

**Modos de inserción laboral del Diseñador Industrial latinoamericano.
Un paradigma en construcción.**

Por Ivan Longhini, Diseñador Industrial¹

Categoría: Proyectos de Exploración de la agenda profesional

¹ Ivan Longhini, Diseñador industrial FADU-UBA, Posgraduado Mercosur Design en Diseño de Objetos para el Hogar, Docente en la Universidad Nacional de Buenos Aires, Universidad de Palermo y Universidad Nacional de Misiones, profesional Independiente en Diseño Industrial y especialista en docencia proyectual y técnicas de representación Bi y Tri dimensionales.

Abstract

A la hora del dictado de clases, nuestros alumnos demandan continuamente conocimientos referidos a la forma que puede tomar su futura práctica profesional, para imaginar y planear su inserción laboral en el mercado regional.

Esta problemática se refiere a una zona indeterminada de la práctica común a las carreras proyectuales de la región, y que nos proponemos explorar.

En las carreras de Diseño Industrial, de reciente creación y referidas a una profesión poco conocida en el medio productivo regional, existen distintos modelos profesionales en desarrollo actualmente, ninguno de los cuales prima sobre los otros a nivel cuantitativo y/o económico. Así, hoy tenemos diseñadores empleados en la industria, diseñadores externos *free lancers*, estudios que brindan asesoría en diseño, estudios con variada oferta de servicios, diseñadores auto-productores y diseñadores-artistas, por solo citar algunos ejemplos.

Muchos de estos profesionales, además, reparten su práctica laboral específica con otras actividades como la docencia en diseño, investigación, publicaciones en medios académicos y/o especializados, seminarios en el exterior, etc.

Proponemos investigar, tipificar y sacar conclusiones sobre la variedad de estas actividades, para incorporar el conocimiento resultante a la currícula de las carreras universitarias, con el objetivo de que los alumnos comiencen a vivenciar las alternativas laborales que la región les ofrece a futuro.

Palabras Clave

Diseño Industrial- Inserción laboral- Práctica Profesional

Introducción

Motivados por el lanzamiento del programa de investigación 2011-2015 del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, el que, como se lee en el *paper* de presentación del proyecto (UP, 2011), está "...destinado a enmarcar, organizar, sistematizar y darle proyección al trabajo académico y de investigación que viene realizando el claustro académico de la Facultad en los últimos años" y que "...propone la formación de equipos de trabajo para la reflexión académica, la producción teórica y la generación de conocimiento en los campos disciplinares y profesionales en los que actúa la Facultad", nos propusimos presentar un proyecto de investigación de exploración de la agenda profesional de nuestra disciplina.

Nuestro objetivo era individualizar alguna problemática en la que pudiéramos profundizar de forma metódica, empleando las herramientas de la investigación para generar resultados que fueran útiles en la práctica pedagógica diaria de nuestra casa estudios.

El Diseño Industrial, pese a ser una disciplina que lleva más de 30 años de enseñanza universitaria en nuestro país, ha estado atado históricamente a los vaivenes de la política económica de la Nación, que en este tiempo ha oscilado entre el proteccionismo a la industria nacional hasta la liberalización total de las variables económicas, para evolucionar actualmente hacia un modelo de desarrollo industrial con sustitución de las importaciones manufactureras. Esta característica que se replica, con variantes, en toda la región, ha signado el desarrollo de la profesión de diseñador industrial, lo que acarrea una patente falta de modelos laborales a los que referenciarse al momento de delinear la práctica profesional.

Esta problemática de la ausencia de referencias ciertas al momento de caracterizar los modos de inserción laboral del diseño industrial es la que decidimos abordar en nuestro proyecto de investigación.

Creemos que es necesario clarificar las distintas formas en que los diseñadores locales llevan a cabo su trabajo, organizar estos modos de ejercicio según criterios de importancia profesional que los mismos diseñadores les otorgan, y entender la relación económica entre ingresos y carga horaria que caracteriza a cada forma de ejercicio laboral del diseño industrial.

Esta información debe ser obtenida a través de un mecanismo preciso y con un método científico, para evitar distorsiones causadas por la percepción individual, con el fin de llegar a conclusiones imparciales que puedan ser utilizadas con la certeza de que se trata de datos estrictamente reales.

Una vez conocidos y publicados los resultados de este proyecto, creemos que pueden ser utilizados como herramienta en la enseñanza de diseño industrial en nuestra universidad y en otras casas de estudio, donde una de las cuestiones que más comúnmente plantean los estudiantes es la incertidumbre sobre la forma en que se insertarán en el mercado laboral. En las conclusiones del presente retomaremos la cuestión de la pertinencia de este estudio para la práctica docente en diseño, y propondremos algunas estrategias pedagógicas que creemos pueden ayudar a la aplicación efectiva del conocimiento aquí contenido.

Cerrando estas palabras iniciales, debemos aclarar que no pretendemos aquí sentar un juicio de valor sobre las distintas modalidades de ejercicio de nuestra profesión, a la par que creemos que los modelos que surgirán en un futuro como los más exitosos, dependerán en gran medida, de la evolución del objeto de nuestra disciplina: la industria.

A. Encuadre académico.

Inicialmente, comenzaremos por ubicar el campo de interés de nuestra investigación dentro del marco académico institucional de la Facultad de diseño y comunicación de la Universidad de Palermo.

Nuestra propuesta es relevante para el campo de la pedagogía de diseño en general y el diseño industrial en particular.

Como se define en el web site DyC de la Universidad de Palermo:

“el Diseñador Industrial de nuestra Facultad crea y recrea objetos para su producción, distribución, comercialización y uso, resolviendo problemas funcionales estéticos y comunicacionales, incorporando tecnologías, utilizando nuevos materiales, con avanzados sistemas de producción.

Su capacidad creativa está orientada a optimizar los productos industriales a través del diseño. Puede realizar la creación de líneas de producción industrial vinculada a artefactos, mobiliario, vehículos, utensilios, productos domésticos y equipamiento urbano.

Estudiar Diseño Industrial significa diseñar, construir y gestionar distintas áreas del diseño desarrollando desde el packaging de diferentes productos hasta contenedores, calzado deportivo como también en el campo del interiorismo, revestimientos, mobiliarios y elementos de decoración.”

Siguiendo la migración en curso para las carreras de la facultad hacia el modelo de áreas disciplinares que combinen saberes de distintas carreras en cursadas más personalizadas, donde el alumno sea protagonista activo y arquitecto de su formación, la carrera de diseño industrial se enmarca en, citando nuevamente a nuestro sitio web:

“el Área Diseño de Objetos y Productos de la Facultad de Diseño y Comunicación está conformada por las siguientes carreras y títulos:

Diseño Industrial:

Analista Universitario en Diseño Industrial (30 asignaturas - 3 años).

Diseñador Industrial (10 asignaturas más - 1 año más).

Diseño de Mobiliario:

Diseñador de Mobiliario (24 asignaturas - 3 años).

Diseño de Joyas:

Diseñador de Joyas (24 asignaturas - 3 años).

Carreras relacionadas

Diseño de Espacios Comerciales:

Técnico en Armado de Vidrieras (16 asignaturas - 2 años).

Diseñador de Espacios Comerciales (18 asignaturas más - 2 años más).”

Ver Anexos 1, 2, 3 y 4 para plan de estudios, títulos intermedios y finales de estas carreras.

El presente proyecto se desarrollará en el marco de la cursada de la asignatura Diseño Industrial 2, materia proyectual avanzada de tercer año de la carrera de Diseño Industrial, durante el segundo semestre del presente ciclo lectivo.

La información y las conclusiones que surjan de este proyecto tienen aplicación primaria en el campo del diseño Industrial, que como explicamos en el *abstract*, es una joven disciplina que busca definir el perfil laboral de sus profesionales y caracterizar su inserción en el ámbito productiva regional.

El aporte que brindamos puede ser incorporado a la currícula de diversas materias de la carrera de diseño industrial de la UP, desde las asignaturas netamente proyectuales, como las troncales Diseño de Productos 1 (código 022082), Diseño de Productos 2 (código 022085), Diseño de productos 3 (código 022089), Diseño de Productos 4 (código 022092), Diseño Industrial 1 (código 022096), Diseño Industrial 2 (código 022100), Diseño Industrial 3 (código 022103), Diseño Industrial 4 (código 022105), hasta las materias específicamente dedicadas a la inserción y

práctica profesional, como Planificación de la Producción (código 022584), Empresas de Diseño (código 022104), ó Comercialización (código 021197), por ejemplo.

Creemos que el mayor impacto de esta investigación puede darse al brindar a los docentes de la especialidad en particular, y a la comunidad académica en general, datos concretos sobre la actualidad del desempeño laboral de los diseñadores recibidos. Esta data estadística puede ser incorporada a los distintos cursos propuestos, de diversas formas: mediante inclusión de los perfiles, porcentajes y conclusiones en clases teóricas, en correcciones de trabajos prácticos, en trabajos de investigación y relevamientos realizados por los estudiantes, y otras estrategias pedagógicas, que ayuden a satisfacer la demanda del alumnado por imaginar su futura inserción laboral.

Como aplicación secundaria, la lógica y el método de nuestra investigación, pueden ser fácilmente transferidos a otras disciplinas proyectuales del Área Diseño de Objetos y Productos de la Facultad de Diseño y Comunicación de la UP, y con algunos ajustes también es de aplicación a todas las carreras de las distintas áreas disciplinares de la mencionada Facultad.

Más allá de esta aplicación directa de los datos estadísticos en la práctica áulica diaria, conocer la realidad laboral de los diseñadores industriales de la región puede servir para modificar el modo de enseñar esta disciplina en nuestras universidades.

B. Presentación del Proyecto

Fundamentación:

Como se adelantó en el *abstract* del comienzo, y a la hora del dictado de clases, una de las recurrentes demandas de conocimiento por parte de los alumnos, consiste en una zona indeterminada de la práctica profesional del diseñador regional: la referida a la futura inserción laboral de los diseñadores industriales recién recibidos.

Proponemos investigar, tipificar y enseñar los distintos modos de inserción, reales ó potenciales, para que los alumnos comiencen a vivenciar las alternativas laborales que la región les ofrece. A diferencia de otras carreras relacionadas con las ciencias exactas, como la ingeniería en sus distintas expresiones, o las disciplinas proyectuales ya consolidadas por años de práctica profesional, como la arquitectura, las carreras de diseño en general, y el diseño Industrial en particular no poseen una tipología predominante y característica en lo que respecta a la inserción laboral de sus egresados.

Desde su creación, la especialidad proyectual objeto de este estudio estuvo destinada a formar profesionales multidisciplinarios que se integren a la industria local y regional, aportando con su formación específica herramientas efectivas para un mejoramiento sustantivo de la calidad de la producción seriada de objetos.

El objetivo estratégico de esta carrera es el de servir a la Industria al aumentar las ventas a través del mejoramiento de la *performance* técnica, estética y funcional de los productos, lo que incrementa sensiblemente las posibilidades de exportar porciones cada vez mayores de la producción, que, para generar crecimiento económico debe estar dirigida a mercados de mayores dimensiones a las que puede ofrecer el ámbito local o regional.

Esta finalidad estratégica para la que fueron introducidas las carreras de diseño industrial en nuestra región es un lento proceso cuyos resultados no se verifican al presente. Esto puede deberse a distintos factores, en el caso del diseño Industrial creemos que hay dos grandes grupos de razones que confluyen en la falta de integración industria-diseñador: los referidos al perfil de las industrias y los que se relacionan con las características de los diseñadores que egresan de nuestras casas de estudios.

