que su profesión no está remu-



nerada como debería serlo y se lo atribuyen a la falta de valoración que tiene el servicio que prestan y a la competencia que las personas que no son profesionales generan en cuanto a precios. No pueden fijarle un precio a su trabajo acorde al valor que para ellos significa.

“Hay mucha gente en el mercado, que ofrece sus servicios como yo, con la diferencia que no estudió. Y por ello cobran un precio, sin tener idea por lo que se cobra. Eso nos tira abajo a los otros, que intentamos que el precio que se le presupuesta a un cliente, refleje el valor del conocimiento y de la capacidad” (Entrevista N° 2)

El problema de fijar los honorarios profesionales no sólo perjudica al profesional, sino también al cliente, quien muchas veces no comprende el precio que el profesional le factura, por que ese precio no es calculado de manera coherente. El cliente debe saber por qué se le esta cobrando, una clara justificación del presupuesto valoriza a la profesión ante la sociedad. Generalmente los que no deducen sus honorarios de manera justa y precisa, son las personas que tienen menos herramientas para poder arribar a una justificación coherente, como por ejemplo, falta de formación académica, carencia de experiencia, entre otras.

Las universidades e institutos de educación y el Diseño Gráfico

Las instituciones educativas son la segunda instancia del proceso de profesionalización. Ellas son las que en cierto modo van determinando los lineamientos de las profesiones a través de sus programas de estudios.

En la ciudad de Córdoba se encuentra una gran diversidad de ofertas educativas. En un extremo están los institutos de computación que ofrecen el aprendizaje de los softwares empleados para diseñar, seguido por diferentes instituciones terciarias con programas



de diferentes duraciones y en el otro extremo están las universidades que otorgan la Licenciatura de la carrera. Dentro de esta amplia gama se encuentran tanto ofertas públicas como también privadas. También se puede realizar algunas diplomaturas a modo de postgrado.

De todas las posibilidades para estudiar Diseño Gráfico, los institutos de computación son lo que están desvalorizando enormemente la profesión, puesto que ofrecen cursos bajo el título de diseño, que en realidad no capacitan a los alumnos como profesionales, sólo les enseñan programas de computación que como ya fue planteado sólo son una herramienta para diseñar pero no otorgan ninguna formación académica para realizar pertinentemente el trabajo.

“También desvaloriza el hecho que dicten cursos con el nombre de Diseño Gráfico y esas cosas, ponen a la misma altura un título universitario con un certificado de cursos de programas. (...) Hay muchas instituciones que difunden la profesión como esto, “manejo de programas de computación”. Se confunde a la sociedad de esta manera, hasta a veces engañan a las personas y se abusan de su buena intención de aprender” (Entrevista N° 7)

El problema radica en que se está valorizando la profesión a través de la oferta educativa existente. En contraposición, las universidades están realizando un muy significativo aporte para la profesión, intentando formar profesionales capacitados y situar la actividad del Diseño Gráfico como una profesión que requiere la exigencia de aprender conocimientos especializados y el desarrollo de ciertas capacidades.

“Las universidades están realizando más congresos y charlas lo cuál ayuda a la difusión de la carrera y a que esta ciudad se convierta en una ciudad más importante con respecto al diseño en general, no sólo el gráfico. Hay que realmente destacar la labor de las universidades, que es una buena iniciativa y tal vez también coopere para unirnos más como grupo”. (Entrevista N° 9)

Identidad como grupo homogéneo

La identidad como grupo social es muy importante para el reconocimiento profesional, siendo las Asociaciones y Colegios Profesionales las instituciones mediante las cuales se refleja esta unidad.

En el caso de Córdoba, que no posee en ninguna de estas instituciones mencionadas se dificulta la integración de los intereses de los profesionales. Los diseñadores gráficos no tienen una identidad como grupo profesional. Ésta es la realidad que ellos mismos observan de su profesión:

“Estamos cada uno en la suya. Yo personalmente me vínculo con mis compañeros, que a esta altura ya son amigos y nada más. Si bien en la mayoría de los casos trabajamos en dupla, no nos movemos más allá de eso. Pienso que le falta unidad en todos los profesionales. Estamos muy separados, cada uno lucha todos los días por tener trabajo y nada más. No hay intereses comunes por los cuales peleamos”. (Entrevista N° 4)

Más allá de la realidad que observan, los profesionales ven en las Asociaciones Profesionales la oportunidad para mejorar la profesión, para reflejar hacia la sociedad la importancia que tienen y el rol profesional que cumplen. Consideran como necesaria la creación de una institución que los identifique.

“Es fundamental para una profesión que exista un grupo unificado con pautas y reglas claras, y con ideales también. Por ahora no se cuanto se va a tardar en llegar a eso, es difícil, pero algo necesario, hay que trabajar en eso. Estaría muy bueno si se puede concretar, y de esta forma, los nuevos profesionales que van emergiendo de las universidades ya los esperan afuera un grupo para acogerlos dentro, así como en la mayoría de las profesiones”. (Entrevista N° 8)

Conclusión

Haciendo una apreciación concluyente de todo lo anteriormente expuesto, se retoma el tipo ideal sobre el concepto de profesión para establecer una comparación final y analizar en que medida los atributos por los cuales se reconoce una profesión son alcanzados por la actividad del Diseño Gráfico en la ciudad de Córdoba en la actualidad.

Servicio para el bien público

Es requisito de toda profesión prestar un servicio para el bien público. El Diseño Gráfico es una actividad destinada a transmitir mensajes específicos a través de una comunicación visual efectiva, procurando de esta manera ayudar a la sociedad a satisfacer sus necesidades, como también mejorar su calidad de vida. Por las razones antes mencionadas se puede percibir el fin social que esta actividad pretende. No se pone en tela de juicio si el Diseño Gráfico presta un servicio que procura el bienestar colectivo, lo que se puede dudar es sobre si la respuesta que la sociedad le brinda a la actividad es recíproca.

A través de los testimonios de los actores participantes se pudo apreciar una falta de legitimidad hacia la actividad por parte de la sociedad, debido a la falta de valoración social que tiene la profesión, que será exployado en los próximos párrafos.

Conocimientos adquiridos por medio de la educación y entrenamiento

El Diseño Gráfico implica una formación académica específica para aprehender los conocimientos necesarios para el correcto desenvolvimiento del profesional en la sociedad en la cuál se inserta. En la ciudad de Córdoba existe una amplia oferta educativa



que ofrecen diferentes grados de conocimientos para el ejercicio de la profesión, donde se puede encontrar universidades e instituciones terciarias para la obtención de un título de grado como capacitaciones en áreas específicas del Diseño, lo que la convierte en una de las principales ciudades del país para el estudio de esta carrera.

Es loable destacar la labor de las universidades en la promoción y difusión de la profesión a través de congresos, seminarios, concursos y otras actividades educativas que incentivan a los educandos y profesionales a buscar continuamente la actualización y superación profesional.

Servicio socialmente valorado

Se observó mediante este trabajo de investigación que la profesión no tiene por el momento una valoración social positiva como la tienen otras profesiones. Hay que resaltar que esta valoración es producto de las sociedades y va mutando con el correr del tiempo, por lo cuál si se realiza un análisis posteriormente puede que el servicio que se presta sea estimado por los valores dominantes de las próximas generaciones, como puede ser que no.

De la misma manera como se vino trabajando, cuando se analiza la valoración del profesional, independientemente de la valoración de la profesión, se puede detectar dos grandes hechos que inciden en que el profesional sea poco valorado por la sociedad. Por un lado como ya fue mencionada la irrupción de la tecnología en el Diseño Gráfico, que modificó la percepción que la sociedad tiene de los profesionales del diseño y por otra parte la escasa difusión que tiene la profesión.

Se concluye que el profesional es socialmente menos valorado que la profesión en sí, pudiendo ser remplazados por personas con conocimientos en otras áreas, como por personas con escasa formación académica.

Ética de servicio profesional, normas y conductas socialmente aceptadas

La profesión actualmente se ejerce teniendo en cuenta valores y normas sociales practicadas por cada individuo que aún no fueron plasmadas en normas legales que constituyan un código de ética profesional.

Como ya fue explicado anteriormente, los códigos de ética son funciones que deben desempeñar los Colegios Profesionales. Puesto que, el Diseño Gráfico en Córdoba es una profesión liberal, sin regulación, y hasta que no se logre la sanción del Colegio Profesional, no se podrá contar con un código deontológico que establezca las pautas de actuación profesional.

Estatus social elevado

Como ya se dijo anteriormente la falta de estatus social que el profesional tiene en la actualidad es una consecuencia directa de la valoración del servicio y del profesional. Hoy en día los profesionales reconocen una falta de estatus profesional; desean ser reconocidos como otros profesionales. Se evidencia que los profesionales que poseen un estatus social elevado corresponden mayoritariamente a carreras consideradas tradicionales, mientras que las nuevas profesiones todavía pugnan por que la sociedad reivindique su profesión a través de la pertinencia de un estatus social acorde a su labor.

Autonomía

Actualmente la profesión no puede ser considerada autónoma si se analiza desde una perspectiva general, siendo el Es-



tado quién es el que debe reconocer la autonomía de la profesión.

Por otra parte, se puede vislumbrar una cierta autonomía didáctica, en el hecho de que el Diseño Gráfico cuente con instituciones educativas que provean la enseñanza de la profesión como una carrera independiente.

Honorarios remunerativos

Es complejo establecer parámetros para la regulación y unificación de criterios para presupuestar un trabajo de diseño, debido a la falta regulación de la profesión.

Hoy en día conviven profesionales e idóneos ejerciendo la actividad lo que dificulta aún más el consenso sobre el valor económico del servicio que se presta, ya que el mismo se puede establecer por hora, trabajo, costos fijos y variables, etc. No obstante, el comitente debe recibir una justificación coherente sobre el trabajo que se le realiza. Que no existan parámetros universales para la obtención del presupuesto, no implica que el diseñador gráfico proponga sus honorarios arbitrariamente a su cliente.

La mayoría de los diseñadores entrevistados no se encuentran conformes con los honorarios percibidos, considerando que su profesión esta devaluada, respecto a otras profesiones y a las tareas que realizan. No se debe olvidar que también son los mismos diseñadores gráficos quienes desvalorizan su trabajo, y fomentan muchos de sus problemas por los que actualmente reclaman una solución. Entre ellos podemos citar el mal uso que hacen de las tecnologías disponibles, el rebaje de sus honorarios profesionales y su individualismo que no les permite consensuar criterios homogéneos y compartirlos con sus colegas.

Grupo homogéneo con intereses comunes y organización de miembros a través de Asociaciones y/o Colegios profesionales

Es fundamental para la creación de una Asociación o Colegio profesional, que existan personas con intereses comunes para regular la actividad. En Córdoba aún no se ha cristalizado dicha situación, debido al individualismo que todos los profesionales poseen.

Por el momento los nuevos profesionales que van emergiendo de las universidades están interesados en el desarrollo de un proyecto que unifique a todos los colegas y contribuya para el mejoramiento de la profesión, pero no están actuando proactivamente en ello.

El estado regula el derecho de práctica de sus miembros

Como se observo en el transcurso de este trabajo, no existe un Colegio Profesional que acoja a los diseñadores gráficos de la provincia de Córdoba por el momento; por consecuencia si no existe un Colegio, es porque el Estado no ha aprobado el mismo o bien no se han presentado proyectos con fuerza de ley para su sanción.

Una vez que se pueda observar intereses comunes entre los profesionales del diseño y la consecuente creación de una Asociación, se podrá evaluar la posibilidad de acudir al Estado para que otorgue la debida autonomía de la profesión. Mientras tanto, este atributo por el cuál se reconoce a una profesión, será uno de los últimos en alcanzarse.

La clave para avanzar en el proceso de profesionalización está en manos de los profesionales actuales. Ellos son los únicos capaces de delimitar su campo de área, de forjar una identidad como grupo profesional, de promover un proyec-



to de ley para la formación de un Colegio Profesional que pueda otorgarles autonomía y la regulación de la profesión.

Es alentador el panorama con respecto a la resolución de los problemas con los que actualmente el diseñador se enfrenta, puesto que la mayoría de los entrevistados son conscientes de ser los encargados de mejorar la situación actual de su profesión. También otras soluciones llegarán con la práctica y los cambios sociales que puedan generarse, si bien son los profesionales quienes deben ser los primeros interesados en mejorar su situación, es importante que cuenten con el apoyo de la universidades y las instituciones educativas, quienes deben formar profesionales cada vez mejor preparados para enfrentar las exigencias de la sociedad que demanda de sus servicios.

El Diseño Gráfico en la ciudad de Córdoba se encuentra en un período transitorio a terminar su proceso de profesionalización. Teniendo en cuenta el empuje que están realizando las universidades en Córdoba para consolidar esta área de estudio y posicionarla, y la necesidad que tienen los profesionales mismos de mejorar su situación actual, es de esperarse que en los próximos años surja alguna Asociación Profesional que movilice la agrupación de los profesionales del Diseño Gráfico y actividades afines y pueda servir como una institución precursora para la formación de un Colegio Profesional.

Bibliografía

- Barrón, C., Rojas, I. y Sandoval, R. M. (1996). *Tendencias en la formación profesional universitaria en educación: Apuntes para su conceptualización* (p. 65-74). Perfiles Educativos.
- Burrage, Michael. y Torstendahl, Rolf (1990). *Professions in theory and sociology and history*. Londres, Inglaterra. Sage Publications.
- Cahian, Adolfo (1990). *Manual teórico práctico de asociaciones civiles y fundaciones* (p. 10). Buenos Aires, Argentina. Ediciones La Rocca.
- Cleaves, P. S. (1985). *Las profesiones y el Estado: El caso de México*. México. El Colegio de México.
- De Piero, Sergio. (Octubre 2005). *Conferencia sobre OSC*. Río Gallegos, Argentina.
- Diccionario de la Real Academia Española. www.rae.es
- Dingwall, Robert y Lewis, Philip. (1985). *The sociology of the professions: Lawyers, doctors and others*. Londres, Inglaterra. MacMillan Press.
- Fernández, J. y Hortal, A. (1994). *Ética de las Profesiones* (p. 91). Madrid, Publicaciones de la Universidad Pontificia Comillas.
- Fernandez Perez, Jorge (2001). *Elementos que consolidan al concepto profesión*. Revista electrónica de investigación educativa (Vol. 3 N° 1)
- Frascara, Jorge (1989). *Diseño gráfico y comunicación* (p.123). Buenos Aires, Argentina. Ediciones Infinito.
- Freidson, E. (2003) *El Alma del profesionalismo. Sociología de*

las profesiones, Pasado, presente y futuro. Murcia, España. Diego Marín Librero-Editor.

- García Marzá, Domingo (1992). *Ética de la justicia*. J. Habermas y la ética discursiva. Madrid, España. Editorial Tecnos.
- Gómez, V. M. y Tenti Fanfani, E. (1989). *Universidad y profesiones*. Buenos Aires. Miño y Dávila Editores.
- Hébarre, Jean L. (1970). *Protection de la vie privée et déontologie des journalistes* (p. 27). Zurich, Alemania.
- Kant, Immanuel (1996). *Fundamentación de la metafísica de las costumbres*. Barcelona, España. Edición Bilingüe.
- Ley de Contrato de Trabajo Argentina N° 20744/76 (2004). *Compendio de Legislación de trabajo y la seguridad social* (p. 73). Buenos Aires, Argentina. Editorial La Ley.
- Machado, María Elena. (1991). *Sociología das Profissões: uma contribuição ao debate teórico*, en M. E. Machado (Coord.), *Profissões de Saúde: Uma abordagem sociológica* (pp. 13-33). Río de Janeiro, Brasil. Editora Fiocruz.
- Magaña Tabilo, Álvaro (2007). *Investigación cuantitativa para el diseño*. Foro Alfa. www.foroalfa.com.
- Ministerio de Trabajo Argentino (2003). Comisión de Teletrabajo. www.trabajo.gov.ar.
- Melé, Doménech. *Responsabilidad del profesional* (p. 3). www.monografias.com.
- Pacheco, Teresa (1994). *La profesionalización de la universidad, su incidencia en la formación de profesionales y de científicos*



(pp.11-26). (Cuaderno del CESU).

