

ANEXO 2

ENTREVISTAS A:

1. Estudiantes
2. Egresados
3. Asociaciones
4. Empresas Privadas
5. Docentes

Amplía la información relacionada a opiniones, comentarios, apreciaciones de los grupos de actores involucrados entrevistados.

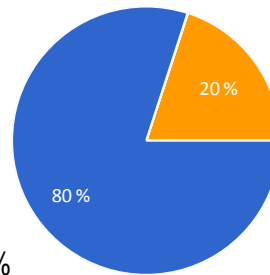
1. ESTUDIANTES

El grupo de estudiantes y egresados fue convocado a través de Facebook en grupos públicos y cerrados de las carreras de DG en cada país, para responder un formulario de manera anónima por medio de Google Forms.

Me interesaba conocer qué están entendiendo por DG y cómo están construyendo desde su perspectiva el significado de la disciplina para ejercerla en su sociedad, con cuáles valores e intereses.

¿En cuál universidad estudias Diseño Gráfico?

Universidad de Buenos Aires 80%



Universidad Nacional de Colombia 20%

¿En qué semestre o año de la carrera estás?

1 40%

2 0%

3 0%

4 0%

5 0%

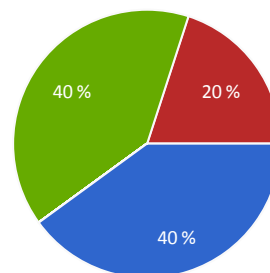
6 0%

7 0%

8 40%

9 0%

10 Mayor a 8 20%



1. ¿Por qué elegiste el Diseño Gráfico (DG) como carrera?

Por ser una mezcla de comunicación, arte y publicidad.

Porque desde siempre había sentido una afinidad especial por los proyectos editoriales y su poder para expresar lo que se requiere.

Porque me encanta el arte y la comunicación mediante imágenes con alto valor conceptual y de lenguaje gráfico. Amo crear mundos diferentes a la realidad y tener la posibilidad de hacer lo que yo quiera con eso.

Inicialmente porque me gustaba hacer dibujitos y creí que se trataba de eso. Cuando entre y cursé porque me pareció muy interesante la construcción de las piezas gráficas, que son muchas y nos rodean todo el tiempo.

Porque representaba el equilibrio perfecto entre mis inquietudes artístico creativas y comunicacionales en cuanto al campo de acción.

2. ¿Fue diferente de como te lo imaginaste? ¿Tus expectativas cambiaron?

No recuerdo como lo imaginaba, pero seguramente es distinto. Y si cambiaron mis expectativas en lo poco que llevo cursado.

Si es diferente, de hecho mejor y mucho más profundo de lo que creí. Y si mis expectativas cambiaron mucho, siento que hay más posibilidades para el futuro de las que creí cuando empecé.

Si por suerte si porque al principio tenía mucho miedo de que no se me ocurrieran las ideas, que no supiera qué hacer. Pero mis expectativas cambiaron cuando empecé a cursar la materia diseño gráfico, ahí me di cuenta de que las ideas no caen solas sino que hay que ejercitar mucho el cerebro, hay que aprender a mirar referentes, a rescatar cosas y me fui dando cuenta de que Además los profesores te van guiando en ese camino y eso es muy bueno, por lo menos en nivel 1.

Me imaginaba cualquier cosa, tenía una idea muy vaga. Creo que lo relacionaba más al arte. Mis expectativas cambiaron por supuesto, el estudio tipográfico era algo que realmente no me esperaba.

Cuando uno empieza la carrera siempre es muy diferente lo que uno imagina que es hasta que lo conoce realmente. Creo que cuando uno recién ingresa sólo tiene una vaga idea de lo que es el Diseño Gráfico y poco a poco va haciéndose la idea. Si tengo que definirlo en cuanto a expectativas, las superó ampliamente.

3. ¿Qué crees que las personas en general saben a cerca del DG? ¿Crees que es necesario hacer algo para transformar esa idea?

Creo que esta subestimado el criterio de diseño, que al estar tan controlado por programas digitales, cualquiera que hace uso de esos programas se muestra como diseñador gráfico.

Hay gente que no sabe para qué sirve el diseño gráfico y lo confunden con dibujar o con publicidad, pero más grave aún que desconocen por completo la importancia de la comunicación. Sin nombrar a los que creen que eso lo hace cualquiera, incluyendo a los que se hacen llamar diseñadores sin tener ni el más mínimo fundamento. Que terminan es empeorando la cultura visual y enviando mensajes contradictorios. Claro que hay que hacer algo para cambiar la creencia general.

No, las personas yo creo que las que no tienen ni idea acerca de la carrera, les decís diseño gráfico y se imaginan cualquier cosa! Que haces dibujitos principalmente, que sabes usar Photoshop y haces lo que sea, que le puedes retocar las fotos para que se vean más lindos en la playa, pero no tienen idea de que el diseñador es comunicador, y que tiene un gran trabajo conceptual por detrás de los dibujitos, pero bueno. Es muy interesante un video que hay en Vimeo que se llama "qué es el diseño gráfico?" Y le preguntan a la gente que significa el diseño gráfico para ellos, es muy gracioso escuchar algunas respuestas, realmente no tienen idea. Pero no los culpo, no tienen por qué saberlo.

¡Generalmente no tienen idea de lo que se trata ni cuanto esfuerzo te lleva terminarla!, se la subestima mucho. La idea de que saber usar Photoshop y ser diseñador gráfico es lo mismo lamentablemente es muy popular. Estaría bueno que la gente deje de decir esas cosas "no hace falta estudiar tanto", "con un cursito de tres meses ya está", "mi sobrino de 13 años maneja re bien los programas, hace diseño gráfico ..." porque leer 3 libros de abogacía no sos abogado, bueno para el diseño gráfico es lo mismo.

Creo que la gente sabe muy poco de DG o tienen una idea equivocada de lo que es. Creo también que es subestimado incluso por los mismos estudiantes en cuanto a sus capacidades de transformación y acción directa en la sociedad. Muchas veces es reducido a una mera cuestión estética.

4. ¿Cómo defines tú el DG?

Comunicación visual.

Como una herramienta visual de comunicación, con el poder de fortalecer o debilitar un mensaje.

El diseño gráfico para mí, es el acto de diseñar un mensaje o una pieza gráfica mediante ciertos rasgos pertinentes que la hacen ser lo que es y al mismo tiempo la diferencian de lo

que no es, es comunicar visualmente un mensaje, sin usar palabras, usando cualidades psíquicas como el color y generar sensaciones en las personas, pensamientos y cosas que queden en la mente por un largo plazo de tiempo.

Construcción de un mensaje a través de herramientas visuales.

Para mí el DG es la forma que encuentro en intervenir activamente en la sociedad, transformándola e intentando cambiarla positivamente. En cuanto comunicadores, nuestra responsabilidad es inmensa y debemos hacernos cargo de ello.

5. ¿Cuál consideras que es la relación del DG con la comunicación y la cultura?

Es súper importante mantenerse actualizado culturalmente, estudiar los intereses del usuario para diseñar la forma en que se le comunicará.

La relación es simple, el diseño comunica gráficamente, es decir a través de imágenes, de un lenguaje puramente grafico que va de la mano con la cultura porque se necesita de ella para poder recibir exitosamente el mensaje, si no tuviéramos conocimiento de la cultura, probablemente el mensaje llegara interferido por alguna cosa o no llegue con la idea que fue originalmente creado.

En una pieza que está abierta a cualquier gráfica la comunicación de la cultura es algo opcional, no soy de los que creen que uno tiene que estar permanentemente reforzando la cultura nacional y las tradiciones.

Creo que son prácticamente sinónimos ya que el DG se retroalimenta de la comunicación y la cultura a la vez que contribuye a las mismas. Son tres pilares fundamentales que no podemos dejar de lado en nuestra práctica profesional. Un DG debe tener en claro qué

comunicar, cómo hacerlo y fundamentalmente contar con las competencias culturales necesarias para enriquecer su discurso.

6. ¿Crees que con el DG podrías transformar alguna realidad? ¿Por qué?

Creo que con buenas gráficas e ideas se puede impactar al usuario sobre ciertas realidades cotidianas, como ya pueden ser los temas de contaminación.

Si, tener algo importante que decir y poder decirlo bien, a través del diseño puede generar cambios en el pensamiento, en el sentir de una persona y esos cambios pueden acabar en acciones que transforman.

No sé si transformar una realidad pero se pueden crear muchas ideas dentro de la mente de las personas.

No.

Por supuesto, creo que desde cualquier disciplina es posible hacerlo y ese debería ser el enfoque de todas las carreras. No existen profesiones menores o intrascendentes. Desde el DG transformamos en primer lugar nuestra propia realidad y tenemos las herramientas para mejorar la realidad de los demás (o empeorarla también, ya que es un arma de doble filo).

7. ¿Qué incidencia crees que tiene el DG en el desarrollo de un país?

Creo que es importante esta idea de comunicación.

El diseño es tan amplio que creo que cada rama aporta de maneras diferentes a la sociedad.

No entiendo la pregunta.

Si hablamos de un cambio real y profundo no creo que pase por el dg, creo que pasa por las políticas de estado.

Me parece fundamental encontrarle y profundizar un ámbito de aplicación práctica en lo social a nuestra disciplina. Poner nuestros conocimientos al servicio de quienes más lo necesitan y no sólo en función del mercado. Más aun, teniendo el enorme privilegio de estudiar en una universidad pública, creo que debería ser obligatorio una práctica profesional ad honorem al servicio de la comunidad para devolverle parte de la confianza depositada en nosotros como estudiantes.

8. ¿Cómo te gustaría ejercer la profesión? ¿En qué ámbito?

En publicidad.

Diseño editorial, de información y de identidad.

En un estudio de diseño, con gente que este comprometida con lo mismo que yo.

Editorial, dentro de la ilustración.

Tuve la suerte de poder formar parte de equipos de trabajo orientados a lo social en cuanto al trabajo con cooperativas y diversos proyectos de integración laboral. Un poco sin buscarlo, terminé orientando mi labor profesional hacia el lado deseado. Para mí es muy importante la

coherencia ideológica por sobre todas las cosas. No pasé por la experiencia de trabajar en estudios al servicio del mercado, pero sinceramente no es un área que me interese particularmente ya que me haría demasiado ruido ser parte del engranaje de un sistema capitalista al cual crítico.

9. ¿Conoces algo sobre Diseño Gráfico con Consciencia Social?

En la carrera nos enseñan a ser profesionales en lo nuestro. A resolver problemas de comunicación interviniendo con la imagen. No tengo mucha idea tampoco de lo que se refieren con diseñar a conciencia social, pero muchas veces, por lo menos en la UBA, no tenemos en cuenta eso, quizás en alguna carrera de publicidad o marketing en donde necesitas saber lo que la sociedad quiere consumir, pero acá nos focalizamos en el concepto, en el peso del mensaje, que sea entendible pero que tenga una pregnancia muy grande.

Opino que parte de una empatía personal, no siento la OBLIGACION de ayudar y tampoco creo que tengamos que pagar una deuda por ser profesionales, sobre todo de la mitad de la carrera en adelante se habla mucho de esto.

Depende mucho de cada cátedra. Hay varias que tienen una clara inclinación hacia lo social y otras que directamente lo ignoran o son funcionales a las demandas del mercado. No veo mal que en una universidad privada se priorice esa mirada, pero considero que en toda universidad pública se debería fomentar una formación orientada a lo social que forme profesionales responsables y comprometidos con su entorno.

10. ¿Crees que existe una ética del DG? ¿Por qué?

No podría definirla por ahora.

Creo que lo importante es la veracidad de la información con que se trabaja.

Yo creo que el dg gráfico se focaliza plenamente en hacer las cosas correctas, en comunicar correctamente el mensaje, creo que si existe una ética es formarnos para esto, hay gente que hace un curso de Photoshop y dice ser diseñador gráfico, eso no me parece correcto, hay una serie de conceptos por los que hay que atravesar antes, cosas muy importantes para aprender, antes de decir eso.

Por supuesto, Una buena ética de trabajo sería dar siempre el máximo de tu esfuerzo o no aceptar trabajos que ofendan tu moral, las leyes o las buenas costumbres, y digo "buenas costumbres" por llamarlas de alguna manera, vivimos en una sociedad y sabemos que cosas son aceptables y cuáles no.

Creo que en toda disciplina existe una ética estructurante. En el caso particular del DG, creo que tenemos una enorme responsabilidad como comunicadores en tener en claro el tipo de mensajes del que somos portadores para no traicionarnos a nosotros mismos ni ser cómplices de un sistema perverso y excluyente vendiéndonos al mejor postor.

11. Cuando diseñas una pieza gráfica, ¿hasta qué punto crees que debe participar el cliente y/o el usuario final en el proceso de diseño?

Trabajo en el ámbito de diseño y conozco el capricho del cliente que no siempre piensa en la comodidad del usuario final sino que sigue su lógica y opina sobre el diseño sin escuchar lo que el diseñador propone.

El cliente necesita que un usuario acceda a x mensaje para generar x acción en el usuario final, el diseñador es quien para coger ese mensaje y "traducirlo" en un código que sea más cercano y apropiado para el usuario final.

La relación debe ser clara, deben ponerse en claro desde un principio todos los puntos. Hay veces en los que el cliente tiene ideas que carecen de conocimiento porque claramente no

estudio del tema pero quiere lograr cierta interacción en el usuario, ahí se debe encontrar la manera de explicarle como reformular esa idea para que el trabajo finalmente funcione.

Una relación posible sería: Demanda de solución -. Creación de un mensaje - Consumo del mensaje.

Creo que es una relación fundamental que hay que tener en cuenta desde el momento mismo de encarar un trabajo. Tanto el cliente como el usuario final son actores fundamentales de este circuito proyectual-comunicativo del que somos intermediarios.

Lograr transmitir de la mejor manera posible el mensaje que nuestro cliente quiere comunicar a sus verdaderos destinatarios, que ese mensaje llegue con la menor cantidad de interferencias y optimizado para su mejor comprensión. Muchas veces el cliente tiene una vaga idea de lo que quiere decir o no sabe cómo hacerlo y esa es justamente nuestra tarea.