Las razones relativas a la situación de la industria y la idiosincrasia del medio productivo local y regional no atañen a este estudio, dada la imposibilidad de operar sobre ellas desde el ámbito académico, y son objetos de múltiples iniciativas estatales que empiezan a fructificar. En cambio, los factores relativos al perfil del egresado de las carreras de diseño industrial si nos conciernen y son el objeto de análisis que realizaremos, y que se corporizará en conocer la realidad de la práctica de hecho de los diseñadores.

Puesto en palabras simples: ¿si los diseñadores no trabajan en la industria, de que trabajan? ¿Por qué? ¿Hay razón de esto en su formación académica y profesional, o solo se debe a la coyuntura del medio productivo local?

Creemos que el conocer la situación laboral real de los diseñadores locales es el primer paso para operar sobre los contenidos de las carreras de diseño industrial y lograr un mensurable aumento de la inserción de los nuevos profesionales en el seno de la industria.

Tipología:

Como investigación aplicada, el tema trata de un vacío notable en los currículos de las carreras proyectuales, que cuentan con materias destinadas al estudio de la práctica profesional, pero cuyos contenidos se centran más en metodologías y/o aspectos legales que en la realidad diaria del profesional.

Se innova pedagógicamente en plantear una investigación de campo sobre modos de ejercicio de la disciplina que funcionarán como simulación de la propia inserción de los alumnos en su medio profesional.

Necesidad que cubre:

La inserción laboral de los diseñadores industriales en Latinoamérica muestra grandes dificultades y deficiencias, y está en el centro del debate de la agenda profesional. La forma de enseñanza de la disciplina tiene una parte de la responsabilidad en esta problemática. Esta investigación busca sentar un precedente en la forma de mejorar el conocimiento de las formas de empleo disponibles y futuras.

Descripción Pormenorizada:

Proponemos la realización, por los alumnos participantes del proyecto, de un relevamiento porcentual de la dedicación profesional de los diseñadores industriales a cada uno de modelos de inserción laboral existentes que tipificaremos (diseñador in-house, diseñador externo, asesoría en diseño, estudios de diseño, diseñadores autoproductores, diseñadores-artista, docencia en diseño, investigación en diseño, empleo en el exterior, etc.).

Este relevamiento podrá realizarse inicialmente entre el plantel docente de la Up, dada la disposición de los profesores en los módulos de asistencia personalizada (MAP), que permitirá realizar la encuesta de forma personalizada sin interrumpir el normal dictado de clases. Según el número de profesionales efectivamente encuestados, puede ampliarse la muestra estadística a otras casas de estudio e instituciones que nucleen diseñadores.

La primera etapa del proyecto finalizará con el desglose de la información y el asentamiento de toda esta información en un primer informe.

En una segunda etapa, y en base a la información recopilada, analizar y proponer una organización de los datos según criterios a definir (desarrollo profesional, económico, mercado existente y futuro, necesidades regionales, especializaciones, etc.)

En una tercera etapa, plantear conclusiones y sistematizar el resultado para su publicación y posterior uso en actividades pedagógicas.

Puede continuarse el proyecto con la incorporación de nuevas etapas, destinadas a ampliar la muestra geográfica del mercado profesional mensurada, o destinadas a adecuar este escrito para su edición y publicación.

Para la primera etapa desarrollamos una herramienta estadística de recogida de información, esto es un formulario, que se basa en un modelo de *multiple-choice*.

El profesional debe escoger entre la/las categorías de práctica profesional a las que dedica su actividad laboral actual, categorías que a continuación detallaremos, de las que debe ponderarse su importancia profesional en una escala de valoración del 1 al 5 por el encuestado.

Para completar la medición, el formulario también incluye casilleros para especificar, estimativamente, el porcentaje de sus ingresos mensuales que el profesional percibe en el desempeño de cada tipo de actividad, y el porcentaje del total de horas mensuales de trabajo que dedica a las distintas tareas que desempeña.

Categorías laborales incluidas en el formulario encuesta:

1. Diseñador *full-time* en industria
2. Diseñador *part-time* en industria
3. Autoprodutor y comercializador de productos
4. Socio en estudio de Servicios de Diseño
5. Empleado en estudio de Servicios de Diseño
6. Diseñador *Free-Lancer*
7. Otras formas de práctica del Diseño
8. Docente Rentado de Diseño
9. Docente Ad-Honorem de Diseño
10. Escritor en medios académicos y/o prensa especializada sobre Diseño
11. Investigación académica o particular en diseño
12. Empleado en Organismos gubernamentales relacionados al Diseño
13. Empleado en ONG relacionadas al Diseño
14. Otras actividades relacionadas al Diseño
15. Otras actividades no relacionadas al Diseño

C. corpus

Organización de la Cátedra

Docente:

El autor, DI Ivan Longhini, será responsable del desarrollo del proyecto.

Auxiliares:

DI Javier Leveratto

Estudiantes:

Aportarán material estadístico como parte de un TP especial, los alumnos de la Materia Diseño Industrial 1 (cód. 022096), oferta 1370, cursantes Jueves TN, de la Carrera de diseño Industrial.

Lista tentativa de alumnos participantes:

Barletta, Giovanni

Berger, Ernesto

Bernat, Ignacio Martín

Bianchi, Martín Leandro

Cacici, Jorge Martín

Castro Herrera, Miguel Angel

Day, Patricio Ernesto

Fonseca Moreira Lage, Paula

Gamarra Lopez, Juan Felipe

Giordano, Gonzalo

Hernández, Federico

Higuera, Julián David

Leaño Ramírez, Juan Sebastián

Lloret, Matías Alberto

Lozano Coy, Diego alejandro

Macagno, Sofía

Magi, Francisco Jose

Marcello, Guido Allan

Moses, Miguel Nabih

Ordoñez Manrique, Catalina

Perez Baldoni, María

Peña Villagra, Harold

Re, Leandro Sebastián

Rodriguez Koenig, Guillermo

Scarabotti, Gustavo

Tarquini, Tomás

Tíferes, Nicolas Alejandro

D. cronograma

Semana de inicio de clases 4 de agosto: Introducción a la problemática abordada por esta investigación.

Semana del 18 de agosto: entrega de modelo de encuesta y consigna para inicio de recolección de datos a profesionales

Semana del 6 de octubre: recepción de las encuestas realizadas por los alumnos (la fecha se define por haberse cumplido la segunda semana de horas MAP, en las cuales los alumnos podrán encontrar y entrevistar a los profesionales que se desempeñan como docentes en la UP).

Semana del 17 al 21 de Octubre: entrega del informe de avance del 75% incorporando primeros datos de encuestas realizadas.

Semana del 28 de noviembre al 2 de diciembre: entrega final del proyecto de investigación con análisis de la información recogida y primeras conclusiones.

Objetivos

Como se explicitó en la fundamentación del proyecto, la finalidad de este estudio es aportar datos concretos sobre el modo en que ejercen su práctica profesional los diseñadores industriales locales. Estos datos permitirán incorporar a los contenidos de las materias proyectuales de la carrera de Diseño industrial de la UP un panorama realista de la situación actual, y proyectar escenarios futuros de inserción para los nuevos egresados de dicha carrera.

E. Evaluación

Se realizarán evaluaciones parciales sumativas de la producción de los estudiantes, y una evaluación general de los resultados en base a indicadores que a continuación se detallan. En las conclusiones se verterán estos resultados y se delinearán los pasos a seguir para enriquecer y continuar investigando el campo objeto del recorte de nuestra investigación.

Indicadores para evaluación

Amplitud de la muestra estadística estudiada (cantidad de encuestas realizadas)

Variedad de perfiles profesionales encontrados.

Aparición de modos de inserción no previstos originalmente en este estudio.

Porcentaje de rechazos a la realización de la encuesta.

Aportes realizados por los encuestados.

Interés de los encuestados por recibir datos estadísticos y conclusiones del presente estudio (posibilidad que se ofrece en el formulario como retribución por las molestias que pueda causar la entrevista)

F. informe

Encuadre Teórico

Siguiendo los modelos presentes en la bibliografía específica generada en el Instituto Nacional de Tecnología Industrial, principal referente local de estudio disciplinar del diseño industrial y su relación con la producción nacional, citaremos definiciones sobre los distintos aspectos que abarca el concepto de diseño para la industria y los variados enfoques teóricos existentes sobre el rol de esta actividad en la cadena de valor de la producción local.

Una primera organización del encuadre teórico del trabajo podría ser la siguiente:

Diseño, sus múltiples definiciones.

Existen variadas definiciones sobre lo que se entiende por diseño, especialmente en lo referido a la relación de esta actividad con las profesiones proyectuales, como la arquitectura, el diseño

grafico, industrial, de indumentaria y textil, imagen y sonido, multimedial, etc, etc. Citaremos algunas definiciones que nos parecen útiles para graficar los distintos enfoques sobre esta actividad, sin pretender ponderar o categorizar las mismas.

Según definición de la Real Academia Española, en el Diccionario de la Lengua Española, Vigésima segunda edición:

Diseño:

(Del it. *disegno*).

1. m. Traza o delineación de un edificio o de una figura.
2. m. Proyecto, plan. *Diseño urbanístico*
3. m. Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie. *Diseño gráfico, de modas, industrial*
4. m. Forma de cada uno de estos objetos. *El diseño de esta silla es de inspiración modernista*
5. m. Descripción o bosquejo verbal de algo.
6. m. Disposición de manchas, colores o dibujos que caracterizan exteriormente a diversos animales y plantas.

Según Scott (2007) “Diseñar es un acto humano fundamental: diseñamos toda vez que hacemos algo por una razón definida. Ello significa que casi todas nuestras actividades tienen algo de diseño: lavar platos, llevar la contabilidad o pintar un cuadro” (P.1)

Gustavo Valdés de León (2004) afirma:

En sentido estricto, disciplinar, el Diseño consiste en el procesamiento racional e intuitivo de un conjunto de variables objetivas y subjetivas que, siguiendo una metodología específica y dentro de un horizonte tecnológico, estético e ideológico dado, permite proyectar objetos y servicios que luego serán producidos industrialmente con el propósito de satisfacer las demandas materiales o simbólicas, reales o inducidas, de un mercado segmentando, en un contexto económico-social concreto. (P.45)

Crespi y Ferraro (1971) retoman a Scott en su definición de diseño para el tomo “Léxico Técnico de las Artes Plásticas”:

Bosquejo de alguna cosa, trazo, delineación de una figura o un objeto. Trabajo de creación que atiende a la “función” y a la “expresión”. Scott al referirse al diseño, dice que la “expresión” en la creación de un instrumento científico con un fin preciso, es equivalente al “significado en la forma” y al referirse a la “necesidad humana”, implícita en el acto de creación, necesidad que puede ser “personal” o “social”, la califica como “causa primera, impulso del acto de diseñar”, imprescindible, por otra parte para la “evaluación” del objeto creado. Desconociendo esta causa primera, solo podemos “valorar” el objeto, pero no evaluarlo.

Scott reconoce una “causa formal” que entiende exclusivamente el proceso mismo del diseño (boceto preliminar, elección del material, elaboración del artefacto) proceso a través del cual, de manera consciente e intuitiva a la vez, se revaloriza la causa formal.

Habría también, una “causa material” que es la concreción de de la idea en el material elegido, su conocimiento y función para el fin propuesto; y una “causa técnica” apropiada al material, que incluye las herramientas y los procedimientos.