- Piazza, Jorge (2004). *Cómo presupuestar diseño* (pp. 11 y 12). Buenos Aires, Argentina. Editorial CommTools.
- Piazza, Jorge (2006). *El diseño como negocio* (pp. 12 y 13). Buenos Aires, Argentina. Editorial CommTools.
- Pou, F. (1991). Análisis del vocablo profesión en pedagogía (pp. 73-83). *Ciencias de la Educación*, 37.
- Rytzer, George (2001). *Teoría sociológica Clásica*. México. Editorial McGraw Hill.
- Starr, Paul (1982). *La transformación social de la medicina en los Estados Unidos de América*. México. Fondo de Cultura Económica.
- Universidad Nacional de La Plata. www.graduados.unlp.edu.ar.
- Vieytes, Rut (2004). *Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad* (Cap. 2). Buenos Aires, Argentina. Editorial De las Ciencias.



Anexo

Modelo del Plan de la Entrevista Cualitativa

Guía de temas y preguntas:

Valorización profesional:

- ¿Cree que su profesión es valorada en la sociedad?
- ¿Sus clientes consideran importante su trabajo?
- ¿Considera que su profesión tiene el mismo prestigio que otras profesiones?
- ¿A que le atribuye esto?

Identidad de Grupo:

- ¿Cree que los diseñadores tienen una identidad como grupo?
- ¿Conoce alguna agrupación, gremio de diseñadores?
- ¿Cuál es su opinión sobre las asociaciones profesionales?
- ¿Cuál es su opinión sobre los colegios profesionales?
- ¿Considera necesaria la colegiación o la asociación para constituir una identidad de grupo?
- ¿Las personas que no son profesionales y trabajan en su ámbito laboral influyen a dificultar la colegiación?
- ¿Conoce algún código de ética, donde se expliciten los valores y normas morales que usted como profesional debe poner en práctica?
- ¿Considera que es necesaria la creación de un código de ética, que contenga normas explícitas de actuación, que sea practicado por todos los profesionales?

Problemas:

- ¿Cuales cree que son el mayor problema de su profesión?
- ¿Alguno de los problemas que usted observa se deben a la falta de



agrupación de los diseñadores?

¿Los no profesionales generan problemas a la hora de fijar un precio a su trabajo?

¿Cual es el método que usted utiliza usualmente para calcular un presupuesto para un cliente?

¿Le resulta complicado determinar un presupuesto?

¿Ha trabajado gratuitamente alguna vez?

¿Considera que su profesión implica trabajar a riesgo de perder dinero y/o tiempo?

¿Qué recurso emplea para minimizar el riesgo que implica su profesión?

Entrevista N° 1:

I: Usted como diseñador gráfico, ¿cree que su profesión es valorada por la sociedad?

E: Yo creo hoy en día que la carrera no es valorizada como tendría que ser.

I: ¿Por qué?

E: Por parte de la sociedad, porque primero que nada, hay mucha gente en la carrera que ejerce sin tener estudios. Que creen que porque saben utilizar una computadora y un par de programas de diseño, ya saben todo, y eso me molesta. Después porque no tenemos ningún colegio que nos respalde, ningún código de ética que nos ayude a convivir mejor con nuestros colegas. Todo el mundo cree que las carreras como Diseño, Publicidad y Relaciones Públicas no se necesita estudiar para ejercer la profesión, si ya se cree eso, es muy difícil que se la pueda valorizar.

I: La cantidad de oferta educativa, es decir, universidades, terciarios, institutos de computación, ¿coopera para la desvalorización del DG como profesión?

E: No se, en parte se puede ver como que sí y en parte como que no. En parte no, porque se le esta dando más importancia a la carrera y eso es bueno y yo calculo que mientras más seamos, en algún momento se va a poder armar un colegio.

I: Entonces, para usted, el Diseño Gráfico ¿no tiene el mismo prestigio que otras profesiones?

E: No, no no. Porque es como que las carreras tradicionales, medicina, odontología, entre otras, si son valorizadas como se deben. En cambio nosotros, como no ponemos en riesgo la vida de las personas por decirlo de alguna manera, o la salud de las personas, que se yo, cosas mas grandes.

I: Entonces, para vos la sociedad ¿puede prescindir de tus servicios?

E: Si, nosotros deberíamos tener el mismo lugar que cualquier otro profesional me parece.

I: En donde crees vos que ¿está más reflejada la desvalorización de la profesión?

E: En la forma en que pagan nuestro trabajo. Hablando con gente que trabaja en agencia ninguna estudio Diseño gráfico, son todos que ejercen la profesión porque les gusta, les gusta diseñar, les gusta hacer dibujitos, les gusta manejar programas de computación.

I: Los clientes, ¿consideran importante tu trabajo?

E: Y hasta ahora, los que tuve sí. Por lo menos mostraron en cierta parte un interés sino no vendrían a buscarme para que haga algo y directamente lo harían ellos mismos o buscarían a no profesionales.

I: Los diseñadores, ¿se identifican como grupo?

E: Para mí que cada uno anda en la suya. Yo tengo el contacto con diseñadores que fueron compañeros míos en la universidad o los conocí por compañeros del trabajo. Yo creo que cada uno anda en la suya.

I: ¿Te gustaría que fuera de otra manera?

E: Si. Que tengamos una Asociación donde podamos encontrarnos todos y luchar por los intereses de todos.

I: ¿Cuál es tu opinión sobre las Asociaciones?

E: No se si hay. No conozco si en la actualidad hay alguna Asociación en alguna parte del país.

I: ¿Y acá específicamente?

Acá en Córdoba la verdad es que no conozco nada. Estaría bueno que haya por la razón que te mencione antes. Que podamos tener un lugar donde podamos encontrarnos todos y recibir información y promover congresos, conocer diseñadores de otras empresas y establecer contacto.

I: Y vos ¿serías capaz de iniciar un proyecto de Asociación o Colegio?

E: Si, me encantaría. Tengo muchas ganas de generar algo a partir de mí y de mi grupo. Pero como es tan complicado, te desgana un poco.

I: Y ¿cuál es tu opinión sobre los Colegios Profesionales?

E: Son más importantes todavía que las asociaciones. Ahí ya entra el tema legal en juego y si hay alguien que ejerce de manera ilegal se lo podría penar y de esta forma evitar que haya tanta gente que ejerce por amor al arte.

I: Más allá de que hay gente que le quita trabajo al que posee los conocimientos, ¿crees que la sociedad se ve afectada de que haya personas no profesionales trabajando?

E: Y si. En todas las carreras si vos quieres ser médico o abogado tenes que estudiar para llegar a ser eso. Si bien uno puede diseñar por placer, me parece que estudiar diseño, te da mucho más

conocimiento, te hace ver las cosas de otra manera, tener otros parámetros para medir, te hace ser más consciente de lo que es la carrera, de los riesgos, de las necesidades.

I: Volviendo al tema de cómo quedan afectadas la sociedad ¿no afecta positiva o negativamente?

E: Si, obvio que si. Yo creo que una persona que no estudio para ser diseñador puede hacer que una empresa fracase, conozco casos. Por lo menos en la facu nos han nombrado casos de esos. Alguna mala intervención en las comunicaciones, el cliente confía en la persona que contrató.

I: Entonces usted considera que es necesaria para formar una identidad como grupo la existencia de una Asociación o Colegio. ¿Sería también fundamental?

E: Me parece que sería muy importante que haya un Colegio. Por lo menos empezar por una asociación y después de ahí luchar para que exista un colegio.

I: Cree que las personas que no son profesionales, ¿dificulta para la concreción de este proyecto?

E: No, porque directamente ellos no aportan nada. No lucharían por que se cree un Colegio. Están ahí haciendo su trabajo y la suya. Tampoco creo que vayan hacer lío si se aprueba el Colegio.

I: ¿Por qué crees que no se formo ninguna Asociación o Colegio?

E: Porque no hay suficiente gente o gente con ganas de hacerlo. Se debería formar un grupo que sea bastante grande, que sea responsable.

I: Las universidades ¿tienen alguna responsabilidad sobre la falta de educación sobre estos temas?

E: Yo creo que si, por lo menos en la facultad a mi no me enseñaron del tema de las Asociaciones y Colegios. Estaría bueno que las universidades ayuden a esos grupos que quieren establecer una Asociación, creo que nos darían mas bolilla si fuera así.

I: ¿Conoce algún código de ética, donde se expliciten las normas y valores que se deberían poner en práctica?

E: No, el único código de ética que conocí, fue en la materia ética de la facu, que lo bajamos de Internet para hacer un trabajo.

I: Actualmente no sabes como actuar entonces, aparte de tu moral intrínseca.

E: Así, es.

I: ¿Crees necesaria la creación de un código de ética?

E: Si, para que nosotros también aprendamos a tener en cuenta cuales son nuestros límites, que es lo que tenemos que respetar, como lo tenemos que respetar, con los colegas, como tenemos que manejarnos en el trabajo, a los clientes. Yo creo que si es importante.

I: Ya que no hay un código de ética, crees que las normas morales por decirlo de alguna manera ¿son bastante homogéneas en todos los profesionales?

E: Yo creo que hay de todo. Hay gente que no tiene problema en hacer las cosas mal. Yo me di cuenta con los últimos trabajos, con las malas experiencias que tuve con la gente que me contrato que no le importo perjudicarme. Directamente se preocuparon por sus intereses y listo. Ponían en juego sus intereses y no los míos. Pero hay gente buena.

I: Y estos intereses mayoritariamente ¿a que corresponden?

E: Más que nada económicos, es todo plata. Siempre es por cuestiones económicas.

I: ¿Cómo te sentís vos con respecto a eso?

E: Mal, obvio. Mal porque mis primeras experiencias fueron malas y no quería saber más nada con trabajar, y pensé que siempre iba a ser igual. Es el derecho de piso que tenemos que pagar por ser recién recibido. Y por pagar ese derecho de piso que todos dicen y también por ser mujer te toman por tonta y te menosprecian.

I: ¿Crees que este derecho de piso sería más corto si existieran Asociaciones o Colegios?

E: Yo creo que sí. Ante las leyes seríamos todos iguales. Al estar escrito como tendríamos que actuar, creo que sería mucho más respetado. Respetadas las personas y respetado el trabajo.

I: Vos crees que esto de las Asociaciones se va a dar en ¿el corto tiempo o en mucho tiempo?

E: Yo creo que en corto. Cada vez hay más chicos que están estudiando esta carrera. Hay más gente con ganas. Se supone que tenemos este espíritu, ojala que se solucione bastante rápido.

I: Esta decisión de agruparnos, ¿está en manos de la gente joven?

E: Esta en manos de los chicos que están estudiando estas carreras, de los recién recibidos, del aval de las universidades. Tenemos que conformar todo un grupo y salir a ver que hacer.

I: ¿Cuáles son los mayores problemas de la profesión?

E: La falta de respeto entre la gente que te contrata y uno. Al no haber normas y leyes que nos puedan respaldar un poco, ese respeto obviamente que no va a existir nunca.

I: ¿En que ámbitos se ve reflejada esa falta de respeto?

E: En cuanto a lo económico. En cuanto también cuando uno recién empieza a trabajar, también te explotan de cierta forma. Como sos nuevo y tenes que pagar el tan temido derecho de piso te hacen trabajar horas de horas por un mínimo salario que si estuviéramos cobrando lo que nos merecemos estaríamos todos felices, pero la realidad es totalmente distinta.

I: Con respecto a como fijar los precios, ¿te resulta difícil?

E: Al principio me resultaba difícil. No tenía idea de cuando cobrar, pedí opinión a gente que estaba trabajando hace rato, que me de un consejo haber cuanto podía cobrar.

I: ¿Por qué saliste a buscar afuera el consejo?

E: Yo no sabía de donde sacar. No tenía un libro o un sitio en la web que diga algo. No tenía idea, porque en la facultad nunca nos enseñaron.

I: ¿Hay una falencia por parte de las universidades en la preparación?

E: Si, totalmente. Nunca nos enseñaron como presupuestar, como tenemos que cobrar nuestro trabajo y salí a pedir opiniones de la vida real.

I: ¿Ahora te resulta más fácil o sigue siendo un problema?

E: Y ahora ya tengo un cierto parámetro, una cierta idea de cuanto puedo llegar a cobrar.

I: ¿Esos parámetros que tenes, te parece que están bien por tu trabajo? ¿O no?

E: Me paso para uno de los clientes que tuve. Me había pedido un presupuesto y lo hice, con respecto a lo que creía que valía mi trabajo y nunca estuvo de acuerdo en pagarme eso, me quería pagar el 75% menos de lo que yo le había pasado. Y justamente es un problema, porque uno puede querer cobrar lo que cree que se merece y el cliente no te quiere pagar ¿qué haces? Para ir en contra de lo que vos crees que te mereces, y de lo que vale realmente tú trabajo.

I: Y eso, ¿vuelve a influir en la desvalorización de la profesión?

E: Si, seguro. Lamentablemente hoy en día te tenes que amoldar a lo que el cliente esta dispuesto a pagarte.

I: Las personas que no son profesionales que están en el mismo ámbito ¿también generan algún problema al fijar el precio de tu trabajo?

E: Si, porque capaz que encuentran gente que no es profesional y directamente se van a ellos.

La sociedad no valoriza la profesión como tiene que valorizarla. Da lo mismo, mientras tengan el trabajo terminado, no les importa si se lo hizo un profesional o no.

I: ¿Porque? ¿Por qué no miden las consecuencias la sociedad?

E: Claro, porque no tiene idea de las consecuencias que pueden llegar a tener negativas el día de mañana. Únicamente lo que les interesa es que le hagan el trabajo en tiempo y forma y listo. Y mientras más barato les salga, mejor.

I: ¿No les importa si es eficaz el trabajo que uno le hace?

E: Rápido y barato es el concepto. No se si todas las personas serán iguales.

I: ¿Cree que en el mercado hay mucha diferencia de precio?

E: Si. La verdad es que yo con la gente que estuve hablando cobramos más o menos lo mismo. Hay gente que cobra mas barato, como hay agencias que cobran mucho más caro.

I: ¿Hay fijado una base, un mínimo?

E: No, te vas manejando.

I: ¿Alguna vez trabajaste gratuitamente o por cambios de planes terminó es eso?

E: Creo que no, no me acuerdo. Pasa que recién estoy trabajando.

I: ¿Vos consideras que la profesión implica trabajar a riesgo de perder tiempo y/o dinero?

E: Si. Totalmente. Vos le podes dedicar mucho tiempo a un laburo y después viene el cliente y por ese trabajo te quiere pagar dos mangos, entonces salís totalmente decepcionado de la experiencia, y uno como profesional de esta carrera, el tiempo es oro.

I: ¿Utilizas alguna forma para minimizar este riesgo que existe?

E: Con el tiempo es con lo que más te podes manejar, destinas una cantidad de horas para dedicarle a algún proyecto. Hoy en día tiene que ser así, si necesitas más tiempo después lo vas manejando. Creo que con el tiempo es con lo que mas te podes manejar, con la plata no, porque no te quieren pagar, o te quieren pagar de menos.

I: Entonces ¿no hay ninguna fórmula para poder contrarrestar este tiempo?

E: Y no, es impredecible, vos le pones todas las pilas y todo el tiempo y todo y te dicen que si, que te van a pagar determinada plata por el proyecto y después te terminan dando vuelta.

I: ¿Te parece que eso le pasa a otras profesiones?



