

APORTACIONES
A LA
PROMOCIÓN
Y
DIFUSIÓN
DEL
DISEÑO
PROFESIONAL
MEXICANO

1989-1995

TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO EN DISEÑO INDUSTRIAL
EN EL ÁREA DE TEORÍA DEL DISEÑO
PRESENTA

ARTURO DOMÍNGUEZ MACOUZET

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1996



UNAM

FACULTAD

DE

ARQUITECTURA

DIVISIÓN

DE ESTUDIOS

DE POSGRADO

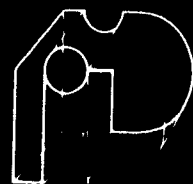
E INVESTIGACIÓN

POSGRADO

EN

DISEÑO

INDUSTRIAL



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ESTADO LIBRE ASOCIADO
DE PUERTO RICO

DIRECTOR
DE LA TESIS:

M.D.I.
FERNANDO
MARTÍN
JUEZ

SINODALES

PROF.
HORACIO
DURÁN
NAVARRO

DR.
ÓSCAR
SALINAS
FLORES

M.D.I.
ÁNGEL
GROSO
SANDOVAL

M.D.I.
LUIS CARLOS
HERRERA
GUTIÉRREZ
DE VELAZCO

TESIS

COMPLETA



**APORTACIONES
A LA
PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN
DEL
DISEÑO PROFESIONAL MEXICANO
1989 - 1995**

NOTA

Este trabajo es resultado de la insistencia de algunos colegas quienes consideraron de utilidad para el Gremio de Diseñadores, el que transmitiera mis aportaciones y experiencias dentro del CODIGRAM; las cuales ahora presento como Tesis de Posgrado, con la certeza de que servirán como referencia de una época en la que se cumplieron algunos de nuestros anhelos.

Así pues, a manera de compilación y de propuestas, dedico este Testimonio en reconocimiento a aquellos amigos-colegas que confiaron en mí y que apoyaron incondicionalmente los proyectos que se realizaron; quienes con su permanente presencia han hecho posible que prevalezca con dignidad y orgullo, el CODIGRAM; Institución a la cual destiné mis afares gremiales durante un breve, pero intenso período que señaló mi desarrollo personal y profesional.

He comprobado que las personas son las que hacen a las Asociaciones; valga mi agradecimiento a todas aquellas que saben compartir sus capacidades e intereses personales con las necesidades de su comunidad. Sirva como paradigma en el Diseño Mexicano los resultados obtenidos a través del ejercicio en grupo, con convicción y solidaridad por aquello en lo que se cree.



**Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995**



ÍNDICE

A) GENERALIDADES:

A1) Fundamentos	3
A2) Objetivos	7
A3) Ámbito de experiencia	9

B) ALCANCES Y ACTIVIDADES DEL Y DENTRO DEL CODIGRAM:

B1) Antecedentes	15
B2) Presidencia VII y VIII Consejos Directivos	25
B.2.1) Informes y reorganización	29

C) PROYECTOS OPERATIVOS DE PROMOCIÓN:

C1) Peritos Diseñadores por Especialidades	72
C2) Formación de Centros de Diseño	78
C3) Ley de Propiedad Industrial	132
C4) Sociedad Autoral de Diseñadores Mexicanos	148
C5) Edición de Libros sobre Diseño Mexicano	150
C6) Congresos Nacionales de Diseño	169
C7) Aranceles	180
C8) Participaciones Internacionales (ICSID, ICOGRADA y ALADI)	185
C9) Formación de otros Colegios	198
C10) Concursos y Convocatorias	201

D) CONCLUSIONES

D1) Propuestas	226
----------------	-----

E) ÍNDICE GRÁFICO

230

F) ANEXO ÚNICO

235



GENERALIDADES

A1) FUNDAMENTOS

Una de las trascendentes preocupaciones que se tienen cuando uno está estudiando los últimos semestres de la carrera, es el destino profesional.

Es una preocupación legítima. Los días de estudio pasarán pronto, y el desarrollo profesional en el trabajo será lo más importante en un futuro próximo. Es lo que definirá nuestra vida adulta y nuestra estabilidad emocional, social y económica. Es una decisión que cumplirá con las posibilidades y expectativas personales y familiares.

La visión generalmente está sustentada en lo que percibimos de los "adultos", o de lo que nos han dicho con respecto al futuro que nos ofrece una profesión u oficio cualquiera que este sea. La cual, ciertamente, se elegirá no necesariamente por aspectos de vocación, sino por el futuro promisorio que ofrece la profesión seleccionada. Siempre se conoce a alguien: algún pariente o amigo de la familia; quizá se sigue al amigo "que sí sabe lo que quiere"; se ha leído de algún personaje famoso o importante en ese medio, o se sabe o conoce el resultado de su trabajo, su obra, su esfuerzo; se dice de alguien que ha tenido "éxito" practicando determinada profesión, o que no hay mucha competencia y por consiguiente, hay mucho campo de acción y que finalmente es donde habrá más probabilidades de conseguir trabajo bien remunerado.