La interrelación y la presencia sin superposiciones de estas causas en el proceso de diseño (finalidad, función y forma expresiva) a través del material por medio de una técnica adecuada, son las bases fundamentales de una buena realización. A ello deben sumarse las razones económicas que resulta un importante factor en los procesos de industrialización y producción masiva de un diseño que inciden notablemente en las causas expuestas, en nuestra moderna sociedad (P. 23-24)

Definiciones de diseño Diseño Industrial

Según la Sociedad de diseñadores industriales de América (2007):

El diseño industrial es un servicio profesional que consiste en crear y desarrollar conceptos y especificaciones que optimizan la función, el valor y la apariencia de productos y sistemas para el beneficio mutuo del usuario y del fabricante. Los diseñadores industriales generan estos conceptos y especificaciones a través de la recopilación, el análisis y la síntesis de datos, guiados por las exigencias específicas del cliente o del fabricante. Están formados para elaborar recomendaciones claras y concisas a través de dibujos, modelos y descripciones verbales. Por lo general, los servicios de diseño industrial se facilitan en el contexto de una relación laboral de cooperación con otros miembros de un grupo de desarrollo. En estos grupos suele haber especialistas en gestión, marketing, ingeniería y fabricación. El diseñador industrial expresa conceptos que personifican todos los criterios oportunos que el grupo ha señalado. La aportación singular del diseñador industrial hace hincapié en aquellos aspectos del producto o sistema más vinculados directamente a características, necesidades e intereses humanos, lo que requiere un conocimiento especializado de criterios visuales, táctiles, de seguridad y conveniencia, orientados al usuario. Igualmente, se consideran recursos esenciales del diseño industrial la formación y la experiencia a la hora de anticipar los factores psicológicos, fisiológicos y sociológicos que el usuario percibe y por los que, además, resulta influenciado.

Los diseñadores industriales también se preocupan, a efectos prácticos, de los procesos técnicos y requisitos de fabricación; de las oportunidades de mercado y de las limitaciones económicas; de las ventas de distribución y de los procesos de servicio. Trabajan para asegurarse de que las recomendaciones sobre el diseño utilicen los materiales y la tecnología de manera eficiente y observen todos los requisitos legales y de regulación.

Además de facilitar conceptos para productos y sistemas, a los diseñadores industriales se les pide consejo para múltiples cuestiones relacionadas con la imagen del cliente. Entre tales tareas se encuentran sistemas de identidad de producto y organización, creación de sistemas de comunicación, diseño y planificación del espacio interior, dispositivos de publicidad, así como empaquetado y otros servicios relacionados. Se acude a ellos en una gran variedad de escenarios administrativos como asesores en la creación de las normas industriales, directrices reguladoras y procedimientos de calidad y control para mejorar la fabricación y los productos.

Los diseñadores industriales, como profesionales, son conscientes de que están obligados a cumplir con las responsabilidades contractuales frente a los clientes, a proteger el bienestar y la seguridad pública, a respetar el medio ambiente y a observar una práctica ética de su actividad.

Gay y Samar (2004) aportan la siguiente caracterización:

El diseño industrial sintetiza conocimientos, métodos, técnicas, creatividad y tiene comometa la concepción de objetos de producción industrial, atendiendo a sus funciones, sus cualidades estructurales, formales y estético-simbólicas, así como todos los valores y aspectos que hacen a su producción, comercialización y utilización, teniendo al ser humano como usuario. (P.134)

Antecedentes teóricos: el impacto económico del diseño en la argentina.

Existe escasa bibliografía que aborde las cuestiones de la inserción laboral del diseñador industrial en la región, en parte por lo novedosa que resulta nuestra disciplina para el objeto de su especialidad, en parte porque este parece ser un tema postergado en detrimento de cuestiones más urgentes, como la promoción del diseño y diversas acciones para lograr su implantación en los distintos tipos de industria.

La bibliografía extranjera especializada, como “Management del Diseño”, generalmente describe y analiza el rol del diseñador desempeñándose en grandes empresas, ya sea desde estructuras independientes de asesoría o insertándose en grandes departamentos de arte / diseño / comercialización ó ingeniería. (Best, 2008).

Mas allá de que en nuestro medio el modelo de gestión de diseño, entendido como una mirada abarcadora de las posibilidades de intervención del diseñador en los distintos puntos del ciclo de negocio de una empresa, cuenta con numerosos adherentes y promotores, creemos que estos

modelos teóricos no terminan de ajustarse a la realidad productiva de la región ni a la idiosincrasia de la mayoría de las empresas industriales que deberían ser los principales clientes de los diseñadores industriales.

Por todo esto, fue de gran valor encontrar el estudio “Diseño en la Argentina, estudio del impacto económico, 2008”, publicado por el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), como parte de su Programa de Promoción del Diseño (ProDiseño).

Este libro nos ha servido de guía, ya que en sus páginas encontramos claras referencias a la realidad de la importancia del diseño en el sector industrial y un acabado estudio de las variables que intervienen en la situación actual, además de esclarecedores capítulos referidos a las perspectivas a futuro de la relación diseño-industria.

Sobre la encuesta de modos de inserción laboral de profesionales del diseño Industrial.

Nuestro trabajo basará su estructura en referentes que detallaremos en el siguiente ítem, los que nos ayudaron a configurar nuestra principal herramienta de investigación: La encuesta de modos de inserción laboral de los profesionales del diseño industrial.

Al momento de considerar la forma de conseguir información fiable sobre el desempeño actual de nuestros colegas, resultaba evidente que era necesario emplear la estadística como medio de homogeneizar las prácticas de diseño industrial local, que son intrínsecamente diversas y variables. Adelantemos que la nuestra es una actividad multidisciplinaria de gran flexibilidad, donde algunos profesionales se especializan en diversos segmentos de mercados, materiales, tecnologías, regiones, etc., por lo que el medio más eficaz de abarcar toda esta diversidad proyectual es una tipificación de los modos que recurrentemente aparecen mencionados en la bibliografía y los testimonios de nuestros colegas.

Esta tipificación es la que dará sustento a la construcción de la encuesta, que contará con herramientas estadísticas desarrolladas ex-profeso que detallaremos en otras secciones de este estudio.

Nuestra encuesta está orientada a medir la realidad de la inserción laboral actual, buscando individualizar los tipos más frecuentes de desempeño laboral de los diseñadores industriales locales, la importancia que los colegas otorgan a esas actividades dentro de su desarrollo profesional personal, y estimar porcentualmente la relación entre ingresos y carga horaria relacionados con dichas actividades.

Antecedentes.

El primer antecedente de la encuesta que forma el núcleo de nuestro proyecto de investigación, lo encontramos en un terreno ligado al concepto de zonas indeterminadas de la práctica, como lo propone schonn.

Siendo la nuestra una profesión con escasa difusión y falta de inserción en la industria, nuestras zonas indeterminadas de la práctica, tienen que ver con las formas que toma la práctica profesional del diseño industrial en la región y las particularidades que cada tipo de práctica conlleva.

Para subsanar la falta de modelos regionales que se constituyan en efectivos referentes, tanto históricos como contemporáneos, es una práctica habitual la de conversar, cada vez que nos encontramos con colegas, por las novedades laborales de cada uno. Estos diálogos constituyen un ejercicio necesario, espontáneo e informal, que se repite entre compañeros de cátedra en las universidades, en reuniones donde se encuentran distintas generaciones de profesionales, en eventos, lanzamientos y premiaciones de concursos, etc. El *feedback* sobre las actividades de diseño de los colegas se ha enriquecido y multiplicado exponencialmente gracias a la variedad de medios virtuales de intercambio, como webs, blogs y redes sociales.

Toda esta información va moldeando en cada profesional, una clara noción de la evolución de las alternativas laborales que van presentándose en la región, definiendo las características del mercado laboral del diseño industrial.

Nuestra encuesta propone sistematizar, mensurar y analizar la información circulante, en una muestra mayor a la que generalmente está disponible a cada profesional individual. Idealmente la tarea de compilar y difundir esta información debería ser llevada a cabo por instituciones gubernamentales de estímulo y promoción del diseño, como el Centro Metropolitano de Diseño (CMD), o por los incipientes colegios de diseñadores, (citaremos a continuación el antecedente del una de estas instituciones en la ciudad de Córdoba). Supliendo falencias en ese sentido, creemos que la investigación universitaria puede aportar a esta cuestión, que consideramos vital para el futuro de nuestra profesión.

Como segundo antecedente, hay que citar en general las distintas iniciativas llevadas a cabo por el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), como la ya mencionada publicación “Diseño en la Argentina: Estudio del impacto Económico. 2008”, que incluye la “Primera encuesta nacional de diseño a pequeñas y medianas empresas” que explora la visión de la industria sobre el rol del diseño en su ciclo de negocio. (Instituto Nacional de Tecnología Industrial, 2009, P. 77). “El diseño en cifras” es otra interesante publicación que periódicamente aporta información estadística compilada con método y de muy fácil lectura.

En particular, la “Encuesta a la Base de profesionales de ProDiseño” constituye antecedente y referencia obligada del presente trabajo.

Se trata de una encuesta realizada a la base de contactos del citado programa, constituida por “quienes demostraban interés por el diseño relacionado íntimamente con el sector productivo” (INTI, 2009), esto es, profesionales del diseño en sus distintas especialidades (industriales, gráficos, indumentaria, textiles, de interiores, arquitectos, etc.), quienes en el año 2005 respondieron la encuesta digital orientada a “conocer cuáles eran las necesidades e inquietudes que planteaban los profesionales de las distintas disciplinas, tanto referido al ámbito público como también al mercado laboral” (INTI, 2009, P. 81).

Una segunda versión, mejorada, de la encuesta, fue realizada en marzo del 2008, lo que sirvió para comprar los resultados con los de la primera tanda de respuestas y dar una visión clara del panorama del mercado del diseño en nuestro país.

La encuesta de ProDiseño brinda información porcentual comparada entre el 2005 y el 2008 sobre:

Profesión de los encuestados.

El tipo de relación laboral prefiere contraer con el empleador (resultados totales de la sumatoria de profesiones y desglosados según especialidad).

Temáticas de interés para capacitación.

Sectores/Objetivo para la promoción del Diseño.

Vías de comunicación más adecuadas para llegar a los mencionados Sectores/Objetivo.

La encuesta también ofrece un interesante análisis geográfico de la distribución de profesionales por provincia y oferta de carreras de diseño por provincia.

Al leer esta encuesta y sus resultados, podemos enumerar las diferencias que hallamos con nuestra propia herramienta estadística:

A-La encuesta de ProDiseño abarca todas las disciplinas de diseño y no solo el diseño industrial.

B-Las alternativas de inserción laboral son tipificadas vinculándolas a las variantes de relación con el cliente, por lo que no profundiza en los modos de práctica laboral de los diseñadores en la región.

C-Como iniciativa surgida de una organización gubernamental de promoción del diseño y la industrialización, la encuesta indaga sobre necesidades de capacitación, ítem que no nos interesa en el presente estudio.

E- En concordancia con lo anterior, se pregunta a los encuestados sobre modos y canales de promoción del diseño, otro tema que no es objeto de este escrito.

F- También el estudio de ProDiseño abarca a diseñadores e instituciones de todo el país, lo que representa una ventaja con respecto a nuestra muestra que casi exclusivamente esta compuesta por profesionales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) y la provincia de Buenos Aires (GBA).

D- El porcentaje de participación en la encuesta ProDiseño fue del 6,5% de los 3.000 contactos

con que se contaba en el 2005, lo que da un total de 165 respuestas obtenidas ese año. Para la edición 2008 de la misma encuesta, la base de datos del INTI había crecido un 68%, por lo que se envió el formulario digital a aproximadamente 5040 contactos, de los que respondieron un 4,5%, lo que da un total de 227 respuestas.