E: Creo que a las profesiones que están mas relacionadas con el Diseño Gráfico. Los diseñadores industriales tienen el mismo problema, los publicistas, etc... Todas las profesiones que no están reguladas. No creo que a un médico le pase esto.

I: La profesión ¿debería dar un cierto estatus social?

E: Si, ese es otro tema también. Hay tantos terciarios que salen con un título diferente y son considerados de la misma forma que un licenciado. Para mi, debería haber una diferencia, uno que le dedico a la carrera 4/5 años, los conocimientos que adquirís en ese tiempo no es lo mismo de lo que puedes llegar a ver en dos o tres años. Los licenciados deberíamos ser mas reconocidos, más valorizados. Hoy por hoy somos iguales todos.

I: Al estatus, ¿lo ves en tu profesión? Más allá de los títulos de licenciado o técnico..

E: Para la sociedad, no tenemos la misma importancia que tiene un médico, o un abogado o las carreras más importantes. No es que estoy menospreciando mi carrera, pero la sociedad lo ve así, no nos dan la misma importancia.

Entrevista N° 2:

I: ¿Cree que su profesión es valorada en la sociedad?

E: No. El tema es complicado. Creo que el Diseño Gráfico es una profesión que le falta todavía hacerse un lugar en el país como profesión. Se avanzó mucho en los últimos años, pero todavía no alcanzamos un reconocimiento social.

I: ¿Y por que cree que sucede esto?

E: Creo que la mayoría que estudió Diseño Gráfico es muy joven, incluyéndome a mí, y eso hace que estemos preocupados por otros intereses y no le estamos poniendo esfuerzo realmente o no somos concientes, mejor dicho, de que somos nosotros los encargados de hacernos valer como profesión. Nos olvidamos como profesionales que nuestro trabajo no es sólo prestar un servicio, sino también trabajar en la mejoría de la profesión.

I: ¿Donde observa que queda mayormente reflejada esta desvalorización?

E: Creo que el más notorio de los ejemplos es cuando la sociedad piensa que es un gasto el Diseño Gráfico, y no lo piensan como una inversión. Si se pudiera cambiar esa mentalidad que hay, se solucionaría gran parte del problema.

I: Sus clientes, ¿consideran su trabajo importante?

E: Creo que la gran mayoría de mis clientes piensan que el resultado de mi trabajo es importante, es decir, necesitan que la pieza que se les entregue cumpla alguna función para ellos, pero muchos de estos no consideran importante el proceso, donde yo intervengo, le restan importancia al esfuerzo mental y creativo que uno emplea para llegar a la solución. Se fijan en la parte explícita, la que pueden considerar tangible, no en lo intangible como lo es la creatividad.

I: ¿Considera que su profesión tiene el mismo prestigio que otras carreras?

E: No. En absoluto. Para ejemplificarte más la situación, te digo que a mi familia, cuando decidí estudiar esta carrera, sentí que esperaban más de mí, por ahí estaban esperando que me convierta en un arquitecto u otra profesión. Empecé así por casa, mi familia es parte de la sociedad, así que me quedaba para el resto de la sociedad si ya mi círculo opinaba eso. Ahora están de acuerdo porque ya terminé y ven que me gusta lo que hago.

I: ¿Cree que algún día su profesión será prestigiosa?

E: Supongo que sí, hay un largo camino por recorrer. Todas las profesiones pasaron por esto, en



mayor o menor medida. Hoy cada vez más se están limitando muchas profesiones, la nuestra es una de ellas. Es cuestión de que cada profesión encuentre su lugar y delimite los servicios que ofrece a la sociedad. Nosotros mismos a veces por necesidades económicas, hacemos trabajos que le conciernen a otras profesiones, por ejemplo publicidad y viceversa. Eso no ayuda a que cada uno encuentre un lugar si constantemente hacemos esto.

I: Los diseñadores, ¿tienen una identidad como grupo?

E: No, no por ahora. Como te decía, no encontramos un lugar todavía.

I: ¿Qué cree que puede ayudar a formar una identidad como grupo?

E: Una Asociación de profesionales por ejemplo. Eso ayudaría a unificarnos como grupo, y compartir intereses comunes. Un colegio es mucho por el momento y es un proyecto más ambicioso, que estaría bárbaro, pero deberíamos empezar por algo más simple primero.

I: ¿Cree que esta falta de identidad como grupo se da en toda la Argentina?

E: No, en toda no. Ya hay provincias que están más avanzadas que Córdoba. Hay otras que están como nosotros. Lo bueno de estas provincias que se van asociando y/o buscando la colegiación es que van marcando una tendencia para ir para ese lado y nos incentivan a las otras a hacer lo mismo, ya que vemos que cuando se pone mucho esfuerzo se puede.

I: ¿Usted le gustaría formar parte de un proyecto de asociación?

E: Sí, me encantaría. Es una buena forma de ir avanzando un poco más.

I: ¿En que cree que contribuiría una asociación de profesionales?

E: Además de la unificación como grupo de profesionales, me parece que desde ahí podemos empezar a resolver otros problemas inherentes de la profesión.

I: ¿Qué otros problemas observa que hay en la profesión?

E: El tema de los presupuestos es algo que hay que mejorar. Hay mucha variedad de precios en el mercado. Muchas veces cuesta justificar el precio del presupuesto ante el cliente. Uno intenta arribar a un precio donde todo tiene una razón de ser y no cobrar al antojo de uno. Pero lo primero que te dice el cliente es que le pasaron un presupuesto menor, donde la diferencia es enorme, y obviamente salvo aquellos que confían en tu conocimiento y capacidad, se quieren ir con el más barato.

I: ¿Por qué cree que sucede eso?

E: Hay mucha gente en el mercado, que ofrece sus servicios como yo, con la diferencia que no estudió. Y por ello cobran un precio, sin tener idea por lo que cobran. Eso nos tira abajo a los otros, que tenemos que intentamos que el precio que se le presupuesta a un cliente, refleje el valor del conocimiento y la capacidad.

I: ¿Hay muchas personas en el ámbito laboral que ejercen sin conocimiento alguno?

E: Si, yo creo que a esta altura nos dividimos en un cincuenta por ciento más o menos. Para muchos que no tiene la posibilidad de estudiar, o no quieren, es una salida muy buena. Poder tener un trabajo por el sólo hecho de manejar un software que lo aprendes relativamente a bajo costo o sin ninguno.

I: ¿Considera que su profesión implica trabajar a riesgo de perder tiempo/dinero?

E: Si, bastante. Suele suceder que el cliente te deja clavado en la mitad de tu trabajo por cualquier razón. Y vos hasta ahí ya venias trabajando, y mucho se rehúsan a pagarte lo trabajado, por esto mismo que te decía sobre que si no llegás a terminar la pieza, parece que el trabajo no se hizo. Con el paso del tiempo, uno le va agarrando la mano de cómo evitar a que te pase esto.

I: ¿Qué medidas implementas para minimizar este riesgo?

E: Si el trabajo es mucho dinero y me lleva mucho tiempo, lo que hago es firmar un contrato de servicio para que el cliente se comprometa y donde yo también me comprometo obviamente. Ahí aprovecho para dejar en claro todas las especificaciones posibles, y funciona bastante bien. Raramente no se cumple lo pautado. Cuando por ahí los trabajos son de bajo monto, divido el tema del pago en tres partes, así a medida que avanza el trabajo se va remunerando, y por lo menos voy cubriendo los costos. Igualmente creo que no es sólo se da este problema en esta profesión. Creo que es un problema de las profesiones menos reguladas.

I: ¿Observa algún otro problema importante en la profesión?

E: Si. Hay otro problema que se relaciona con la desvalorización social. Es el tema de que cuando uno trabaja en relación de dependencia, por ejemplo en estudios de diseño de otras personas, como freelance o en una imprenta u otra cosa, los salarios son muy bajos. Ni siquiera te pagan bien y cuando vos ves los avisos de esos trabajos, piden muchas veces un mínimo de dos o tres años de experiencia, manejo de muchos programas de diseño, y conocimientos, y la remuneración no es acorde para esos requisitos. Y ni hablar que siempre son trabajos en negro. El sueldo que te ofrecen ni siquiera es el mínimo de un empleado de comercio. Yo me di cuenta que salvo



algunas excepciones, te conviene trabajar independientemente. Creo que este es otro indicador de la falta de valorización social que tenemos los diseñadores.

Entrevista N° 3:

I: ¿Crees que tu profesión es valorada para la sociedad?

E: Por ahora no, como otras profesiones que tiene mucho mas años, no de experiencia sino de profesión. Es una profesión nueva, y hay mucha gente que todavía no toma conciencia de la importancia del diseño y no capacitamos igual que un abogado o un médico, y mucha gente cree que diseñar es igual a hacer dibujitos y nada más. Eso se ve muchas veces cuando uno tiene que pasar un presupuesto y pasa un lapso de días para entregar un trabajo, y creo que hay mucha gente que no lo comprende.

I: Y ¿qué sucede a la hora de determinar un presupuesto?

E: Mucha gente al no saber lo que le lleva a un diseñador a veces crear una identidad o hacer tal vez un folleto que a muchos le parece una estupidez, se regatea mucho le precio, se baja. También esta el tema de la gente que no es profesional, que no está capacitada, que aprende a usar un programa y cree que tiene derecho a la capacidad de diseñar y son nuestros principales competidores, gente que no es diseñador, que no se recibe.

I: ¿Vos crees que a otras profesiones no el pasa esto de que les quieran bajar sus honorarios?

E: Creo que el tema del precio se da en todas las profesiones. No es un problema de diseño. El tema es que la diferencia esta en que el trabaja que hace por ejemplo un abogado, lo hace un abogado o un abogado. Está bien, si mi competencia es otro diseñador capacitado y que cobra un poco menos bueno, pero si yo soy una persona capacitada, que soy profesional y al trabajo se lo lleva otra persona que como te decía aprende a usar un programa y por eso cree que tiene el derecho a diseñar, creo que ese es el mayor problema. El tema de los presupuestos, de bajar los precios se ve mucho, desde un negocio de ropa o una concesionaria de autos. Creo que el tema del precio es uno de los eslabones, no se como decirlo, de la competencia. Depende del cliente también, hay algunos que valoran la capacidad profesional, otros que valoran el precio y otros que valoran el plazo de entrega. Si se valorara siempre la capacidad profesional yo creo que en el caso del Diseño Gráfico, no sería un problema. Seriamos más valorados. Lo que pasa es que hay mucha gente que valora el precio, entonces viene un chico que estudia ingeniería en computación y se le ocurre aprender el illustrator, en un día hace un folleto, pero no va a tener la calidad de un sustento teórico por así decirlo, que si lo hace un diseñador.

Creo que también está en nosotros los que debemos ponernos en nuestro lugar más y ser una especie de profesores para nuestros comitentes. O hacernos valer más nosotros.

I: Considera que su profesión ¿tiene el mismo prestigio social que otras profesiones?

E: Me parece que no. Por lo que te decía que es una carrera nueva. La sociedad no tiene idea de la cantidad de ramas en las que un diseñador interviene. No se dan cuenta la importancia de que el diseñador en la sociedad. Por esto que es una carrera nueva, y por la gente. Es obvio que no es lo mismo un médico que salva una vida o un abogado, sin desmerecer mi profesión, que un diseñador, pero tampoco al punto de considerar que somos una profesión que hace dibujitos y nada más.

I: ¿Debería darte un estatus en la sociedad?

E: Si, por supuesto. A mi me gustaría que las personas piensen, que observen, que un idea se pongan a observar, que caminen por la calle y vean toda la gráfica que los rodea y, que no nace de otro lado que no sea del diseñador. Si no existiera el diseño, no existiría nada gráfico de lo que vemos, serían todos iguales los discos de música, absolutamente toda la ropa, no habría diferencia en nada. Tendría que empezar por ese lado. Por ejemplo el tema de la señalética, algo que es muy importante y nadie lo toma en cuenta.

I: Como grupo, los diseñadores ¿tienen una identidad?

E: Me parece que es una profesión muy competitiva. Como en todas las profesiones cada uno quiere hacer su propia clientela, tener sus propios beneficios y por ahí eso es lo que perjudica, en el sentido de que no nos ponemos todos de acuerdo en hacer valorar nuestra profesión, y pasa también que el diseñador gráfico profesional se arma su estudio y por tener mayores beneficios contrata a alguien que no sea profesional, entonces es un círculo que lo creamos nosotros que no nos conviene y después nos quejamos al mismo tiempo. Me parece que tenemos primero que empezar a valorarnos primero nosotros. Por ello es que no hay una identidad, tan fuerte y marcada como otras profesiones.

I: ¿Conoces alguna Asociación o gremio o Colegio Profesional?

E: No no, de diseñadores, absolutamente no.

I: Y ¿cuál es tu opinión de estas figuras legales que agrupan a los profesionales?

E: Me parece que es imprescindible, que sería también lo lógico empezar por ahí. Cuando uno no se valora, no vas a conseguir que los de afuera te valoren. La creación de un colegio de diseñadores sería lo lógico, proteger a los profesionales de los no profesionales, y para que el cliente, y el usuario sepa que está recibiendo un producto de alguien capacitado, y no de cualquier salame que aprende un programa.

I: Y para vos estas personas que no son profesionales ¿están dificultando en este momento dar el paso hacia la colegiación?

E: No, eso depende de los diseñadores. Ellos hacen la suya, y el problema es por tanto nuestro. Es nuestra responsabilidad, ellos no lo van a hacer. Si un chico que esta estudiando administración de empresa y aprende dos programas y le ofrecen \$500 por hacer un folleto, es lógico que lo va a hacer. Nosotros en vez de ponernos a pensar que ellos no deben hacer estas cosas... Por eso digo que primero debemos empezar por nosotros mismos, valorarnos nosotros mismos para ahí enseñarle a la sociedad. El problema es nuestro.

I: ¿Conoces algún código de ética para diseñadores gráficos?

E: No, no se de ninguno. ¿Y para que funciona? Supongo que como todo código de ética dictamina que cosas están más asociadas a la moral, que cosas se pueden hacer y que cosas no, que cosas están bien vistas y que se espera de los demás.

I: ¿Crees necesario que se implemente un código de ética?

E: Me parece que es todo un conjunto de cosas que hay que hacer, digamos el tema de los Colegios, después ese código de ética va a estar respaldado. El tema principal, es lo que vengo diciendo, que las personas nos valoren a nosotros, para eso tenemos que unirnos, no viendo desde el lugar de la competitividad, donde cada uno busca la suya, sino hay que fortalecer a la profesión. Si yo estoy compitiendo con un diseñador gráfico y con dos chicos que no lo sean, a nosotros los profesionales, nos conviene unirnos. Nosotros vamos a seguir compitiendo, pero va a ser más sano, se compite a través de la capacidad de cada uno y de otras virtudes que tenga uno, como contactos. Pero yo no voy a leer que un medicamento le hace bien a alguien y por eso lo voy a llamar y medicar, porque no corresponde. Hay gente que estudia mucho tiempo para hacer eso.

I: ¿Vos pensás que un código de ética va a ayudar para que se acabe este individualismo del que hablas?

E: Sí, me parecería que sí. El tema es que lo sepan los clientes también, no solo los diseñadores. Porque si no lo saben los clientes, los clientes van a seguir buscando el beneficio del precio únicamente. El tema esta en nosotros.

I: ¿Te paso alguna vez de trabajar gratis?

E: Sí, me paso varias veces. También hay que tener en cuenta que es una profesión, que a veces es una ventaja y otras una desventaja, que alguien puede empezar a ejercer mucho antes de ser un



profesional. Por ahí uno esta en segundo o tercer año de la universidad y está trabajando. Al no tener la experiencia como profesionales, el cliente nos daba un poco de cosa cobrar o pensamos que trabajar gratis puede ser una inversión. Y en su momento uno no sabe, nosotros nos quejamos de que la gente no lo valora y nosotros vamos y trabajamos gratis. Por eso nosotros nos tenemos que poner firmes y tengamos la edad que tengamos si tenemos la capacidad de hacer algo, lo hagamos con responsabilidad.