12. ¿Qué opinas de la frase: “el cliente siempre tiene la razón”?

Es una idea simplemente económica.

No siempre, muchas veces el cliente no sabe o que necesita, ni lo que quiere y eso a la larga al que afecta es a él mismo.

Depende en qué contexto, creo que si estas comprando un par de zapatos y la cajera no tiene cambio para devolverte el peso que le falta, debe devolverte lo que pueda y tenga en la caja, eso por un lado. En el dg no es muy diferente, a veces el cliente se cree que porque el trajo la idea no debe pagarte, cuando en realidad el dg fue quien estudió y puso en marcha esa idea, la hizo realidad, eligió los trazos, los cromas, etc. que el cliente si hubiera sabido cómo hacerlo no hubiera llamado, es decir si uno pide un servicio debe pagar por él. Entonces en

ese punto no me parece que tenga razón el cliente, no me parece justo que no tenga que pagar, ni mucho menos pagar por debajo del precio acordado, por eso digo que en primera instancia deben dejarse en claro varios puntos.

Esta bueno que el cliente sepa lo que quiere, lo mejor sería que este abierto a otras posibilidades, a ser asesorado. ¡Que confíe en su diseñador como confiaría en su doctor!
¿No sería genial?

Creo que esa frase representa la antítesis de mi pensamiento y de la forma en la que veo al DG ya que nos reduce a meros operadores gráficos de un mensaje ajeno. Nosotros somos un factor activo y participativo en la elaboración de ese mensaje. Debemos saber guiar a nuestro cliente hacia una conceptualización adecuada para que eso que quiere comunicar llegue de la mejor manera a su interlocutor. Y por supuesto, siempre conservar la mirada crítica para saber cuándo el cliente no tiene la razón o de saber debatir y generar disenso cada vez que sea necesario para defender nuestro punto de vista.

13. ¿Te parece que el DG como lo conoces, es ejercido con responsabilidad, en términos de medio ambiente, de sociedad, de democracia, de participación? ¿Por qué?

Con responsabilidad, no. Medio ambiente supongo que no en todos los casos.

Claro que no, todos los días nos bombardean con información sin respaldo, con información manipulada. Además que me parece que la cultura visual es elitista, al público general, le dirigen cosas mal diseñadas, o cosas ramplonas solo porque es para cualquiera. O le disfrazan información detrás de una gráfica llamativa mal construida. Y por la parte de identidad un empresario pequeño no tiene la oportunidad de acceder a un diseñador profesional que pueda orientarle, sino le toca con lo que pueda pagar que es gente que no sabe.

En cuanto al medio ambiente no, a la mayoría de los diseñadores no les importa, se la pasan desperdiciando material, desechándolo en donde no se debe, es un punto claro para trabajar,

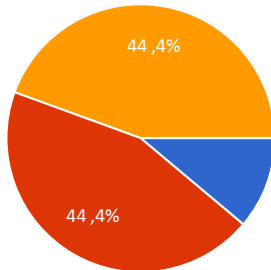
creo que debería educarse mucho ese tema porque es muy delicado. En cuanto a democracia y participación creo que siempre hacemos lo posible por dejar al cliente contento que es a fin de cuentas, quien nos paga, tratamos de plasmar sus ideas de la mejor manera posible.

No todos, no todo el tiempo, es una actividad amplia y con muchos criterios personales.

Creo que nos falta mucho para llegar a eso. En la última década ha habido grandes avances en cuanto a una práctica más responsable de la disciplina; cambio que se vio acompañado por una nueva forma de ver las cosas en la sociedad. El diseño sustentable es un ejemplo de ello. De todas formas, es mucho lo que nos falta por hacer y depende sólo de nosotros ser artífices necesarios de ese cambio.

2. EGRESADOS

Universidad donde egresaste



Universidad de Buenos Aires	11.1%
Universidad Nacional de Colombia	44.4%
Otra	44.4%

Año de egreso de la carrera de Diseño Gráfico (DG)

2001 2014 2013 2009 2002 2003

1. ¿Por qué elegiste el DG como carrera?

Antes estudié artes pero no me veía dedicada a vender obras, sentí que necesitaba algo un poco más comercial (eso era lo q pensaba en ese momento). Cuando vi el programa de la Universidad Nacional no entendí los objetivos de muchas de las materias, pero vi que tenía una buena línea de fotografía y eso dio el empujón necesaria para tomar la decisión de entrar.

Dos razones me hicieron elegirla. Primero, que hacía parte de la Universidad Nacional de Colombia donde quería sin lugar a dudas cursar mi pre-grado y segundo, porque en el campo de las artes visuales, el diseño gráfico me permitía un impacto real y más cercano a la sociedad a nivel de comunicación, que por ejemplo las artes plásticas.

El diseño como tal esta inmiscuido en la vida cotidiana y es muy importante para facilitar la comunicación con mensajes claros y concisos de ahí principalmente parte la idea de estudiar diseño para así principalmente aportar a mi comunidad y entorno social.

El poder de crear y diseñar piezas gráficas que no solo cumplan con su objetivo sino que sean llamativas.

Por el gusto personal por las artes plásticas y gráficas, y el amplio campo de desempeño laboral que plantea esta carrera para sus profesionales

En un principio, al finalizar el secundario (17 años), sin tener mucha información acerca de la carrera, me interesó y llamó la atención la carrera porque me gustaba editar y utilizar programas de diseño.

Un maestro me incentivo, pero principalmente por habilidad con el dibujo.

Porque siempre me gustó manejar mis trabajos escolares con juegos tipográficos, además de eso la diagramación de revistas siempre me llamó la atención, la manera en la que las revistas comunican con el contraste entre imágenes y textos me ha parecido siempre la manera más completa para plasmar el diseño gráfico, tengo un especial gusto por el diseño editorial y la fotografía.

Porque me gusta crear y componer.

Elegí la carrera de Diseño Gráfico debido a las características que presentaba su pensum académico afines a mis intereses y expectativas profesionales. El interés por la comunicación visual y la exploración de lenguajes gráficos sumados al peso de estudiar en una de las mejores instituciones del país, hicieron parte de la decisión.

Elegí diseño gráfico como carrera básicamente porque me gustaban las imágenes, no sabía cómo producirlas ni tenía conocimientos previos pero quería aprender a hacerlas.

2. ¿Fue diferente de como te lo imaginaste? ¿Tus expectativas cambiaron al cursar y terminarla?

Si. Durante la carrera pensé demasiadas veces en porque no había descubierto antes lo que es el diseño gráfico. Sabemos lo hace un médico, un abogado, un vendedor pero no tenemos idea de lo que hace un diseñador a pesar de que todo lo que está a nuestro alrededor fue tocado por uno. Creo que si hubiera tenido una mejor orientación profesional y el entendimiento de mis padres no habría entrado a otras carreras y habría ido directamente a dg. Nos ven como hacedores de dibujitos de colores, no como comunicadores. Durante la carrera descubrí mil cosas más allá de lo que me imaginé que era el diseño (a pesar de haber estudiado artes no entendía bien sobre la labor del diseñador) mi expectativa cambio mucho en el trayecto de la carrera y agradezco infinitamente haber descubierto esta profesión. No me imagino haciendo otra cosa.

Creo que cuando tomé la decisión era muy joven. No tenía muchos modelos de profesionales en el área entonces no puedo decir que fue un proceso de comparación, más bien de descubrimiento. Para ser sincera, me molestaba que la carrera fuera vista en la sociedad como una forma de evitar profesiones más serias y complicadas, fue positivo ver que había muchas opciones de desarrollarse y tener contacto con profesores que han sido exitosos en el área.

Al inició como todo era un universo misterioso q no había imaginado. Pero con el paso de la misa mis expectativas crecieron y logre culminaría a satisfacción.

Si mucho ya que muchas materias en realidad no cumplen ninguna función en la vida laboral, debería ser más aplicable al campo laboral.

No, creo que el programa curricular cumplió con la expectativa, si cambiaron en el transcurso, pero solo reforzaban la idea inicial que tenía respecto a la carrera

Sí, fue diferente a lo que me imaginé. Mis expectativas cambiaron al cursar ya que pude comprender y aprender que el diseño es comunicación y no sólo editar y realizar trabajos en una computadora.

No, fue más o menos como me lo imaginaba.

Mientras estuve cursando la carrera fue cómo me lo imaginé y para mí fue una experiencia muy grata, al terminarla las expectativas han cambiado debido a la dificultad que he tenido para lograr una verdadera estabilidad y prosperidad por medio del ejercicio de la profesión, lamentablemente no he contado con los medios para ampliar mis estudios y esto de cierta manera me ha limitado para avanzar en ciertos campos, mi experiencia laboral ha logrado cubrir la ampliación de mis conocimientos, sin embargo abrirme campo en el aspecto laboral no ha sido fácil.

Si fue diferente, creo que no estaba muy bien informada, pero resulto mejor de lo que pensaba.

La experiencia fue mejor de lo que había imaginado pero las expectativas cambiaron al terminarla cuando me enfrenté a la realidad del mundo laboral. Para esa época existía una brecha entre lo académico y la realidad de las necesidades de las empresas.

Fue un poco diferente a los que imaginé, aunque no tenía una idea muy clara de cómo iba a aprender, pensaba en algo más cercano a las bellas artes.

2. ¿Crees que las personas en general saben lo que es el DG? ¿Es necesario hacer algo para transformar esa idea?

Hay que orientar a los estudiantes desde el colegio, hablar con la palabra comunicación antes que con la palabra diseño, hablar de la importancia del entendimiento, de como el diseñador permite que nuestro universo llegue a nosotros de una manera más digerible, amable, inteligente y bella. Un cliente me dijo: para que sirva debe ser funcional, estético y accesible, eso resume todo.

Como dije en la pregunta anterior, creo que en Latinoamérica el Diseño Gráfico no tiene el status que tiene en otros países. Eso se debe a que el énfasis es en el resultado, en la técnica y no en la reflexión. Es por esto que la carrera profesional puede ser opacada por la oferta técnica y la velocidad con que los resultados se requieren.

Principalmente la novedad q trae esta carrera por ser nueva es el imaginario social no la cree muy necesaria, debería haber formas de concientizar a la sociedad acerca del tema. De la importancia q tiene el diseño dentro de nuestro entorno.

Seguro el diseño tiene q dar más a la sociedad.

Hasta hace algunos años era una profesión casi desconocida, aún para los familiares de quienes la estudiábamos, pero considero que actualmente y gracias a las nuevas tecnologías, la mayor oferta de la carrera en instituciones de educación superior, y los mismos medios de comunicación se han encargado de darla a conocer. Al menos ya tienen una vana idea de su existencia y aplicación... la mejor manera de darla a conocer es

desempeñándose de una manera muy profesional, y los resultados hablaran del diseñador y de su trabajo.

Creo que en general las personas desconocen el rol que tiene el diseñador gráfico en la sociedad y cuál es el trabajo que realizan, que no sólo sabemos hacer tarjetitas y dibujitos. Sería necesario hacer algo para que le den el lugar/importancia que merece a la carrera.

Creo que la gente si tiene una idea de lo que es el dg, es más un afán del diseñador querer que le reconozcan, pero en general, ya hay un público consciente del trabajo de un dg, creo la diferencia es que a veces el público busca un diseño popular, y eso no está mal, el diseñador es el que debería ser objetivo y buscar un campo en el cual haya una demanda más especializada.

La gran mayoría de personas confunden el diseño gráfico con el hecho de saber manejar un software de diseño, es absolutamente necesario educar al público en general sobre la función real del diseño gráfico, dejar claro que somos comunicadores visuales y no simples ejecutores de un programa de computador sin bases estéticas, sensibles y técnicas sobre el diseño, el espacio, la imagen y todos los elementos visuales que componen el mundo que nos rodea.

No están muy bien informados de lo que es el DG, la gente tiene un esquema muy pobre sobre lo que es y su verdadero alcance.

Creo que todavía las personas en general tienen ideas superficiales de lo que es el Diseño Gráfico. Aún es catalogado como una actividad meramente de dibujo o “resultados estéticos” o de forma. Ante esta perspectiva tan pobre vale la pena que en las Universidades donde se imparte la carrera se trabaje por una cultura de la profesión más profunda porque es desde allí donde también se genera los elementos y las herramientas para valorarla y enseñar a los demás su verdadero significado. Muchas veces somos nosotros los mismos estudiantes

o profesionales quienes cometemos errores al ejercer la profesión y permitimos que se subvalore su importancia y repercusión real en la comunicación.

Creo que tienen una idea similar a la que yo tenía cuando empecé a estudiar, no entienden el proceso y piensan que es más simple de lo que en realidad es.

No sé si es necesario hacer algo para transformar esa idea, o si serviría de algo, no creo que lo pagarían mejor o que le darían más importancia, porque considero que una persona que necesita de nuestros servicios quiere mejorar las formas de comunicación o la imagen de lo que sea, y no paga lo que debería, porque no quiere en realidad eso, porque no valora su proyecto tanto como para valorar el trabajo de otros. Para transformar la idea sobre eso tendríamos que transformar los valores de esa persona y lo que considera bueno y malo y eso es complicado. Por experiencia, luego de que has explicado y dado ejemplos de cómo funciona nuestro trabajo y de la complejidad que conlleva, la gente "lo entiende" e igual no le da el valor necesario, ni económico ni de respeto.

3. ¿Cómo defines el DG ahora desde la vida profesional?

Los sinónimos de ser diseñadora son "traductora y comunicadora". Tomo el material producido por alguien y lo transformo en algo noble, democrático, entendible, en el lenguaje que se necesita para ser entendido. También creo proyectos, nuevas ideas, siempre pensando en cosas para mejorar el entorno. Los diseñadores somos hacedores de soluciones, tomamos lo que nos dan bruto y lo transformamos en algo mucho mejor, si encontramos el patito feo lo convertimos en cisne.

Nunca me he identificado con el término diseñadora gráfica. Durante la carrera me incliné por los Nuevos Medios y es así que prefiero describirme. Me gusta más el término comunicador visual. Pero describiría el diseño gráfico como la combinación de elementos visuales para satisfacer una necesidad comunicativa.