Estos números superan ampliamente los que manejamos en nuestra propia encuesta, en parte por que naturalmente la cantidad de profesionales del diseño industrial es solo un pequeño porcentaje del total de profesionales de disciplinas proyectuales en nuestro país; en parte porque nuestra encuesta se realiza con una infraestructura y respaldo institucional mínimo y con recursos aportados exclusivamente por el autor, y por último, con un plazo muy acotado para la realización del proyecto y la implementación de las encuestas, lo que lleva que nuestra muestra sea de alrededor de 50 encuestas contestadas.

Como tercer antecedente surgió una referencia inesperada mientras se realizaba la difusión de la encuesta entre profesionales y se recolectaban los primeros resultados. Un docente colega en la Universidad Nacional de Misiones, oriundo de Córdoba, mencionó que existía una encuesta on-line similar a la que estábamos llevando a cabo.

Investigando en la web hallamos la citada encuesta subida por la Asociación de diseñadores industriales de Córdoba (ADIC).

Del análisis de esta encuesta, surge que está orientada en el mismo sentido que nuestras herramientas de recolección de datos, pero con dos grandes diferencias:

A- sus variables buscan definiciones numéricas de rango de sueldos y honorarios (dato que nosotros no buscamos mensurar y consideramos del dominio privado de nuestros encuestados), y se pide una estimación de cuanto consideran que deben ganar.

B- por la modalidad de ingreso de datos, se pide definir una sola actividad preponderante, mientras que nuestra encuesta busca evidenciar la multiplicidad de tareas que actualmente desempeñan los profesionales de nuestro rubro.

En una etapa posterior planeamos contactar a la citada asociación, lo mismo que a otras entidades como las que hemos mencionado mas arriba, para compartir los datos y las conclusiones de la presente investigación.

Estrategia de selección de categorías, decisiones tomadas.

El listado de los distintos tipos de actividad de los diseñadores industriales que hemos utilizado en la encuesta fue construido en base a la propia experiencia en el mercado local y enriquecido por aportes y sugerencias de numerosos colegas diseñadores de distintas generaciones, variadas zonas geográficas de actividad, concentradas como hemos reseñado en CABA y GBA; y múltiples perfiles laborales.

No pretendemos que esta terna sea absoluta ni definitiva, por lo que la misma está confeccionada con la sola finalidad de definir los ítems que incluimos en la herramienta estadística desarrollada para la implementación de la primera etapa de este proyecto.

Los profesionales de la región suelen repartir su práctica profesional entre varias de las actividades de las aquí descritas, por lo que la encuesta buscará registrar la multiplicidad de tareas que caracteriza al diseñador local, un aspecto en la que las mediciones anteriores, que detallamos en la sección antecedentes, no han profundizado, y que consideramos vital explorar, para entender a fondo las problemáticas de inserción que caracterizan a nuestra profesión en Latinoamérica.

La semblanza de cada tipología ocupacional contiene generalizaciones que pueden no reflejar exactamente las características de muchos de los profesionales que se desempeñan en esas tareas, por lo que debemos aclarar que dichas generalizaciones fueron incluidas para acotar y evitar las zonas de superposición en las distintas categorías enunciadas.

Para subsanar los mencionados desajustes en la caracterización profesional, que el listado pueda contener, hemos incluido los dos últimos ítems que cierran la lista, los que permiten al encuestado especificar actividades relacionadas al diseño que no estén comprendidas en el listado, y hacer lo mismo con actividades NO relacionadas con el diseño, que en la actualidad forman parte importante de la realidad laboral de muchos profesionales de la región.

Nos disculpamos por algún exceso de subjetividad que la descripción de estas categorías pueda contener.

Caracterización de los modos de Inserción.

Diseñador *full-time* en industria:

Definimos a este perfil profesional como el de un diseñador que se desempeña diariamente como empleado en relación de dependencia de una industria, ya sea en una planta fabril o una sede administrativa de la misma, y que se desempeña en roles técnicos, de gestión, de comercialización y/o de desarrollo de producto.

Este modo de inserción laboral resulta el ideal según el modelo disciplinar en el cual el diseñador es un actor clave en el proceso de desarrollo industrial, al que aporta a través del mejoramiento del producto en múltiples aspectos del mismo, como la estética, la funcionalidad y la tecnología, aspectos estos que constituyen los tres ejes en los que interviene el diseño en la concepción de los productos seriados.

Como expresamos más arriba en la fundamentación, y se comprueba en la mencionada encuesta de ProDiseño, en la región, este perfil laboral adolece de una endémica falta de atractivo para los diseñadores, debida a diversos factores, que abarcan un espectro variado, del cual podemos mencionar, a modo de ejemplo:

La propia formación de los profesionales, generalmente educados en base a modelos referenciados al rol de “diseñador estrella” o “diseño de autor”, papel que imita un perfil profesional tomado de mercados de consumo *híper* desarrollados, como el europeo y el norteamericano, pero que es un rol de difícil reproducción en las economías en desarrollo de la región, que históricamente han visto disminuido su desarrollo industrial en ciclos alternos de proteccionismo y liberalización de las variables económicas. Estos ciclos han impedido arraigar en la industria la necesidad de contar con la figura de un profesional como el descrito en este ítem. Otro factor habitualmente mencionado como causal de la dicotomía diseñador-industria tiene que ver con la falta de tipificación del trabajo a realizar, al no contar muchas de las industrias latinoamericanas con estructuras formales u organigramas donde dar acogida a los profesionales objeto de nuestro estudio, lo que se evidencia en la casi inexistencia de departamentos de diseño, aún en las grandes empresas. Los departamentos existentes (técnicos, de comercialización, etc.) generalmente están conducidos por profesionales de disciplinas de distinta naturaleza al diseño industrial, como la administración de empresas, la ingeniería, el marketing, etc. Las direcciones de departamento provenientes de esas y otras profesiones, usualmente no conocen las características del diseñador industrial, por lo que en general el profesional termina insertándose en roles difusos, redundantes, y artificiales, lo que lleva a frecuentes conflictos.

También se menciona como factor de la falta de atractivo del empleo en la industria para los diseñadores, el referido a la escasa remuneración que en general se les asigna, equiparable a la de un técnico sin formación universitaria y siempre inferior a la percibida en un puesto de responsabilidad similar, por ejemplo, por un ingeniero industrial. A este factor remunerativo se suma la falta de oportunidades de crecimiento y desarrollo dentro de la estructura de la empresa, debida en parte al ya mencionado problema de los organigramas.

Otros factores mencionados son lo monótono de las actividades que se asignan al diseñador y la falta de encargos específicos de diseño, relacionados con la poca cultura innovadora de la industria local y como referimos, por el perfil de los profesionales que egresan de nuestras casas de estudio.

La mayoría de estos temas se agudizan en las pequeñas y medianas empresas (Pymes), que por su estructura y desarrollo económico, precisan de mayor flexibilidad en las plantillas de personal en relación de dependencia, por lo que muchas veces carecen de tareas, recursos, y espacio para cobijar a un diseñador *in-house*.

Como ejemplos de esta categoría de inserción de diseñadores, podemos mencionar profesionales que trabajan en grandes empresas multinacionales, como las automotrices, las especializadas en cuidado corporal, las de electrodomésticos y las de electrónica, industrias que han desarrollado departamentos técnicos en sus filiales de la región y que brindan empleo fijo y continuo a profesionales locales. También, se dan casos como los de las Pymes metalmecánicas que

trabajan para el agro, las industrias plásticas y las muebleras, donde numerosos diseñadores se desempeñan con éxito en variedad de posiciones.

La encuesta nos permitirá mensurar la situación actual y la importancia que asignan los diseñadores a este tipo de inserción, en el marco de la fuerte política de promoción del desarrollo industrial llevada adelante en la región en los últimos años.

1. Diseñador *part-time* en industria:

Varios de los factores antes reseñados han moldeado esta variante de vinculación diseñador-industria, dando surgimiento a este modo de inserción, donde el diseñador industrial se desempeña a tiempo parcial, en relación de dependencia, o contratado temporalmente con facturación fija o variable, como empleado o asesor en planta Industrial, en roles técnicos, de comercialización y/o de desarrollo de nuevos productos.

Algunos diseñadores encuentran en esta relación parcial con la industria la posibilidad de desarrollar productos seriados sin perder independencia y flexibilidad de inserción. Generalmente se pacta un pago mensual durante un determinado período, con objetivos y etapas claramente definidas, en un acuerdo que beneficia a la industria por que no incrementa sensiblemente sus costos, y al diseñador por que le permite acceder a producciones que por su número y complejidad son imposibles de lograr fuera de estructuras productivas tradicionales. En el exterior es frecuente encontrar ejemplos de relaciones diseñador industria que por sus características semejan a una sociedad: se trabaja en un producto puntual con estructuras que semejan una unión transitoria de empresas, y que reparten las ganancias de la comercialización a través de un porcentaje en las ventas, sistema que comúnmente se denomina el de *royalties* o regalías. En nuestro medio, sin embargo, este sistema es de muy difícil aplicación por la complejidad que representa para el diseñador de controlar la facturación y el monto real de ventas de los productos comercializados por el productor, resultado de la cultura de la subfacturación producto de la informalidad y las pesadas cargas tributarias que rigen la actividad económica regional.

Este modelo de inserción también se aproxima al modelo de pasantías en la industria de los alumnos de los últimos niveles de las carreras universitarias de diseño.

Durante el último Congreso Latinoamericano de Enseñanza de Diseño llevado a cabo en el marco del Encuentro Latinoamericano de Diseño 2011 en la Universidad de Palermo entre los días 26 al 29 de julio de 2011, pudimos conocer y debatir las distintas iniciativas gubernamentales para insertar en la industria a los diseñadores, inserción parcial que se lleva a cabo mediante programas de pasantías, conocidas como *estagios* en Brasil, que se encuentran en una etapa inicial de implementación en varios países de la región.

Sugerimos a los interesados en estas formas de inserción que profundicen la búsqueda de referencias en estos programas.

1. Autoprodutor y comercializador de productos:

Caracterizamos esta categoría como la de un profesional que fabrica, en instalaciones propias o tercerizando la producción, objetos de diseño propio o de terceros, que luego comercializa por distintos medios en volúmenes variables.

Ante las dificultades de inserción en la estructura industrial tradicional, que hemos tratado anteriormente en este estudio, muchos diseñadores optan por prescindir de la industria como generadora de iniciativas que fructifiquen en nuevos productos, por lo que estos diseñadores encaran el desarrollo, producción y comercialización de productos por cuenta propia.

Por un lado, quienes por distintas razones dominan la práctica industrial, y la replican para la producción de sus productos, son quienes generalmente desarrollan talleres o pequeñas fábricas donde elaboran objetos simples con ayuda de socios y unos pocos empleados.

Por otro lado, quienes se acercan a la producción desde la comercialización y desarrollo de ensamblan o emban el producto para su distribución y venta.

Las producciones de este tipo de profesionales son muy visibles y suelen aparecer en los medios especializados, pero muchas veces demandan un gran esfuerzo de gestión, y no suelen ser dimensiones del mercado destino y las dificultades para la exportar estos productos atípicos.