Existen diversas razones que determinan la elección de una profesión; pero la predominante es por su prestigio, por lo que demuestran "los profesionales", los "viejos" practicantes de ese oficio. Los profesionales son el espejo: el reflejo del nivel, calidad y utilidad social de lo que estudiaron y/o a lo que se dedican. Demuestran con los resultados de su trabajo, por una parte, la capacidad que adquirieron en su plantel de estudios, y por otra, la trascendencia social, económica, política, que tiene el esfuerzo desarrollado.

Por consiguiente, la repercusión de la práctica profesional no solamente impacta en el fenómeno cotidiano laboral y

DEFINICIONES:

Promoción: f. Acc. de promover. / Conjunto de personas que han obtenido simultáneamente un título, empleo, etc. / Ascenso a un mejor nivel de vida, de productividad, etc. / ...alcanzar una categoría superior.

Promocionar: tr. y prnl. Hacer mejorar de posición, cargo, categoría. / tr. Dar impulso a un negocio, un producto, etc.

Muy al principio tuve dudas acerca de la diferencia entre promover y difundir; temí que pudieran resultar sinónimos:

Promover: tr. Hacer gestiones para lograr una cosa. / Dar impulso a algo que se hallaba paralizado. / Elevar a uno, a una dignidad o empleo superior.

Difundir: tr. y prnl. Extender, derramar. / fig. Divulgar, propagar noticias, costumbres, etc.¹

1) FUENTE: ALFA. DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO SALVAT EDITORES. S.A. BARCELONA, ESPAÑA 1990.





productivo, también será el ejemplo que se le dará a la juventud que viene ascendiendo, la cual busca acomodarse o insertarse en lo que mejor se adapta a sus condiciones o expectativas.

EN CONCLUSIÓN: la calidad de la práctica profesional, influye de manera importante en los jóvenes para decidir la profesión a la cual se dedicarán el resto de su vida, y de como la practicarán.

Sin embargo: ¿qué sucede con los recién egresados de una carrera universitaria, técnica o cualquier otra, en la que hayan empeñado sus anhelos y en la cual esperan resolver sus necesidades tanto intelectuales como económicas, si el panorama profesional no es de eficiencia, productividad, calidad, buena remuneración, bien reconocida y valorada, así como de beneficio tangible para su sociedad, para él y para su familia?

Es sumamente importante que mientras se va conformando una actividad o profesión, se vayan desarrollando "personajes" que alienten y justifiquen los esfuerzos y convicciones de los colegas, estudiantes, profesores o practicantes. Sin duda el grueso de los profesionales dan coherencia y consistencia a una actividad; sin embargo, los individuos son los que pueden brillar y diferenciarse de los demás como excepción es decir, solo algunos son los que destacan y en ellos recae la imagen y la percepción que los demás tendrán de esa profesión. Son solo unos cuantos los que hacen que una actividad humana -una profesión- sea considerada como valiosa y como algo atractivo. Se vuelven líderes y conductores -aunque no necesariamente estén conscientes de ello- de la comunidad en la que ejercen; serán seguidos y reconocidos según su honorabilidad, congruencia y oficio que muestren.

Cuando se demuestra "oficio", esfuerzo y convicción por lo que se hace y lo que se hace es productivo y con ello se resuelven necesidades de la sociedad, entonces se evidencia que se tiene vocación; pero especialmente, se demuestra que hay campo fértil donde desarrollar las capacidades profesionales de los que así lo deseen o de los que así puedan.

Con el correcto ejercicio profesional -técnica y éticamente- se motiva, decía anteriormente, a propios y a extraños; a quienes lo ejercen y a quienes se ven beneficiados con ello, ya sean los clientes o los usuarios del servicio; todos, harán posible que esa profesión o actividad permanezca vigente, y no solo eso, sino que evolucione y se perfeccione a través de su demanda permanente.



Arturo Domínguez Macouzet



Ellos, los usuarios, por verse beneficiados propagarán y demandarán dichos servicios, y exigirán a los profesionistas cada vez más y mejores resultados, lograrán entonces entre ambos, la excelencia como consecuencia de la estrecha relación entre la oferta y la demanda. Un usuario satisfecho retribuirá con creces, uno insatisfecho, provocará retroceso.

-- La responsabilidad directa e inmediata de difundir y promover en este caso el diseño, es de los profesionistas y de los que ejercen el oficio cotidianamente; puesto que son los que tienen contacto real y permanente con el consumidor y son quienes reciben honorarios por su trabajo. Sin embargo, todos de alguna manera, promovemos y ejercemos el diseño; estudiantes, profesores, productores, distribuidores y consumidores. Son de las actividades en las que sus creadores se vuelven también consumidores o usuarios.