Como una carrera q me permite comunicar de forma creativa y novedosa sin fin de mensajes y poder desarrollar perspectivas comunicacionales desde la multidisciplinariedad.

Como una casa de citas (casa de prostitución) donde los "profesionales " se venden por unos cuantos pesos y se prostituyen.

Pensar como comunicadores visuales es lo que diferencia el diseño gráfico de una tecnología en manejo de un software.

Como comunicación (visual) y una herramienta fundamental para la sociedad.

Mmm, actualmente me desempeño como ilustrador, así que de alguna manera no siento que ejerza (?) el diseño como tal, pero desde la ilustración como practica de diseño, pienso que es una gran profesión con múltiples posibilidades.

El diseño gráfico es la principal herramienta de comunicación visual utilizada en todos los medios que conocemos, el diseño gráfico está implícito en todo lo que vemos, desde el empaque de la crema dental que usamos en las mañanas, pasando por el periódico que leemos, los anuncios que vemos en las calles al trasladarnos a cualquier parte, la señalización que debemos acatar cuando caminamos, la imagen de los restaurantes donde comemos, la tv que vemos... el diseño gráfico está en todo! es comunicación visual integral.

El diseño gráfico es el medio por el cual una empresa transmite lo que es externamente, e internamente ayuda a organizar procesos, creo que el campo de acción es mayor de lo que la gente piensa.

El Diseño gráfico lo puedo definir como una herramienta potente para apoyar las estrategias de comunicación, marketing, publicidad y demás sectores con los que comparte objetivos y matices en el desarrollo de proyectos y productos.

El DG comunica con un propósito, especialmente a través de imágenes, pero como es tan difícil desvincular esas imágenes de otros elementos y contextos, el DG tiene que tener en cuenta todos esos elementos que lo rodean, desde su origen hasta su posicionamiento, y analizar de qué manera influye todo esto en la transmisión de esa idea.

Se pueden jugar muchos roles como diseñador gráfico, desde concebir la idea, darle forma, analizar su funcionamiento y contexto o registrarla y transformarla a partir de eso.

4. ¿Qué relación crees que tiene el DG con la comunicación y la cultura?

El diseño se comunica con todas las áreas, eso es algo maravilloso, tiene multiplicidad de posibilidades. Permite el entendimiento, transmite. Hace cultura porque entiende nuestro lado humano y ayuda en la educación, el aprendizaje y el registro de la historia. Participa activamente con todas nuestras capacidades como seres humanos.

Todo. El diseño gráfico alfabetiza a la sociedad para ver, jerarquizar, identificarse, es por eso que también es un reflejo estético de la sociedad.

Una relación muy grande por q de ella depende q los mensajes lleguen bien a los receptores finales.

Todo el D.G es junto con la publicidad son los medios que tienen la mayor responsabilidad en los mensajes

Total, es imposible desligar al diseño de su función comunicativa, ya que dejaría de serlo. El diseño es resultado del entorno cultural y el imaginario de donde el diseñador incuba sus propuestas, y una vez el producto es divulgado pasa a ser parte de la construcción y reflejo de acervo cultural al que afecta (al que ahora pertenece).

El diseño gráfico es una estrategia cultural, que comunica identidad y se manifiesta como un valor constitutivo de los productos, servicios y organizaciones.

Pues todo, el diseño es en esencia como el arte de comunicar, el diseño no puede existir sin otro que lo escuche, y a través de eso, pienso que se generan tipos de culturas.

Las 3 cosas tienen todo que ver!! Cómo decía anteriormente el diseño gráfico es la principal herramienta de la comunicación visual, y tiene relación con la cultura ya que a través del diseño se logra educar, ampliar conocimientos, criterios y generar opiniones, al igual que la cultura.

Van de la mano, el DG es el buen modo de difundir lo que se desee en cualquiera de estas dos áreas, son un complemento.

La relación es toda. Influencia y aporta en la forma como se materializa la comunicación y crea imaginarios sociales que a la final también hacen parte de la generación de cultura.

El DG es parte de ambas y se transforma con ellas.

5. ¿Con el DG crees que podrías transformar alguna realidad?

Sí, siempre. He visto tantos proyectos sociales increíbles desarrollados por diseñadores. Tenemos la capacidad de ver más allá para encontrar soluciones y construir siempre mejores versiones de lo que ya existe.

No estoy segura. Espontáneamente diría que el diseño gráfico aislado no podría transformar una realidad, pero juega un papel indispensable dentro del contexto en que este se aplique.

Sin lugar a dudas creo q todas.

Si como la publicidad.

Insisto, esa sigue siendo la función del diseño, el cual a pesar de la intención o no del diseñador de que su creación afecte o transforme un entorno, es inherente al diseño transmitir su mensaje, brindar otra forma de ver las cosas (a la manera de quien lo diseñó) y dependiendo del tratamiento y contundencia del mensaje, este puede contribuir a cambios en la forma de pensar las cosas, de abordarlas, de interpretarlas.

Transformar algo no, pero sí se puede persuadir a través de la comunicación y concientizar a la gente para que puedan realizar un cambio.

Mmmm es posible que no, pues no una realidad de impacto, creo que más bien el diseño es como una pequeña y constante voz que guía, como si transformara más bien el corazón

Si, un ejemplo de ello: <http://www.boamistura.com/>

Claro que sí, si el diseño está bien enfocado según el caso, es la mejor manera de vender una idea y ser entendida por todos, ya que es un lenguaje universal a diferencia de otros.

Si. Creo que el Diseño Gráfico tiene la capacidad de transformar la vida de las personas para mejor. Si bien el DG es comunicación, siempre tendrá la posibilidad de conectar y emitir mensajes potentes que puedan hacer mover o cambiar de opinión a una persona o a todo un colectivo de personas.

Tendría que entender desde qué punto de vista hablamos de realidad, pero si consideramos por ejemplo la cultura y la comunicación como algo real, por supuesto que sí. Pero la realidad cambia con todas las cosas que nos ocurren, y a cada uno le transforman su realidad de manera diferente. El DG necesita de un fundamento y un objetivo para transformar esa realidad, y como decía antes si el objetivo es cambiar la idea que se tiene del DG creo que lo que hay que cambiar la idea que se tiene de los valores y ahí no creo que el DG pueda realmente cambiar algo porque son temas más profundos que depende de demasiados cambios para que se vea realmente la transformación.

6. ¿Qué incidencia crees que tiene el DG en el desarrollo social de un país?

Tenemos muchas posibilidades, pero infelizmente no siempre se hacen inversiones para potencializar el diseño. Nuestra profesión es desvalorizada, buena parte de la sociedad cree que no es necesaria a pesar de que el diseño está presente por todos lados. Con buenas estructuras, administración e inversión se potencializa cualquier proyecto de cualquier naturaleza.

Como un agente de comunicación y canal para acceder a la información y al conocimiento su impacto es alto. También puede influir en la visualización o invisibilidad de productos o comunidades.

Creador de consciencia y hábitos los q pueden ser positivos o negativos.

Puede convertirse en aliado o enemigo del desarrollo dependiendo de la intención comunicativa de quien lo genera. Comunicar, informar, explicar, brindar reflexión, son solo algunas de las funciones del diseño en cualquier proceso (sea industrial, político, educativo...) lo cual influirá de manera directa en el desarrollo o el atraso de un país.

Mucha, con el DG y el buen uso de esta profesión, se puede lograr comunicar a la sociedad diferentes realidades sociales, entre otras cosas.

Creo que es una voz que tal vez no es muy escuchada, pero siento que puede ser un aliado muy fuerte.

La incidencia es total, ya que a través de los medios visuales de comunicación se generan estereotipos a seguir, el diseño gráfico define tanto el carácter visual de dichos estereotipos cómo el impacto en el mensaje que transmitan.

Lo mismo por lo anterior, es un lenguaje universal.

Su incidencia puede ser positiva o negativa según el mensaje que esté apoyando. El D.G. siempre puede apoyar cualquiera de los dos caminos y precisamente es aquí es donde se deben enfocar los esfuerzos para que el mensaje que trasmite sea positivo y aporte a la cultura y el desarrollo social. Se le debe dar un sentido más humano y menos artístico al Diseño.

Es parte de la comunicación en todos los niveles de ese país. Y en el caso de que sea un objetivo del país puede llegar a convertirse en una parte importante de su desarrollo económico si fomenta la creación de centros de estudios avanzados e investigación que

permitan formar especialistas e industrias que hagan parte a los diseñadores gráficos de su creación y evolución. Pero definitivamente depende de lo que el poder político le permita ser.

7. ¿Ahora que ejerces la profesión, lo haces en lo que te gusta e interesa? ¿Por qué elegiste este campo del DG?

En este momento trabajo para una empresa donde todo es más cuadrulado de lo que me gustaría. Lo bueno es que transformo información pesada y aburrida en contenido legible y atractivo, es un verdadero reto. De cualquier manera hago mis proyectos independientes y eso alimenta mi lado autónomo como creativa, como artista y diseñadora que soy, pero aun no trasciendo cuanto me gustaría.

No creo que esté completamente dentro del campo Diseño Gráfico sino que este hace parte de mi perfil profesional y me permite ver de una manera diferente que tal vez profesional de otras disciplinas.

Si me dedicó principalmente a la parte editorial por q se puede explicar ampliamente.

No siempre ya que muchas veces depende del cliente los contenidos y no de los conocimientos del diseñador.

En estos 14 años de experiencia he abordado la mayoría de los ámbitos del diseño, desde la ilustración y diseño editorial, hasta el diseño web, multimedia, audiovisual y finalmente animación, que es en lo que me desempeño actualmente. Todo lo he disfrutado, porque en su aplicación sigue habiendo siempre aprendizaje.

No lo realizo en el campo que me gusta, no fue una elección propia sino una necesidad para tener experiencia en el campo del diseño gráfico y del diseño institucional.

Sí, me gusta, no sé, porqué lo elegí, simplemente fue sucediendo.

Si, aunque no con la estabilidad que quisiera y ando trabajando para lograrla, elegí el campo del diseño editorial por el gusto que tengo hacia los medios impresos desde mi adolescencia y porque me parecen un campo bastante completos para transmitir mensajes por medio del diseño.

Si estoy muy contenta gracias a Dios. Desarrollo lo que me encanta que es el branding.

Si, hago lo que me gusta. Actualmente realizo un Master en Nuevas tendencias y procesos de innovación en Comunicación y esto es producto de las experiencias que he tenido liderando programas y proyectos donde el Diseño se gestiona y se piensa como proyectos y no como piezas gráficas. Me gustan los ambientes de comunicación porque me permite convertir al Diseño en el centro de las decisiones y elevarlo a un rango mayor para conseguir los objetivos propuestos.

Ahora sí, pero tuve que pasar por otras varias cosas que no me interesaban ni gustaban, lo cual contesta un poco la segunda parte de la pregunta.

La elegí porque con las otras experiencias no sentí que hacía lo que me gustaba si no lo que tenía que hacer. Cuando encontré lo que me interesaba pude darme cuenta que podía hacer muchas más cosas y sentirme más a gusto con mi profesión como para desarrollarme en ese camino.

8. ¿Hasta qué punto consideras que llega la participación del DG en el proceso de diseño, y hasta qué punto la del cliente y/o usuario final?

Existe más o menos. Esta enrolada y confusa. Mucho contenido anda por ahí y todo el mundo cree que puede adueñarse sin problemas, y no hay leyes ni cultura ni educación al

respecto, falta mucho por trabajar en esos campos. Como hay una cultura general respecto a que hacer arte es fácil y divertido muchos de los productos diseñados no son tan valorizados, como si hubiesen crecido en los árboles y no fuesen diseñados y pensados por alguien y que ese alguien come, paga cuentas, etc.

La ética sería que el Diseño Gráfico responda a las necesidades y particularidades de donde proviene. Que no sea simplemente una copia de otros resultados o producto de simple gusto, sino completamente ligado a la necesidad que busca resolver maximizando los recursos de cada condición.

De q la hay la hay, pero lastimosamente no se respeta y se piensa q el trabajo del diseñador no es importante para la sociedad.

No ya que por dinero se desvirtúa la ética.

La labor del diseñador está presente durante todo el proceso, incluso posterior a la divulgación, ya que la retroalimentación del usuario es parte del proceso de diseño, medir el impacto de la pieza le permite una reinención y crecimiento constante de la misma. El cliente aunque interviene proponiendo ideas y anteponiendo su gusto personal, no implica que el diseñador vaya hasta determinado momento del proceso y luego lo delegue en el cliente para ser finalizado.

Llega hasta donde el cliente lo deje hacer, quien paga es quien decide si se publica o no.

Pues por lo general hasta el final, es más, a veces un diseño (o cliente) nos perseguirá hasta el final.

Muchas veces la participación del cliente o usuario final es del 80% y del diseñador del 20%, estos casos se presentan cuando el cliente es desordenado y afanado, cuando se manejan procesos organizados y fluidos con clientes juiciosos la participación del diseñador gráfico y el cliente debería complementarse equitativamente con un 50-50.

Creo que es una simbiosis donde todos aportamos desde el inicio hasta el "final" del proceso, siempre hay un feedback.

El diseño gráfico siempre debe estar presente, desde el inicio hasta el final de un producto.

El cliente o el usuario participan según las necesidades de cada proyecto. Generalmente un cliente brinda insumos para iniciar con las propuestas y participa del proceso, lo cual está bien en la medida que permita el desarrollo profesional de las ideas, y también toma decisiones del resultado final. Creo que es una participación constante de las dos partes.

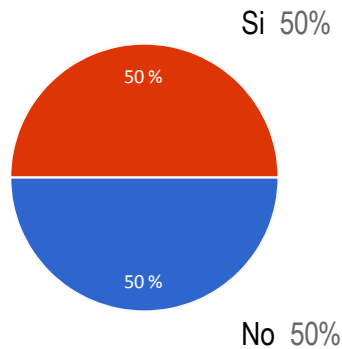
Depende del cliente, el diseñador y el consumidor final.

En un proyecto ideal creo que sería de un 33% de participación para cada uno. El cliente tiene un propósito que es necesario para arrancar, el consumidor es el objetivo final, tan importante como el cliente y el diseñador debe procesar toda esa información. No importa que la participación del usuario final este al final, el diseñador tiene que estudiarla desde el comienzo y en todo el desarrollo del proyecto y el cliente es la fuente.