1. Socio en estudio de Servicios de Diseño:

Nos referimos en este ítem a un diseñador industrial que es propietario o copropietario de estudio de servicios diseño que brinda apoyo proyectual a diversos clientes que pueden ser industrias, otros estudios de diseño y/o arquitectura, agencias de publicidad, empresas de marketing, multimedios, comerciantes, empresarios y particulares. Estos servicios pueden ser más o menos variados y concomitantes, ocasionales o recurrentes, y también pueden incluirse dentro de las actividades que desempeñan estos estudios los concursos, asesorías, publicaciones, participación en exposiciones y ferias.

En general estos estudios brindan servicios de diseño de producto, diseño industrial, modelado 3d, prototipado, maquetizado, seguimiento de producciones, búsqueda de proveedores, diseño gráfico, diseño web, imagen y sonido, interiorismo, proyecto de locales comerciales, diseño de stands, escenografía, etc.

Generalmente son pymes multidisciplinarias con profesionales de varias áreas proyectuales que se distribuyen distintos roles funcionales en la organización. Además es común que se construyan redes entre distintos estudios y con diseñadores externos, para distribuir las tareas en caso de que la dimensión de un trabajo exceda las capacidades del estudio y hacer innecesario ampliar la estructura de costos fijos con empleados.

Estos estudios muchas veces incorporan a sus actividades la autoproducción de pequeñas series de productos, que ya hemos caracterizado en el ítem anterior y que consideramos distinta de la característica de un estudio de diseño.

Para una completa caracterización de la forma de establecimiento y desarrollo de estas Empresas de diseño, resulta indispensable la lectura del volumen "*Como hacer del diseño una empresa rentable*", de Daniel Cinacchi (2003), que describe esta tipología como la de negocio propio en diseño:

El estudio de diseño o empresa de servicios creativos propia, es el ámbito en que se desarrolla la mayor proporción de diseñadores. Está concebida para como la salida laboral más común, permitiendo independencia laboral, la construcción de la empresa propia, y alcanzar resultados económicos en función de la propia capacidad y dedicación. (Cinacchi, 2003, P.13). El autor define claramente los conocimientos comerciales que debe manejar el propietario, necesarias para el éxito de estas empresas:

Las habilidades necesarias, tienen muy poco que ver con el diseño y la creatividad, y con lo que aprendimos hasta este momento. Tienen que ver con habilidades comerciales, capacidad en el manejo económico, criterios para generar comunicaciones que resulten en ventas, con saber interpretar como funcionan otros negocios, y como podemos contribuir con nuestro *know-how* de diseñadores a aumentar resultados en los negocios de nuestros clientes. (Cinacchi, 2003, P.14).

También nos recomienda una estrategia de especialización para los estudios de diseño:

...especialícese en un pequeño grupo de clientes lo suficientemente reducido como para que Ud. sea importante para él. De esta manera, usted va a conocer mejor su negocio, va a dominar los conocimientos específicos de sus potenciales clientes, y va a percibir mejor el valor agregado que su servicio brinda. (Cinacchi, 2003, P.18).

Además, sugiere a los aspirantes a montar estudios como el caracterizado aquí, tomar seriamente la importancia de las ventas en el negocio "Especialícese en la faz comercial del diseño y así reconvertirá su situación de la acostumbrada reactividad de los estudios de diseño a una proactividad que le permitirá dominar los ritmos del negocio" (Cinacchi, 2003, P.19).

A través de los capítulos, instruye como conseguir nuevos clientes, mantener los actuales, describe la forma de generar estrategias de ventas, revisa los aspectos económicos y financieros de este tipo de emprendimientos, enuncia los fundamentos de presupuestación y cotización y concluye con un capítulo dedicado a las relaciones de la ética y los negocios con el diseño. En síntesis, esta publicación abarca de una forma sucinta y clara todos los aspectos involucrados en el establecimiento de un negocio del diseño, y constituye referencia obligada a quienes deseen emprender este tipo de empresa. (Cinacchi, 2003)

2. Empleado en estudio de Servicios de Diseño:

Dentro del marco de la empresa de diseño que hemos descripto en el punto anterior, aparece nuestra siguiente categoría de inserción laboral de los diseñadores, generalmente iniciática en la carrera profesional en la región y desempeñada por estudiantes avanzados de diseño o diseñadores recién recibidos, que se integran como empleados, en modalidad *part time* o *full time* según corresponda, a la estructura de un estudio de diseño.

Dado lo oneroso que resulta para estas pymes incorporar a su estructura empleados en relación de dependencia, en parte por la mencionada ausencia de sistemas de pasantías efectivos, la oferta laboral que generan los estudios de diseño es escasa y requiere del contratado gran flexibilidad para desempeñarse en múltiples tareas que van variando según el grado de actividad del estudio y la estacionalidad de los proyectos que desarrollan. Como también sucede en las empresas que han servido de modelo para este tipo de emprendimientos de diseño, a saber, los estudios de arquitectura, las remuneraciones suelen ser bajas, pero el novel profesional se foguea en el oficio, complementando su formación académica con la práctica real de la profesión. Retomamos aquí el concepto de Schon (1992), en el sentido de que el empleado incorpora los conocimientos que el autor se tipificó como zonas indeterminadas de la práctica. A medida que el joven profesional adquiere nuevas herramientas y desarrolla sus capacidades profesionales, es común que abandone este tipo de inserción laboral para pasar a alguna otra de las categorías aquí listadas, en busca de mayor desarrollo profesional y económico.

3. Diseñador *Free-Lancer*

Profesional Independiente, generalmente sin estructura empresarial fija, lo que le permite dedicarse a múltiples tareas con gran flexibilidad, vinculándose con la industria, otros diseñadores, clientes particulares, empresas de marketing, publicidad, y otras clientelas. En general complementa sus ingresos con tareas docentes, concursos, producciones ocasionales y empleos fuera del campo del diseño. La carencia de infraestructura fija no le impide abordar encargos de envergadura, ya que puede asociarse temporariamente con otros profesionales o contratar a otros diseñadores *free lancers* para encargos puntuales. La mayor dificultad práctica de este tipo de desempeño profesional tiene que ver con la irregularidad del flujo de nuevos encargos, que no puede suplirse con la búsqueda de nuevos clientes por la carencia de una estructura de comercialización de los servicios de diseño.

4. Otras formas de práctica del diseño

Este ítem, abierto y flexible, incluido a pedido de los colegas con los que testeamos el formulario antes de distribuir la encuesta de forma masiva, está destinado a conocer nuevos modos de práctica profesional del diseño industrial. Fue necesario añadirlo para acotar la clasificación de las distintas categorías listadas en los puntos precedentes y poder pasar a estudiar las prácticas docentes y de gestión que son las que siguen.

5. Docente Rentado de Diseño

Esta es una categoría que incluye a numerosos profesionales, que dedican parte de su tiempo laboral a la docencia Universitaria, terciaria y/o secundaria (en escuelas con orientación en diseño, como la ORT), también incluye el dictado de seminarios, workshops y otras formas de capacitación arancelada.

El origen de esta práctica podemos encontrarlo en la tradición de universidades públicas como en las que nos hemos formado como docentes la gran mayoría de los Diseñadores que nos dedicamos a la enseñanza de las carreras proyectuales.

Algunas de estas instituciones, por nombrar sólo algunas, son la Universidad de Buenos Aires (UBA), con su Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU), la Universidad Nacional de la Plata (UNLP) en su Facultad de Bellas Artes (FBA), la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), con su facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FAUD) y la Universidad Nacional de Cuyo (UNCU), facultad de Artes y Diseño.

En sus respectivas regiones, existe en estas universidades nacionales, un mecanismo informal de reproducción en las condiciones de introducción a la docencia de los alumnos destacados que egresan, los que primero se incorporan como docentes auxiliares ad-honorem (categoría que

definiremos en el siguiente ítem), para luego pasar a ser docentes rentados. Es importante indicar que este mecanismo tiene su raíz en el deseo de los graduados de devolver a su universidad la educación gratuita que recibieron, educando a su vez a las nuevas generaciones sin remuneración alguna durante varios años.

Muchos diseñadores docentes, pasan luego a integrar la plantilla de universidades privadas, instituciones estas que se nutren de la abundancia de docentes con diversos grados de experiencia que generan las Universidades públicas por el mecanismo que hemos descripto. Ante la escasa oferta laboral de la industria, y los contados estudios de diseño que brindan oferta laboral, la docencia presenta una alternativa habitual para complementar los ingresos de los diseñadores locales.

Además, debemos mencionar que, en la percepción de la mayoría de los docentes de diseño, la enseñanza de las diversas asignaturas, relacionadas con el mundo proyectual, incrementa sensiblemente las capacidades de diseño, las discursivas y técnico-prácticas del profesional, al tiempo que lo obliga a mantenerse actualizado en el estado del arte del oficio, para una efectiva práctica pedagógica.

Como reseñamos al inicio de esta categoría, está surgiendo una nueva categoría de tareas docentes rentadas, que denominaremos no tradicionales.

Así, diseñadores especializados en tipologías innovadoras de diseño, como el reuso y el diseño sustentable, han desarrollado cursos y *workshops* en diversos formatos, que ofrecen directamente a los potenciales alumnos o son dictados a través de universidades y otras instituciones de enseñanza como jornadas, seminarios y talleres.

También se han desarrollado propuestas de este tipo con el auspicio de firmas privadas interesadas en promover, a través de los *workshops*, su visión del rol del diseño en el mejoramiento medioambiental y el incremento de la *performance* ecológica de los productos que produce y/o comercializan las citadas empresas.

Este tipo de actividades pedagógicas no tradicionales han encontrado un atractivo mercado en la región, lo que ha promovido numerosa oferta de estas acciones educativas, que generalmente son muy bien remuneradas, y un enriquecedor intercambio de profesionales entre los distintos países latinoamericanos y países de la Unión Europea (UE).

Debemos mencionar, como equipo pionero en esta modalidad, al tándem que forman el Diseñador Industrial Alejandro Sarmiento junto a la periodista especializada en diseño Lujan Cambariere, quienes han desarrollado la marca educativa *Satorilab*, que desde el año 2006 viene llevando a cabo numerosos *workshops* basados en la técnica del reuso de materiales de descarte industriales. A lo largo de estos años, luego de un exitoso lanzamiento que conjugó una fuerte raigambre teórica con un tema lúdico, *Satorilab* ha llevado adelante distintos proyectos creativos de transferencia de la técnica de diseño descripta, en alianza con diversas empresas privadas que aportaron los descartes industriales, promovieron y financiaron la realización, y difundieron los resultados. Consultar el *Blog* citado para más información.

Siguiendo con la reseña de las variantes de la categoría, cabe destacar que están multiplicándose los casos de docentes que desarrollan clases particulares, ya sea para la enseñanza de software, técnicas de representación, o especializaciones en diversas categorías de proyecto y diseño. Algunos se han asociado, lanzando pequeñas escuelas de diseño cuya éxito educativo y/o comercial todavía está por definirse, por el grado de novedad de las iniciativas. Como última sub-categoría de docencia rentada, debemos mencionar los docentes que preparan, en el ámbito universitario, postgrados, cursos de extensión y seminarios diseñados específicamente para cada institución, con un público objetivo que abarca desde ingresantes y alumnos hasta egresados y profesionales. Estas iniciativas están generando un gran intercambio de saberes entre las distintas instituciones universitarias de la región, y creemos que esta modalidad posee un gran futuro a medida que se difunda la naturaleza y objetivos de nuestra profesión.

Para cerrar esta semblanza, cabe agregar un fenómeno que hemos observado recurrentemente en nuestro medio, que trata del caso de muchos diseñadores que se han especializado en docencia, desarrollando verdaderas carreras académicas que por su gran demanda horaria muchas veces han terminado por restringir su práctica del diseño aplicado. Este hecho plantea

numerosos debates sobre la diferencia entre ejercer el diseño y enseñar diseño, y si es factible hacer esto último sin práctica profesional efectiva y continua.

