

Las actividades deportivas en general y las Artes Marciales en particular conforman una respuesta integral a este interrogante.

Las Artes Marciales conforman un conjunto de acciones que combinan el manejo de nuestra mente y nuestro espíritu, quienes gobiernan nuestras acciones y nuestro cuerpo, quien las ejecuta.

Mediante la práctica regular de la Artes Marciales, la persona alcanza un nivel óptimo de control sobre sus acciones, equilibra su interior armonizando sus pensamientos con el medioambiente que lo rodea y finalmente, adquiere herramientas fundamentales para sobrevivir en medios altamente hostiles.

DO es un programa que incluye la práctica tradicional del Taekwon-do (arte marcial coreana milenaria), que agrega la experiencia de sus instructores en el competitivo mundo de las corporaciones, para de esta manera aportar al alumno, una vivencia rica en mecanismos de 'transferencia' desde los principios básicos de la disciplina marcial hacia las actividades laborales cotidianas. De la misma forma, esto se aplica a menores en edad escolar, permitiéndoles canalizar el stress no racionalizado.

DO-management es un programa totalmente innovador, aplicado con éxito y que no posee parámetros comparativos en nuestro país.

DO fue creado para proveer un espacio seguro donde uno pueda aprender el arte del Taekwon-do, divertirse en el transcurso, hacer un compromiso hacia ese aprendizaje y usar el conocimiento como mecanismo básico para mejorarse a uno mismo, la familia, sus negocios y su comunidad.

Esta conferencia fue dictada por **Natalia Vanesa Quiroga** y **Germán Von Foerster** (UP/UCA - Argentina) el jueves 31 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

Guión fotográfico

Ximena Roux

Comúnmente podemos observar en esta era en la que la proliferación de imágenes y sistemas de captura se popularizan a pasos agigantados, un detalle no menor en el abarrotamiento de imágenes tanto en archivos personales como profesionales, páginas de Internet, *blogs*, telefonía celular y demás.

Es muy frecuente escuchar con reiteración la frase "debo organizar mi archivo fotográfico, limpiar mi PC, reordenar mi caja de fotografías, me estoy quedando sin memoria, debo ampliar mi memoria, estuve de viaje y traje 2000 fotos", etc. Esto ocurre notablemente en la actualidad en donde existiendo al alcance de la mayoría la posibilidad de ampliar memorias tanto en los dispositivos de captura como en los sistemas de almacenamien-

to, los amantes, aficionados y quienes deseen registrar momentos para ellos destacados, caigan en el triste acto de disparar el obturador cientos de veces bajo cualquier circunstancia y 'por las dudas' con el propósito de no perder aquello que consideran único e irrepetible. Pero ¿qué sucede con el análisis previo en cada acto fotográfico? ¿Qué ocurre en la acción de mirar? ¿Con cuánta síntesis es capaz esa persona de contar una situación o tal vez modificarla? ¿Qué ocurre si me olvido de mi cámara digital y juego a que nuevamente tengo sólo 36 exposiciones, o doce, o tan sólo una placa al colodión? Para ello una de las mejores herramientas que nos ayudan a organizar esta desordenada avidez observacional y fotográfica es el 'Guión Fotográfico'. El Guión Fotográfico es adaptable a cualquier tipo de trabajo con imágenes, desde un viajero amateur que traerá consigo recuerdos de los paisajes recorridos, el familiar que pondrá bajo su registro un acontecimiento personal, el profesional que realizará un seguimiento de su proyecto, el investigador, el artista, el que quiere contar, el que quiere decir, el que fotografía debe saber cómo hacerlo y para ello debe organizarse.

Esta conferencia fue dictada por **Ximena Roux** (Universidad de Palermo - Argentina) el miércoles 30 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

Profesionalización del diseño gráfico

Claudio Ruiz Velasco Rivera Melo

La importancia de definir el perfil del diseñador gráfico

El perfil del diseñador gráfico es un tema que presenta algunos paradigmas. Parece que se tocan fibras sensibles porque causa cierta polémica. Pero ¿a qué surge esto del perfil? A dos sencillas razones. La primera, que queramos o no en el mercado y en la sociedad la carrera del 'diseñador' no es valorada, ni remunerada como esperáramos y no somos 'respetados' en el buen sentido de la palabra, es decir, no reconocen la autoridad que tenemos no sólo en nuestra materia, sino en el campo profesional.

La segunda, que por ser egresados de una carrera muy joven, de reciente creación, no tenemos claro en realidad cuál es nuestro perfil, así como tampoco teníamos claro cuál era la definición ni las áreas de aplicación.

Pero vamos por partes. Con respecto a la autoridad. Regularmente para hablar del tema recurrimos a la comparación, no me gusta, pero resulta didáctico así que ahí vamos. Por ejemplo al típico caso que es el del doctor. Cuando vamos a consulta con el médico porque nos sentimos mal y nos receta una medicina para calmar el dolor o nos manda hacer análisis para ver que tenemos, ¿cuándo lo cuestionamos? ¿cuándo le recomendamos que mejor nos recete otra medicina? ¿cuándo le sugerimos

mos que cambie los análisis por un tratamiento? o ¿acaso le decimos que le baje al precio de la consulta? ¡Al fin que nomás nos auscultó!