I: Cuando trabajaste gratis, ¿Ya sabias de antemano que iba a ser así, o después terminó siendo así?

E: He hecho un par de cosas que sabía que las iba a hacer gratis, como darle una mano a un amigo, pero otras veces he hecho trabajos que no han sido gratis pero han estado muy cerca. No hubo ningún tipo de relación con la cantidad que había trabajado con lo que me pagaron. Parecía más una explotación que un trabajo.

I: ¿Te resulta difícil calcular un presupuesto?

E: Antes si, antes era una cosa que me costaba, que tiraba los precios al aire, a veces uno se las jugaba para ver si te lo aceptaban. Hoy en día, puedo tener en cuenta las cosas que se cobran y el porqué se cobra.

I: ¿La universidad te instruyó en esto?

E: No. Por ahí consejos de algunos profesores, o ejemplos. Me parece que la universidad debería enseñarlo. Uno de los temas más importantes de trabajar es, además de la satisfacción personal, es cobrar. No creo que a nadie le guste trabajar gratis. El tema es que el tema del presupuesto tiene muchas variantes. No es lo mismo por ahí hacer un trabajo a una empresa de barrio que ha una multinacional. No es quitarle importancia al cliente, sino, uno también ve los beneficios que le va a aportar tu trabajo a ese cliente. Esas cosas van variando, y es cuestión de experiencia ya. Pero las cuestiones de costos fijos, no tengo idea.

I: ¿Y en que basas ahora el precio de tu trabajo?

E: Todavía no tengo una regla escrita para presupuestar, trato de establecer un precio a la hora de trabajo y por lo que entrego. No es lo mismo si alguien me pide dos logos, que dos logos, una carpeta, una tarjeta, sobres y membretes, por darte un ejemplo. Ahí se van sumando cosas estrictamente de lo que es el diseño. Después la otra parte si es por ejemplo, un cliente que a vos te interesa mantener, por ahí uno puede hacer una excepción, también si es un cliente que sabes que puede poner plata y es una empresa grande y sabes que es ese trabajo y nada más. No se, son

muchas las variantes.

I: ¿Crees que hay diversidad de precios en el mercado?

E: Sí. Por eso siempre llegamos a que los que menos cobran son los no profesionales. Incluso dentro de los profesionales también hay diseñadores que son muy caros. El tema de la experiencia, el estatus que tiene una agencia. Hay diseñadores que ya han hecho un nombre en la profesión y por ser ese diseñador, por ahí puede tener la ventaja de poner un precio mas alto que otros diseñadores.

I: Y esto de que los no profesionales cobren menos. ¿Hace que vos cobres menos?

E: Y depende. Uno por ahí baja hasta que el trabajo ves que va a ser remunerado porque es de lo que estas trabajando, de lo que vas a vivir. Si vos hoy sos diseñador profesional y hoy cobras una changa, mañana se te va a hacer difícil subirle el precio al mismo cliente si te sigue dando trabajo. Entonces va a llegar un día que vas a estar trabajando, trabajando y trabajando y no vas a progresar, cuando otra persona que no vive de lo que vos vives, cobra mejor que vos. Me parece que hay que hacer un equilibrio y bajar hasta que veas que te dan los márgenes de ganancia y se valora el trabajo.

I: ¿Crees que hay una forma de unificar criterios en cuanto a presupuestos?

E: Y es que depende de cada persona. Un estudio grande de diseño tiene unos costos fijos muchos más grandes que un diseñador particular que trabaja desde su casa, que no por eso deja de ser profesional y de dar un trabajo de calidad. Pero el tema del presupuesto va todo, van todos los costos fijos, lo que se llama costo de estructura creo, cuando uno hace una división sale la hora de costo de todos los componentes que intervienen. Sería difícil poner parámetros fijos, me parece que no es posible.

I: ¿Ni siquiera mediante un Colegio que establezca un mínimo para los honorarios?

E: Puede ser, no lo había pensado desde ese punto. Sería bueno.

I: Vos me mencionaste los riesgos. ¿Crees que es una profesión con tendencia al riesgo de perder dinero y tiempo?

E: Es una profesión riesgosa como todas. Te puede pasar de todo, como perder tiempo, o que se te rompa un equipo, te equivoques en la entrega de un original y tengas que hacer todo de vuelta. Es una profesión como todas. Que tenés que tener un cuidado total a la hora de hacer tu trabajo. Una de las cosas en que nos tenemos que poner firme es en esto. La mayoría de las profesiones si



no pagas, no te atienden o no te prestan el servicio. Para asegurarse que el trabajo va a ser remunerado, hay que hacer por lo menos dos etapas en el proceso del trabajo. Una etapa previa, donde se paga para empezar a trabajar y una etapa posterior para pagar cuando el trabajo se entrega. Si hay algún inconveniente, por lo menos el tema del costo no la perdés, y en eso hay que ponerse firme, es un trabajo como cualquier otro, que si no paga no hay servicio.

Entrevista N° 4:

I: ¿Consideras que la profesión es valorada por la sociedad?

E: Creo que no. Me parece que la sociedad considera que puede prescindir de nuestros servicios, porque muchas veces a nuestro trabajo lo hacen otras personas. Entonces parecería ser que nuestra actividad la resuelve cualquiera y no debería ser así.

I: ¿Donde crees que queda reflejada esta desvalorización?

E: En el pago, en esta profesión se tiene que trabajar muchísimo para poder juntar un dinero que te permita vivir. No te hablo de vivir con todos los lujos, sino, de poder pagar un alquiler, tener comida, cosas básicas. Tengo que juntar muchos trabajos por mes para ganar lo suficiente como para mantenerme. También en otra cosa donde queda reflejada la desvalorización social es cuando a la gente le tenes que explicar en que consiste tu profesión. Si la sociedad supiera que es lo que realmente haces, que servicio ofreces, eso reflejaría la importancia que tiene la profesión.

I: Los comitentes, ¿consideran importante tu trabajo?

E: A veces, cuando ven que el resultado que les trae es bueno, creo que piensan que el Diseño Gráfico sirve para algo. Pero hay muchos clientes que te piden que les bajes los precios, es porque no le dan importancia a todo lo que uno como profesional trabaja para llegar al resultado que ellos ven. Piensan que vos dibujas solamente algo en computadora, y que eso no puede valer mucho.

I: Su profesión ¿tiene el mismo prestigio social que otras profesiones?

E: Me parece que no. Me parece que muchos se piensan que no estudiamos para ejercer esta profesión, lo cuál los lleva a no considerarla una profesión. Es una lástima que el pensamiento sea así, y esto me parece que ocurre por la poca difusión que tiene la carrera, entonces, parece que este desconocimiento que hay de la carrera, también hace que no se la considere una profesión. En fin, no creo que la sociedad reconozca o me de un estatus social acorde a mi título de Licenciado, me parece que va a pasar mucho tiempo antes de que mi esfuerzo por llegar a ese título sea valorado.

I: ¿Sentís que sos parte de un grupo social, es decir, de una comunidad profesional?

E: No, para nada. Estamos cada uno en la suya. Yo personalmente me vínculo con mis compañeros, que a esta altura ya son amigos y nada más. Si bien en la mayoría de los casos trabajamos en dupla, no nos movemos más allá de eso. Pienso que le falta unidad en todos los profesionales.

Estamos muy separados, cada uno lucha todos los días por tener trabajo y nada más. No hay intereses comunes por los cuales peleamos.

I: ¿Conoce alguna agrupación de diseñadores?

E: No, creería que hace unos años hubo una Asociación en Córdoba, pero no estoy seguro. Y en el momento, que yo sepa no hay nada con intentos de agruparnos.

I: ¿Le parecería bien en estos momentos que exista alguna institución ya sea Colegio o Asociación que te unifique con otros colegas?

E: Sí, me parecería que tendríamos que empezar a movernos. Ya, que la profesión esté estancada acá no es más que culpa de nosotros. Yo se que es más fácil recibirse y ya tener un Colegio funcionando o algo, pero bueno, elegimos una carrera con muchas ventajas y desventajas. Esta es una de esas, hay muchas cosas por hacer, y no podemos esperar que vengan otros a hacerlas por nosotros. Tal vez si nos uniéramos más, la sociedad vería que la profesión existe, que tenemos una preparación.

I: ¿Con respecto a una ética profesional, los profesionales, actúan todos de la misma manera?

E: Y mira, no se. Hay de todo dando vueltas. Por el momento no hay nada donde me diga como actuar, ya sea con el cliente, con mis colegas, ni como hacer respetar mi profesión. Yo por lo menos, tuve una materia sobre ética, también se que no existe un código de ética deontológico de mi profesión. La mayoría actúa más o menos bien, me parece que cuando no respetamos a los clientes es cuando trabajamos en relación de dependencia. A mí me toco el caso de trabajar para una imprenta, en la cuál se le hacían muchas chanchadas a los clientes. Yo me sentía mal, y uno pone la cara por otros sinvergüenzas y en definitiva, los únicos perjudicados eran los clientes. Yo me fui de ahí, no aguante mucho tiempo al ver que las cosas funcionan así. Y obviamente la mayoría de las veces el dueño nos responsabilizaba a nosotros, y así es bastante entendible que la sociedad piense cualquier cosa de nosotros. Queda en cada uno prestarse para este tipo de cosas. Yo salí bastante desilusionado de la experiencia, pero hay que ir aprendiendo los límites. El tema es que ese tipo de lugares va a existir siempre yo sabía que si yo me iba, iba a entrar otra persona en mi lugar para prestarse para eso dependiendo de su necesidad de tener ese trabajo.

I: ¿Considera necesaria la existencia de un código de ética?

E: Si. Creo que si, pero bueno antes de llegar a eso necesitamos dar los primeros pasos para asociarnos y/o colegiarnos. Todo un tema. Eso nos unificaría como profesión y nos guiaría para actuar de la manera correcta ante la sociedad y nuestra profesión. Hoy en día no se puede dejar

librado a la conciencia de las personas la manera de actuar. De todas maneras vemos, que ese código de ética es pasado por encima por muchos profesionales. Siempre hay alguien que hace la vista gorda por sacar algún provecho. Pero por lo menos, el que no cumple, puede ser sancionado de alguna manera y a los otros que lo cumplen, les sirve para responder socialmente de la manera apropiada.

I: Antes mencionaste el tema del mal pago por los servicios que prestas. ¿A que se debe eso?

E: Primeramente, se debe a que la sociedad no valoriza el servicio como antes te dije. Segundo, cada uno cobra lo que se le antoja. Hasta es malo para el cliente no poder tener referencia de porque se cobra y cuanto se cobra. La palabra creatividad, que es muy asociada a esta profesión, es tan abstracta para la mayoría de las personas, que cuesta incluirla en un presupuesto. Los clientes, ni nosotros encontramos la manera de ponderar este atributo. Ninguna solución es igual a otra, y para llegar a esa solución se aplica creatividad y conocimientos, y parece que muchas veces no se puede presupuestar, la mayoría cobramos menos de lo que realmente pensamos que vale nuestro trabajo.

I: ¿Por qué es tan difícil determinar un presupuesto?

E: Hay miles de factores que inciden. Depende mucho de la manera en que trabajas, si es desde tu casa, si tenes que sostener una estructura, un estudio. Por otra parte hay mucha gente viviendo de esto que nunca leyó un libro, y ellos fijan los precios más bajos del mercado y vos tenes que evaluar con quien vas a salir a competir. Si con los que están en tu condición o los otros. El cliente siempre busca ahorrarse plata, más en los trabajos de esta profesión. Tal vez, sabiendo que un medico es muy importante el trabajo que presta, no miras lo que cobra e intentas ir al mejor. En nuestra profesión las cosas no se dan de esta manera. Los clientes raramente invierten en diseño, la mayoría gasta, es ahí donde quiere ahorrar. Otra cosa es que nunca sabes con que te vas a topar mas adelante, pro más que intentes ponderar todo, las reglas te cambian siempre, y vos ya habías presupuestado antes, y muchas veces terminas trabajando el doble de lo que vos pensabas.

I: ¿Y como hace para determinar ese presupuesto?

E: Uno va agarrando experiencia. No hay una formula mágica, pero es el mismo problema de todos. Terminas viendo que lo que te conviene es trabajar por hora, de esa manera siempre sos justo con tu trabajo y con tus clientes. No es fácil llegar a calcular cuanto cuesta tu hora de trabajo, pero si se puede.

I: ¿Te paso de trabajar gratuitamente alguna vez?



E: Mas o menos. Si trabaje gratuitamente fue para alguien al que no podía cobrarle por la relación que me une. Pero me ha pasado de hacer un trabajo y recién ver mi remuneración a los 4 o 5 meses. Que tampoco sirve, es casi lo mismo. Y no es porque el proyecto haya durado ese tiempo, generalmente en una semana se termina, pero bueno, de a poco vas encontrando formas de resguardarte de este tipo de cosas.

I: ¿Y que formas encontraste?

E: A veces armas un contrato, dependiendo del monto del proyecto, sobretodo para los que son más caros. Y si no, vas pidiendo un adelanto para no clavarte, y trabajando acorde a lo que el cliente ya pago.

I: ¿Consideras que tu profesión implica trabajar a riesgo de perder tiempo y dinero?

E: Si. Ese riesgo siempre está. Con el tiempo vas aprendiendo a ver que tipo de cliente es ese que hasta que no terminas de ver el pago, estas sufriendo de no haber puesto plata de tu bolsillo, o invertido demasiado tiempo, que en todo caso, el tiempo en esta profesión es plata. Creo que podemos minimizar este riesgo a través de una regulación de la profesión. Así las cosas serian distintas.

I: ¿Encuentra algún otro problema aparte de lo mencionado en tu ejercicio profesional?

E: No, creo que los que hablamos son los más importante o urgentes de resolver. Como todas las profesiones hay cosas que no funcionan o funcionan mal. Nosotros ahora debemos ocuparnos de los problemas que nos están trabando para avanzar como profesión, que son los mismos que inevitablemente le trasladamos a la sociedad también.

Entrevista N° 5:

I: ¿Crees que tu profesión es valorada socialmente?

E: No.

I: ¿Por qué no es?

E: Me parece que la sociedad en general no sabe a lo que se dedica un diseñador gráfico y lo cataloga de que hace dibujitos y que toda la actividad que realiza un diseñador gráfico la puede realizar fácilmente otro profesional, otra especialidad. Por eso generalizan y en vez de llamar a un diseñador gráfico para hacer un cartel o una imagen lo que sea, el dueño de la empresa prueba sus habilidades y si le gusta la imagen chau, la pone sin tener en cuenta alguna de las caracterizaciones que son imprescindibles. No es valorada en general, porque me parece que la gente la considera no una profesión en sí, sino una rama de algo que lo puede resolver alguna persona.

I: Entonces, ¿vos crees que los clientes no consideran importante el trabajo que vos puedas realizar?

E: No, es relativo. Porque el sólo hecho de tener un cliente, esa persona que te llamó para que hagas algo, si puede llegar a considerar importante lo que vos le vas a aportar a su empresa. Pero en general son muy pocos los que consideran importante el Diseño Gráfico.

I: ¿En donde crees vos que ésta desvalorización se ve reflejada más que nada?

E: En la ignorancia que tiene las personas a la hora de intentar resolver un problema que saben que no pueden resolver. Se desvaloriza en general, cuando una persona se considera capaz de llevar a cabo algo para la cuál no está preparada. El sólo hecho de que una persona, ya sea un médico o cualquier otra persona que no tenga ni idea de diseñar, intente resolver un problema de este tipo desvaloriza la profesión. Y otra cosa es el tema de los precios, hasta los mismos diseñadores desvalorizamos la profesión, porque con tal de agarrar un trabajo cobramos lo que sea, aunque sea poquito, por necesitar de ese trabajo. Así mismo, estamos tirando abajo nuestros estudios y conocimientos con tal de trabajar de hacer algo. Me parece que es el mismo diseñador el que desvaloriza.