Las profesiones u oficios surgen sin duda alguna principalmente como resultado de una demanda de la sociedad, en relación a una necesidad específica; estas necesidades se han vuelto cada vez más complejas y han requerido de más especialistas para el desarrollo de ciertas actividades; o bien han surgido por la visión futurista que han tenido algunos pocos individuos, con respecto a los posibles requerimientos que se presentarán más incidentalmente en una comunidad. Cualquiera que sea el caso, la realidad es que a partir de necesidades evidentes o no, una profesión u oficio deberá obligatoriamente resolver en la medida de la magnitud requerida, las exigencias para las que fue promovida su creación; y esta responsabilidad le corresponde principalmente a los profesionistas, y estos profesionistas necesariamente deberán buscar el prestigio y difusión de su oficio especialmente a través de dos factores:

1.- Con su trabajo eficiente y permanente (factor privado) y

2.- Con organizaciones que coadyuven a trascender más allá de sus propias fronteras; mismas que abrirán el abanico de influencia y definirán el grado de penetración con quienes determinan la contratación de los servicios (factor gremial o social).

Así pues, sin una necesidad real de trascendencia social y cultural, científica o artística, no puede surgir un oficio o profesión; y sin profesionistas productivos y organizados con ética y calidad demostrada, no se justifica un esfuerzo académico.

El esfuerzo de superación personal, organización, instalación, bagaje o acervo cultural, capacidad, personalidad, determinación, empuje, solvencia económica, etc. corresponden





a cada profesionista en particular; son responsabilidad o características de cada individuo. Muy difícil será proponer soluciones o proyectos para cada profesionista en particular. La promoción de la capacidad personal, será tarea de cada quien y dependerá sin duda, de factores de influencia externa: manifestarán patrones de conducta adquiridos en su ambiente familiar o en sus centros de enseñanza, y quizá de sus primeras relaciones de trabajo, con sus superiores y colegas; pero no obedecerán -en la mayoría de los casos- a intereses más allá de los estrictamente personales.

Las instituciones de enseñanza especialmente la media y superior, proponen y ejecutan planes de estudio y demás procedimientos organizacionales -cuerpo docente, instalaciones materiales, ubicación, etc.- sustentadas en otorgar servicios masivos para grandes cantidades de estudiantes y por consiguiente, son completamente despersonalizados; la calidad de los resultados del aprendizaje es responsabilidad del estudiante y futuro profesionista.

¿El panorama profesional del estudiante está señalado por la soledad, autodefensa, autogestión, autocalificación y por ende a una lucha sin denuedo, llena de competencia, condenado a la deficiencia y a la mediocridad por falta de recursos, relaciones o capacidad? Sí, si a pesar de las limitaciones personales, a la carencia de trabajo o a la deficiente preparación no lucha en equipo y no se integra a una Asociación, es decir, a una fuerza organizada. Sí, en el caso de pertenecer a gremios desorganizados sin representantes profesionales y sin que realicen una mínima labor institucional de promoción y difusión.

Ampliando el razonamiento anterior, es sabido que no necesariamente la existencia de una Asociación gremial garantiza el éxito de su labor promocional y mucho menos que beneficie a toda una comunidad. *La cobertura y la eficacia del beneficio de la promoción será directamente proporcional a la cantidad y calidad de participación de los integrantes de una Asociación determinada*; es decir, participando en organizaciones -que serán siempre más o menos "cerradas" dado que tienen un límite de capacidad además de intereses políticos- se pueden obtener beneficios como relaciones, ejercicio social y político, amén de prestigio personal, lo cual resultaría sumamente difícil al actuar aisladamente. Sin embargo existen excepciones: aquellos profesionistas que por su propia luminosidad, brillan y son difundidos por los demás espontánea y desinteresadamente; y aunque como decíamos anteriormente que con su propio trabajo promueven a su profesión, en todos los casos se promocionan más a ellos mismos, es decir, son protagonistas, lo más valioso; son ellos los que finalmente han hecho al oficio y no el oficio a ellos.



Arturo Domínguez Macouzet



Las promociones de una Asociación tienen más repercusión social y representan a mayor número de personas, o por lo menos así debería de ser. Su connotación social es intrínseca a las Asociaciones gremiales; el papel que juega una Asociación en una comunidad, es la de representación y la defensa de los intereses de la mayoría, es decir, de la generalidad de sus miembros. Así también, existe la obligación de reciprocidad aceptada con su Asociación desde el momento en que ingresan a ella; deben recibir en la medida en que aportan, pues por algo están voluntaria y conscientemente inmiscuidos y comprometidos en y con esa comunidad de la cual forman parte activa; esa obligación se tiene tanto moral como legalmente. Por ello existe el Servicio Social Profesional que tiene carácter de obligatorio, y el cual se debe hacer cumplir a todos los profesionistas mexicanos a través de sus Colegios respectivos.

"Así pues, la capacidad de difusión y de promoción de un oficio o profesión resulta de mayor cobertura y trascendencia cuando se realiza a través de una Asociación Profesional representativa."

Esta cobertura se dará con mayor eficacia entre más miembros pertenezcan a una Asociación, entre más comprometidos estén con ella y entre más capacidad y convicción de servicio demuestren quienes en su turno respectivo, dirigen sus destinos y compromisos. Se obtendrán más logros, en la medida en que se piense menos en los beneficios personales. La premisa de participación activa en una Asociación deberá ser la convicción de servicio en beneficio de su comunidad, esto es, muy por encima de canonjías, privilegios o lucros particulares.