Gui Bonsiepe (2002) ha abordado con lucidez este tópico en su escrito sobre “Doctorabilidad del Diseño”, donde evidencia que los mecanismos de validación y desarrollo académico muchas veces son divergentes con las características de un profesional probo del diseño. Recomendamos atender este debate en el que, creemos, radica uno de los núcleos más problemáticos sobre el que operar en la configuración y transformación de las carreras de diseño industrial regionales.

6. Docente Ad-Honorem de Diseño

Como explicitamos en los párrafos anteriores, en general se trata de noveles profesionales que ingresan a la práctica docente para formarse y luego convertirse en docentes rentados. Generalmente se desempeñan en universidades estatales, como forma de devolución por la gratuidad de la formación recibida, en una práctica endémica en estas instituciones, que cuentan en su plantel docente con gran cantidad de personal no rentado o *ad-honorem*.

En las instituciones privadas, por cuestiones de legislación laboral, no existe esta categoría mas allá de iniciativas como el programa de formación docente de la UP, que permite a los alumnos avanzados cursar como asignaturas optativas varias materias de este programa, a la vez que se desempeñan como auxiliares docentes de distintos profesores, lo que les permite hacer sus primeros avances bajo la tutela del profesional a cargo del curso.

Por último, es necesario señalar que en varias universidades públicas se está produciendo un fenómeno inédito: recientes modificaciones en la matrícula de las distintas cátedras han llevado a que muchos docentes rentados hayan perdido sus cargos, por lo que han hecho un camino inverso al tradicional, pasando de la docencia rentada a la docencia ad-honorem, en un panorama que tiene convulsionadas a varias tradicionales casas de estudio regionales.

7. Escritor en medios académicos y/o prensa especializada sobre Diseño

Esta es otra categoría laboral que creemos necesario tipificar, ya que existen numerosos profesionales de nuestro medio que dedican parte de su práctica a esta especialización, ya sea como parte de las tareas académicas que demandan la producción de investigación, teóricas y apuntes de cátedra, ya sea como medio vocacional de expresar y comunicar el estado del arte de nuestra profesión, en general estas tareas no son rentadas y funcionan mas como un espacio de desarrollo profesional que económico. Excepcionalmente, varios diseñadores conviven con periodistas especializados en diseño en las redacciones de distintos medios, y publican sus producciones en las páginas de suplementos de diseño de grandes periódicos, revistas especializadas y otros medios de prensa, así como en programas de cable dedicados a la actividad proyectual.

8. Investigación académica o particular en diseño

-Empleado en Organismos gubernamentales relacionados al Diseño

Muchos diseñadores han encontrado sitio para su desarrollo profesional en instituciones oficiales de promoción del diseño y la industria, como los son el Centro Metropolitano de Diseño (CMD), en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, o el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) a nivel Nacional. En general, se desempeñan en tareas de gestión, difusión del diseño y vinculación con la Industria. Estas tareas suelen ser de dedicación *part-time* y dejan carga horaria libre a los profesionales para desempeñarse en otras de las actividades que aquí se listan.

- Empleado en Organizaciones No Gubernamentales (ONG) relacionadas al Diseño

En nuestro país, en la última década luego de la crisis político – económica de fines del año 2001, han surgido numerosas organizaciones no gubernamentales de trabajo social, que han buscado en el diseño un diferencial que permita el desarrollo de pequeños emprendimientos y la inclusión de sectores postergados de nuestra sociedad.

Los profesionales del diseño se han incorporado a estas estructuras con distintos tipos de funciones, que van desde trabajo interno con diseño y organización de la producción en pequeños

emprendimientos, hasta desarrollos tecnológicos y trabajos de capacitación como facilitadores de nuevos procesos semi industriales.

Como algunos ejemplos de estas experiencias, podemos nombrar el proyecto contenido neto, o el trabajo de la fundación Sagrada Familia o las colaboraciones de diseñadores con empresas recuperadas como IMPA o cerámicas Zannon.

Corriendo el riesgo de generalizar podemos afirmar que la viabilidad económica de esta integración ONG-diseñador, suele estar íntimamente ligada al éxito económico del emprendimiento, lo que depende de diversos factores donde el diseño es solo un componente, por lo que en general los honorarios del diseñador son donados o son la última prioridad en el reparto de fondos.

-Otras actividades laborales relacionadas al Diseño

Este es un ítem abierto, que contiene un campo para que el encuestado rellene con prácticas laborales donde ejerce de alguna forma el diseño que considera que no están representadas en las categorías anteriores, está pensado, como afirmamos más arriba, para subsanar las falencias que toda clasificación de actividad profesional contendrá, en disciplinas con tan diversas opciones de inserción como la que es objeto de nuestro estudio.

- Otras actividades laborales NO relacionadas al Diseño

Por último, esta categoría, que cierra la terna de alternativas de inserción laboral en nuestro mercado, permite asignar valores y porcentajes a actividades extra-profesionales en las que los diseñadores emplean su tiempo y aportan a la conformación de sus ingresos. El encuestado, además, puede especificar y/o caracterizar la naturaleza de esas actividades. Buscamos, de esta forma, blanquear la realidad de numerosos colegas, que reparten su actividad entre la práctica del diseño en alguna de sus variantes, y otros empleos que les aportan ingresos, generalmente fijos, con los que pueden afrontar los costos de la vida contemporánea o encuentran en estas actividades otras vías de expresión personal y de desarrollo profesional.

Herramientas estadísticas

Habiendo definido las categorías profesionales que vamos a mensurar para nuestra investigación, hemos desarrollado el formulario a utilizar por los alumnos para recabar la información que será la materia prima de nuestro proyecto.

El formulario (ver anexo 5), incluye un título de presentación y una introducción epistolar dirigida al encuestado, donde luego de una breve declaración de intenciones, se explica la mecánica de la encuesta, su modalidad anónima y se lo invita a participar, ofreciendo, como retribución a la gentileza, enviarle los resultados para su uso libre en cualquier actividad ligada al diseño. Un encabezado orienta sobre el contenido de cada columna, cuyo contenido es: Primera columna a la izquierda: Número de uso interno de cada categoría laboral. Segunda columna: incluye los tipos de inserción que hemos descripto en el capítulo anterior. Tercera columna: en blanco, debe ser llenada por el encuestado, asignando un valor numérico a cada tarea que desempeña, tomando en cuenta la importancia profesional que a su criterio personal la actividad descripta reviste, en una escala de valoración, que abarca un rango de entre 1 y 5 puntos, donde 1 es el máximo y 5 es el mínimo.

La cuarta columna debe ser llenada con una estimación porcentual de los ingresos mensuales que representa para el encuestado cada actividad. Optamos por este modo abstracto de representar valores monetarios como una forma de proteger el anonimato de los datos y evitar juicios de valor sobre cada diseñador en particular.

Cierra la grilla la quinta columna, donde debe completarse la carga horaria mensual que cada encuestado dedica a la respectiva tarea.

El formulario concluye con una oración que invita al encuestado a asentar una dirección de e-mail para recibir los datos recabados en la encuesta, y cierra el impreso la firma del encargado de la investigación.

Organización de la información

Siguiendo con las herramientas estadísticas, procedimos a plasmar la información recogida en los formularios a los distintos modelos estadísticos desarrollados ad-hoc (una planilla de datos en

Excel y gráficos para facilitar la comprensión de la información, que definiremos en la etapa de publicación de esta investigación).

Estos modelos estadísticos fueron diseñados para:

- Mensurar las actividades más comunes entre los profesionales encuestados.
- Definir que tipologías de inserción laboral resultan más importantes para los propios diseñadores.
- Entender que actividades reportan mayores ingresos.
- Tipificar la demanda horaria que cada actividad exige a los diseñadores.
- La razón proporcional entre el porcentaje de ingresos reflejado en la cuarta columna y la de horarios de la quinta, refleja claramente la relación dedicación/beneficio que cada actividad brinda, y creemos que es vital para poder estimar la viabilidad económica de cada tipología laboral analizada.
- La encuesta también recoge información sobre actividades laborales no caracterizadas en este proyecto, que pueden indicar nuevas tendencias en los modos de inserción laboral en la región.
- Medir el interés de los encuestados en recibir los resultados de la estadística a modo de devolución por su amable disposición a llenar el escrito.

En la planilla de cálculo (anexo 6), construimos una grilla para cada categoría de inserción laboral, a la que agregamos una fórmula de contar números para seguir la cantidad de respuestas obtenidas, y una sumatoria promedio para cada columna de respuestas. Agregamos una fórmula de promedio para estimar porcentualmente que cantidad de diseñadores de la muestra se dedica a cada actividad.

Además agregamos una casilla lateral para contar las encuestas realizadas, con un desglose de las que se recibieron manuscritas (realizadas por los alumnos) y las recibidas por vía digital (realizadas por el equipo de investigación).

Restan definir los gráficos que permitan visualizar más fácilmente los datos que serán definidos, en caso de publicarse esta información, con los encargados del diseño gráfico editorial de la Facultad de Diseño y Comunicación de la UP, y que serán agregados como anexo al corpus de esta investigación. Con respecto a este particular, consideramos que para facilitar la lectura y comprensión de esta investigación, los gráficos deben intercalarse en el texto y no aparecer como anexos al final del impreso, pero debemos someternos a la normativa de confección de la presente investigación, pautada por dicha Facultad, destinataria de nuestro escrito.

Resultados de la encuesta

Diseñador *full-time* en industria

Una cantidad de 7 diseñadores industriales se incluyeron en esta categoría, lo que representa el 14,58% del total de la muestra.

Es este un porcentaje bajo, que evidencia claramente la falta de inserción de los profesionales en la estructura de las empresas industriales tradicionales.

Sin embargo, en la visión de estos colegas, la importancia de esta actividad es de 1,43 puntos en una escala con un máximo de 1 y un mínimo de 5, lo que representa uno de los valores más altos para todas las categorías laborales especificadas en la medición.

La estabilidad del empleo se puede apreciar en el porcentaje de los ingresos mensuales que por esta actividad perciben los encuestados de la categoría, que en promedio es del 89,29%. Como contraparte, son trabajos que demandan casi la totalidad del tiempo laboral disponible, con un 87,29%.

En general, el tiempo y los ingresos restantes hasta completar el total, en el caso de estos profesionales se dedica a la docencia en sus variadas formas, y a algunos encargos *free lance*.

Diseñador *part-time* en industria

Son 5 los diseñadores que desempeñan este tipo de tareas dentro de sus actividades profesionales, lo que representa un 10,42% del total.

Estos diseñadores otorgan gran importancia a estas actividades, de unos 1,40 puntos para un máximo de 1.

Estos vínculos semi-exclusivos con la industria representan en promedio un 34,60% de sus ingresos, lo que es indicador de los sub-pagos que están estos empleos, si comparamos este porcentaje con el de la anterior categoría.

En cuanto al porcentaje de las horas mensuales disponibles, en promedio, los diseñadores dedican el 35,60% de su total a estas actividades, lo que refuerza nuestra hipótesis de subvaloración de estas actividades por parte de la industria.

En síntesis, se trabaja un mayor porcentaje de horario por un menor porcentaje de ingresos, en comparación a la dedicación full time del anterior ítem.

Autoprodutor y comercializador de productos

Un total de 28 profesionales sobre 48 se incluyen en este perfil, lo que da un promedio del 58,33% de la muestra, lo que grafica la importancia de esta variante de desempeño profesional en nuestro mercado.