I: Ya que hablaste de los precios, ¿es difícil fijarle el precio a un trabajo?

E: Depende, porque el precio se lo tenés que fijar vos. Así como el médico no te pregunta cuanto querés que te cobre por la consulta y te fija un precio, es lo mismo, es lo mismo ser diseñador que médico o cualquier otro profesional. Porque vos estudiaste, te preparaste y sos lo que sos porque



aprendiste y tenes un título que te avala. Pero muchas veces el cliente se queja del precio, porque te dicen, por este dibujito no me podes cobrar tanto, esto hasta te lo hace mi hijo y mira vos lo que me estas cobrando, entonces ahí se esta desvalorizando la profesión, y vos a la hora de fijar un precio al no tener un Colegio que te avale, es complicado porque vos no sabes la reacción del cliente. Como nunca nadie tampoco te enseña cuanto cuesta tu trabajo, vos sabes que el valor es enorme, pero el precio no lo tenes muy claro, es difícil a la hora de intentar resolverlo. Si vos no tenes más o menos unos parámetros en cuanto precios, no sabes si cobrar por hora, por trabajo, por boceto armado, no sabes como cobrar. Además uno cobra por hora, otro diseñador cobra por trabajo, otro se basa en otras cosas para cobrar.

I: ¿La dificultad reside en la falta de unificación de criterios para cobrar?

E: Exactamente.

I: ¿Y cual es método que usas para poder presupuestar?

E: Más o menos cobro por trabajo. Pero ahora que conozco lo de la Asociación de Jujuy que estandarizó una serie de precios, me es fácil guiarme por ahí para saber cuanto cobrar. No lo cumpla al pie de la letra a este tarifario que ellos pautaron pero si lo tengo en cuenta a la hora de fijar un precio a un cliente.

I: ¿Te paso alguna vez de trabajar gratuitamente?

E: Muchas.

I: ¿Y porque sucede esto?

E: En la universidad, cuando nos proponen la práctica profesional, vos estas buscando una solución desde tu área a un problema y lo haces gratis. Si lo implementan o no, son cinco aparte. Vos estas trabajando gratis para una institución. Después también realice un montón de trabajos para la empresa de mi papá, que obviamente no se los cobré.

I: ¿Pero con algún cliente externo con el que no tenes un vínculo?

E: Por el momento no.

I: ¿Vos consideras que tu profesión implica el riesgo de perder tiempo y/o dinero?

E: Si, lo que pasa es que muchas veces el cliente no tiene en claro lo que quiere. Quiere algo que sume las ventas, que mejore su servicio, pero no sabe que es lo que quiere. Y el hecho de no tener un estándar de precios para cobrar, te hace correr el riesgo de dedicarle demasiado tiempo por un

precio que vos ya pautaste y que realmente es mucho menor al que debería ser, o te hace perder plata justamente por lo mismo. Le hiciste un desarrollo enorme y cuando le fuiste a cobrar, ya le habías pautado poco o no te quiere pagar tanto. El riesgo siempre existe, no solo en esta profesión, sino en varias. Si no hay algo que te avale a vos para saber cuanto cobrar, como cobrar y porqué cobrar y no poder justificárselo al cliente de porqué estás cobrando tanto, siempre vas a correr el riesgo.

I: Y ¿hay alguna forma de minimizar ese riesgo?

E: Sí. Muchísimas. Primero hacer un estudio de lo que el cliente quiere hacer, presupuestarle y cobrarle de acuerdo a lo que vos consideras que cuesta lo que el cliente quiere. Pero ahí esta el tema, si vos le ofreces una resolución bárbara pero sos cara, se van a ir a otro, que no tiene tu mismo título se lo va a hacer mucho más barato. Esa gente, que quizás estudió en un terciario, o no estudió, esa gente le va a resolver el problema por la mitad de lo que le habías propuesto vos. Para mi la solución sería o la creación de un Colegio Profesional, como lo tiene otras profesiones en Córdoba. Hacer un colegio donde se estandarice, donde se valore, donde se de a conocer la profesión, y mucho tiene que ver con que es una profesión que mucha gente no conoce, es una carrera relativamente nueva. No tiene los años que tiene la Abogacía o la Arquitectura. Y antes los arquitectos, hacían el trabajo que hoy hace el diseñador, y también se desvaloriza buscando a un profesional de otras áreas para que te soluciones un problema que es de diseño. Me parece que la solución sería que alguien haga algo para defender nuestra profesión y sacarla adelante, dándola a conocer con precios con todos sus características, con sus virtudes y también defectos, capacidades para resolver y que el cliente esté enterado a la hora de presupuestarle, por que se está presupuestando. Siempre es caro nuestro trabajo, porque lo podría hacer “cualquiera”. Vos sabes que no lo puede hacer cualquiera, por tantos años de estudio que tenes por la tesis, te das cuenta de lo que vos le vas a ofrecer a una persona, no se lo puede ofrecer cualquiera.

I: ¿Crees que esa gente que no es profesional dirige los precios del mercado?

E: Claro, esa gente que no tiene los estudios que vos tuviste, que no hizo las cosas que vos hiciste, quizás tenga mucha experiencia pero es obvio que ellos fijan los precios, porque siempre son los más baratos. El cliente te va a pelear el precio y a vos sólo te queda decirle, andate con ese otro que te cobra más barato o te bajo un poco el precio. Pero vos sabes que estas desvalorizando tu profesión.

I: ¿Vos crees entonces que todos estos problemas de los que venimos hablando es debido a que no hay una identidad como grupo de los diseñadores?

E: Sí, entre tantas cosas me parece que esto tiene mucho que ver en todo esto. Que no haya nada

que nos avale obviamente hace que cada uno cobre por gusto y placer.

I: ¿Crees que la profesión en estos momentos necesita un Colegio o una Asociación para agruparse?

E: antes yo te hubiera dicho que no me parece. Pero hoy, que yo salgo al mercado ofreciendo un servicio como profesional y veo que no hay nadie que me apoye en nada y no tengo a donde dirigirme. Me doy cuenta que si vos sos un profesional, necesitas tener alguna institución a donde recurrir para que te respalde a vos. No me parece lógico que seamos profesionales y no tengamos una matrícula, porque no hay un Colegio que nos la dé.

I: La sociedad ¿se da cuenta de este problema, que le trae consecuencias?

E: Creo que no se da cuenta. Porque si la sociedad en general se diera cuenta de este problema, se dirigiría solamente a profesionales. Creo que si vos como cliente te das cuenta de que una persona sin un título te está intentando resolver un problema, no lo tendrías que haber llamado.

I: La sociedad, ¿mide el riesgo de contratar los servicios de alguien que no es profesional?

E: Depende. Porque por ahí una persona que no es profesional, te resuelve el problema de una muy buena forma y tal vez un profesional no te lo resuelve bien. La sociedad lo mide en efectividad, no en plata y no en riesgo. No creo que una persona piense que corre un riesgo por estar llamando a un no profesional, pero el sabe que si llama a un profesional, o sea, la resolución va a ser distinta, va a estar avalada por un montón de cosas, supuestamente porque no tenemos quien nos avale ahora, pero hay un conocimiento que el adquirió por haber estudiado, por haber desarrollado trabajo. Tal vez no tenga mucha experiencia como profesional pero el sabe que si esta con un profesional es muy difícil que corra un riesgo. Como te dije antes si la sociedad en general considerara de que un idóneo o un técnico o el sólo hecho de que no sea un profesional le genera un problema no lo llamaría. Y hoy la mayoría de los cliente llaman a cualquiera que todavía no esta recibido para que le resuelva el problema. Si tuvieran un Colegio donde dirigirse sabrían que ahí van a encontrar a un diseñador, que ahí hay alguien que les puede resolver un problema, pero tampoco como no está son muy pocos los que son independientes y que trabajan resolviendo problemas de diseño. Entonces por ahí van a estudios conocidos también, acá en Córdoba son varios conocidos, van a uno, que saben que laburan bien, que trabajan para agencias importantes, para empresas importantes, se sabe que les costara un poquito más caro, pero bueno, es una empresa enorme, tiene una trayectoria en Córdoba de 20 años, obvio que...las cosas, aunque no sean profesionales.

I: Y esto que vos dijiste de que miden por la efectividad y que muchas veces, tal vez un profesional del diseño no se lo puede dar ¿a que se debe? ¿Tiene alguna causa directa relacionada con las universidades en la formación que proveen o no?

E: No, o sea, por ahí tiene que ver con la experiencia. El tema es que buscan a gente con experiencia, y no le dan la oportunidad a un profesional que por ahí que no la tiene. Cuando nos mandan avisos clasificados de la Universidad o de diferentes lados, buscando a gente de nuestra área, dicen como experiencia mínima dos años por ejemplo, y si vos te recibiste hace tres meses, y no tenés la experiencia, y no hay ninguna empresa que te de la posibilidad de formar esa experiencia también. Entonces es relativo, quizás la Universidad tenga que ver, quizás en algunas universidades, le dan mucha mas importancia a algunas áreas del diseño, y no a otras que son mas importantes, quizás, hacen hincapié en materias empresariales o en materias que no tienen absolutamente nada que ver con el diseño, que te forman a vos intelectualmente que te hacen conocer diferentes cosas, pero vos como profesional ese tipo de conocimiento que adquiriste en una materia que no esta relacionada con el diseño lo podes adquirir leyendo un libro, leyendo una revista informándote, visitando bibliotecas, podes informarte.

A mí me parece que si en cierto sentido tiene que ver lo de la Universidad por que en lo que estudie yo al menos, le dan importancia, a muchas cosas, pero a todo le dan la misma importancia, es decir, yo tuve materias de Diseño Gráfico, por supuesto, que le daban importancia, y a la vez tenía materia de otras carreras que le daban la misma importancia que a las materias de mi carrera, entonces a mí me parece que el error estaría en hacer mucho mas hincapié en la materia que a vos te va a servir para defenderte en el mercado y no, en otras materias que no son tan imprescindibles para la carrera.

I: Por ejemplo el tema de los presupuestos, ¿la universidad te enseñó a presupuestar?

E: Claro eso es otra cosa, en la Universidad nunca nos dijeron o nos fijaron un precio, lo cuál esta bien porque sino vos te moves con un precio que te fijaron en la Universidad, por que lo aprendiste así y listo, pero nunca nos dieron la pauta de cómo llegar a obtener un precio, nunca nos dijeron que la hora se cobra teniendo en cuenta tales cosas, o que un trabajo se cobra sabiendo o salvando estas características nunca nos enseñaron eso, entonces hoy cuando tengo que trabajar también me cuesta presupuestar justamente por eso, por que yo se resolverte el problema, pero no se cuanto cobrarle, porque a mí nunca nadie me lo enseñó. Haciendo cursos fui aprendiendo que se puede cobrar así, teniendo estas cosas en cuenta puedo llegar a obtener un precio, pero no me pareció lógico tener que hacer un curso aparte, para llegar a saber algo tan imprescindible como es cuanto cobrar tu trabajo; el valor que tiene en cuanto a precio, es imprescindible, es imprescindible conocerlo, es imprescindible saberlo, porque el día de mañana cuando sos pro-

fesional, sos el que tenes que enfrentar al cliente diciéndole porque le estas cobrando tanto, y si nadie nunca te lo enseña, es muy difícil pautarlo.

I: ¿Ves algún otro problema más allá de la desvalorización y de la dificultad para fijar un precio a tu trabajo? Y ¿esta necesidad como grupo en la profesión?

E: Si, la poca difusión que tiene la carrera. Porque yo te digo, yo estude Diseño Gráfico, porque en la secundaria tuve Diseño Gráfico y me encanto y leía libros y leía revistas, relativos a esta carrera y me informe y me encantó. Pero, o sea, a mi me parece que realmente no esta muy difundida la carrera como “estudiar Diseño Gráfico” más allá de la publicidad que pueda hacer una universidad o un terciario, no esta difundida a una persona cualquiera en la calle la paras y le preguntas: ¿vos sabes lo que hace un diseñador gráfico? Y no sabe. Entonces me parece que seria bueno, empezar a difundir nosotros como profesionales, el gobierno o quien sea, empezar a difundir la carrera como una opción para estudiar algo distinto sabiendo que es una carrera que hoy es poco conocida pero mañana va a ser el “bum” como es en los países del primer mundo. Al vivir en un país pre desarrollado, medio desarrollado, tenemos el riesgo que de la gente que vive acá, también no tiene la cabeza tan abierta.

Entonces nosotros como profesionales y las otras instituciones que te decía, deberíamos dar a conocer más nuestro trabajo, saber que vos mañana en la universidad, podes estudiar lo mismo que estudio yo, ofrecer esto porque en el mercado podes hacer este tipo de cosas y me parece bastante importante este problema, el tema de la poca difusión de la carrera porque también o sea, la publicidad es de siempre, el Diseño Gráfico también, pero si vos hoy preguntas que se conoce mas, todo el mundo va a decir que conoce mucho mas la publicidad, cuando van de la mano y hasta un diseñador puede llegar a hacer publicidad, pero no siempre un publicista puede llegar a hacer diseño. Entonces me parece una traba también a la hora de vos presentarte y querer darte a conocer, el hecho de que seas diseñador y que la gente te mire con cara de signo de pregunta, diciendo...¿Y vos que haces, a que te dedicas, si no haces dibujitos que me vas a ofrecer?

I: ¿Y crees que eso que dijiste de estar en un país subdesarrollado no tiene nada que ver también con que la mayoría de la gente tampoco, tiene el dinero disponible como para invertir en una solución propuesta por vos?

E: En nuestro país si bien es subdesarrollado, hay empresas muy importantes, muy importantes, y quizás una persona media no tiene el dinero para darle a esa organización la imagen o la difusión que quisiera, un montón de cosas que esa persona como dueña sabe que son importantes pero, el capital que posee no le da la posibilidad de crecer. Eso esta clarísimo. Pero un diseñador puede ofrecer un muy buen servicio no siendo absolutamente caro que te va a arrancar la cabeza ni

nada.

Yo considero que el diseño es algo esencial en una organización es muy importante que todas deberían tenerlo, una buena imagen, una buena carta de presentación son pequeñas características que hacen a la empresa un poco más importante de lo que es. Acá en Córdoba tenemos a ARCOR, en Argentina esta ARCOR que es enorme y ARCOR, mejora su imagen, publicita y va haciendo cosas constantemente para que se la de a conocer. Esta bien ARCOR es una multinacional, es enorme, exporta a todos los países del mundo, quizás no es este el ejemplo más claro, pero hay tantas empresas en la Argentina que poseen tanto capital y que no hacen nada porque consideran que el diseño no es invertir, sino gastar. Entonces la falta de conocimiento de lo que nosotros hacemos también genera eso, que una persona no quiera gastar dinero, no quiera poner un peso, en el servicio que nosotros le estamos dando, porque no es inversión. Entonces ese también es otro problema de la pregunta anterior.

I: ¿Crees que todos los diseñadores actúan bien en su profesión? O sea, ¿se mueven por valores y normas morales?

E: No, pero eso no es solo en el diseño, eso es en todas las áreas. O sea, me parece que es un mal insertado en la sociedad que todo el mundo lo hace, todo el mundo sabe que no está bien hacerlo, que saben que no es correcto sacarle el cliente a esta persona o que no es ético intentar persuadir a una persona para que se venga con vos. Todo el mundo sabe que eso no es correcto pero todo el mundo lo hace. Entonces no me parece un defecto de nuestra profesión, sino un defecto ya instalado en la sociedad que es así y que nadie hace nada para cambiarlo. O sea, con tal de tener un cliente nuevo, hablando de empresas “más o menos” (no de multinacionales) pero con tal de tener un cliente nuevo o de ser un poquito más grande o de darte a conocer por ahí no les importa si tienen que pisar cabezas o no. Esto me parece algo ya más que del área profesional, del área social.