A2) OBJETIVOS

Me referiré a partir de ahora al caso específico del diseño en México y salvo en ciertas excepciones, a las cuales se hará mención en su momento, estaré aludiendo tanto al Diseño Industrial como al Diseño Gráfico.

Así pues, los objetivos de este trabajo se pueden resumir básicamente en cuatro enunciados generales como contribución al desarrollo del diseño:





1. Presentar un *documento testimonial* para referencia, investigación, consulta, apreciación de circunstancias y procedimientos en lo que respecta a las actividades de promoción y difusión del diseño industrial y del diseño gráfico que se realizaron dentro del CODIGRAM; su grado de influencia y convocatoria con diseñadores profesionales y sus diferentes Asociaciones, empresarios -industriales y comerciantes-, autoridades públicas y privadas, universidades y estudiantes, dentro y fuera del país; y coadyuvar a la evaluación en la formación y desarrollo de las actividades de diseño.

2. Demostrar la necesidad y la importancia de la promoción y la difusión del diseño para impulsar, sostenidamente, su evolución y desarrollo, a través de los resultados obtenidos dentro de una Asociación mexicana de representación profesional: el Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, A.C. CODIGRAM.

3. En base a la experiencia de los últimos seis años dentro del CODIGRAM, presentar una descripción analítica de las actividades que se llevaron a cabo para la promoción y difusión del diseño profesional mexicano; y demostrar que con los recursos, capacidades y alcances con los que cuenta actualmente nuestro gremio, se podrá acceder a condiciones más favorables para su práctica profesional.

4. Presentar actividades de promoción. Algunos se llevaron a cabo, otros, quedaron en proyecto: v.gr.: nombramiento de Peritos Diseñadores por especialidades; la formación del Centro Mexicano de Diseño; nuestra participación en la nueva Ley de Propiedad Industrial; la organización de Congresos de Diseño con cobertura nacional; la formación de otros Colegios de diseñadores; la formación de una Sociedad Autoral de Diseñadores Mexicanos; la edición de libros de diseño mexicano, entre otras, para que en torno a su evaluación sirvan a la futura promoción del diseño profesional y sustenten a su plataforma académica.

Los objetivos planteados con anterioridad, son básicamente el contenido y la estructura del documento; sin embargo, habrá ciertas consideraciones que se presentarán al través del desarrollo y la narrativa como es el caso específico del objetivo tres y cuatro, que siendo una parte extensa, es donde se plasman cronológicamente las actividades que tuve la oportunidad de realizar como Presidente del VII y VIII Consejos Directivos del



Arturo Domínguez Macouzet



CODIGRAM y como Presidente de la Junta de Honor del IX Consejo Directivo. Así mismo se hará continuamente referencia a diferentes colegas funcionarios del Colegio, así como personalidades del sector público y privado con objeto de que el trabajo sirva además -lo cual ya se mencionó con anterioridad- como referencia y testimonio a una labor de equipo en el que contribuyeron con profesionalismo y entusiasmo en el caso de mis colegas, y con aceptación y credibilidad en el caso de los funcionarios y personalidades que no siendo diseñadores, o versados en el tema, participaron con disposición a colaborar en la promoción del Diseño Mexicano.

A3) ÁMBITO DE EXPERIENCIA

He querido llamar a éste capítulo *Ámbito de Experiencia*, puesto que trataré de describir lo más claramente posible mi conocimiento adquirido por la práctica en el desempeño de la promoción y difusión del diseño mexicano tanto en nuestro país como en el extranjero.

Cuando uno se encuentra en su centro de trabajo (oficina, despacho, etc.) y por razones Providenciales, se tiene el privilegio durante varios años de tener una excesiva carga de trabajo -por supuesto con sus respectivas altas y bajas- y con ello una gran responsabilidad hacia quienes necesitan confiar en su capacidad instalada, se desarrolla por consecuencia una gran experiencia y especialmente una convicción de servicio; esto es, se fomenta una labor permanente y esforzada en provecho de los clientes -¿los jefes?- o usuarios, quienes hacen posible la permanencia y evolución de los negocios independientes; es entonces, cuando quizá protegido y a la vez sensibilizado por esta obligatoriedad o costumbre de servir, de dirigir los afanes en favor de los demás y no solo para tu provecho, es que surgen inquietudes y cuestionamientos por algo de mayor trascendencia y obviamente en favor del oficio o profesión que uno desempeña.

Cuando se asoma la conciencia de aportación en reciprocidad, se deben buscar los medios más propicios y accesibles para que integrado a organizaciones existentes (si no existiese ninguna organización o plataforma, entonces la tarea sería doble, puesto que habría que crear una) desde ahí conducir las inquietudes profesionales necesarias, que lleven a la práctica las propuestas de solución, a las carencias gremiales detectadas en la cotidianidad. Sin embargo, antes debe haber un ejercicio de maduración, de preparación y de relaciones con colegas que



CODIGRAM

2



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



presenten las mismas inquietudes para poder compartir y prever que se tenga un alto porcentaje de factibilidad.