Yo considero que lo que más afecta un proyecto es que cada cliente y cada diseñador tengan claridad sobre los objetivos y el rol que van a jugar, pueden estar muy involucrados, incluso puede diseñarse de la mano de los clientes, pero debe haber una lógica y una definición muy clara de lo que se busca y del poder de decisión que se tiene por cada uno, manteniendo las reglas claras el resultado será satisfactorio para todos.

Al incluir al usuario final (o posible usuario final) los resultados pueden ser sorprendentes para todos, muy enriquecedores, pero si el cliente quiere hacer lo que cada usuario pide se pierde todo a mitad de camino. Por eso considero que depende de los objetivos y la claridad en el rol de cada uno en un proyecto específico.

10. ¿Conoces algo sobre Diseño Gráfico con Consciencia Social?



a. ¿Qué opinas sobre el Diseño Gráfico con Consciencia Social?

No lo conocía, cuando empecé la carrera no sabía bien que era el diseño, menos su potencial. Supe de algunas cosas hacia la parte final de la carrera, pero igual reo que faltó abordar muchísimo sobre el tema.

En la carrera no explícitamente, pero creo que si se tenía en consideración. Como tema, lo encontré individualmente y de manera esporádica se habló acerca del tema en algunas clases de otros programas de pos-grado.

Muy interesante y participativo. En mi carrera me hablaron muy esporádicamente del tema, si lo conozco es por q lo he leído.

Si debería ser materia obligatoria en las universidades.

Considero que más que una corriente de diseño, o intentar etiquetarlo para separarlo de lo meramente comercial, la consciencia social es una función intrínseca del diseño. Aportar a procesos de comunicación que permitan reflexionar acerca de problemáticas sociales va ligado al proceso comunicativo, solo es cuestión de enfoque.

Que es una buena herramienta para informar a la sociedad sobre diversos problemas sociales que puedan llegar a existir.

Es un área avanzada y acertada del diseño y siento que este debería ser el principal objetivo del diseño en esta época de despilfarro y falta de valores.

Sobre el tema opino que no se usa mucho actualmente, que podrían hacerse muchísimas cosas, pero la función social es una de las funciones del diseño, no la única, en un proceso ideal debería serlo, pero ponerle camisas más grandes de lo que le competen es cambiar de roles.

Puede haber diseñadores que trabajan en proyectos sociales, o que buscan intencionalmente transmitir con alguna responsabilidad social, pero depende del cliente y del proyecto. Es un error querer atribuirle al diseño funciones del gobierno, los diseñadores podemos llegar hasta el propósito social pero si el cliente quiere vender o comunicar algo que va encontrar de todo eso, algún diseñador lo va a hacer y es función del gobierno generar las leyes para controlarlo, el diseño puede crear una tendencia al respecto, pero no puede mantenerse sin un sustento legal, podemos pensarlo con cualquier tipo de ámbito que veamos, ambientalista, en contra de la segregación racial y étnica, por los derechos de los niños, o lo que sea, son problemas de siglos y el diseño ha sido parte de muchos de esos procesos, pero eran las personas quienes impulsaron eso, los diseñadores eran parte no los únicos.

Lo que sí me parece es que ahora se está implantando un pseudo compromiso social por parte las empresas, supuestamente se preocupan por el medio ambiente, darle techo a las familias, compromiso con la violencia de género, etc. Cuando en realidad lo que buscan es que pensemos que es mejor comprar esa marca y no otra porque estas sí se preocupan. ¿Cómo sabemos cuáles se preocupan y cuáles no? El gobierno tiene que controlar eso, el diseñador no puede saberlo.

b. ¿Qué conociste sobre ello en tu carrera y/o universidad?

No se trata de algo que se enseñe como una cátedra en las aulas, esa función del diseño se descubre por si misma al conocer el potencial de la comunicación visual y la fuerza del

mensaje gráfico. De hecho la misma actitud de los docentes respecto a las problemáticas de la misma Universidad y del país fue la mejor manera de adquirir esa manera de abordar el papel del diseño en la construcción de sociedad.

Tuve que realizar trabajos simulando que eran para entidades públicas que deseaban generar, a largo plazo, un cambio de postura/pensamiento de la gente, ante diversas situaciones sociales como, por ejemplo, la trata de personas, la discriminación en colegios, discriminación racial, etc.

Realmente nada, escasamente tuve la oportunidad de crear un logo para reciclaje que no pasó más allá de una buena nota. En las universidades en aquella época no se generaba gran trascendencia en este sentido, todo estaba más enfocado en vender y generar movimiento comercial.

Nada.

11. ¿Para ti, existe una ética del DG? ¿Por qué?

Simbiosis.

Creo que lamentablemente el usuario final es tal vez el menos incluido en el proceso siendo el más importante. Si el producto no es impreso, en la mayoría de los casos el trabajo ya no es del diseñador sino del cliente, quien sigue haciendo adaptaciones y cambios. Los proyectos son vivos. Una relación estrecha.

A veces es difícil la realización de un concepto y q él lo entienda así que muchas veces es un problema más.

La ética, independiente de la profesión que se ejerza, proviene del individuo, no se puede enseñar en una cátedra, si se es un profesional ético desempeñará su labor de esa manera

No existe una ética del diseño gráfico, no hay reglas a la hora de definir qué es un buen, o un mal, diseño. Sólo hay estrategias de diseño que sirven como herramientas a la hora de trabajar.

Como decía un Director, creativo que tuve, "el diseño debe ser como el sol, el sol le da de su calor a los buenos y a los malos" Pienso que el diseñador debe ser como un abogado, un médico... Es solo un trabajo.

Pues en lo personal creo que debería existir un tratado o un libro de ética para diseñadores gráficos cómo lo hay para otras carreras, pero pienso que la ética del diseñador gráfico depende más bien de la formación personal de cada diseñador.

Sí, Creo que falta culturizar a la gente sobre que es el diseño gráfico y su alcance, no hacemos solo dibujitos y loguitos, todos siempre en diminutivo, el alcance que tiene el DG es muy grande.

Existe MI ética del Diseño Gráfico, pero una ética como tal interiorizada en el ejercicio profesional a nivel general creo que hace falta.

Todas las profesiones tiene una ética, y todas tienden a romperla o no habría leyes para contrarrestar esto. El diseñador como el abogado puede ser tan ético como quiera, la

diferencia es que a nosotros no nos hace falta un manual de ética, es ética y lógica de la vida, si tenés diseñar para empresas que usan agroquímicos que producen cáncer o anunciar que los productos tienen fruta cuando es solo colorante, es decisión tuya como persona, podés hacerlo por dinero y que la empresa se lleve la responsabilidad, o no hacerlo y buscar otra forma de ganarte la vida.

Un manual de ética del diseñador se resumiría en mantener en secreto la estrategia del cliente. Pero para lo demás dependes de ese cliente que legalmente tiene permitidas ciertas cosas, se es tan ético como diseñador, como se es tan ético como persona, antes de leyes para regular la labor del diseño hay que regular todas las empresas y profesionales o instituciones para las que trabajamos.

12. ¿Te parece que el DG en tu práctica profesional, es ejercido con responsabilidad, en términos de medio ambiente, de sociedad, de democracia, de participación?

No siempre, me choca en general cuando no hay consciencia ambiental como abuso de los materiales y derroche, creo que nos hace falta mucha educación al respecto.

No creo. Creo que muchas veces por el interés de ir paralelo a las tecnologías una gran parte de la sociedad está siendo marginalizada, vendiendo ciertos estilos de vida y comunicación como los únicos aceptados.

No es ejercido con ningún tipo de responsabilidad en ningún término conocido. El manejo de la profesión sigue siendo desconocido.

No.

Infortunadamente, al estar ligado a procesos de comunicación propios de la publicidad y el comercio, en la mayoría de ocasiones los intereses del cliente, de su producto, sobrepasan el pensamiento ambiental, social...etc... De lo contrario ya habrían dejado de existir anuncio

de venta de vehículos, explotación de hidrocarburos... desodorantes... partidos políticos... etc. Sí, creo que se ejerce con responsabilidad.

Si, de alguna manera mi diseño y en los trabajos que eh participado han sido de alguna manera no nocivos para mi tranquilidad mental :)

En mi práctica profesional con responsabilidad en términos de medio ambiente si, ya que en el momento de asesorar al cliente con la pieza gráfica que más le convenga siempre pienso en el desperdicio de papel y el destino final que tenga la pieza solicitada. Con responsabilidad en términos de sociedad si, ya que no me prestaría para diseñar algo que lleve un mensaje negativo a las personas que lo reciban. Con responsabilidad en términos de democracia y de participación... realmente no sé cómo responder esta parte.

No por la misma competencia que hay, los diseñadores se han vuelto muy mediocres y falta mucho concepto a la hora de diseñar o plantear.

Si. Sobre todo en términos de participación ya que El D. G. me permite aportar con mis conocimientos y experiencia en el mejoramiento de estrategias de comunicación que generalmente han estado enfocadas hacia el entorno académico y científico.

En mi caso específico trato de producir con el riesgo ambiental más bajo que tengo dentro de una ciudad, pero siempre se puede hacer más y esa es mi búsqueda, a veces infructuosa e irrealizable, pero está ahí presente.

La participación, democracia y responsabilidad social no soy parte de una estrategia socialmente pensada o de inclusión de cierto tipo de personas, esa inclusión se da por la propia estructura del emprendimiento que permite que cualquier persona que quiera pueda

aprender lo que yo enseño, pero no es parte de mi estrategia dar a conocer eso. Mi negocio es algo muy pequeño y mi aporte es así de pequeño también.

3. ASOCIACIONES

Las asociaciones fueron contactadas vía correo electrónico e invitadas a designar un representante para responder la entrevista a través de Google Forms.

El objetivo era conocer cómo abordan el tema del DGCS en las actividades de la asociación y cómo las enfocan hacia el público o miembros de la misma.

Nombre de la Organización o Asociación

ADG Colombia (Asociación de Diseñadores Gráficos de Colombia)

DISEÑO SOCIAL EN +

Año de creación

2009 2009

1. ¿Cómo definirían el Diseño Gráfico (DG) desde su asociación?

Es difícil hablar de UNA definición, como ente asociativo la ADG Colombia procura por la integración de los distintos campos de trabajo del diseño gráfico en el país, en este mismo sentido, procuramos por dar cabida a las más distintas visiones que sobre el diseño gráfico se formulan en el país a través de la práctica, es entonces lógico que no podamos hablar de una sola definición y que no nos encontremos en la circunstancia de encontrar o de crear una. Por otro lado podemos identificar facetas de esta diáspora que constituye a la asociación, estas facetas podemos encontrar a un grupo de diseñadores que se identifican con la idea del diseño como acción que conjuga función y belleza u ornamento (Cole, Henry. 1849) determinando que el ornamento se constituye en un instrumento significador que sigue a la función. Otra de las facetas que se pueden reconocer está caracterizada por un pensamiento mucho más pragmático y entienden el diseño como una actividad proyectual que propende por resolver problemas del hombre en su cotidianidad mediante la creación

sea esta visual o de objetos (Maldonado, Tomas. 1961), esta perspectiva acepta que son la circunstancias del usuario y del uso de las creaciones las que determinan la relación entre el objeto diseñado y su valor de uso.

Por último existe un grupo que entienden específicamente el diseño gráfico como una actividad que busca la solución de problemas de comunicación (ICOGRADA), en este proceso algunos extienden más la definición e involucran proceso de producción, estableciendo entonces que “los diseñadores realizan una actividad creativa, técnica y analítica, cuyo fin consiste en determinar, anticipadamente a su realización, las características finales de un producto y su modo de elaboración, para que cumpla con una serie de requisitos: funcionales, formales, estéticos, simbólicos, informativos, identificadores, materiales, persuasivos, económicos, etc. definidos de antemano y de común acuerdo entre el cliente o empleador y el diseñador” (Bellucia, Raúl. S.f.) Para concretar, es entonces compleja la visión que sobre el diseño gráfico estamos construyendo como profesionales en Colombia, muy seguramente debido a la amplia gama de espacios en los que se ha venido desarrollando el profesional de diseño en el país, a la diversidad en los niveles de formación de los mismos, y a lo variado de las perspectivas con la que se estructura la oferta académica de programas en diseño en la actualidad.

Diseñar es plasmar el pensamiento de la alternativa mediante esbozos, dibujos, bocetos o esquemas trazados en cualquiera de los soportes, durante o posteriores a un proceso de observación o investigación. Es encontrar soluciones. Desde esta perspectiva, el diseño puede conceptualizarse como un campo de conocimiento multidisciplinario, que implica su aplicación en distintas profesiones, que puede ser estudiado, aprendido y, en consecuencia, enseñado. Está al nivel de la ciencia y la filosofía, dado que su objetivo está orientado a estructurar y configurar contenidos que permitan ser utilizados para ofrecer satisfacciones a necesidades específicas de los seres humanos.

2. ¿Qué incidencia consideran que tiene el DG con la cultura e identidad de una sociedad?

El diseño como aparato de configuración de identidad está bien definido desde la perspectiva del diseño como representación discursiva, El diseño como discurso, si vamos a hablar del diseño como practica discursiva, es necesario definir que, sobre el diseño reposan dos acciones que lo modelan: Una acción comunicativa; que propende por el establecimiento a su interior de un contenido a ser comunicado, reconociendo que sobre los constructos de diseño existe una influencia de los contextos (sociales, culturales, políticos, etc.), que afectan al diseñador y/o a la cadena de producción del objeto. La segunda acción es de carácter retorico que trata de empatar las características del diseño con las necesidades del público al que va dirigido. La retórica es útil para figurar y representar lo que queremos decir, para persuadir a otras personas, para protegernos a nosotros mismos y para sofisticar nuestro placer al usar sistemas simbólicos de experiencias en todos los rubros. “El diseño no solamente comunica, sino que por sí solo es una práctica retórica” (Ehses, Hanno, 2009).