I: Si me hablas que hay muchas profesiones que también lo hacen, y que tienen un código de ética, que no es el caso del diseñador gráfico, ¿termina no sirviendo de nada, porque lo pasan por arriba?

E: No. O sea, tener algo que te avale en un código de ética que vos puedas seguir, leer e intentar respetar, es significativo en una profesión, es muy significativo, si vos como profesional de cualquier área no te interesa cumplirlo, porque te parece que es insulso, o porque te parece que “ah bueno, no me interesa... esto no tiene nada de verdad, esto no me parece lógico”, y vas a pisar cabezas, a vos particularmente no te sirve, pero al resto sí. O sea, muchos, muchos pisan cabezas, muchos en todas las áreas profesionales, no profesionales, idóneos, no idóneos, empleados en

situación de dependencia, independientes, lo que sea, muchísima gente lo hace. Eso no quiere decir que sea absolutamente toda la sociedad, pero, o sea, son realmente, a mi punto de vista realmente pocos los que defienden su carrera y siguen el código de ética al pie de la letra, por eso es que un montón de veces nos enteramos que se hacen denuncias en los Colegios, que éste cobra menos, que éste me robo el cliente, de que éste no es ético, éste no cumplió el artículo 5 de nuestro código de ética. Eso no debería pasar, si bien tenes un Colegio que te avale, me parece que no te puedes tomar del codo cuando te dé la mano el Colegio. O sea, el Colegio es para vos el que va a defender, pero bueno vos tenes que respetar ciertas cosas, ciertas pautas para poder ser un poco mejor y que si vos haces algo mal en tu profesión estas perjudicando a muchísimas personas que están haciendo lo mismo que vos. O sea, si vos haces algo mal como abogado, estas perjudicando a millones de abogados y estas haciendo quedar mal a la profesión, entonces mas allá de que no sean todos los que no respetan el código de ética, o sea, me parece, o sea de hecho por eso existen las sanciones y un montón de cosas que te dicen “lo que hiciste esta mal, toma te sanciono, o te multo”, lo que sea, no quiere decir que sea al vicio que este el código de ética, pero si me parece que podría respetarse un poco mas.

I: Cambiando un poco de tema, el status que una profesión debería dar, tu profesión ¿te otorga un status elevado en el medio en que te desempeñas o no?

E: El solo hecho de que tu título diga “Licenciada en Diseño Grafico” ya te da un status. O sea, ya te hace un poco diferente al resto, te hace un poquito mas capaz en el área en que vos te desarrollas. Esa palabrita simple :”licenciada” es como que ya marca algo distinto, o sea, no sos un simple estudiante, no sos un técnico, vos sos “licenciada”, vos estudiaste, vos cumpliste pautas que la universidad te puso, vos fuiste a clases, vos rendiste, vos presentaste un trabajo final, vos sos distinta. El status sobre todo te lo da el solo hecho de ser licenciada, ya lo que viene después, lo que sea diseñador gráfico, abogado, publicista, relacionista publico, marketinero, contador, el resto va a marcarte que sos diferente en tu rubro, en el área en la que te muevas. Pero sobre todo me parece que el status que da en la sociedad es el solo hecho de ser licenciado.

I: ¿Sentís que tenes un status por ser Licenciada en Diseño Gráfico?

E: Por supuesto. O sea cuando yo me codeo con personas que están estudiando, que hacen lo mismo que yo, te das cuenta que esa persona estudió, que dejó la carrera porque no podía seguir-la o porque no le gustaba, pero el se dedica a eso o que es técnico, o lo que sea, vos te das cuenta de que vos tenes un status bastante importante, o sea, realmente el esfuerzo de años está reflejado en el status que vos te das. La sociedad no siempre te lo da, o sea vos sabes que sos importante por ser licenciada.

I: La sociedad ¿diferencia? ¿Hace diferencia de status entre un técnico, alguien que no es profesional y un licenciado?, ¿o no?

E: Yo creo que sí, por eso te decía que la palabra licenciada ya sola te da un status, te posiciona diferente en la sociedad. Cuando vos ves tres carpetas, una de un licenciado, una de un técnico y otra de un idóneo vos vas a elegir a quien llamar para que resuelva tu trabajo pero vos sabes que el licenciado esta mas capacitado que los otros dos o quizás el único capacitado. Entonces sí yo creo que tenes un status sobre todo porque te lo das vos y porque vos sabes lo que sos y vos sabes todo lo que hiciste y llegaste a donde quisiste llegar. De vos depende que la sociedad te conozca así. Pero además el sólo hecho de ser licenciado también te posibilita para hacer master, para hacer un MBA , para hacer posgrado, para seguir creciendo para seguir obteniendo conocimientos que quizás un idóneo no lo puede hacer porque el punto de partida es ser “licenciado”. Entonces también depende de vos querer seguir creciendo, querer seguir aprendiendo, viajar, ir a conocer España donde el Diseño Gráfico es excelente esta súper desarrollada. O sea, si tenes la posibilidad económica lo tenes que hacer, y si no tenes la posibilidad económica tenes que rebuscartela dándote a conocer con el status y el rol que tenes dentro de la sociedad para poder acceder a todas esas posibilidades que te da la vida pero vos no las tenes económicamente. Entonces es un punto de partida para seguir creciendo, seguir conociendo y no solamente aprender de un libro sino aprender de experiencias de viajes etc.

I: ¿Crees que hoy el Diseño Gráfico es muy individualista?, ¿que no hay una identidad como grupo? ¿Que están todos muy dispersos o esta tendiendo a agruparse para llegar a algo mas en la profesión? ¿O todavía estamos muy individualistas por el beneficio propio?

E: Sí, yo no se si es individualista la palabra, que estamos separados que cada uno hace su camino eso esta clarísimo. Quizás puede llegar a ser individualista, no se si es esa la palabra justa de decirlo, de definirlo. Pero tampoco me parece como diseñadora que haya una conciencia instaurada entre todos los licenciados en diseño como para armar algo. Al menos acá en Córdoba. En Jujuy ya hay alguien que se esta moviendo, que intento hacer una Asociación. En diferentes provincias ya hay alguien que mueve a la sociedad para llegar a un fin para que el diseño sea reconocido, tenga su Colegio, tenga una Asociación tenga algo. Pero particularmente acá en Córdoba no me parece que sea algo que los diseñadores se estén moviendo para alcanzarlo. Yo no lo hago si lo hace otro, me prendo, pero yo no lo hago y me parece que eso pensamos la mayoría, por más que tengamos las posibilidades de hacerlo es mucho mas fácil que lo haga el otro.

I: Vos ¿tendrías la propia iniciativa para armar un proyecto junto a otras personas?

E: No, a mi me gustaría porque se conociendo un poco el tema, se que es necesario. Entonces si podría llegar a movilizarme un poco para llegar a concretar este plan de tener a alguien que nos avale. Me gustaría, estaría bueno, seria muy productivo y no me ayudaría a mi sola, sino ayudaría a todos mis colegas, estaría bueno. Pero también hay que tener un montón de cosas en cuenta, o sea, por más que yo tenga las ganas, tenga a la gente que me ayude, tenga muchísimas posibilidades de concretarlo hay que ver cuantas posibilidades te da el gobierno porque lamentablemente hay que tener en cuenta eso, cuantas posibilidades te da el gobierno para que vos llegues, para que vos puedas concretar esto que es súper indispensable para tu profesión.

I: ¿Crees que Córdoba comparada con otras provincias esta más estancada en este aspecto?

E: Si me parece que mientras más grande la provincia menos bola se le da a este tipo de cosas. O sea es como que yo digo que hay muchísima otras cosas mucho más importante antes que estos. Seguramente alguien alguna vez llevo el proyecto al gobierno y lo dejaron archivado porque había muchísimas otras cosas más importantes antes que hacer una Asociación o un Colegio. Me parece que, o sea realmente es imprescindible que vos como profesional tengas algo atrás que te este cuidando. Pero al haber otras cosas más importantes en Córdoba particularmente con tantos problemas que tiene la provincia, a esto no se la da tanta importancia., entonces la cuestión sería encararlo de una forma para intentar demostrar lo importante que es esto, lo importante que es concretarlo, y que muchísimos profesionales que andamos dando vueltas por ahí tengamos a donde recurrir y demostrar de que esto, solucionaría un montón de inconvenientes y ayudaría a todos los profesionales y evitaría que nos roben el trabajo que se abusen de nosotros que nos falte el respeto todo este tipo de gente que nunca estudio, que nunca hizo nada y hoy se esta dedicando a lo mismo que vos.

I: Claro lo que yo me refería a Córdoba, al ser una provincia grande comparada con Jujuy o por ejemplo Misiones que han logrado más cosas.....

E: Si está quedada totalmente.

I: Teniendo buenas universidades muchos lugares para instruirse en el diseño que tal vez en otras provincias ni siquiera hay, con respecto a eso...

E: Si totalmente, Córdoba tiene muchísimas posibilidades pero no las hace, hay mucho por hacer pero nadie hace.

I: ¿Algo más que quieras agregar de algún tema?

E: No, ¿alguna otra pregunta que tengas para hacerme?

I: No, no.

Entrevista N° 6:

I: Tu profesión, ¿es valorada por la sociedad?

E: Me parece que es valorada por las empresas que necesitan del Diseño Gráfico para que consuman sus marcas, productos o servicios. Pero lo que es la sociedad, o sea los consumidores de estas empresas no se dan cuenta de la influencia del Diseño Gráfico en sus vidas y por ende de la importancia. Es que a veces pienso que no saben quien es la persona que esta detrás acercándole un nuevo envase, brindándole la señalética que necesitan para moverse en un espacio, etc.

I: Tus cliente particularmente ¿consideran tu trabajo importante?

E: Cuando trabajo para empresas medianamente grandes sí. Cuando se trata de clientes más pequeños, muchas veces no. Sobretudo cuando te tocan esos clientes que vienen con todo en la cabeza definido y no hay forma de convencerlos de hacer otra cosa distinta, ahí pasas a ser solo un operador de un programa que el ensambla todos los componentes al cliente y tu intervención parece casi nula. Así es obvio que el cliente va a pensar que vos sos sólo eso porque no aportaste nada nuevo, nada mejor.

I: ¿Dónde queda reflejada la desvalorización de tu profesión?

E: En el precio que le fijamos al trabajo muchas veces, porque hay que negociar mucho en algunos casos. Si trabajas en relación de dependencia el sueldo también es muy bajo en su gran mayoría. Pero por sobretudo, cuando te vienen a pedir que digitalices un trabajo que lo hizo el hijo, el primo, algún amigo, eso es lo peor que te puede pasar. En otras palabras te están diciendo que a tu trabajo lo hace cualquiera.

I: Y ¿dónde se refleja la valorización de la profesión?

E: Y queda reflejada cuando los clientes constantemente te llaman para hacer un trabajo, y no se ponen a intentarlos solos. Cuando te pagan acorde a tu trabajo, cuando saben que la intervención de un diseñador gráfico es fundamental para su negocio, y lo consideran como una inversión no como un gasto.

I: ¿Por qué crees que tu profesión es valorada y desvalorizada al mismo tiempo?

E: Mirá, hay algunas profesiones que son siempre valoradas, como el caso de la profesiones de la salud por todos. Pero hay otras profesiones que son valorados en algunos ámbitos y no en otros. Nosotros cuando hablamos de un nivel empresarial, somos muy necesitados, somos importantes para ellos. Pero para otras personas no existimos, tal vez porque no está en sus posibilidades in-

vertir en un servicio como este, ya sea porque no les da el bolsillo o porque no tienen una visión amplia de su negocio, hay miles de razones. Una razón importante es que las imprentas también ofrecen en muchos casos, el servicio de Diseño Gráfico gratuito a sus clientes y aquellos que no tienen posibilidad de invertir en un profesional, se las arreglan con eso.

I: Vos mencionaste que hay que negociar el precio. ¿Es difícil terminar de fijar el precio a tu trabajo?

E: Sí, es difícil. Es difícil porque en la Argentina primero estamos acostumbrados al regateo. Muchas veces le fijamos el precio y le agregamos un poco porque el cliente nos va a pedir bajarle, y así es la forma de cobrar lo que vos calculaste lógicamente sin salir perdiendo o bajando vos tus honorarios. Por otra parte hay tal disparidad de precios y cada trabajo es tan particular que a la hora de ponderar todos los factores que entran en juego ningún trabajo es igual a otro. Esto de la disparidad de precios es que trabaja mucha gente en Diseño Gráfico, que no estudió, que estudió otra cosa, que quedo a medias en una carrera, que se yo, me da la sensación que somos menos los licenciados en Diseño Gráfico. Y cada uno fija un precio acorde a sus conocimientos, experiencia, inversión en materia educativa, y ahí es donde se le arma el problema a todos. Por un lado la sociedad no puede tener un cierto parámetro de lo que se cobra por algo y si no son concientes de la importancia de trabajar con un buen profesional instruido, se van a ir al más barato. Por otra parte a nosotros los profesionales nos crean una competencia enorme y tenemos que empezar a bajar los precios para poder subsistir en el mercado sabiendo que nosotros mismos estamos contribuyendo a desvalorizarnos.

I: ¿Ha trabajado alguna vez gratuitamente?

E: Sí. Sin contar los que yo concientemente decidí hacerlo porque son familiares o amigos. Pero me paso un par de veces que para no perder plata y poner de mi bolsillo logré solamente que el cliente me pague los gastos que tuve por el trabajo, y en definitiva lo que se termino perdiendo eran mis honorarios, entonces si, trabajé gratis.

I: ¿Considera que su profesión implica riesgo de perder tiempo y/o dinero?

E: Sí, como te decía antes, ya me paso de perder tiempo y dinero. La posibilidad siempre está. Pero bueno, son gajes de la profesión. Ojala fueran las cosas de otra manera.

I: ¿De que manera le gustaría que fuera?

E: Por ejemplo, que sea una profesión más regulada. Creo que ahí se eliminarían muchos de los problemas en cuanto a presupuesto, riesgos, lo de la valorización.



I: Hablando de regulación, ¿Cree que es el momento de que exista un Colegio Profesional?

E: Si, me parece que sería bueno, llegar a un Colegio, y sería la solución para muchos problemas del Diseño Gráfico como profesión. Pero antes debería haber alguna Asociación que sirva como precursora de ese colegio. Hay que fortalecer a la profesión, hay que agruparse y unificar los intereses.

I: ¿Cree que los diseñadores tienen identidad como grupo?

No. Al menos acá en Córdoba no la hay. Es raro que siendo una provincia tan grande donde hay buenas Universidades y cada vez más se organizan congresos y conferencias, estemos los diseñadores tan dispersos. Creo que es porque no hay una Asociación por lo menos, donde nos permita conocernos y ponernos en contacto con otros colegas y debatir cuestiones que seguramente a todos nos interesan. Pasan los años y seguimos en nada, los que ya llevamos varios años en esto, vemos que las cosas empiezan a avanzar un poco más, pero es lento el proceso.

Entrevista N° 7:

I: La profesión del Diseño Gráfico ¿es valorada socialmente?

E: En general no, es bastante ilógico tener un título de Licenciado y tener que explicar que no haces dibujitos como dicen la mayoría de las personas. Después de toda la capacitación que tuve que hacer, ir a congresos, aprender nuevos softwares, asistir a charlas, ganar experiencia en la práctica, elaborar una tesis y a veces parece que sólo hago dibujos. Me agarra risa de la situación pero es bastante irritante tener que explicar que no hago dibujitos. Por eso creo que no, si la sociedad supiera lo que en realidad hacemos, que somos solucionadores de problemas por decirlo de alguna forma, no pensarían que dibujamos y acudirían a nosotros como se acude a otros profesionales, para que se les preste un servicio que va a solucionar su problema.