Cuestionamientos como: ¿es realmente el diseño tan importante como me han dicho y como creo que es? ¿por medio del diseño puedo trascender como persona y como profesional, y con ello dejar un legado a mi comunidad; o debe ser simplemente un camino en la medida de mi éxito, para mi lucimiento y mi prestigio personal? ¿debo aplicar mis conocimientos y experiencias solamente en mi beneficio? ¿cómo en el ámbito profesional, aparte de la docencia, puedo hacer algo por mi profesión, por mi gremio y por mi país?.

Se sabe que en el mundo del diseño, la demanda no está a la medida de la oferta. Existen muchos diseñadores y pocas oportunidades de trabajo bien remunerado, interesante (por ejemplo, en diseño industrial) y sobre todo de trascendencia social, es decir la posibilidad de hacer diseño que beneficie a un gran sector de nuestra sociedad. Se necesita crear más y mejores fuentes de trabajo, se requiere para ello hacer cada vez más "buen diseño" para así demostrar su eficacia y entonces propiciar la necesidad de más diseño. Se requiere que el diseñador hoy en día, tenga conciencia de la trascendencia de su trabajo; si hace bien las cosas, él tendrá más trabajo y también estará promoviendo indirectamente a la profesión y gracias a ello, permitirá que otros colegas sean también contratados, es decir, prestigiará a la profesión con su labor.

Existe una estadística en el medio turístico que dice que un cliente insatisfecho, se refiere negativamente de quien le dio mal servicio con por lo menos quince personas; cuando al contrario, lo que tiene que decir es positivo, favorable, lo trasmite solamente a cuatro o cinco personas². ¿Como estarán las estadísticas en los servicios de diseño, que es una profesión un tanto desconocida y que causa mucho recelo en el ambiente industrial y empresarial? ¿Qué daño causará que algún colega haga mal las cosas por irresponsabilidad o negligencia?.

Así pues, la actividad de diseño requiere de quien la practica, una alta responsabilidad y conciencia de su trascendencia, y esto no solamente en el plano estrictamente de capacidad y preparación, sino también en el conocimiento de que con nuestro trabajo promovemos y difundimos a nuestra profesión y a todos los colegas. Esto evidentemente concierne a todo el sector académico; un diseñador mal preparado, mal encausado y con múltiples carencias, no solamente causará problemas de identificación con su profesión si no además, dará mucho de que hablar de su institución, de sus maestros, de su profesión y de él mismo; además de que causará depreciación al valor en el

²) FUENTE: DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO INTERNO. DIRECCIÓN DE TURISMO SOCIAL Y FRONTERIZO. SECTUR. 1994.



Arturo Domínguez Mecouzet



mercado del trabajo del diseñador; devalúa los honorarios y causará desconfianza y recelo de quienes contraten a "otros". Y esta circunstancia obviamente no le conviene al profesionista activo; la responsabilidad en la calidad de la educación no solamente interesa desde el punto de vista del prestigio profesional, si no que además impide una evolución de quienes sustentan la responsabilidad de la actualización de técnicas, procedimientos, conocimientos, etc., y evitan con ello el fenómeno de "empuje ascendente" que por motivos de competencia y capacidad natural deben de mostrar los jóvenes "recién egresados".

Se entiende que el Diseño forma parte del todo cultural, que por lo tanto participa y contribuye al fenómeno cotidiano y que por lo mismo, cuando se le identifica en su trascendencia se le asigna un papel de protagonista con respeto y consideración. Y que en la medida de su participación en los fenómenos productivos y económicos, hasta entonces será magnificado su potencial y su rol ascendente.

Cualquier razonamiento que uno se haga con respecto a la evolución y status del diseño en México, se llega sin remedio a la necesidad de hacer buen diseño y con ello difundir el trabajo individual en forma colectiva, para promover el oficio y que con ello se convenza a quienes pueden contratar a diseñadores, de que lo hagan y creen fuentes de trabajo; puesto que a ellos les será rentable en términos productivos y por consiguiente, económicos.

Si como conclusión a lo expuesto con anterioridad, podemos aseverar que si bien es cierto que la promoción del diseño profesional empieza y nace del trabajo individual, también es cierto que la mejor manera de difundirlo masiva y objetivamente es a través de una agrupación gremial, que cumpla con los propósitos de promoción y difusión, coordinación y organización, representatividad y oficialidad necesarias como para ser un vocero creíble y prestigiado y a su vez, que no se encuentre en un estado monopólico y en contubernio -en manos de unos cuantos- siendo por ello necesario su operación democrática y representativa; accesible, solidaria y comprometida con sus asociados. A la que pueda uno adherirse, asociarse bajo la expectativa de una mínima organización y garantías de servicio, en la que se confíe que quienes en turno la dirigen, buscarán antes que otra cosa el beneficio de los asociados y de la profesión. Y en la cual, si se pudiera intervenir estrecha y participativamente, por qué no, poder tener acceso a los niveles cúpula de decisión.