“Para comprender al diseño gráfico como discurso, es necesario definir «lo diseñado» como un acontecimiento que se narra, a partir de una gramática determinada y entender sus predicados desde el concepto de sentido. [...] Discursos del diseño gráfico: publicitario, propagandístico, educativo, informativo, ornamental, etc.” (Vilchis, Luz. 2007). Para Vilchis el mensaje sustenta sus posibilidades de comunicación en la estructura de los significados, resultado de intenciones originarias que desarrollan las oportunidades de pregunta y respuesta con base en la dinámica conocida como semiosis, inmerso en una comunicación intencional como lo diseñado gráficamente, necesariamente se abren horizontes de sentido. Es así como las imágenes deben ser consideradas textos visuales, dado que se trata de narrativas complejas de signos que producen sentido. Es entonces claro que, los productos del diseño al igual que los discursos comparten dos características sustanciales para su validación. Primero, son claramente entes de una estructura de representación en la que son requeridos, tanto al producto del diseño como al discurso, para depositar en ellos un conjunto de ideas que buscan hacer sentido entre ellas. Segundo, los producto de diseño y los discursos son válidos en tanto se logra a través de ellos comunicar algo, pero su intensión va más allá, buscan no solo dar un mensaje sino trascender a la reacción de sus públicos, reacción que tiene como fin convencerlos del modelo de mundo o estructura ideológica que está siendo representada y en este sentido integrarlos a una idea de sociedad. Por lo tanto

el diseño sirve como aparato no solo de representación de identidades y de ideologías sino también como aparato de negociación de las mismas ideologías (Rivera, Alejandro. 2014)

Nuestro trabajo intenta seguir ambas direcciones. Para EN+, “diseño social” es aquel que lleva integrado una solución como componente clave, no como un fin o un producto derivado. Diseño social debe ser usado por tanto, cuando su aplicación es la clave para hacer que las cosas sucedan. Por ejemplo el diseño de plataformas y procesos que lleva a la gente participar y contribuir en la creación de una solución buena para el grupo que es mejor que la solución que hubieran aplicado con un interés individual. En un mundo en crisis que busca reescribir su historia, su concepto de diseño social, abierto y participativo resurge de las cenizas de un diseño esclavizado por la sociedad de consumo.

3. ¿Cuál sería el rol del DG en el desarrollo social de un país?

El diseño actuando sobre el desarrollo social de un país es posible obsérvalo en algunos ejemplos. El modelo de la innovación impulsada por el diseño aplicado en el fenómeno del diseño italiano, cuya producción está vinculada a irrumpir sobre el cotidiano con objetos embebido de sentidos novedosos e irruptivos, lo que los hace diferentes y deseables en su diferencia. Estos cambios radicales sobre la significación de los objetos instigan a cambios radicales en los modelos socio-culturales. Al respecto Roberto Verganti (2008) define la función del diseño como agente de cambio no solamente económico sino social, dejando claramente establecido que el trabajo del diseño sobre la construcción de significados está ubicado en la manipulación de la materialidad cultural y de la relación de dicha cultura con los significados asignados por los grupos sociales. De esta manera se puede decir que el diseño es quien hace presencia en la dimensión afectiva/emocional del consumidor en su acción de consumo vista desde una perspectiva social.

El diseño social es plantear una idea constructiva que nos ayude a comunicar y significar un

proyecto. Este debe ser coherente con la producción de objetos o servicios útiles a la sociedad y valerse de propuestas éticas y recursos materiales compatibles con el medioambiente y el contexto social.

4. ¿Cómo creen que es el imaginario social a cerca del DG? ¿Creen que es necesario hacer algo para transformarlo?

Sobre el imaginario social del diseño y la idea de una construcción social de la noción de diseño es difícil pronunciarse desde la perspectiva nacional (Colombia). Si bien existen algunas aproximaciones a esta idea de una noción de diseño por fuera de la academia y en la periferia de las practicas, como por ejemplo las tesis de maestría de los maestros Boris Greiff “Más acá de la ficción: prácticas académicas, laborales y marginales del diseño en Bogotá. -2003-2012-“(Estudios culturales, Universidad Javeriana) y la maestra Roxana Martínez “Bodegones en fruterías de Bogotá: diseño, cultura y consumo.” (Estudios culturales, Universidad nacional de Colombia). Estudios en los cuales se han abordado algunas dinámicas que apuntan a la existencia de este imaginario social, no se encuentra claramente definido como para poder establecer sobre este una postura que permita determinar una acción.

Debemos ser conscientes del hecho de que tenemos la oportunidad de elegir las acciones en la vida cotidiana. Tenemos la opción entre seguir los mismos hábitos, las costumbres y los senderos que marcamos en el pasado, cambiarlos por otros o diseñar nuevos caminos. Para nosotros este es el diseño social, ¿cómo podemos, desde nuestra pequeña realidad, diseñar nuestro mundo? En la era de la información, la interconexión y las redes sociales, en el ámbito del diseño también necesitamos profesionales pero también de gente que lo aplique en todas las facetas de su vida: artesanos, ilustradores, diseñadores, arquitectos, ecologistas, escritores, campesinos, periodistas, amas de casa... También necesitamos una formación “social y cívica” mínima para que las ideas se encaucen y no queden en meros pensamientos pasajeros. Hay múltiples formas de hacerlo y nuevas metodologías para aplicar y revisar a cada paso. También la experiencia de personas creativas en su día a día. Pero lo más importante quizás, es no olvidar que todos, absolutamente todos, formamos parte activa del

mundo que pisamos. Las posibilidades de rediseñar el mundo son infinitas pero tienen un paso previo indispensable: rediseñar nuestra forma de pensar.

5. ¿Consideran que con el DG se podría transformar alguna realidad o territorio?

Es lógico determinar que el diseño, y más aún, el acto de diseñar son un acto de construcción de sentido en el mundo, un acto en el que el mundo adquiere su forma. Al respecto Tom Bartuska (1994) expone el concepto de “entorno construido” definiéndolo como la esfera de lo artificial que rodea al ser humano, artificialidad elaborada por él mismo, y sobre la cual el hombre construye el significado de su entorno y definen su realidad. Esta noción de “ambiente construido” es la que se puede tomar como base para determinar la influencia del diseño en la cotidianidad humana. En esta misma visión del acto del diseño se pueden reconocer jerarquías de ambientes para su análisis que van desde entornos cercanos y relativamente pequeños (por ejemplo la página de un libro) hasta entornos amplios y mucho más complejos (el paisaje urbano por ejemplo), así mismo dichas jerarquías describen relaciones que resultan sustanciales e imprescindibles para el diseño (la materialidad del libro definida por su condición de objeto en el paisaje urbano, por ejemplo). Son entonces estas distintas esferas y sus relaciones las que se activan en el acto de diseño y la percepción funge como mediador en la valoración de los objetos de diseño, de manera que se destaca la necesidad de pensar en la adaptabilidad de los diseño a los entornos y a los usuarios.

Otra de las perspectivas que aportan a la idea del diseño como actor social está descrita por Vilem Flusser (2002) en la que el diseño se sirve como constructor de la realidad, esta construcción es en sí la construcción de la realidad artificial, realidad que se opone a la del mundo natural. Flusser construye la idea de lo artificial actuando como engaño, en contraposición a lo natural y verdadero, además describe al acto de diseño, en tanto intención de lo artificial, como un acto “malicioso” y transformador que nos aproxima a la belleza. Es el diseñador el constructor de la cultura moderna en la cual el diseño actúa como puente entre arte (pensamiento valorativo) y técnica (pensamiento científico). Esta acción del diseñador actuando como constructor de realidad lo ubica en el plano de la construcción cultural,

determinada por la relevancia de esta construcción en términos del sentido, el sentido que adquiere esta materialidad cultural construida por el diseño.

La gran mayoría de productos responden al modelo de consumo capitalista, constante generador y abastecedor de “necesidades” de consumo. El principal fin de la producción de objetos es hacer crecer el capital de la industria y las marcas sobre todas las cosas, sin importar si se atenta contra el medio ambiente, si se explota a los trabajadores, si se desplaza a pequeños productores y a la economía local, y sin importar, incluso, la calidad de los mismos productos. No lo tienen en cuenta los productores pero tampoco, y en esto tenemos gran parte de la culpa, lo tenemos en cuenta los compradores.

6. ¿Conocen algo sobre el diseño gráfico con consciencia social (DGCS)?

Si ----- Si

a. *¿Cuál es el punto de vista de la organización al respecto?*

Al respecto la ADG Colombia no ha definido una postura clara, si bien se entiende la trascendencia que el diseño tiene en la construcción de entornos y cultura, no se ha abordado este aspecto en el sentido de la responsabilidad que como gremios tenemos sobre lo social. Lo que si se ha desarrollado en la actual presidencia es la definición de la acción del diseño en la cotidianidad como axioma para la toma de decisiones sobre el actuar de la asociación, en este sentido algunas consideraciones como la inclusión (al respecto del ejercicio del diseño por no profesionales en diseño), la participación (como la capacidad de pronunciarse sobre aspectos que afectan la actividad de los diseñadores), el impacto del diseño (entendido como la trascendencia que poseen los objetos de diseño en cuanto a las consecuencias de su existencia) y la movilización social (sobre la capacidad de construir espacios de dialogo entre los distintos actores sociales que intervienen en la definición del diseño), se han convertido en los ejes de actuación de la ADG Colombia y por los tanto se ha asumido como determinantes en la decisiones que se toman y que se consideran convenientes para los agremiados y la asociación en sí.

Decía el filósofo norteamericano John Dewey que una sociedad libre debe producir personas libres, es decir, personas con capacidad de elección y de discernimiento, de comprender lo que les pasa y de ser capaces de cambiar su situación si así lo deciden. Para que esto sea posible, es necesario que las personas tengan garantizado el acceso al conocimiento y que sepan manejar de forma crítica la información que reciben y, esto es muy importante, la que expresan y pueden expresar.

b. *¿En las actividades de la organización, de qué manera está presente?*

Como afirmé anteriormente, buscamos que las actividades que promovemos y en las que participamos propendan por estructurar ideas y acciones que construyan no solo un mejor entorno para el ejercicio del diseño gráfico en la república sino también un mejor entorno para todos en general. Sobre los principios de inclusión, participación, conciencia de impacto y movilización es que juzgamos en que actividades nos involucramos y con qué acciones nos comprometemos, de la misma manera se determina la postura de la asociación a la hora de pronunciarse.

Nosotros optamos siempre por usar el concepto "en positivo", no en un sentido naif, sino casi matemático, ya que implica una comunicación que suma. La comunicación positiva es aquella interacción, verbal o no verbal, que implica creación de soluciones a través de empatía, optimismo y sinergia. Apostamos más por las risas que por las lágrimas, pero entre una risa tonta y una lágrima apasionada, nos quedamos con la segunda. Sin embargo, y en eso somos inflexibles, la comunicación social debe estar cargada de optimismo. Este valor nos ayuda a enfrentar las dificultades con buen ánimo y perseverancia, descubriendo lo positivo que tienen las personas y las circunstancias, confiando en nuestras capacidades y posibilidades, junto con la ayuda que podemos recibir. La principal diferencia que existe entre una actitud optimista y su opuesto, el pesimismo, radica en el enfoque con que se aprecian las cosas: enfocarnos en descubrir inconvenientes y dificultades nos provoca apatía y desánimo. El

optimismo supone hacer ese mismo esfuerzo para encontrar soluciones, ventajas y posibilidades.

7. ¿Para la organización existe una ética del DG? ¿Por qué?

Es claro que el Diseño Gráfico posee un carácter ético en tanto actividad ejercida por un ser humano, el ejercicio de valoración de aquello que se considera bien o mal realizado hace parte del proceso mismo de diseñar así como la determinación de los caminos a tomar para el desarrollo de un proyecto de diseño, la jerarquización de necesidades y los alcances dados al mismo objeto de diseño, es entonces claro que el diseño posee una ética. Al respecto de la ética específica del diseño gráfico, la ADG a ha construido un código de ética para el ejercicio del diseño que se puede consultar en:

<http://www.adgcolombia.org/asociacion/codigo-de-etica-adg>

Está de moda y no es una moda pasajera. Creemos que ha llegado para quedarse. Hay una pulsión interna en el ser humano. En esta sociedad hiperconectada, la televisión ya no puede vendernos un modelo de vida único. Las redes sociales nos han facilitado encontrar a más "locos" que piensan que el cambio es posible, nos han hecho debatir, modelar y mejorar nuestro pensamiento gracias a la inteligencia colectiva. Ahora sabemos que hay otra forma de hacer las cosas y que, entre todos, podemos diseñar y rediseñar otra realidad. Las marcas comerciales ya lo han detectado. Han asimilado que no pueden luchar contra esa pulsión y se han sumado a ella disfrazándose de anuncios en los que ya no se vende estatus, sino valores. El siguiente paso es que se vean obligados a quitarse el disfraz de marketing y RSC y sean empresas verdes, sociales y sostenibles 100%. Llegará, y espero que sea antes de que sigamos realizando daños irreversibles al planeta y a la vida de tantas y tantas personas.

8. ¿Cuáles son las prácticas de diseño que se realizan dentro de la organización?

La ADG Colombia busca agremiar a todos aquellos que autodefinen su actividad como una acción de diseño, específicamente de diseño gráfico. Es así como entre los agremiados se

encuentran desde impresores y profesionales que se han especializado en la producción de diseño, hasta teóricos y profesionales que se dedican a la docencia y la investigación en diseño. De esta forma son muchas las expresiones de diseño que contiene la ADG Colombia y en este sentido las prácticas de diseño que se ejecutan en la asociación. Por otro lado, y en un sentido más estricto, la ADG Colombia en sí no funciona como ente hacedor de diseño, toda actividad que implique la ejecución de diseño es encomendada a uno de los asociados. Un ejemplo de ello es la labor de gestión de la bienal de Tipografía Latinoamericana Tipos Latinos, para esta bienal la ADG Colombia emplea la acción de un equipo múltiple de diseñadores que van desde quien hace la planeación del evento (lo diseña), pasando por quien hace la labor de difusión (y diseña estrategias para difundir el evento) hasta quien diseña el material promocional (plegables y afiches).