I: Entonces, para vos la profesión no te da un estatus social...

E: Por supuesto que no, soy un Licenciado, como lo es un Licenciado en Economía, por decirte algo, pero parece que mi título no refleja el esfuerzo, ni el conocimiento acumulado. En realidad hoy en día creo que las carreras que son tradicionales son las que gozan de un estatus en la sociedad. Los diseñadores no somos los únicos que no tenemos un estatus social elevado por ser profesional, somos todas esas carreras que deben tener veinte, treinta años de que se están dictando en Universidades, las que no estamos colegiadas o reguladas de alguna manera. Igualmente, hoy las cosas están muy cambiadas, hay médicos que por serlo son distinguidos y respetados por la sociedad, gozan de un estatus social elevado, pero que no por eso ganan lo que deberían ganar, no hay una remuneración acorde a su estatus social. Yo esto lo veo en muchos amigos y conocidos, que parece que son distinguidos pero por dentro están pasando mucha necesidad y su profesión no les está permitiendo vivir de ella.

I: ¿Dónde cree que queda reflejada la desvalorización profesional?

E: Como había mencionado antes en esto de tener que explicar en que consiste tu profesión. También desvaloriza el hecho de que se dicten cursos con el nombre de Diseño Gráfico y esas cosas, ponen a la misma altura un título universitario con un certificado de un curso de programas. Por experiencia propia, fui una vez a averiguar a una fundación para aprender unos programas nuevos, sin mencionar que era un diseñador gráfico, y esta fundación enseñaba los programas para poder brindarles una herramienta de trabajo a las personas y que pudieran de esta manera desempeñarse en un ambiente laboral. Todo esto que te digo bajo el título de Diseño Gráfico. Hay muchas instituciones que difunden a la profesión como esto, “manejos de programas de computación”. Se confunde a la sociedad de esta manera, hasta a veces engañan a las personas, y

se abusan de su buena intención de aprender. Yo me di cuenta muy rápido de lo que estaba pasando, sin mencionar que lo que cobraban por el curso era muchísimo, era una estafa, y me molestó mucho que esto estuviera pasando, no sólo por nosotros que estudiamos, sino por la misma sociedad.

I: Para vos, los diseñadores ¿poseen una identidad como grupo?

E: ¿Me preguntas acá en Córdoba?

I: Sí.

E: Me parece realmente que no. Si tengo que pensar en el concepto de grupo como lo hacen otras profesiones, me parece que no. Estamos muy dispersos, de a poco te vas conociendo tanto con los que son diseñadores gráficos con un título, como con otros que solo ejercen el Diseño Gráfico.

I: ¿Por qué crees que no hay una identidad como grupo?

E: Porque hay poca regulación de la profesión. No hay asociaciones que nos permitan conocernos y juntarnos para hacer avanzar la profesión en Córdoba.

I: En estos momentos, ¿Hay alguna Asociación Profesional funcionando en Córdoba?

E: En Córdoba capital, creería que no. En el interior de la provincia la verdad es que desconozco si existe alguna. Me tendría que poner a averiguar.

I: Cree que una Asociación o un Colegio Profesional, ¿contribuye a solidificar una identidad como grupo en las profesiones?

E: Sí, creo que esas instituciones son las que finalmente externalizan hacia la sociedad esta identidad como grupo que los profesionales deben tener. Hace que se refuerce esta imagen hacia fuera. También hacen que se genere confianza en los profesionales, como también le garantizan un montón de cosas al profesional. Generan un ámbito de participación activa en la profesión para los que les interesa por supuesto.

I: ¿Cuáles cree que son los mayores problemas de la profesión por el momento?

E: Hay varios. Bueno, mucho de lo que venimos charlando ¿no?. Esto de la regulación, la valoración, el estatus, es difícil separar estos problemas como cosas independientes, porque me parece que todos van de la mano en alguna manera. Me parece que la falta de regulación, provoca o hace más notorio, no se, esto del estatus y de la valoración. Por mencionarte otros, el tema de los honorarios, es un problema cotidiano, algo que no pasa de vez en cuando, entonces, no es un

problema menor ¿no?

I: ¿Por qué los honorarios son un problema?

E: Por que es difícil calcular bien un presupuesto. Y después viene la segunda parte, que es que te acepten el presupuesto que calculaste, digo, por parte del cliente. Hasta ahora no hay dos que nos guíemos de la misma manera para llegar a ese presupuesto. Los hay quienes le ponen un precio a la hora de trabajo, otros a través de sus costos, otros por la cara del cliente, hay muchas formas, ninguna termina siendo la de la verdad absoluta porque depende de el tamaño de tu empresa, del tipo de pieza que se diseña, de las condiciones, en fin, un montón de variantes que condicionan el precio final. Y yo particularmente, escojo la manera que más me sirve dependiendo del proyecto.

I: ¿Los clientes entienden lo que se cobra?

E: En mi caso si, porque hay que saber justificar el precio. Que el cliente sepa que se incluye y que no. Habrá otras personas que tienen menos herramientas para justificar el precio de su trabajo, lo cuál no me parece, hay que ponerse en la posición del cliente y entender lo que esa persona quiere y espera de tu trabajo.

I: Las personas que no son profesionales y que ejercen el Diseño Gráfico ¿influyen de alguna manera a la hora de fijar el precio de tu trabajo?

E: A veces si, siempre hay algún cliente que anduvo pidiendo varios presupuestos y se encuentra con precios muy distintos, por eso es importante saber justificar el precio, para poder hacer ver la diferencia entre el que le cobra menos y vos. Estas personas tienden a cobrar menos que vos, y eso desvaloriza la profesión, pero bueno, por el momento hay que aprender a convivir así en un mismo mercado y uno tener las herramientas necesarias para lidiar con esta situación que existe.

I: ¿Observa algún otro problema en la profesión?

E: Como todas las profesiones tenemos muchos problemas. Más siendo una carrera relativamente nueva. Pero también hay que mencionar a las instituciones educativas, hay demasiada oferta de estudio, todas con diferente alcance, que largan a la sociedad personas con muy distinta preparación. Habría que replantearse un poco este tema. Cada vez acotan más los planes de estudio, y no se si eso es favorable para el alumno. Me parece que no, también en otros casos hay que hacer más hincapié en algunas materias que terminan siendo fundamentales, el mundo es muy competitivo hoy, y la sociedad cada vez exige más de los profesionales, entonces hay que salir bien preparados, lo mejor que se pueda y por supuesto seguir estudiando a lo largo de toda la vida, pero la etapa de universidad es irremplazable y habría que revisar un poco todo eso. Por ejemplo,



cuando yo estudié no nos enseñaron a presupuestar, no se si ahora incluyen este tema como materia, pero yo no la tuve, y no se puede enseñar a hacer un trabajo bien y olvidarse de enseñar como cobrarlo, esa es la otra cara de la moneda. Entonces habría que hacer una lista de los problemas de la profesión y ver cuales se resuelven con educación y enseñanza y que esta sea provista por las instituciones educativas. Esta bueno que haya por un lado mucha oferta educativa, que sea pública y privada, pero siempre brindando los conocimientos necesarios a los alumnos.

Entrevista N° 8:

I: ¿Cree que su profesión es valorada por la sociedad?

E: Maso. Te diría que más o menos, es que es una profesión tan nueva, que estamos pagando el derecho de piso. Hace pocos años que se conoce al diseñador gráfico, antes no existíamos, entonces será cuestión de tiempo. La realidad es esa, hoy estamos empezando recién a hacernos conocer como profesión.

I: ¿Como se siente usted con respecto a eso?

E: Yo no le doy bolilla. Sabía que no iba a ser reconocido como un médico, por ejemplo. La verdad es que no le doy mucha importancia, era medio sabido que las cosas iban a ser así, entonces, es como que ya desde siempre asumí que no me iban a considerar como a otros profesionales. Hacemos un trabajo que parecería que puede ser hecho por cualquiera, en cierta forma es así, solo que un diseñador, puede llegar a una solución eficaz, correcta y tiene más herramientas debido a la formación académica para llegar al resultado. Pero es así, no cualquiera opera a alguien, pero como no se pone en riesgo la vida de nadie, parece que ponerse a hacer un trabajo que lo hace otro profesional no hace mal a nadie.

I: Usted, ¿considera que no se hace mal a nadie?

E: Yo no, los que hacen diseños sin saber, perjudican a la sociedad, a los profesionales, a los consumidores de ese diseño. Está bien, nadie se va a morir en el medio, pero hay consecuencias en las imágenes de las empresas, y en muchas cosas más. El Diseño Gráfico está ligado a la comunicación, imagínate vos los problemas que pueden existir cuando una comunicación es ineficaz, se puede producir confusión, desorientación, miles de efectos. Y a las empresas que se valen del diseño para salir al mercado, eso es traducido en números, en fidelización de clientes, en otros indicadores, y para ellos perder plata, perder consumidores, es un error enorme. Todas las profesiones me parece que implican un riesgo para la sociedad si no son efectuadas de manera correcta. En algunas es peor, en otras no es tan notorio, pero en fin, todos estamos expuestos a que si se presta un servicio de manera incorrecta, se le hace un daño a la sociedad.

I: la sociedad, en el caso del Diseño Gráfico, ¿es consciente de estos riesgos que puede correr?

E: Creo que la mayoría no es consiente, salvo las empresas grandes, que tienen estrategias, y se preocupan por medirlas, y están constantemente evaluando resultados. Los otros no, mis clientes por lo general tampoco, la mayoría no tienen una estrategia, viene y ellos creen que necesitan solo un folleto, o alguna pieza, y capaz que necesitan más que eso, o necesitan otra pieza que les

sería más eficaz, y van haciendo así, yo se que hacen la mayoría un esfuerzo tremendo para poder imprimirse unos folletos, o unas tarjetas y ellos se ponen re felices cuando las ven, pero no tienen una estrategia por detrás. Para hacer consultoría de problemas, muy pocas veces me llamaron, esos son los que realmente no quieren meter la pata en algo, y prefieren llamarte a vos y que le pongas todo tu conocimiento para mejorar su organización.

I: Los diseñadores, ¿tienen una identidad como grupo?

E: No, somos muy individualistas. Es que no hay nada tampoco donde nos reunamos. Cada uno se conoce con sus colegas de la universidad y con algún otro con el que habrá tenido la posibilidad de trabajar. Cada vez somos más gracias a que ahora hay varias instituciones donde se puede estudiar, pero seguimos siendo pocos.

I: ¿Cree necesaria tener una identidad como grupo para poder consolidarse como profesión?

E: Si, es fundamental para una profesión que exista un grupo unificado con pautas y reglas claras, y con ideales también. Por ahora no se cuanto se va a tardar en llegar a eso, es difícil, pero algo necesario, hay que trabajar en eso. Estaría muy bueno si se puede concretar, y de esta forma, los nuevos profesionales que van emergiendo de las universidades ya los esperan afuera un grupo para acogerlos dentro, así como en la mayoría de las profesiones.

I: ¿Cuál es su opinión sobre las Asociaciones profesionales?

E: Me parece que son importantes, que ayudan a esto que recién dije. Pero hay que pensar en más grande, en lo ideal para una profesión, en un “Colegio”, hay estaría bárbaro eso, yo sinceramente lo veo muy lejos todavía, falta bastante, pero tengo fe que algún día esta ciudad de Córdoba va a necesitar colegiar a los diseñadores gráficos.

I: ¿Cuáles cree que son los mayores problemas de tu profesión?

E: Dejame pensar un poquito, creo que el problema de que haya mucho precios dando vuelta en el mercado es un problema. Así no nos van a tomar en serio nadie, así la sociedad tampoco confía en nuestro desempeño profesional, si unos cobran por una pieza \$30 y otro \$300, y el trabajo es el mismo para hacer, eso es un lío. Creo que la mayoría de mis colegas, y yo me incluyo acá, estamos bastante cansados de que nos vengan los clientes a decirte que tal le cobra \$300 menos de lo que vos le cobras, y te pone en el aprieto de rebajar tu trabajo para poder quedarte con el cliente, te obligan entre comillas a vos a desvalorizar tu trabajo.

I: ¿Y por que sucede esto?

E: Por que hay mucha jerarquización de profesionales. Están los licenciados, después los técnicos, están los profesionales de otras carreras y están también aquellos que no estudiaron nada. Y cada uno fija su precio según sus conocimientos, pero a la larga nos estamos perjudicando todos. Seguramente, no soy el primero que te dice este problema.

I: ¿Resulta difícil determinar un presupuesto?

E: Si, uno le va agarrando la mano, con la experiencia, y siempre viene a pedirte un cliente algo que seguramente no hiciste, así que es otra vez a ponerte a pensar como sacar ese presupuesto. Hay miles de formas de sacar, pero yo considero siempre el más justo si uno le fija un precio a la hora de trabajo, porque así se cobra realmente el tiempo que uno le lleva. El tema es la confianza, el cliente tiene que confiar que si vos le dijiste que te llevo diez horas, que te llevo diez horas en serio, porque el trabajo de nosotros es por detrás, y solo te ves con el cliente un rato para definir, son como reuniones cortas. No es como por ejemplo el psicólogo, que vos le pagas por hora, y estas esa hora con él, y ves que realmente te cobra una hora que vos la ves, la vivís con él. No se si me explico.

I: Si, te entiendo perfectamente.

E: El tema del cobro por hora es que es difícil pasarle una cantidad de horas definitivas al cliente. Por lo general pasas una cantidad de horas, y muchas veces te das cuenta de que hay algún problema que no lo viste de entrada y te lleva muchas más horas solucionarlo. Y después te da apuro decirle al cliente que le tenes que cobrar como quince horas mas de las que creías, le venís con sorpresas y por lo general te miran mal.

I: Este problema de la falta de unificación de precios ¿es una consecuencia de la falta de identidad como grupo?

E: No se si llamarlo consecuencia, pero el estar agrupados, tal vez lograría resolverlo. Fijar criterios concensuados es una muy buena idea.

I: ¿Cree que su profesión implica trabajar a riesgo de perder tiempo o dinero?

E: Si. Hay muchas formas de perder tiempo acá. El tiempo es sagrado en esta profesión, todo el mundo viene a pedirte algo que en dos días tenes que resolverlo. Es como nos enseñaron los profesores siempre, hay que trabajar contra reloj, el cliente siempre lo quiere para ayer. Yo cuando escuchaba eso, y nos obligaban a presentar y aprender a trabajar de esta manera cuando hacíamos los trabajos prácticos, siempre pensé que era mentira, que no podía ser así. Pero no, era sumamente verdad. Hay días que no sabes como hacer para llegar, y los clientes son muy



dejados algunos. Pero por eso, como el tiempo es sagrado, pasarte muchas horas trabajando para alguien que después te deja a mitad de camino, te quieres morir. Y perder tiempo, significa perder plata también. Vas encontrando de a poco la manera de no clavarte con los clientes, siempre va a terminar apareciendo alguno que te hace trabajar y te deja en banda después. Es un riesgo de la profesión. También está el tema de cuando mandas las cosas a imprimir, si llega a tener un error de ortografía, algo mal que se haya corrido, algo, no se, es error tuyo, y vos al cliente le tenes que entregar algo que no tenga ningún tipo de errores, pero a veces trabajas con tanta presión, que a veces estas cosas suceden y terminas poniendo plata vos de tu bolsillo para volverle a imprimir las cosas a un cliente. Como consejo para cualquier estudiante, revisen con lupa todo lo que hagan, gástense el tiempo que necesiten para controlar todo, un error de este tipo puede costarle mucho más de lo que cobraron como honorario.

I: ¿Y que herramientas utiliza para minimizar este riesgo?