La búsqueda de agrupaciones gremiales de diseño con objeto de adherirse a ellas, aparentemente es un tanto desconcertante.





Existe una variedad de denominaciones y aparente disimbolidad de objetivos y de procedimientos que han provocado gran confusión y un velo alrededor de la representatividad profesional en México. No se requiere de mucha investigación, para darse cuenta que de las aproximadamente quince que dicen llamarse Asociaciones, solamente una es la que ofrece en un alto porcentaje, las expectativas gremiales para la promoción y difusión del diseño en México: el *Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, A.C. / CODIGRAM*.

En lo personal, cuando recién egresado de la Carrera de Diseño Industrial (1977) de la Unidad Académica de Diseño Industrial de la Escuela Nacional de Arquitectura de la Universidad Nacional Autónoma de México, el paisaje de las organizaciones profesionales era para mi forma de entender, bastante incipiente y poco prometedor; sin embargo entendí, como siempre lo he hecho en estas circunstancias, que lo más fácil es criticar y juzgar sin conocimientos específicos y que para poder comprender la problemática y el porqué de las carencias y deficiencias que se manifiestan en una Asociación, lo más honesto es pertenecer a ellas y participar activamente dentro de su organización para que en la medida de las oportunidades y posibilidades, sea uno factor de cambio y de progreso, y que desde adentro se puedan realizar las modificaciones o los proyectos propuestos por uno, pero como parte integrante de un equipo con similitud de intereses.

Todo aquello que necesitamos y requerimos para operar nadie nos lo va a dar; nadie nos va a resolver nuestros problemas nosotros somos los que debemos propiciar nuestra evolución, dice André Ricard: "El ser humano se distingue por una latente y perentoria potencialidad creativa que, entre otra facultades, le habilita para completar, por medio de lo artificial (es decir hecho por la mano o arte del hombre), su incompleta naturaleza. Así el hombre ha de crear para ser"³. Evidentemente se refiere a la producción de diseño, a la creación de objetos, pero ¿porqué no aplicarlo al tema que nos ocupa?; nosotros somos responsables de la creación de mejores condiciones socio-económicas para el desarrollo de nuestra profesión. Todos, absolutamente todos, podemos y diría yo debemos, hacer algo por nuestra sociedad, nuestro gremio. No es del todo verídico, ni me parece válido el argumento de "falta de tiempo" o ni siquiera de capacidad; lo que hace falta, es conciencia, decisión y quizá porqué no, altruismo y mejor todavía: interés personal -una dosis de *egoísmo positivo*- de que las cosas en lo global mejoren para que en lo particular se vea uno mismo beneficiado; para que se progrese, para que no quede uno impávido ante la mediocridad y en el conformismo y así se pueda desde afuera, criticar y juzgar en tal caso, a quienes participan en la política gremial. Se requiere de un poco de todo y un mucho de convicción de servicio para propiciar beneficio.

3) RICARD, ANDRÉ . DISEÑO ¿PORQUÉ?. COLECCIÓN PUNTO Y LÍNEA. EDIT. GUSTAVO GILI, S.A. BARCELONA, ESPAÑA. 1992. p.4

4) *Ibidem*. p.5



Arturo Domínguez Macouzet



Así pues, me propuse incorporarme a una Asociación Profesional en la que pudiera participar activamente apoyado por mi experiencia profesional, mi capacidad instalada y mi certeza de poder aportar "algo" con mi pequeño -en cantidad, no así en calidad- equipo humano y material... "Creo que cualquiera que viva con interés esa apasionante aventura que es la propia vida, acaba por atisbar ciertas conclusiones. Lo que nos rodea, lo diario, está repleto de información que se nos revela si sabemos atenderla, y estos datos llegan así a configurar espontáneamente, una manera de entender la vida".⁴

Esa Asociación Profesional fue el CODIGRAM. Al principio mi participación se limitó a apoyar al IV Consejo Directivo, presidido por el D.I. Rafael Cal y Mayor Leach, en lo relativo al montaje de exposiciones en las que participó el Colegio; algunos impresos y sobre todo, apoyo moral. Fue ahí donde empecé a darme cuenta de la importancia y de la responsabilidad que significaba ser Presidente de la Asociación, e irónicamente de lo poco valorado que estaba el cargo. No todos los Presidentes se sentían plenamente orgullosos de haberlo sido, ni los demás colegas lo veían con respeto e interés.

Me pude dar cuenta de que si bien es cierto que el esfuerzo que significaba estar "adentro" y con ello ser "activo" era realmente impresionante; los resultados que se obtenían dejaban mucho que desear. Las circunstancias seguramente no eran propicias para una mayor difusión y con ello obtener una mayor penetración en la sociedad. La participación de los miembros asociados es muy limitada y solamente un pequeño grupo de profesionistas comprometidos y preocupados con el diseño, han hecho posible el cumplimiento de una diversidad de propósitos. Los recursos financieros han sido históricamente muy limitados; la carencia de instalaciones propias impide una concentración y definición de proyectos a corto plazo. La falta de experiencia administrativa y política (y diplomática) de los diversos funcionarios del Colegio, se pone de manifiesto ante las opciones de promoción con los sectores industriales y gubernamentales principalmente.