Cuando pensamos en diseño, imaginamos productos para ser vendidos, fabricados por una industria y dirigidos a los consumidores. Pero muchos diseñadores hemos aprendido que es necesaria la responsabilidad social en la práctica del diseño, es decir, un diseño orientado hacia las personas, que busca trabajar para y por las personas, que tiene algo más que el beneficio de una transacción de compraventa de servicios.

Para nosotros la mejor definición la dio Victor Papanek: "El diseño social está basado en la creación de nuevas plataformas de comunicación, interacción, intercambio y desarrollo, que huyen de la simple protesta para buscar soluciones a través del diseño. Sus intervenciones quieren fomentar el debate social, el planteamiento de problemas y, a su vez, dotar de nuevos espacios y herramientas". Pero el concepto "diseño social" es un término vivo, en evolución. Nace en contraposición del concepto de diseño orientado a fines meramente comerciales. Pero no tienen por qué ser términos opuestos. Para algunos analistas, a "diseño social" le sucede lo mismo que al término "paz". Cuando intentamos buscar la mejor definición para "paz" nos viene a la mente "ausencia de guerra". Pero la paz merece ser descrita por sus atributos propios. De igual modo, "diseño social" debe ser un término que construyamos desde su propia realidad, y no en contraposición al diseño orientado a fines comerciales.

Necesitamos explorar qué conceptos y métodos podemos aplicar a soluciones concretas, así como qué tipo de metodología debe sustentar el diseño social. Sin fórmulas cerradas.

9. ¿Dentro de esas actividades, la asociación se acerca de alguna forma a alguna comunidad? ¿De qué manera?

La ADG Colombia en su actual presidencia, busca hacer de la asociación un espacio que dé cabida a todo quien esté interesado en mejorar las condiciones del ejercicio del diseño, y un espacio en el cual encuentre apoyo quienes propenden por ejecutar acciones que desde el diseño busquen mejorar las condiciones de vida de otros. Es así como hemos participado en varios espacios de dialogo en los cuales consideramos que tenemos la posibilidad de aportar, hemos iniciado acciones para consolidar a la ADG como promotora de iniciativas como por ejemplo la investigación en diseño, hemos abierto las puertas para la participación de quienes se pudiesen considerar aislados de la participación política gremial y por ultimo hemos determinado como política el apoyo de iniciativas de otras organizaciones que pudiesen aportar al ejercicio del diseño como por ejemplo la activación de la cuenta satélite de cultura en el capítulo de diseño por parte del ministerio de cultura

Nosotros ofrecemos cursos a un precio simbólico, ya que la formación de 250 horas no sería accesible para muchas personas, especialmente de países cuya moneda está muy devaluada con respecto al euro. Los beneficios de los cursos se destinan de forma íntegra a los gastos de la plataforma y la tutorización de los proyectos fin de curso. Estos proyectos deben cumplir un único objetivo: servir al bien común y ser llevados a la práctica.

10. ¿Consideran que el DG como dimensión en la que está su organización, es una profesión que se ejerce con responsabilidad, en términos de medio ambiente, de sociedad, de democracia, de participación? ¿Por qué?

Resulta difícil dar un dictamen del accionar de los diseñadores gráficos que dé cuenta de todas las prácticas de diseño en la república. En el caso específico de Bogotá, existe una

investigación que realice yo para el año pasado (2015) en la cual daba cuenta de los discursos del diseño desde las prácticas independientes, en dicho estudio, y para sorpresa mía, se hizo evidente que la práctica del diseño desde la actividad independiente posee un alto carácter político que busca reivindicar y darle presencia a pequeñas comunidades y grupos sociales y al mismo tiempo se sirven como herramienta para la construcción de sus propias identidades, otro de los hallazgos importantes de dicha investigación estuvo por la mistura de quienes hacen parte de estas comunidades de diseñadores independientes, identificando su producción como producción de diseño (lo que determinó que se le tratase como diseño), estos creadores provenían de áreas distintas como las bellas artes y la administración de empresas incluyendo personas sin formación profesional, todos ellos profesan que su producción es diseño y de la misma manera es valorada como diseño por el público que apreciaba dicha producción.

Esta situación nos ha hecho reflexionar desde la asociación la condición de la producción material del diseño en el país y de la misma manera evidencia la necesidad de establecer vínculos con aquellos que no son diseñadores de profesión pero sí lo son de oficio ya que en ellos encontramos una presencia más significativa del discurso social del diseño.

La política y la sociedad actual se rigen por valores económicos muy alejados de lo que los últimos avances de la ciencia han aportado al campo de la felicidad y la realización personal. Muchos economistas y líderes mundiales son conscientes de ello. Y también el resto de las personas. La economía está a punto de cambiar, pero aún no está claro cómo.

Lo que se sabe es que el liderazgo moral e intelectual es esencial para ese cambio. Creemos que valores como la solidaridad tienen mucho que ver con la felicidad individual. Si la felicidad es el fin último de cada uno de nosotros y este sentimiento tiene mucho que ver con conceptos como sensibilidad, solidaridad, sostenibilidad, estados de paz o realización personal, y poco que ver con acumular riquezas, estatus social y disfrutar de objetos materiales, es una oportunidad valiosa para comenzar a construir una hoja de ruta para un nuevo modelo multidimensional de la economía del bienestar sostenible, fundada en el bienestar humano.

4. EMPRESAS PRIVADAS que trabajan con la perspectiva del DGCS

Las empresas privadas fueron contactadas vía correo electrónico e invitadas a responder la entrevista a través de Google Forms. Para elegir los participantes en este grupo de entrevistados tomé en cuenta la perspectiva desde la cual trabajan el diseño gráfico, en algunos casos bastante ligada al DGCS.

En este grupo me interesaba conocer por qué decidieron trabajar desde esta perspectiva y qué resultados han obtenido de ello.

Nombre de la empresa

Implícate

Hoy es el Día

Motiff S.A.S.

¿Desde qué año está activa?

2008 2013 2002

1. ¿Cuál es la perspectiva de Diseño Gráfico (DG) con la que trabaja la empresa?

Un lenguaje al servicio de un mensaje.

Hoy es el día nació con el objetivo de utilizar el diseño gráfico como vehículo generador de cambios positivos en la sociedad. Somos un estudio de branding y diseño gráfico responsable, comprometido y sostenible. El diseño gráfico tiene un gran potencial para aplicar metodologías sostenibles a nivel social, económico y medioambiental en proyectos de cualquier índole, ya que se pueden aplicar desde el estudio con nuestro sistema de toma de decisiones y código ético como en la definición de los proyecto de nuestros clientes. Así, nuestras acciones pueden ir desde la elección de nuestros proveedores o recursos a la creación de planes de responsabilidad social corporativa o campañas sociales como parte de la definición de marca de nuestros clientes.

Desde el inicio de la empresa, queremos darle relevancia al trabajo del diseñador gráfico buscando eliminar de la mente de nuestros clientes el concepto de que el diseñador es un "chofer" de PC que debe obedecer las órdenes de un gerente de cuenta o un cliente. Por eso hemos creado un espacio independientes donde la asesoría del Diseñador incluye propuestas gráficas que involucren su conocimiento gráfico y su percepción del entorno, aportando esa visión que busca satisfacer un objetivo de comunicación, no el gusto personal de su jefe o su cliente.

2. ¿Por qué decidieron trabajar desde allí?

Hay una frase que lo explica muy bien: "el mundo cambia con tu ejemplo, no con tu opinión". Hoy es el día comenzó siendo "Protesta Creativa", un espacio de debate y reflexión online donde hablaba de diseño gráfico y comunicación desde una perspectiva social, ética y ecológica. Analizaba campañas, identidades y trabajos de diseño para criticar o poner en valor lo que se estaba haciendo en el mundo en este sentido. Llevaba varios años realizando esta labor mientras trabaja en un estudio de diseño. Un estudio donde descubrí que se puede cambiar mucho desde dentro. Desde la misma forma de entender cada proyecto, cada cliente, cada usuario... y decidí empezar a aplicar todo eso que estaba teorizando día a día en Protesta Creativa. Con los años había dado lugar a una forma propia de entender la profesión donde la ética está por encima de todo lo demás. Así que decidí dejar de "protestar" y empezar a "proponer", dando lugar a Hoy es el día. Sobre todo, porque es desde la única perspectiva donde trabajo cómoda.

El escenario en nuestro país al enfrentarnos al mercado laboral, ofrecía realmente pocas opciones: trabajar de ilustrador en algún periódico (la retribución depende de si el trabajo es publicado), de diagramador (trabajar en una empresa dedicada al proceso de impresión no a diseño), o ser gráfico en una agencia de publicidad (donde el jefe directo, el jefe de cuenta, y el cliente tienen la razón). En todos estos campos el crecimiento profesional del diseñador es mínimo y no tiene ni voz ni voto en decisiones de diseño que responden a otros intereses. El diseñador se acostumbra a diseñar piezas que sabe que no están correctas pero que satisfacen a sus jefes.

3. ¿Cómo logran abordar el trabajo desde esta perspectiva y también seguirse moviendo dentro de las lógicas del mercado capitalista?

El DG es un camino para comunicar la identidad de una organización de la misma manera que la moda es un camino para comunicar la identidad de un individuo. No es el único, ni es estático, No creemos en los manuales de estilo. Pensamos la comunicación y el DG como algo vivo, adaptable, configurable...

Es complicado, y en ocasiones desalentador. Y se logra diciendo NO muchas veces a proyectos que no responden a nuestras exigencias. (Esto resulta en ocasiones muy difícil, porque efectivamente, todos nos movemos en un mercado capitalista donde las necesidades económicas no entienden de ética). Sin embargo, el tiempo me ha enseñado que no es necesario que tu cliente sea especialmente sostenible para que tu trabajo lo sea. Aunque por supuesto, un cliente de Hoy es el día nunca sería ANTI-sostenible. Como comentaba antes, la propia toma de decisiones en nuestro día a día, como elegimos un formato, un papel, una tinta, un proveedor... aporta a la generación de cambios. Y por supuesto, en esta toma de decisiones también se incluyen proyectos y clientes que entiendan esta postura y no atenten contra nuestra filosofía.

En nuestro camino aprendimos a salir de la cueva y tener contacto directo con el cliente, aportando nuestro conocimiento directamente. Esto generó un nuevo entendimiento de la profesión como consultores directos en las organizaciones sin pasar por la estructura organizacional de las agencias de publicidad, que aumentan los costos y como un teléfono roto distorsionan los requerimientos iniciales. Esto dio como resultado un modelo de negocio de "Estudios de Diseño" que están en la capacidad de responder diversas necesidades, permitiendo una participación más activa en la toma de decisiones y la asesoría gráfica al cliente.

4. ¿Hasta qué punto participa el cliente y/o el usuario final en el proceso de diseño en sus proyectos?

No conozco la carrera. Los mejores diseñadores que conozco no terminaron la carrera y se auto formaron. Mi sensación siempre fue que la facu está 5 /10 años atrasada respecto a las tendencias, las ideas, las estéticas, los recursos...

En Hoy es el día, el cliente siempre forma parte del proyecto de diseño. Por un lado, es el que mejor conoce sus necesidades y objetivos, por lo que no puede quedar al margen. Por otro lado, que esté inmerso en el proceso nos ayuda a nosotros a que entienda el porqué de cada decisión y comprenda así el resultado final en toda su amplitud. En Hoy es el día nunca se debate si el resultado "gusta" o "no gusta", sino que se habla sobre si es procedente y si cumple con los objetivos marcados.

Hemos establecido unos procesos internos en donde el cliente al inicio del proyecto nos brinda la información completa de los referentes gráficos, nosotros los acompañamos en la toma de decisiones y durante el proceso hay varias etapas que requieren la aprobación del cliente para continuar adelante. Estas aprobaciones son definitivas y si se cambia de parecer, esto implica replantear la propuesta gráfica. Se inicia de nuevo el proceso con un costo adicional. Obviamente hay ajustes que se van generando durante el proceso pero mientras no sean ajustes críticos se implementan como parte del proceso.

5 ¿Los resultados que obtienen de cada proyecto han sido satisfactorios? ¿Qué consideran que hace falta?

Generando un modelo educativo centrado en casos reales, donde se curse mucho más dentro de estudios que dentro de aulas...

Esta es una pregunta muy amplia. Nosotros siempre nos marcamos dos objetivos: por un lado, cumplir con los objetivos y necesidades de nuestro cliente, ya que si vienen a Hoy es el día es en busca de soluciones. Por otro, conseguir hacerlo respetando nuestra filosofía, consiguiendo generar cambios positivos y disminuir el impacto negativo que pueda causar. Los resultados son muy variables dependiendo del alcance del proyecto y de la actitud o posibilidades del cliente.

La mayoría de los proyectos realizados por Mottif, han tenido resultados satisfactorios en temas gráficos y de comunicación. Sí hay proyectos específicos que han sido especialmente complicados por la intervención de personas que no saben de diseño en la toma de decisiones gráficas. Aunque tratamos de que los procesos creados se cumplan hay casos donde en la mitad del camino se incorporan en la toma de decisiones personas que no conocen el proceso y que intervienen las piezas a gusto personal. Siempre hemos

considerado que la clave está en asumir al diseñador como un profesional y que se respeten sus decisiones. En esto los diseñadores somos responsables de los errores, por permitir la intervención de los clientes en temas gráficos, para finalizar pronto el proyecto y poder cobrar; y el cliente por no entender al diseñador como un profesional que sabe más que el en temas gráficos.

6. ¿Qué opinan de la frase: “el cliente siempre tiene la razón”?

Cada proyecto es distinto. Cada proyecto tiene un abordaje diferencial. Cuando inventas una formula, el nivel cae, la rentabilidad sube. Hay que encontrar un equilibrio entre \$, PORTFOLIO, PLACER, INVESTIGACION.

Que no es cierta. El cliente tiene mucho que aportar pero no puede saber de todo. En nuestro caso, parte de nuestra responsabilidad es explicar al cliente el porqué de las decisiones que tomamos, indicarle qué es mejor para él y hacerles entender que estamos aquí para ayudarles haciendo lo que mejor sabemos hacer. La confianza en nuestro trabajo es fundamental.