Si acudimos son un abogado para tratar cualquier asunto y nos tenemos que ir a pleito o demanda o litigio o necesitamos un amparo o cualquier otro recurso legal y nos da un dictamen o un veredicto, ¿cuándo le decimos que mejor cambie de tribunal? ¿cuándo le pedimos que mejor utilice otra redacción en sus recursos de defensa? ¿cuándo le recomendamos que no utilice su estrategia? Si vamos a cortarnos el pelo, en la peluquería o la estética, pedimos el corte o el arreglo, pero no le decimos a la persona qué tijera utilizar, o que cuchilla ponerle a la maquineta, ni por donde empezar a cortar o que si deja de movernos tanto la cabeza.

Incluso si contratamos a un albañil o a un plomero o cualquier otro oficio, tampoco regateamos. Cualquiera de ellos (y creo que a todos nos ha pasado) ponen el precio de la chamba y si no lo aceptamos con toda la tranquilidad se dan la vuelta, y tampoco cuestionamos su trabajo.

Entonces ¿por qué a nosotros nos cuestionan todo? ¿por qué cuestionan todo lo que hacemos? Que si cambia el color, que ponga una tipografía más bonita, que baja la bolita esa, la raya no la pongas tan larga, pero lo peor de todo es que casi siempre estas peticiones son porque no les gustan las cosas que hacemos y no respetan el trabajo sólo por el gusto, no por la funcionalidad. Es decir no se dan cuenta de la autoridad que tenemos en el diseño y que si nos solicitan un proyecto, entonces nos confían su empresa con todo lo que esto implica.

Entre que los clientes y el mercado en general no saben de la existencia del diseño gráfico como cualquier otra profesión respetable y por tanto no la toman en serio y que nosotros no nos damos a respetar con nuestras actitudes y con el miedo de perder al cliente, nos encontramos en un asunto complicado. Pero no acaba aquí. Además de pasar con el cliente, pasa con el jefe que casi nunca es diseñador, sino en el mejor de los casos mercadólogo, o publicista, o egresado de comunicación o algo afín, pero muchas otras veces es administrador, contador, químico, etc. Y si nuestro jefe es editor, olvídalo, es una pesadilla.

¿Por qué no podemos tener esa imagen de respeto? Algunos expertos dicen que son varios factores: primero que la carrera tiene tan sólo 39 años, lo cual es muy poco tiempo para que nos reconozcan. Otro argumento es que nosotros para ejercer no necesitamos estar titulados y no nos piden cédula profesional para diseñar o para mandar a imprimir, como ocurre con todas las demás carreras.

Otro factor es que a nosotros diseñadores no nos ha importado tomar conciencia del asunto y dejamos que nos manipulen a como se les ocurra.

Algunos otros aseguran que esto ocurre porque no existe una agrupación o asociación que nos respalde, que ponga cuotas de diseño, consultoría, asesoría, etcétera y que ponga el nombre del diseño en un lugar respetable. ¿Será? Puede que sean todos los factores o ninguno de los anteriores. Lo cierto es que en el campo profesional durante todo el tiempo que tengo de trabajar, me he encontrado con muchos diseñadores en muchos lugares

(despachos, imprentas, *freelance*) y de todos, la mayoría tiene problemas para definir su perfil profesional, pero lo peor para vivirlo. Y tanto clientes como jefes e incluso los encargados de ciertas áreas de las imprentas y otros talleres nos tienen 'encasillados' –¡uy! ¡Es diseñador! ¡No sabe hacer las cosas! ¡No puede con la chamba! ¡No va a poder! ¡Se hace bolas solito! ¡No conoce los procesos! Y otros más son comentarios recurrentes que escucho al respecto, excepto en los casos en que ciertos casos se dan a respetar.

Yo digo que todo esto se trata en realidad y de fondo en que no sabemos profesionalizar nuestro trabajo. Y aquí quiero retomar algo que vimos en la presentación y que tanto les causó molestia. No se trata de ponerse traje y corbata, sino de 'presentarse' como se debe. Se trata de 'proyectar' la imagen profesional que necesitamos. Para ello comentábamos, primero tenemos que darnos cuenta de que somos personas y como tales estamos conformados de 5 dimensiones que determinan nuestro perfil. Es cierto que mucho viene de personalidad, de educación y de formación en casa. Pero también es cierto que tenemos 'ciertas' características especiales que nos diferencian de otras personas que estudiaron otras carreras. Esas características determinan un poco este perfil y se pule mientras estudiamos.

Estas dimensiones son:

- **Conocimientos:** que es todo lo que tenemos que saber acerca de la carrera, procesos, técnicas, teorías, historia y datos
- **Habilidades:** son las capacidades, destrezas, gracias, mañas que tenemos y que nos permiten ejecutar las cosas propias de nuestra carrera. Tenemos habilidades para otras cosas, pero no nos importan más que las del diseñador.
- **Actitudes:** disposiciones del ánimo y espíritu para llevar a cabo ciertas labores y tareas en las diversas facetas del ejercicio profesional
- **Aptitudes:** son las cualidades que tenemos y que nos permiten el buen desempeño de los conocimientos, las habilidades y las actitudes.
- **Valores:** Virtud. Cualidad que al poseerla o desarrollarla nos atribuye características únicas y proveen de firmeza a la persona, es un referente y orienta el comportamiento.

De estas dimensiones que todos tenemos, existen muchas, las que son inherentes a la humanidad y las que nos interesan (no porque no me interesen ustedes, sino que no es momento de ahondar en ello) que son las propias de nuestra carrera.

Esta conferencia fue dictada por **Claudio Ruiz Velasco Rivera Melo** (Gvisual - México) el miércoles 30 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.