El esfuerzo y la dedicación que se requieren aplicar -hasta la fecha- serían más productivos si se contara con proyectos bien definidos y de trascendencia e interés gremial. Sin embargo, el gremio se encontraba inmerso en una pasividad impertérrita; en apariencia al sector profesional no había nada que lo motivara y lo impulsara a la participación, a unirse a actividades en beneficio de muchos; todo indicaba que nada, absolutamente nada los extraería del escepticismo. Conforme fui participando en actividades gremiales, me enteré y a su vez entendí algunas de las razones principales de esa pasividad e indiferencia que se presentaba en la mayoría de los colegas diseñadores.





Por una parte, estaba el problema de la escasa credibilidad que padecía no solamente el Colegio sino todas las Asociaciones en lo relativo no solo a su operación sino a su trascendencia, es decir, a la repercusión que a favor del gremio se pudiera obtener. Existían otras Asociaciones⁵ que pudiendo tener una eminente importancia por su posición y por la participación incipiente, pero decidida de colegas destacados en el medio, no cumplieron su cometido promotor profesional; puesto que se evidenció que servían más de instrumento y escaparate para protagonizar intereses personales de un pequeño pero influyente grupo de diseñadores. Este grupo que hasta la fecha a obtenido y manipulado posiciones privilegiadas para su propio beneficio, ha causado una gran desorientación y, porque no decirlo, decepción y por consiguiente, aislamiento de los diseñadores profesionales mexicanos en lo relativo a su participación gremial y en consecuencia, propició una imagen confusa en el exterior en cuanto a organización y liderazgo profesional en México.

5) INSTITUTO TÉCNICO POLÍTICO NACIONAL DE DISEÑADORES, afiliado al PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL, PRI, actualmente llamado: INSTITUTO NACIONAL DE DISEÑADORES INDUSTRIALES Y GRÁFICOS DE MÉXICO, A.C.; LA ACADEMIA MEXICANA DE DISEÑO, A.C., entre otras.

6) El Colegio se formó entre otras muchas razones -de índole tanto profesionales como políticas- por que existían ya varias generaciones de diseñadores titulados; existía una política nacional de producción para la exportación y se recibía influencia tanto de algunos prestigiados productores -especialmente de fabricantes de muebles como D.M. Nacional) y de profesionistas con capacitación y experiencia en el extranjero en la generación de objetos e imágenes con sentido innovador y sobre todo comercial, así como por supuesto del Gobierno Federal; tal fue el caso por ejemplo, de que en el Instituto Mexicano de Comercio Exterior IMCE, se abrió un Centro de Diseño en el año de 1973. Dicho Centro, dirigido por el Arq. Raúl Enriquez, impulsó la actividad del diseño industrial y del gráfico a nivel nacional; existía cierta influencia extranjera -de algunos funcionarios como por ejemplo el Arq. Philip Guilmant - en la forma de percibir y practicar el diseño, y ello coadyuvó evidentemente a despertar el interés de los jóvenes diseñadores en agruparse para actuar organizadamente en favor de la actividad profesional -en despegue- del diseño.

En cualquier organización, joven y por consiguiente en desarrollo, es vital la actitud de sus líderes, de sus representantes, los cuales surgen en principio de la selección natural por particularidades que los distinguen, por posiciones y apoyos de colegas o por representatividad en cuanto a prestigio profesional. De ahí que los promotores para la creación de una agrupación no deben perpetuarse en ella a riesgo de desacreditarla; es aquí en este punto, donde el CODIGRAM representa hasta ahora, la mejor por no decir única, posibilidad de reconocer y posicionar diferentes líderes representativos de la profesión del diseño en México. Del Colegio surgen por acto libre y democrático en elecciones por sus agremiados, los representantes que coordinarán sus actividades durante dos años; con influencia y representatividad nacional sobre todo por el entendido de su experiencia, objetivos y promociones obtenidas al través de sus años de vida.



Arturo Domínguez Macouzet



No pretenderé hacer una exhaustiva y detallada descripción de todas las actividades que el CODIGRAM ha realizado en veinte años ⁶. Me limitaré solamente a citar algunos aspectos de su trayectoria, en beneficio de los objetivos propuestos.

ALCANCES Y ACTIVIDADES DEL Y DENTRO DEL CODIGRAM

B.1) ANTECEDENTES

A través de sus veinte años de actividades que han transcurrido desde su fundación (noviembre de 1975), la principal tarea del CODIGRAM ha sido y con seguridad seguirá siendo la de promover y difundir las profesiones del diseño industrial y del diseño gráfico. Tarea que ha sido ejecutada por diez Consejos Directivos y sus respectivas Juntas de Honor (de los nueve Presidentes que han habido en los diez períodos, cinco son egresados de la UNAM, tres de la UIA y uno de la UAM-A). Hasta el año de 1993 fue el único Colegio de Diseñadores que representó oficialmente, ante la Secretaría de Educación Pública y a través de la Dirección General de Profesiones, a las profesiones del Diseño Industrial y del Diseño Gráfico a nivel nacional. El órgano supremo del CODIGRAM es la Asamblea, quien constituido en entidad representativa durante las Asambleas de carácter ordinario o extraordinario, decide de las actividades y destinos de la Asociación. Tanto el Consejo Directivo como la Junta de Honor respectivas y en turno, tienen la obligación de oír y respetar a los miembros activos, honorarios o curriculares, en beneficio de la mayoría y según la aplicación del Estatuto y Código de Ética vigentes.