Es una frase que puede aplicar a algunos servicios, pero es destructiva para la mayoría de los profesionales. Piense que pasaría si un cliente le dice a su médico de qué está enfermo y que debe recetarle. O a un ingeniero, se le diga cómo debe construir los cimientos de su edificio. Que se puede esperar de un diseñador que el cliente le diga que su diseño debe ser innovador, conservador, pero atrevido y agresivo sin perder los lineamientos corporativos pero sobre todo que se la "fumen verde". Un diseñador que busque complacer todos estos requerimientos no terminara sino haciendo caso a las recomendaciones de color, tipografía, composición etc. y al final tendrá un proyecto que difícilmente incluya en su portafolio porque no lo hizo él, lo hizo el cliente.

7. ¿Qué incidencia consideran que tiene el DG con la cultura e identidad de una sociedad?

El DG como todo lenguaje se nutre del contexto y a su vez termina marcando una época. Se puede entender las épocas desde el DG.

El diseño gráfico, entre otros elementos, da forma a la cultura e identidad de una sociedad. Por lo que desde mi punto de vista, es fundamental.

Actualmente los medios de comunicación se han diversificado, multiplicado, y globalizado. Anteriormente ver piezas de comunicación de otros países era todo un descubrimiento porque en cada lugar las tendencias eran muy diferentes y respondían a temas culturales locales. Ahora la inmediatez de la información está generando unas tendencias globales que se expanden viralmente. Las marcas cada vez tienen más fuerza y las tendencias gráficas buscan imitar los casos de éxito, dejando de lado características propias de cada cultura. Es un hecho que la pérdida de identidad de las diferentes culturas dependen de los parámetros impuestos por marcas, personajes, televisión, cine, redes sociales y se debe pensar en empezar a educar a los nuevos profesionales en la búsqueda y conservación de los elementos que pertenecen y deben ser conservados como patrimonio cultural de cada país.

8. ¿Cuál sería el rol del DG en el desarrollo social de un país?

Creo que no se entiende mucho lo que es el DG... mucha gente cree que es más un skill técnico (usar la compu el illustrator) que un skill lingüístico (interpretar en imágenes valores y mensajes). Esta es una tarea individual de cada diseñador, de casa estudio, de cada agencia...

El diseño gráfico ayuda al desarrollo social visibilizando una forma concreta de entender el país: qué es y hacia dónde se dirige, por lo que ayuda a crear un sentido de pertenencia y a que sus ciudadanos entiendan y sientan lo que significa. Además, el diseño gráfico es un instrumento para crear conciencia, cambiar actitudes y comunicarse con la ciudadanía, otros gobiernos, inversores, etc.

Debería ser potencializador de la identidad propia del país. Debería contribuir a crear fuentes de investigación y consulta a los profesionales que quieran realizar proyectos de difusión y conocimiento. Crear proyectos de recolección y conservación de material gráfico propio de cada cultura. Usar los nuevos medios para promover y "viralizar" todo ese conocimiento para que sea parte de las herramientas con que cuentan los profesionales para su trabajo día a día, y también se vea reflejado en toda la producción artística generando elementos de identidad propios.

9. ¿El DG podría transformar una realidad o un territorio?

Veníamos de muchos años de trabajar en publicidad...marcados x la urgencia, las necesidades de grandes marcas y corporaciones...y decidimos crear una resistencia, política, social, económica ayudando a las organizaciones y a las ideas que combatían en última instancia c nuestros ex clientes o c las ideas que regían a nuestros ex clientes...ayudar a construir un mundo menos peor...

El diseño gráfico puede servir como elemento dinamizador de esos cambios, pero no puede trabajar sólo. Como comentaba antes, el diseño gráfico tiene un gran poder para cambiar actitudes, concientizar y sobre todo crear puentes de comunicación que sirvan para esa transformación.

Si definitivamente sí. Sólo hay que dar una mirada a las piezas gráficas que dejo la historia, como la segunda guerra, o la postguerra en Norteamérica, los carteles comunistas en la Unión Soviética, La propaganda Nazi, la guerra fría. Todos esos eventos manejan objetivos de comunicación claros que fueron vitales en el desenlace y lo que sucedió después. Son armas importantes que deben ser manejadas responsablemente, no solo para conseguir objetivos políticos, sino para enriquecer culturalmente a las personas y generando una conciencia que pueden ser un motor de desarrollo para los países.

10. ¿Creen que las personas en general saben lo que es el DG? ¿Es necesario hacer algo para transformar esa idea?

En general, la ciudadanía tiene una idea muy superficial de lo que es el diseño gráfico. Que esta percepción cambiara sería beneficioso ya que las personas que están en posición de utilizar el diseño gráfico entenderían su potencial y lo que les puede aportar. Desde organizaciones y empresas a personas individuales o sistemas de gobierno como estados o ayuntamientos.

No existe claridad en el DG. Se confunde con Publicidad, Comunicación, Tecnología, Dibujo, Arte, Fotografía, etc. Actualmente los medios y la inmediatez de los requerimientos pueden generar profesionales con conocimiento en todos estos campos. Las herramientas de capacitación están cada vez más a la mano, y el profesional se le mide a lo que sea; un día hace impresos, otro día sabe web, otro día hace video. Entendemos que las tecnologías permiten conocer más de todas las disciplinas, pero en la compañía tomamos la decisión de conservar los procesos dando al diseñador la fase del proceso únicamente de diseño, esto hace que el foco del profesional este en el tema gráfico, y no en programación, edición, código, maquetación con el fin de respetar las especialidades de cada profesional.

11. ¿Cuál es su punto de vista acerca del Diseño Gráfico con Conciencia Social?

Si te referís a la idea de un diseño más cercano a la necesidad y la identidad que a un diseño más orientado a captar usuarios (persuasión) creo que es el camino correcto...el diseño (no solo gráfico) tiene mucho que aportar a la construcción de ideas, productos, servicios, discursos. Y desde nuestro lugar mejor centrarlo en como potenciar las virtudes del mensaje (centrado en el producto) que en posicionamientos (centrado en el usuario receptor).

Para mí es la única forma de entender el diseño gráfico. Aunque también sé que esto no es real. Creo que no el diseño gráfico, sino los diseñadores, son cada vez más responsables de su trabajo y la conciencia social está empezando a implementarse en la metodología de algunos de ellos. Es un proceso, pero espero que siga aumentando el número de profesionales que atiendan a estas cuestiones a la hora de abordar su trabajo.

Anteriormente se habló de que el diseño y la comunicación es una herramienta poderosa y debería ser usada para crear una conciencia de sociedad que impulse el desarrollo de los países. Si vemos ejemplos más locales basta con viajar en Colombia de una ciudad a otra para ver como la ideología de cada una es muy diferente dependiendo de ese imaginario que tiene cada habitante y eso depende directamente de lo que él ve que sucede en su ciudad. En algunos lados los habitantes defienden sus instituciones y sus líderes porque tienen la conciencia de que son todos uno solo y ven reflejado en su diario vivir lo que se comunica con lo que se ejecuta. En otros lados los mensajes se leen de manera diferente generando una respuesta negativa al no ser coherente lo que se comunica con lo que se ve reflejado en su ciudad.

12. ¿Creen que hace falta mostrar a los estudiantes de DG perspectivas diferentes desde la carrera? ¿Por qué?

Eligiendo los clientes, eligiendo las campañas, gestionando nuestros propios proyectos, reduciendo nuestras necesidades (consumir menos, consumir mejor).

Es fundamental, porque estaremos ayudando a crear una nueva generación de profesionales para los que la sostenibilidad y la conciencia social serán un elemento básico que abordarán con naturalidad. Ahora, es un elemento añadido que incluimos en nuestra perspectiva solo algunos diseñadores. Si se incluyera como elemento de estudio en las carreras, el proceso transformador sería mucho más veloz y efectivo.

Básicamente por las tendencias. Personalmente lo vi reflejado en mi formación profesional al recibir mucha información de un solo ámbito del diseño que en ese momento eran los medios impresos. Al terminar mi carrera descubrí todo el universo de los medios digitales, que generaron más interés que el tema editorial y en últimas definió mi perfil profesional, muchas veces discutí con otros diseñadores que sostenían que un diseñador debería lograr ser exitoso en cualquier ámbito sin importar temas externos, pero mi visión personal es que cada ámbito si genera unas características propias que deben ser interiorizadas por el diseñador y generar en él una especialidad. No es lo mismo diseñar un libro de lujo, a un catálogo, o un sitio web a una app para Smartphone. El uso del color, fuentes, imágenes etc., deben responder a temas técnicos que al final se vean reflejados en una comunicación correcta y agradable del mensaje que se quiera transmitir.

13. ¿Consideran que el DG actualmente, es ejercido con responsabilidad, en términos de medio ambiente, de sociedad, de democracia, de participación?

Es importante estar conectados c el caso a resolver, c la necesidad del usuario, del cliente. Esto no quiere decir que es el usuario que va a imponer su criterio ni que el cliente tiene razón, Esto quiere decir que el DG conecta. Y no se puede conectar si no entiendes los que quieres conectar. Y para entender debes estar cerca. Cerca, entender al otro, entender la organización. Entender el contexto de consumo del producto o servicio.

En general, no. Solo algunos profesionales entienden que términos como medio ambiente, sociedad, democracia, participación y otros muchos son inseparables de su trabajo. Para mí, los diseñadores tenemos una gran responsabilidad y muchos no son conscientes de ello. Estamos en un puesto privilegiado, desde el cual podemos comunicarnos con mucha gente. Hacerlo con responsabilidad es fundamental y necesario.

Actualmente el DG responde a necesidades inmediatas de generar ganancias económicas de las compañías. Es un medio que tiene como fin vender. El mensaje puede ser cualquiera, un programa de TV, una película de Cine, un plan de capacitación interno de una compañía, el objetivo es llevar el mensaje. Hay compañías que cumplen con unos objetivos adicionales como uso de papel reciclado, bajar costos de producción, que se ven reflejados en los informes internos de gestión. El Diseñador vive un poco aislado de ese entorno ambiental, social, democrático, y demás. Su aporte puede limitarse a recomendar materiales o medios más "verdes" y esa realidad de su entorno se distorsiona de acuerdo al mensaje que requieran comunicar sus clientes. El único escenario en donde el Diseñador puede tomar una posición crítica es en proyectos propios auto sostenido en donde el objetivo sea presentar una posición personal.

CONVERSACIÓN CON ESTUDIO FONTANA + FRANCO

En este caso especial realicé la entrevista a este estudio por ser el lugar donde trabajo actualmente como diseñadora, además de ser conformada por egresados de la UBA. Me interesaba conocer su punto de vista en relación al DGCS teniendo en cuenta de que se trata de un estudio de diseño que trabaja de manera tradicional en el mercado.

Pablo Fontana (PF) - Victoria Franco (VF) – Eugenia Pettina (EP)

Lucía Sandoval (LS): ¿Que entienden por Diseño con Consciencia Social?

VF: Entiendo por Diseño con Consciencia Social el trabajo con barrios carenciados, las villas por ejemplo. El hecho de aplicar señalética, de informar a la gente de las áreas de servicios. De capacitar a la gente para que tenga algún oficio, pero fundamentalmente tiene que ver con colaborar en la organización de esas zonas.

Es una vertiente, o sea, me parece que puede haber muchísimos más caminos, como trabajar en las ONG, para fomentar la solidaridad.

Y después la cultura, que yo creo que trabaja mucho con ese tipo de diseño.

PF: El perfil social igual es demasiado amplio. A mí me tocó participar en un programa para poder comunicar mejor todo el programa de alfabetización e involucrar gente en la parte de educación. Eso fue en los albores de la carrera, fue el primer trabajo de eso, participar junto al Plan Nacional de Alfabetización, era de toda la carrera porque había una única cátedra. Guillermo González Ruiz estaba al mando, y lo que después se fue haciendo en cada cátedra...la cátedra de Shakespeare, en realidad tenía 20 alumnos.

VF: Esa época coincide con los primeros tiempos de la vuelta a la democracia.

PF: Claro, tiene una directa relación con la vuelta a la democracia y un fortalecimiento de un programa, que fue el Plan Nacional de Alfabetización. Entonces, digamos... eso es un camino y es válido para mí como factor de lo que estás expresando. Totalmente opuesto o distinto a esto que están diciendo de Wolkowicz con un plan social, como puede ser también distinto a si vos trabajás con gente cartonera y les enseñás a reciclar para que hagan libros con papel reciclado... y hay mucho de eso también.

VF: Consciencia social tiene que ver con la sustentabilidad, puede ser desde una empresa también.

PF: La consciencia se da por inquietudes de cada una de las personas en la época en que va sucediendo, como todas las cosas.

VF: Eso no quiere decir que el diseñador tiene q compartir la ideología de ese mensaje, pero tiene que poder comunicarlo, de la manera más clara que le sea posible.

PF: Más allá del diseño, quién no tiene responsabilidad con la sociedad? (...) Kukurto que es el que inventó esta Eloísa Cartonera, tuvo un perfil social, sin embargo el tipo es un poeta, no tiene que ver con el diseño y sin embargo descubrió un criterio y una forma de darle... con tener cierta gente e incorporar cierta gente, darle una mecánica...

El diseñador no tiene mayor responsabilidad ante la sociedad que un médico, que un cirujano, que un ingeniero, que un arquitecto, que un maestro... no mujer, todos tenemos una responsabilidad me parece". "Hay un egoísmo en el diseño....

Si a mí me dicen... diseñame el folletito, yo necesito saber qué vas a poner ahí sino a mí no me sale nada... No es que le tengo miedo a la página en blanco, lo que tengo es que no se pensar un diseño si no tengo claro que es lo que va en ese diseño. Porque yo leo el trabajo... alguien me lo indicó en la carrera o en la universidad? No... Lo hago porque yo entendí que esa es la manera en que yo me involucro...

Para mí excede a una carrera o a un país eso, excede y depende de la idiosincrasia donde está inmerso ese país.

Si en Colombia no existe esa perspectiva, es porque seguramente hay millones de factores en esa sociedad que hacen que eso no se esté requiriendo todavía.

VF: Está incorporado porque coincide el inicio de la carrera con una época histórica muy significativa para nosotros.