E: Yo, particularmente, empiezo a trabajar una vez que el cliente me da todo lo que necesito para empezar y me señala el trabajo, de esta manera nos comprometemos los dos. No hay otra, esa señal la fijan de acuerdo a el cliente, si lo conoces, si trabaja mucho con vos, eso es manejable, pero te tenes que cubrir la espalda con algo y obviamente te termina de pagar cuando ya el trabajo terminó.

Entrevista N° 9:

I: Su profesión ¿es valorada socialmente?

E: No. En su gran mayoría que no. La sociedad es muy conservadora, y solamente reconoce las carreras o profesiones que tienen muchos años. Nosotros que somos nuevos, no tenemos un reconocimiento como profesionales todavía, encima se piensa de nosotros que somos más o menos parte de la computadora. Parece que existiéramos desde que la computadora se inventó, y bueno, esta demás decirte a vos que eso no es así. Hay que darle tiempo a la sociedad a que se adapte a estas profesiones.

I: ¿Cree que su profesión le otorga un estatus social?

E: Creo que no, el estatus esta muy relacionado con la valoración profesional en mi opinión. Si no valoran el servicio que se le presta a la sociedad, mucho menos a la persona que está por detrás prestando ese servicio. Creo que estas dos cosas van de la mano, que cuando mejore una, va a mejorar la otra.

I: ¿En donde ve que se refleje esta falta de valoración como profesión?

E: En la falta de regulación, en los honorarios, en que es para muchas personas totalmente prescindibles nuestros servicios, en la explotación laboral por parte de algunos lugares en los que un diseñador puede trabajar.

I: ¿A que se refiere con la falta de regulación?

E: A que no hay un Colegio que regule la profesión. No hay reglas, no hay nada que nos guíe, nos de los lineamientos profesionales que tenemos que seguir. Hoy estamos todos trabajando como podemos, fijando precios en el mercado muy distintos, no hay mínimos, no hay nada. No todos ofrecemos una misma calidad de trabajo. La sociedad no nos garantiza nada, nosotros tampoco a ellos. Hay mucha gente ejerciendo esta profesión por conocer un programa de computación no por otra cosa. Hay mucho por debatir, el tema es que es una profesión que esta sin rumbo, cada uno hace lo que puede. También, nuestra profesión, no tiene fronteras, y eso en cierta forma esta muy bueno y es una ventaja, pero para salir al mercado extranjero, se necesita una regulación, se necesita saber como manejarse para fuera, la tecnología nos brinda esta posibilidad enorme poder trabajar desde tu país y exportar tus servicios, y seria más fácil creo yo si hay regulación de por medio.

I: ¿Considera que el diseño gráfico tiene una identidad como grupo?

E: No. Está es una consecuencia de la falta de regulación.

I: ¿Cómo cree que puede forjarse una identidad como grupo?

E: Podría ser por medio de un Colegio o una Asociación Profesional.

I: ¿Considera que Córdoba está en su momento de crear una Asociación Profesional o un Colegio?

E: No, no se, creo que no hay tentativa de un proyecto así por el momento. Calculo que si no se está armando es porque nadie considera necesario o tan necesario hacerlo. La otra es que en realidad somos muy vagos y no estamos cooperando en el mejoramiento de la profesión.

I: ¿Cuáles son el mayor problema de su profesión?

E: Hay muchos, como importantes te diría que el trabajo de los diseñadores esta muy mal pagado y el otro es la falta de regulación. El tema del pago es fundamental, hay que sentir que la profesión te gratifica tanto en el sentido de la autorrealización como de lo económico.

I: ¿Crees que no se paga bien por el trabajo?

E: No. Además de eso yo se que es difícil sacar un presupuesto y que no te digan nada los clientes. Como hay mucha diferencia de precios dando vuelta, por lo general los clientes no tienen una idea clara de cuanto cuesta realmente y bueno, a la hora de sacar el presupuesto vos por ahí le bajas un poco el precio porque sino, la mayoría de los clientes se van con otro, esa es la realidad, por más que uno intente subir sus precios, no te conviene.

I: Los que no son profesionales y viven del diseño, ¿influyen en fijar los precios del mercado?

E: Sí, bastante. Por lo general son ellos los que fijan la base de los precios y se mueven ellos ahí, es por eso que los que somos profesionales no podemos cobrar lo que realmente creemos que es correcto.

I: ¿Considera que su profesión implica trabajar a riesgo de perder tiempo y/o dinero?

E: Sí, muchas veces pasa. Pero es como en todas las profesiones. No hay forma de asegurarse nada, supongo que si existiera más regulación, este riesgo se minimizaría, pero bueno, primero tiene que existir la regulación y después ver que efecto causa, si favorece o sigue siendo igual la situación.

I: ¿Algo más que quiera agregar?

E: Sí. Quería comentarte nada más, que ahora en Córdoba, las universidades están organizando



más congresos y charlas lo cuál ayuda a la difusión de la carrera y a que esta ciudad se convierta en una provincia más importante con respecto al diseño en general, no solo el gráfico. Hay que realmente destacar está labor de las universidades, que es una buena iniciativa y tal vez también coopere para unirnos más como grupo.

Entrevista N° 10:

I: ¿Consideras que la profesión es valorada socialmente?

E: No.

I: ¿Por qué?

E: Porque nadie conoce lo que significa ser un diseñador y lo que realmente hace. Por eso se crean prejuicios sobre nuestra profesión y de desvaloriza.

I: ¿Dónde observa que queda reflejada la desvalorización?

E: Fundamentalmente en la falta de oportunidades para desempeñar nuestras funciones y lo tan mal pago que puede llegar a ser este trabajo.

I: ¿Sus clientes consideran importante su trabajo?

E: Sí, por esa razón me llaman a resolverle sus inconvenientes. De otra manera no contarían con mis servicios.

I: ¿Considera que su profesión tiene el mismo prestigio que otras profesiones?

E: Depende de lo que te refieras con prestigio. Si prestigio es capacidad profesional y capacidad de resolución de problemas, te diría que sí. Ahora si te referís al estatus que poseemos dentro de la sociedad como profesionales del diseño, te digo que no, porque ya sea por la falta de interés de la sociedad, nuestra profesión se cataloga o se minimiza comparada con otras que son históricamente conocidas como la arquitectura.

I: ¿Crees que los diseñadores tienen una identidad como grupo?

E: No, en general somos demasiado individualistas, ya sea por interés propio o por poca motivación de la sociedad.

I: ¿Es necesaria la identidad como grupo para fortalecerse como profesión?

E: En algunas situaciones puede llegar a ser muy importante pero no para todas. Esta profesión tiene muchísimos años aunque que recién ahora es un poco mas difundida. Históricamente siempre se fue muy individualista y por eso podemos hablar de diseñadores o personas destacadas en el rubro, pero en muy pocos casos podemos hablar de grupo o de entidades de diseño.

I: Me refería con la pregunta anterior a si los diseñadores necesitan agruparse, unificar intereses para fortalecerse como profesión.

E: Puede ser, pero no me parece una característica indispensable para fortalecernos. Si vos quieres hacer referencia a una Asociación, te diría que nunca existió y que la profesión fue creciendo, aunque paulatinamente, y hoy es un poco más de lo que era antes. Si bien una Asociación nos ayudaría a ser un poco más conocidos, no me parece que sea el eje imprescindible.

I: ¿Cuál es su opinión sobre los Colegios Profesionales?

E: La función que cumplen dentro de la sociedad es realmente importante por el respaldo que les dan a sus profesionales matriculados.

I: ¿Cree que un Colegio Profesional, es lo que contribuiría al fortalecimiento como profesión?

E: Es más o menos como te decía antes, puede ser pero no es imprescindible.

I: ¿Cuáles cree que son los principales problemas de la profesión?

E: Es un poco de todo. Desde la desvalorización como lo hablamos antes. La falta de estipulación de precios entre nosotros mismos, me refiero a los colegas; la gran competencia que existe, no me refiero a lo profesionales, sino a todos aquellos novatos y técnicos que se dedican a lo mismo que nosotros; el poco interés que demuestran muchos y los prejuicios formados sobre nosotros y nuestra profesión.

I: Los no profesionales, ¿generan problemas a la hora de fijar el precio del trabajo?

E: Cada uno presupuesta lo que quiere, basándose en trabajo, clientes, horas. Cualquier método para presupuestar es válido. Si bien un no profesional puede cobrar menos porque no tiene un título que demuestre que está capacitado para el trabajo que va a realizar, la falta de estandarización de precios es un problema que afecta a todos los que nos desarrollamos en esta área profesional, refiriéndome a técnicos, idóneos, profesionales, etc....

I: ¿Le resulta complicado determinar un presupuesto?

E: No. Tengo años en el mercado y se cuánto vale mi trabajo y cuánto puedo cobrar.

I: ¿Cree que a un profesional más joven se le dificulta presupuestar?

E: Es probable, no se cuántos capacitados pueden estar para reconocer el valor de sus trabajos. No se si en las universidades existirá una materia que les enseñe a presupuestar, por lo general eso se aprende con la experiencia y la práctica.

I: ¿Cuál es el método que usualmente utiliza?

E: Ya te lo dije, conozco el valor de mi trabajo y se cuánto puedo cobrarlo, no hay mucho secreto



en esto, mi trabajo es tan válido como el de cualquier otro profesional.

I: ¿Le ha pasado alguna vez de trabajar gratuitamente?

E: Sí, cuando era estudiante.

I: ¿Por qué?

E: Porque era un trabajo de la universidad y había que desarrollarlo en una organización y que esa organización aplique mi trabajo. Y fue mi caso.

I: ¿Considera que su profesión implica trabajar a riesgo de perder tiempo y/o dinero?

E: Es un riesgo que existe en muchos ámbitos, el diseño no sería la excepción.

I: ¿Qué recurso emplea para minimizar ese riesgo?

E: Intento evitarlo desde el punto de partida, cuando considero que un trabajo me puede ocasionar este tipo de problema o de inconvenientes, hablo con mis clientes para reestablecer las pautas para desarrollar mi trabajo, evitando que alguno de los dos pierda. Si frente a este cuestionamiento mi cliente no lo considera lógico, decido recomendarle un colega.

Ficha de bibliografías relevadas

A.D.C.V. Asociación de Diseñadores de Comunicación visual de la provincia de Jujuy. Tarifario Modelo. Disponibilidad: (2006)

Guaida, Kemie. El delicado tema del cobro. Diseñorama Disponibilidad: <http://www.disenorama.com/tutoriales/el-delicado-tema-del-cobro> (23/08/2004)

Enciclopedia Wikipedia. Freelance. Disponibilidad: <http://es.wikipedia.org/wiki/Freelance> (06/07/2007)

Proyecto de Ley Colegio de Diseñadores Gráficos de Misiones. Proyecto de ley para la creación del Colegio profesional de Diseñadores de la Provincia de Misiones. Disponibilidad: (2006)

Melé, Doménech. Responsabilidad del profesional. Monografías.com. Disponibilidad: <http://www.monografias.com/trabajos5/respro/respro.shtml>

PeterM. Contrato de servicios de Diseño. Diseñorama. Disponibilidad: <http://www.disenorama.com/tutoriales/contrato-de-servicios-de-diseno> (17/12/2004)

Guaida, Kemie. Trabajar gratis no te conviene. Diseñorama. Disponibilidad: <http://www.disenorama.com/articulos/trabajar-gratis-no-te-conviene> (23/11/2004)

Korn Bruzzone, José. Educar y ejercer la profesión del Diseñador. Foro Alfa. Disponibilidad: http://www.foroalfa.com/A.php/Educar_y_ejercer_la_profesion_de_disenador/41 07/06/2006)

Rodríguez Musso, Alejandro. El diseño como factor de ventas. Foro Alfa. Disponibilidad: http://www.foroalfa.com/A.php/El_diseño_como_factor_de_ventas/66 (27/11/2006)

Botini, Alejandro. Vender Diseño. Dot Zero. Disponibilidad:

http://www.dotzero.org/perfeccionamiento/Taller.aspx?id_evento=28&id_evento_fecha=57 (07/11/2005)

Cassisi, Luciano. Los porqués de los concursos. Foro Alfa. Disponibilidad: http://www.foroalfa.com/A.php/Los_porques_de_los_concursos/79 (14/05/2007)

CHGVISUAL. ¿Los concursos de diseño sirven o no? CHGBLOG. Disponibilidad: <http://www.chgblog.com/%c2%bflos-concursos-de-diseno-sirven-o-no/> (04/06/2007)

Diseñadores Gráficos Hispánicos. No a los concursos de diseño. Diseñadores Gráficos Hispánicos. Disponibilidad: <http://www.dghispanos.org/blog/archives/178> (14/08/2006)

El rincón del vago. Diseño y comunicación. El rincón del vago. Disponibilidad: <http://html.rincondelvago.com/disen-y-comunicacion.html> (2007)

Martín, Cesar. Estrategia para concursos donde tu presentas la propuesta. Alzado. Disponibilidad: http://www.alzado.org/articulo.php?id_art=479 (26/10/2005)

Código de Ética Asociación de Diseñadores Gráficos de Colombia. Código de ética profesional. ADG Colombia. Disponibilidad: <http://www.adgcolombia.org/foro/viewtopic.php?p=421&sid=5f014886e780dc87fee8405dc304e0c2> (30/08/2004)

Bottini, Alejandro. ¿Cómo le fijo un precio a mi trabajo? Asociación de Diseñadores de Comunicación Visual de Buenos Aires. Disponibilidad: <http://www.adcv.org.ar/comunidad/opinion.php> (2006)

Pons Alfonso, José Vicente. ¿Cómo presento un presupuesto?. Exelweiss. Disponibilidad: <http://www.exelweiss.com/blog/156/%c2%bfcomo-presento-un-presupuesto/> (17/12/2006)

Brea, Guillermo. Más problemas, menos dilemas. Foro Alfa. Disponibilidad: http://www.foroalfa.com/A.php/Mas_problemas__menos_dilemas/17 (22/11/2005)

Magaña Tabilo, Álvaro. Investigación cuantitativa para el diseño. Foro Alfa. Disponibilidad: http://www.foroalfa.com/A.php/Investigacion_cuantitativa_para_el_diseno/94 (18/06/2007)

Carpintero, Carlos. El diseño gráfico como agente de control social. Foro Alfa. Disponibilidad: http://www.foroalfa.com/A.php/El_diseno_grafico_como_agente_de_control_social/93 (28/05/2007)

Chaves, Norberto. El oficio más antiguo del mundo. Foro Alfa. Disponibilidad: http://www.foroalfa.com/A.php/El_oficio_mas_antiguo_del_mundo/88 (16/04/2007)

Glaser, Milton. Lo que un diseñador debe ser. Foro Alfa. Disponibilidad: http://www.foroalfa.com/A.php/Lo_que_un_disenador_debe_ser/83 (05/03/2007)

Brea, Guillermo. El muro de los lamentos. Foro Alfa. Disponibilidad: http://www.foroalfa.com/A.php/El_muro_de_los_lamentos/67 (20/11/2006)

Cherny, Rubén. Trabajar y mantener la independencia. Foro Alfa. Disponibilidad: http://www.foroalfa.com/A.php/Trabajar_y_mantener_la_independencia/55 (11/09/2006)

Piazza, Jorge. Cómo presupuestar diseño. Ed. CommTools. Buenos Aires (2004). (pág. 11-59)

Piazza, Jorge. El diseño como negocio. Ed. CommTools. Buenos Aires (2006). (pág. 9-44)



Sirkis, Silvia. Diseño Impreso. Ed. CommTools. Buenos Aires (2006). (pág. 15 y16)

Pierini, Adrián. Designers Go!. Ed. CommTools. Buenos Aires (2005). (Cap. 3, 4, 7 y 8)

Asociación de Diseñadores de Comunicación visual de la provincia de Jujuy. Todo por dos pesos. ADCV Jujuy. Disponibilidad: <http://www.adcvjujuy.com.ar/2007/05/14/todo-x-2-pesos/> (2007)