Estos diseñadores otorgan una gran importancia a la actividad, de un valor medio de 1,93 puntos en una escala cuyo máximo es el 1.

Sin embargo, estos colegas solo perciben el 32,09% de sus ingresos por estas actividades, y solo pueden dedicar a las mismas el 33,96% de su tiempo disponible.

Estos números dan patente testimonio de que la autoproducción como medio de desarrollo económico solo suele darse acompañada de otras actividades que ayuden a conformar la masa de ingresos mensuales necesarios para una práctica efectiva de la profesión.

Socio en estudio de Servicios de Diseño

Fueron 11 los encuestados, un 22,92% del universo medido, que afirmaron estar incluidos en esta categoría, a la que asignaron una gran importancia para su desarrollo profesional, mensurable en una media de 1,55 puntos.

Como en el caso de los auto-productores, los propietarios de estudios de diseño parecen verse obligados a dividir sus tareas para configurar su paquete de ingresos mensuales, ya que solo obtienen en promedio el 50,45% de sus ingresos de esta actividad, a la que dedican solo el 55,55% del tiempo disponible.

Estas otras tareas se dividen en cada caso entre varias de las otras alternativas de nuestro formulario, por lo que resulta imposible detallarlas aquí, aunque en general todos estos diseñadores desempeñan tareas docentes rentadas y muchos son auto-productores ó editores de diseño industrial.

Empleado en estudio de Servicios de Diseño

Solo 4 de nuestros encuestados se desempeñan como empleados en estudios de diseño, lo que representa el 8,33% del universo mensurado.

Sus proyectos de independizarse o cambiar su inserción laboral se evidencian en la importancia que asignan a la actividad, de unos 2 puntos, la más baja de todos los ítems precedentes. Empero, estos jóvenes profesionales perciben un 74,75% de sus ingresos y dedican un 73,75% de sus horas de trabajo mensuales.

Diseñador *Free-Lancer*

En este caso, 23 diseñadores, un 47,92% de los encuestados encuadran esta categoría dentro de sus actividades profesionales.

La irregularidad del flujo de encargos que caracteriza a esta tipología y que hemos caracterizado más arriba, se evidencia en que solo se obtienen por esta actividad un promedio del 33,76% de los ingresos mensuales, con una dedicación del 31,24% del tiempo disponible. También, esta inestabilidad en el flujo laboral queda patente en la importancia que estos diseñadores asignan a esta faceta de su trabajo, de 2,39 puntos, una cifra baja si se compara con el mismo indicador de otras categorías.

Otras formas de práctica del Diseño

Fueron 5 los diseñadores que se incluyeron en este ítem, lo que constituye un 10,42% del total de los que respondieron.

Estos colegas definieron sus prácticas especiales como las de Asesoría, Diseño de Vestuario en Obras de Teatro + Diseño y producción en series pequeñas de accesorios de cuero, Producción de teatro y eventos, Docente e Investigador (desconocemos por qué no utilizó el casillero de los ítems correspondientes, pero respetamos al pie de la letra lo contestado en todos los casos), gestión de diseño cámaras intermedias.

Para los diseñadores que detallaron estas prácticas sui-generis, las mismas tienen una gran importancia, que alcanza los 1,2 puntos sobre un máximo de 5 y un mínimo de 1. En cuanto a los ingresos porcentuales que les devengan estas actividades, solo perciben el 20,2% de sus ingresos aunque dedican el 23,2% del tiempo disponible.

Docente Rentado de Diseño

En nuestra encuesta esta es la categoría de inserción laboral con mayor porcentaje de profesionales que se dedican parcialmente a ella. Un total de 29 diseñadores sobre 48 dictan clases en diversas universidades, terciarios y secundarios, lo que representa un enorme 60,42% de la muestra.

La importancia que nuestros colegas otorgan a esta actividad es media, con 2,21 puntos de importancia, fundamentalmente debido al bajo porcentaje de ingresos mensuales que esta actividad devenga, un 21,17% de los ingresos para tareas que demandan en promedio un 27,53% de dedicación horaria mensual.

Docente Ad-Honorem de Diseño

Tan solo 2 de los encuestados desempeñan tareas docentes ad honorem, lo que representa un 4,17% del total de la muestra.

Estos jóvenes profesionales otorgan escasa importancia a esta actividad profesional, de apenas 4 puntos, la valoración más baja de todas las categorías incluidas en la encuesta. Como su categorización indica, no reciben ingresos por desempeñar estas actividades y dedican a ellas un 3,50% de su tiempo mensual disponible.

Escritor en medios académicos y/o prensa especializada sobre Diseño

5 diseñadores encuestados se dedican a esta modalidad de inserción laboral, lo que representa un 10,42% de la muestra.

Otorgan una baja importancia profesional a la actividad, un 3,60 sobre 5, factor que seguramente asocian a la escasa remuneración que perciben por sus escritos, apenas un 1,20% de sus ingresos mensuales, mientras que dedican proporcionalmente más del doble de tiempo, un 2,60% de su disponibilidad horaria mensual.

Investigación académica o particular en diseño

Se dedican a estas tareas 10 diseñadores, un 20,83% de la muestra.

Asignan una importancia media para su desarrollo profesional, con 2,90 puntos en la escala ya descrita.

Este tipo de actividades muestran el mayor contraste entre dedicación horaria e ingresos percibidos.

Solo uno de los 10 profesionales percibe remuneración por estas tareas, y dicha remuneración es apenas el 5% de sus ingresos mensuales. El promedio para el conjunto de investigadores es apenas del 0,50% de sus ingresos mensuales originados en los diversos programas e iniciativas de investigación.

En contraste, estas actividades demandan un 4,40% del tiempo profesional disponible, lo que octuplica la retribución percibida, evidencia clara de lo escasamente rentable que es esta actividad, que en otras disciplinas es fuente genuina de ingresos de mayor importancia económica.

Empleado en Organismos gubernamentales relacionados al Diseño

Solo dos encuestados, un 4,17%, se desempeñan en este perfil, uno claramente en un perfil directivo y otro con una dedicación e importancia de ingresos menor.

Otorgan una importancia alta a estas tareas, con 1,5 puntos para un máximo de 1. En promedio perciben un 37,50% de sus ingresos y dedican exactamente el mismo porcentaje de tiempo disponible.

Empleado en ONG relacionadas al Diseño

Un solo diseñador se desempeña actualmente en ONG, y como reseñamos anteriormente pese a la importancia ética de esta actividad, que nuestro colega mensura en un 2%, solo recibe un 5% de sus ingresos y dedica un tiempo similar.

Otras actividades relacionadas al Diseño

Fueron 7 los diseñadores que especificaron pertenecer a esta categoría abierta, por lo que constituyen el 14,58% de la muestra.

En cuanto a la naturaleza de estas actividades, podemos caracterizarlas en tres grandes grupos: las prácticas artísticas (con supremacía de la dedicación a la música), las tareas de capacitación en el marco de empresas privadas y en el ámbito académico, y una posición de reciente aparición, la de evaluador de proyectos de diseño para entidades gubernamentales y privadas. Esta variedad de actividades origina que la sumatoria de los índices de importancia que se otorga a estas tareas sume un total de 2,57 puntos.

En cuanto a los ingresos que estas actividades originan, se obtienen en promedio el 19,86% de los ingresos mensuales con un bajo 14,71% de dedicación horaria mensual.

Otras actividades no relacionadas al Diseño

Finalmente, se corroboran los datos que más arriba esbozamos caracterizando la necesidad de incluir como ítem mensurable a las actividades extra-proyectuales que actualmente desempeñan muchos colegas para mantener un volumen de ingresos estable.

Son 11 sobre 48 profesionales, casi el 30% del total (un 22,92% para ser exactos), que se dedican a este tipo de actividades, a las que otorgan en promedio una importancia baja para su desarrollo profesional, con un índice del 2,92 puntos.

En promedio, obtienen el 33% de sus ingresos mensuales con solo dedicar el 28,91% del tiempo disponible.

Es interesante desglosar los promedios para indicar que tres diseñadores, casi un cuarto del grupo, obtienen el 90% o más de sus ingresos de estas actividades, por lo que afirman obtener escasos o nulos ingresos a través de la práctica del diseño industrial.

Sobre la naturaleza de las tareas que se desempeñan, y pese a no haberse especificado las mismas, abundan los diseñadores que se desempeñan en tareas administrativas en el estado nacional, metropolitano y/o provincial. Otros profesionales incluidos en esta categoría de desempeñan en empresas privadas, desde la banca hasta fundaciones y museos. No es nuestra intención hacer una valoración de la importancia de estas actividades, sino que creemos que esta situación evidencia, una vez más, los desajustes en la inserción laboral que existen en nuestro mercado.

Conclusiones

Con los resultados de la encuesta a la vista, concluimos la presente etapa del proyecto de investigación indagando en las razones que los datos nos han proporcionado y el *feedback* recibido por parte de los profesionales que recibieron nuestra invitación a participar en el proyecto con sus encuestas.

El primer punto que queremos analizar es la respuesta obtenida de parte de los colegas. La modalidad de recogida de información en forma de entrevista realizada por los alumnos se demostró inefectiva, por factores que van desde la informalidad inherente a la generación a la que pertenecen los estudiantes, que suele generar rechazo en los profesionales al momento de

prestar su colaboración, hasta el grado de stress y la saturación de agendas que caracteriza a la vida profesional contemporánea.

Para corregir este desvío, que ponía en riesgo la amplitud y calidad de la muestra obtenida en la encuesta, procedimos a contactar por vía digital a todos los profesionales que pudimos identificar como concordantes con el perfil de diseñadores industriales recibidos.

Con agrado recibimos de esta forma la mayoría de las respuestas a nuestra convocatoria, muchas de ellas, en forma de encuestas de profesionales que fueron nuestros docentes, otras de miembros de nuestra generación de egresados, y otras de ex alumnos que se desempeñan activamente como profesionales hoy en día.

Se realizaron cerca de 350 contactos vía mail y entrevistas personales, de los que se obtuvieron 48 respuestas, lo que representa una tasa de respuestas del 13,71%, porcentaje que puede parecer exiguo, pero que consideramos indicador de una encuesta exitosa, baste comparar este índice de participación con la tasa de respuestas obtenidas en la mencionada "Encuesta a la Base de profesionales de ProDiseño" donde el porcentaje de respuestas recibidas fue del 6,5% para el año 2005 y del 4,5% para el año 2008.

Además de la cantidad de respuestas recibidas, queríamos expresar la solidaridad e interés demostrado por los colegas, que nos confirmó la pertinencia del tema para nuestro campo disciplinar.

También es justo reseñar que recibimos críticas, que en general compartimos, con respecto a la forma de realización de la encuesta, los errores presentes en el formulario, las dificultades de comprensión del mismo, y sobre todo la escala numérica de importancia de actividades, factores estos que aparejaron errores y fastidio en algunos colegas. En nuestra defensa tenemos que decir que en vista de los medios y los tiempos con los que se realizó la tarea, estamos convencidos que los resultados son positivos mas allá de que toda la encuesta es perfectible.

Como devolución de estas expresiones de respaldo enviaremos la información resultante a los que lo han solicitado y facilitaremos la difusión de la data contenida en esta investigación.

-Como segundo tópico de conclusiones, focalizándonos en las estadísticas, podemos inferir que:

La actividad laboral más común entre los diseñadores Industriales que ejercen en la zona de CABA y GBA es la de Docente Rentado de Diseño, con un 60,42% de encuestados que se dedican a la misma en diversas instituciones, segunda en orden porcentual se encuentran las Actividades de Autoproducción y Comercialización de productos, con un 58,33%, seguidas en tercer lugar por la práctica Free Lance del diseño, con un 47,92%.