PF: El marco teórico te va a servir, pero el marco práctico tiene que estar no más allá de lo que está requiriendo esa sociedad, porque si no se cae del mapa de la vida de ese lugar.

Cada uno, desde su lado, siempre busca ese perfil social.

VF: Hay un filtro permanente y natural en la carrera, ya está pensado así.

PF: Acá el diseño forma parte de un conglomerado que está relacionado con diseño de imagen y sonido, diseño de indumentaria, arquitectura, diseño de paisaje, diseño industrial, que estoy seguro que cada uno desde su lugar tiene una función social porque es lo que la sociedad está requiriendo en estos momentos.

Los distintos diseños y las distintas otras profesiones, de alguna manera tienen función social porque la sociedad lo está requiriendo.

VF: El interés por el diseño social tiene que ver con la educación que recibes en la casa. (...) Uno tiene intereses en función de cómo es educado, después están otras variables.

La persona es un todo, no es un ser profesional por un lado y un ciudadano por el otro.

PF: Pero te toca a vos como persona, excede cualquier función, responsabilidades y todo. Es dónde te ubicás vos en ese punto.

LS: Y si les pongo un ejemplo, viene un político y los contrata para hacerles su campaña, ¿qué criterios manejarían?

VF: ... Una cosa es ser comunicador social y otra cosa es compartir la ideología o lo que piensa tu cliente, a vos te pagan por un trabajo. Ahí entra la ética, pero es la ética personal no la profesional.

PF: Pero salgamos del tema político, que es medio tramposo. Te llama Philip Morris para diseñar una... cajetilla...

VF: ¿Y qué le vas a decir? ¿NO?

LS: Yo le diría que NO.

PF: Yo le diría que NO... ¿a una empresa de cigarrillos?

VF: ¿No trabajarías para una tabacalera?

PF: ¡Yo no! ¡No trabajaría para una tabacalera!

VF: Pero escuchame, vos vas al kiosco, y el consumidor es el que elige. Le están diciendo: Te voy a matar, y lo compra igual!

PF: ¡No importa! Pero vos tenés una responsabilidad. Ahí sí coincido que hay una función social del diseño, una ética! O sea, vos podés tener un límite, por ejemplo...

VF: Yo tengo un límite, yo no trabajaría nunca para no sé... para una organización terrorista....

PF: Pero el tabaco mata más gente que una célula neo nazi..!

VF: Pero el que lo compra es responsable de su propia vida, si uno se quiere suicidar es un problema de uno!

PF: No, pero vos, como diseñadora, también tienes una postura.

LS: Justamente estas son las dos posturas que chocan en nuestra profesión.

VF: Bueno, pero esto es otra cosa.

PF: Pero está tu ética, tu decisión. Lilita Carrió digamos... volvamos a la política. Te llama Lilita Carrió y quiere que le diseñes la campaña a presidente.

VF: Yo la puedo diseñar y no votarla.

PF: No, no, no... Excede lo de votar o no votar.

LS: Pero si no crees en ella, ¿cómo vas a comunicar sus mensajes?

VF: Pero yo presto un servicio.

PF: Para mi hay una postura ética ahí que es difícil de lidiar. Yo, por lo menos...

LS: Yo conocí a una empresa argentino-española (Implicate.org) que tiene publicado un listado de clientes con los cuales no trabajarían... directamente los rechazan por la naturaleza de sus filosofías.

VF: Perdoname, pero aquí trabajamos para una minera, ¿cuál es la diferencia?

PF: No, ahí no tengo tanto conflicto...

EP: Pero por ejemplo, para una marca de ropa, tampoco... porque tienen los talleres de personas esclavizadas.... Trabajando por 3 pesos...

LS: Yo no lo haría tampoco. A mí se me empiezan a reducir los clientes...

EP: Y Coca-Cola... ¿también?... Yo le vendería el alma al diablo...

VF: Pero el consumo es una elección personal.

EP: Pero si lo comparás con una tabacalera....

PF: No, perdoname, pero me parece que no es lo mismo. El nivel de intoxicación que genera en el cuerpo y las enfermedades que produce para mí no son equiparables.

VF: Por ejemplo, para ver el negro en la escala de grises, yo no trabajaría para una empresa armamentista... Pero esas son compañías que tienen poder, mientras que los cigarrillos van a un consumidor común, vos sos libre de ir a comprarlo o no. Las armas no, porque siempre son con un fin destructivo.

LS: El cigarrillo también... o no? No tiene nada positivo.

PF: Yo no estoy de acuerdo con vos Vicky.

VF: Habría que venderle entonces a determinada gente y listo.

LS: Una cosa positiva es que se generan estas discusiones y eso contribuye a crear consciencia.

PF: A ver, seguramente, si tengo trabajo o no... Eso también influye. Porque si me llama Marlboro y yo estoy cagado de hambre, te aseguro que me meto la ética...

VF: Si Lilita no tuviese el 1% de los votos y tuviese el 38% a mí me posiciona en un segmento de empresas que me interesa competir...

PF: Pero... ¡vos la odiás a ella!

VF: La odio... ¡pero me está pagando por un servicio!

LS: Yo no podría trabajar en una campaña en la que no creo...

EP: Yo tampoco podría trabajar así... ¿Cómo hacés para transmitirle a alguien algo en lo que vos no creés?

VF: No sé, hay estrategias.... Pero no sé... puede ser... es muy difícil.

PF: Que hay gente que lo hace... ¡seguro que sí! Pero yo no podría, porque es que te toca a vos como persona y excede cualquier función o responsabilidades y todo. O sea es ¿dónde te ubicás vos?, yo eso por lo menos me lo planteo, no es que lo agarro así de una...

VF: Es como el médico que trabaja para el OSDE 510 y no trabaja para el Hospital Público y está en la elección profesional de uno.

PF: Yo tengo un perfil distinto al de ella.. yo lo re veo.

VF: ... Le pongo un precio que es impagable.. si me lo paga no me queda otra que hacérsela..
O ¿qué le voy a decir? No... No te cotizo, ¿no te trabajo...?

PF: Claro... eso mismo, ¡no cotizar! Pero bueno... también soy consciente de que hay muchas formas... nosotros trabajamos para un bingo hace tiempo.

VF: ¡Claro! Y éramos plenamente conscientes de todos los problemas sociales que traía eso.

PF: Si pero no te niego que siempre fue con un cierto prurito...

VF: Pero si jugar es perjudicial para la salud, es como una tabacalera...

PF: Y aparte todas las tabacaleras y el alcohol están ahí metidas. A mí me trajo ciertos conflictos, pero en ese momento nos posicionó y nos sirvió mucho. Por eso te digo que la ética tiene también su perfil, su lado de necesidad social. Pero si yo puedo elegir, voy a elegir, no es que a todo le digo que sí.

LS: Ahí entra la subjetividad, porque viste que para Vicky es algo y para Pablo es otra cosa....

VF: Lilita con el 1% de electores es inofensiva... No es Bush...

PF: No... no es Bush, pero miralo a Trump!

5. DOCENTES

A este grupo se le realizó las entrevistas directamente vía internet y en algunos casos personalmente. Estos docentes fueron seleccionados por sus criterios de enseñanza, saberes y antecedentes en las carreras de DG en cada facultad.

Me interesaba saber qué conocen sobre el DGCS y qué piensan al respecto. Si consideran importante transmitir este conocimiento y enseñar a sus alumnos sobre él, además de qué incidencia consideran que tiene la profesión en la sociedad.

Las preguntas fueron las siguientes:

1. ¿Cómo define el DG? ¿Aborda en clase este concepto con sus estudiantes?
2. ¿Qué incidencia considera que tiene el Diseño Gráfico con la cultura e identidad de una sociedad?
3. ¿Cuál sería el rol del DG en el desarrollo social de un país?
4. ¿Cómo cree que es el imaginario social a cerca del DG? ¿Cree que es necesario hacer algo para transformarlo?
5. ¿Considera que con el DG se puede llegar a transformar un territorio o una realidad?
6. ¿Ha oído algo acerca del diseño gráfico con consciencia social (DGCS)?
 - a. ¿Qué opina al respecto?
 - b. ¿El concepto DGSC aparece en el plan de estudios de la carrera de DG de la cual usted es docente?
Si →
 - ¿Conoce experiencias de DGCS? ¿Las lleva al aula?
 - ¿Considera que desde las prácticas de DGCS se transformaría la relación con el cliente?
¿Por qué?
No →
 - ¿Cree que es necesario que esté presente? ¿Por qué?
7. ¿En el proceso de enseñanza de su asignatura, qué prácticas pedagógicas se aplican?
8. ¿Cuáles son las prácticas de diseño que se realizan dentro de la carrera?

9. ¿Dentro de la metodología de enseñanza, el taller implica una práctica en una comunidad? Entendiendo comunidad no sólo como un grupo de personas que comparten un lugar geográfico, sino también una necesidad, un deseo o un objetivo.
10. En un proceso de diseño existen tres actores fundamentales: DISEÑADOR-CLIENTE-USUARIO FINAL. ¿Aborda usted este tema con los estudiantes? ¿Por qué?
11. ¿Qué opina de la frase “el cliente siempre tiene la razón”?
12. ¿Le parece que el DG como lo presenta desde su posición de docente, es enseñado con responsabilidad, en términos de medio ambiente, de sociedad, de democracia, de participación? ¿Por qué?

A continuación cito fragmentos de respuestas que considero más relevantes en cada entrevista.

Freddy Chaparro

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

El diseño gráfico se ocupa del estudio, creación y producción de mensajes e imágenes que percibidos visualmente, sirven de vehículo para la comunicación y la transmisión de información, en un entorno tecnológico determinado por los modos de reproducción y difusión de la imagen. Como oficio, profesión y disciplina proyectual estratégicamente considera e involucra factores formales, estéticos, funcionales y ambientales, que determinan las características de los productos, piezas gráficas, procesos y medios de comunicación.

Actúa inter disciplinariamente con los actores y factores involucrados en los procesos de comunicación en función de las necesidades de la sociedad, manteniendo una relación estrecha con el arte, las humanidades el lenguaje, la comunicación, la ciencia y la tecnología.

Estos conceptos trato que sean considerados siempre, desde la conformación del programa.

Como creador y productor de imágenes, mensajes y contenidos, el diseño gráfico está comprometido en la construcción de la memoria histórica y el patrimonio cultural, la difusión de la información y el conocimiento, la los valores culturales, el estar asociado a procesos complejos de producción y difusión de imágenes y artefactos, considera en su procesos la innovación social y el medio ambiente.

El diseño es hoy parte del sistema de producción y de alguna manera un renglón de la economía, lo que implica que los diseñadores se propongan de manera más decidida, lograr que el diseño forme parte de políticas públicas para insertarlo estratégicamente desde el inicio de los procesos.

No está definido como un propósito claro, pero se encuentran experiencias en los temas que se proponen en algunos talleres o trabajos de grado. La profundización en Multimedia es la que más involucra esta visión.

Más que como una asignatura, debe ser involucrado estratégicamente en buena parte de los talleres y algunas asignaturas teóricas, igualmente promover que se desarrollen trabajos de grado.

Destaco las experiencias de caso que se han desarrollado en el Taller de Orientación y diseño de información, que ha dispuesto como estrategia temáticas asociadas con comunidades y entornos sociales. Sin embargo la orientación de proyectos orientados a la comunidad no es lo más característico de las asignaturas del programa, pues persiste la metodología de trabajo orientado a la producción de obra gráfica autónoma.

Antonio Márquez

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

Parto de la base de que no podemos separar nuestro ser en comportamientos o roles uno es y actúa. Nuestra sociedad es de consumo y crea mercancías. Crear mercancías hace que mucho de lo producido sea innecesario. Hago conciencia de esto procuro pensar en un diseño que nos permita actuar en consecuencia con lo que pensamos.

Cecilia Mazzeo

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Muchos de los docentes que trabajan conmigo se dedican a la práctica de la profesión. Yo conformo mis equipos docentes con un mix entre docentes que se dedican a la carrera académica y docentes que se dedican a la práctica profesional, porque me interesa el aporte de esos docentes, si no la enseñanza se va distanciando de la práctica profesional y eso también es un problema.

Me alejo de los pensamientos mesiánicos, no creo que el dg sea tan poderoso. Lo que creo es que nosotros podemos operar en el nivel de la vida cotidiana de la gente y desde ahí aportar para una mejor calidad de vida. Se podría cambiar la realidad de esa persona.

Este es el lugar (UBA) que produce conocimiento sobre la disciplina. (Esto para decir que a pesar de que no existe una bibliografía obligatoria, los resultados son buenos por la calidad de enseñanza en el taller).

Daniel Wolkowicz

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Nosotros desde hace ya muchos años, yo diría casi desde el principio, siempre dedicamos determinada parte del año en los distintos niveles a hacer trabajos de diseño social. Cada vez con mayor nivel de realidad, alguna vez fueron modelos disimulados para trabajar, después directamente para empezar a contactarse instituciones, ONG.

Nosotros hemos trabajado con el hospital de niños, con el hospital posadas, con comunidades Wichis, con la Cruz Roja, o sea en todos los años en los distintos niveles tenemos dos o tres trabajos de interés social.

Lo que están haciendo es una reforma cosmética, es decir, agregar un contenido para sacar otro, a mí me parece que eso no es lo que hay que hacer. A mí me parece que en realidad lo que hay que hacer es una revolución en la enseñanza, el problema no pasa por agregar o quitar materias, el problema pasa por otra forma de enseñar que no es la que hemos llevado, más allá de que cada cátedra actualiza sus contenidos, me parece que es un momento muy particular en donde ni los alumnos entienden a los profesores, los profesores siguen pensando que son los referentes del saber, y ya no lo son, y ni los docentes entienden a los alumnos.

No es que el hacer del diseño sea otro, pero la forma de pensarlo si tiene que ser otra, y la forma de enseñarlo también tiene q ser otra. No puede seguir siendo como hace 20 años donde el modelo es el profesor, ni lo que dice el profesor es lo que está validado porque no es así. Hoy el profesor dice algo, y los alumnos te googlean y tienen 50 cosas distintas para opinar. Lo peor es que no lo hacen". (...) "Y no tiene que ver con el diseño, tiene que ver con el sistema educativo total.