-Los participantes valoraron como la actividad más importante para su desarrollo profesional la práctica de formas innovativas de la práctica del diseño, con 1,20 puntos, seguidos del empleo part time en la industria con un 1,40 puntos y el empleo full time en la industria, con 1,49 puntos.

-Los diseñadores que se desempeñan full time en la Industria son los que obtienen el mayor porcentaje de ingresos de estos empleos, con un 89,29% de los mismos. Los siguen los empleados de estudios de diseño con un 74,75% y los Socios de los mismos estudios con un 50,45% de sus ingresos generados por esa actividad. Estos indicadores no deben interpretarse como los de mayor rentabilidad (no nos interesa aquí indagar sobre qué modo de inserción es más rentable a nivel económico), por lo que es probable que, por ejemplo, el 50% de ganancias de los socios de un estudio de servicios de diseño sea monetariamente muy superior al 74% de ingresos de los empleados de los mismos estudios, como es de esperar en una empresa económicamente exitosa.

-La actividad laboral a la que se dedica mayor cantidad de carga horaria es la de diseñador full time en la industria, con un 87,29% del tiempo disponible dedicado, seguido de los empleados de estudios de diseño, con un 73,75% y los propietarios de los mencionados estudios, con un 55,55%. Nos remitimos al citado escrito de Cinacchi (2003), en el sentido de que los propietarios de estudios de diseño necesariamente tienen que administrar con habilidad sus tiempos para dedicarlo a la búsqueda de nuevos clientes, que redunde en un crecimiento económico sostenido de sus empresas de diseño.

-La mejor proporción dedicación horaria / beneficio económico la detentan, desgraciadamente, las actividades laborales no relacionadas con el diseño, con una relación de 33% de ingresos para

28,91% del horario empleado, seguida de los empleos full time en la industria 89,29% sobre 87,29% y en tercer lugar las tareas free lance, con un 33,76% sobre 31,24%.

-En el otro extremo de las mediciones, y sintetizando, podemos afirmar que la actividad laboral con menos casos encontrados en la muestra (lo que puede representar una oportunidad de inserción para los noveles profesionales), fue la de empleado de ONG relacionadas con el diseño con un 2,08%, seguido por la figura de empleado en Organismos estatales relacionados al diseño y docente ad-honorem de diseño, ambas categorías con un 4,17%.

Los diseñadores encuestados consideran la actividad menos trascendente para su desarrollo profesional la docencia ad-honorem con 4 puntos, seguida de la escritura en medios académicos y/o prensa especializada, con 3,60 puntos.

La actividad que menor porcentaje de ingresos reporta, obviando la docencia ad-honorem es la de investigación académica o particular sobre diseño, con solo un 0,5%, seguida de la escritura en medios académicos y/o prensa especializada, con un 1,20% de los ingresos percibidos por la actividad.

En un tercer campo de conclusiones posible, queremos vincular los resultados con la práctica pedagógica. Este fue desde el inicio del proyecto el objetivo final, generar información real sobre los modos de inserción laboral de los diseñadores industriales de la región, para poder orientar a nuestros alumnos sobre los modelos alternativos y muchas veces complementarios que coexisten en nuestro mercado, entre los cuales deben elegir y planificar su futuro desempeño profesional. Creemos que más allá de que la estadística nos haya brindado información científica sobre la preeminencia de ciertas formas de ejercicio del diseño sobre otras, debemos advertir que por el tamaño de la muestra, lo acotado de la región en la cual actúan los encuestados, su extracción generacional, y otros factores concomitantes, los resultados no deben comunicarse a los estudiantes como información hermética y absoluta, inmodificable. Por el contrario, creemos firmemente que se debe transmitir el panorama completo del estado del arte de nuestra profesión, y utilizar los guarismos y porcentajes para graficar la situación actual. En este sentido consideramos de mayor utilidad pedagógica las caracterizaciones de cada categoría laboral, que los valores numéricos obtenidos, que por sí solos son demasiado abstractos y resulta complejo tornarlos en conocimiento significativo para su incorporación por los alumnos durante el proceso de aprendizaje. Proponemos utilizar las citadas caracterizaciones laborales y la data estadística en combinación con ejemplos locales, regionales o globales de cada categoría, como recurso para tornar más fácilmente visualizable la información.

También puede ser una interesante estrategia pedagógica valerse de estos datos para predecir las tendencias laborales e identificar oportunidades de inserción a futuro, estimulando a los alumnos investigar al respecto y a diseñar su propia modalidad laboral.

Un cuarto plano de análisis, más personal, es describir nuestra propia visión de la situación a futuro, para lo que nos respaldaremos en la información obtenida, y a la queremos añadir percepciones que raramente pueden captarse con herramientas estadísticas como las que hemos empleado.

Como planteamos en la introducción, en este momento, en la región, se desarrollan múltiples modelos de inserción laboral que hemos intentado caracterizar en este escrito. Dichos modelos coexisten y muchos diseñadores distribuyen su práctica profesional entre varias de estas actividades. Esto es debido a que ninguno de estos perfiles laborales prima sobre los otros, y solo el tiempo demostrará que tipo de práctica profesional emerge como más exitosa, a nivel cualitativo y económico, en esta pugna.

El establecimiento de los modelos más exitosos solo podrá ser posible si nuestra disciplina continúa desarrollándose al amparo de un crecimiento sostenido de su principal cliente: la industria. Por ello creemos que el diseño industrial como disciplina esta íntima y fundamentalmente aparejado a la ventura del desarrollo industrial de la región, ya que los resultados de los procesos de sustitución de importaciones y estímulo al desarrollo industrial en la región tendrán como consecuencia natural un incremento en la demanda de servicios a los diseñadores, desde mayor oferta de puestos en empresas fabriles, hasta mayor búsqueda de servicios de diseño por parte de las empresas.

En forma paralela, este incremento en la actividad de los diseñadores en la región, incluirá una mayor difusión, a nivel empresas y público en general, de los beneficios que reporta a los empresarios la utilización del diseño industrial como herramienta de mejora en la calidad de los productos y los procesos de producción.

Esperamos a futuro, y si las condiciones actuales se mantienen, que se produzca un auge de nuestra profesión, como hemos visto, por ejemplo, en el mercado de la industria textil, donde en pocos años se pasó de un modelo que carecía totalmente de diseño local (se viajaba al exterior cada temporada para obtener muestras de las colecciones europeas y se las copiaba), a un extraordinario incremento de la inserción de los diseñadores de indumentaria y los diseñadores textiles, que pasaron a ser un componente irremplazable dentro del esquema de negocio de la citada industria.

Más allá de estas conclusiones, relativas y provisorias, que vienen a confirmar la percepción intuitiva que los profesionales tienen sobre el estado de desarrollo de la profesión de diseñador industrial en la región, queremos con este estudio sentar un precedente metodológico de cómo analizar la realidad laboral de nuestra disciplina.

En futuras etapas de este proyecto de investigación, puede ampliarse la muestra por medio de intercambios, por ejemplo, con instituciones que nucleen diseñadores industriales, colegios de diseñadores, organizaciones de promoción del diseño, universidades, cámaras industriales, etc. Esta ampliación del universo a medir puede ser fácilmente aplicada al escenario del diseño latinoamericano, que con un activo intercambio de información a nivel académico y profesional debería permitir incorporar características y problemáticas específicas de cada escenario local en un corpus que compile la evolución de la profesión de diseñador industrial en el subcontinente, y permita verificar los resultados del proceso e industrialización que está desarrollándose en varios de los países de la región.

Bibliografía

Asociación de Diseñadores Industriales de Córdoba (2011) *Encuesta de inserción laboral de los diseñadores industriales de Córdoba*. Disponible en <http://adicba.org/2011/10/encuesta-adic-2011>

Best, K. (2008), *Management del Diseño. Estrategia, proceso y práctica de la gestión del diseño*. Barcelona: Ed. Parramón.

Bürdek, B. E. (1994). *Diseño: historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona: Ediciones Gustavo Gili.

Bonsiepe, G. (2002, diciembre). Doctorabilidad del Diseño. *Tipográfica*, 54, 15-16. Disponible en sitio web de la revista Tipográfica, <http://www.tipografica.com/anteriores/?id=54>

Cinacchi, D. (2003). *Como hacer del diseño un negocio rentable: Habilidades con las que debe contar un diseñador*. Buenos Aires: Ed. CommTools.

Centro metropolitano de Diseño, para más información ver <http://www.cmd.gov.ar/>

Corian, S. (2004). *Marketing práctico para arquitectos y profesionales de la construcción*. Buenos Aires: Ed Sergio Corian.

Dormer, P. (1992). *El diseño desde 1945*. Barcelona: Destino.

Crespi, I. y Ferraro, J. (1971). *Léxico Técnico de las Artes Plásticas*. Buenos Aires: EUDEBA

Chiapponi, M. (1999). *Cultura social del producto, nuevas fronteras para el diseño industrial*. Buenos Aires: Ed. Infinito.

Fabricas recuperadas, para más información ver <http://www.fabricasrecuperadas.org.ar/>

García, G. (2007). *Arquitecto y profesión: como conseguir más y mejores proyectos*. Barcelona: Ediciones Gustavo Gili.

Gay, A. y Samar, L. (2004), *El diseño industrial en la historia*. Córdoba: Ediciones TEC.

Instituto Nacional de Tecnología Industrial. (2009). *Diseño en la Argentina, estudio del impacto económico 2008*. Buenos Aires: Ed INTI.

Instituto Nacional de Tecnología Industrial (2009). El diseño en Cifras: Comportamiento del mercado laboral. *Newsletter INTI*, 129, 1-2.

Instituto Nacional de Tecnología Industrial (2009). El diseño en Cifras: ¿Qué dicen las estadísticas sobre la oferta de diseño en argentina? *Newsletter INTI*, 131, 1-2.

Instituto Nacional de Tecnología Industrial (2009). El diseño en Cifras: La demanda de diseñadores en las empresas. *Newsletter INTI*, 133, 1-2.

Instituto Nacional de Tecnología Industrial (2009). El diseño en Cifras: La enseñanza de diseño en la Argentina. *Newsletter INTI*, 136, 1-2.

Instituto Nacional de Tecnología Industrial (2009). El mercado laboral del diseño durante el 2009. *Newsletter INTI*, 139, 1-2.

Instituto Nacional de Tecnología Industrial, para más información ver <http://www.inti.gob.ar/>

Kobrinsky, E. (2007). Diseñadores Industriales: ¿Cómo se insertan en el mercado? *Newsletter INTI*, 88, 1-2

Satorilab, para más información ver <http://www.satorilab.blogspot.com>

Schon, D. A. (1992). *La formación de profesionales reflexivos*, Barcelona: Paidós

Scott, R. W. (2007). *Fundamentos del diseño*. México: Limusa

Sistema de estagios en Brasil, para más información ver <http://prejal.oit.org.pe/prejal/docs/bols/boletin-prejal-bra3.pdf>

Sociedad de diseñadores industriales de América (2007). *Industrial design definition*. Recuperado el 20 de noviembre de 2011 <http://idsa.org/whatis/definition.htm>

Universidad de Palermo (2011) *Programa de investigación 2011-2015*, Disponible en Minisitio profesores DC, web UP

Valdés de León, G. A. (2004). *Tierra de nadie: una molesta introducción al estudio del Diseño*. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en sitio web de la UP DyC, http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=162&id_articulo=6101