Con objeto de identificar claramente la oficialidad y trascendencia del Colegio de Diseñadores de la ciudad de México, me parece importante y oportuno transcribir algunos puntos medulares del Estatuto y del Código de Ética que rigen actualmente a los miembros del CODIGRAM. Dichos documentos, sirvieron de base para la elaboración de los suyos propios a los Colegios de Puebla y de Querétaro, mismos que fueron creados en 1993 como resultado de la promoción y asesoría del CODIGRAM.

ESTATUTO

CAPITULO I
DENOMINACIÓN, OBJETO, DOMICILIO,
DURACIÓN Y NACIONALIDAD
...Artículo 2. Tendrá por objeto:



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



a) Vigilar que el ejercicio de las profesiones de diseño industrial y diseño gráfico, se realicen dentro del más alto plano legal y moral.

b) Promover la expedición de leyes, reglamentos y reformas a los mismos, relativos al ejercicio profesional.

c) Auxiliar a la Administración Pública con capacidad de promover lo conducente a la moralización de la misma.

d) Proponer los aranceles profesionales.

e) Servir como árbitro en los conflictos entre profesionales o entre éstos y sus clientes, cuando dichas partes acuerden someterse a dicho arbitraje.

f) Fomentar la cultura, la investigación y la docencia; el mayor conocimiento del diseño industrial y gráfico; el constante mejoramiento de los profesionales de estas materias y el aprovechamiento de todos los conocimientos científicos para elevar a la comunidad y a las personas que en ella viven; y desarrollar relaciones con asociados y colegios similares del país o extranjeros.

g) Colaborar en la forma más amplia posible con el Poder Público como consultor y para la prestación del Servicio Social.

j) Colaborar en la elaboración de los planes de estudio profesional.

i) Velar porque sean diseñadores industriales o gráficos con título legalmente expedido y debidamente registrado, los que desempeñen los puestos públicos que requieran de los conocimientos propios de las profesiones.

n) Difundir las profesiones de diseño industrial y diseño gráfico, su proyección, necesidades y utilidad, entre los industriales y sus agrupaciones, nacionales o extranjeros y entre todo tipo de personas y asociaciones o empresas.

o) Fomentar las listas de Peritos Diseñadores para los servicios y dictámenes oficiales.

CAPITULO II

LA ORGANIZACIÓN DEL COLEGIO.

SECCIÓN PRIMERA DE LOS MIEMBROS.

Artículo 7. Los Miembros del CODIGRAM serán de siete clases:

- a) Miembros Fundadores
- b) Miembros Activos Seriadados
- c) Miembros Activos de Número
- d) Miembros Correspondientes
- e) Miembros Curriculares
- f) Miembros Honorarios
- g) Pasantes





Artículo 8. Para ser Miembro del CODIGRAM se requiere:

a) Tener Título Profesional legalmente expedido por escuela o institución docente legalmente autorizada en México para hacerlo, o expedido por escuela o institución docente extranjera, debidamente revalidado por la Dirección General de Profesiones y haber solicitado su registro ante esa Dirección.

b) Tener Cédula de Patente para el ejercicio profesional o autorización definitiva de ejercicio profesional, expedida por la Dirección General de Profesiones o llenar los requisitos necesarios para que el Colegio la tramite...

e) Los miembros honorarios, curriculares y los pasantes quedan excluidos del requisito de tener título profesional.

Artículo 9. Son obligaciones de los miembros del CODIGRAM:

a) Respetar y cumplir estrictamente el Código de Ética profesional del diseñador.

b) Procurar por todos los medios el prestigio y progreso del CODIGRAM contribuyendo eficazmente a la realización de sus fines.

c) Desempeñar en forma gratuita las Comisiones que les sean conferidas. Cuando una Comisión requiera por su índole una dedicación que redunde en detrimento de las actividades o intereses del Comisionado, éste podrá ser remunerado en los términos que acuerde con el Consejo Directivo.

d) Desempeñar el servicio social en los términos de la Ley Reglamentaria del Artículo 5º Constitucional y su Reglamento.

e) Asistir a las Asambleas o reuniones a las que sean convocados por los órganos del Colegio.

f) Donar a la biblioteca del CODIGRAM un ejemplar de los libros, estudios y trabajos de que sean autores y que el mismo les solicite.

g) Contribuir al sostenimiento del CODIGRAM con las cuotas, donativos o cualesquiera otras formas que se establezcan...

Artículo 10. Son derechos de los miembros del CODIGRAM:

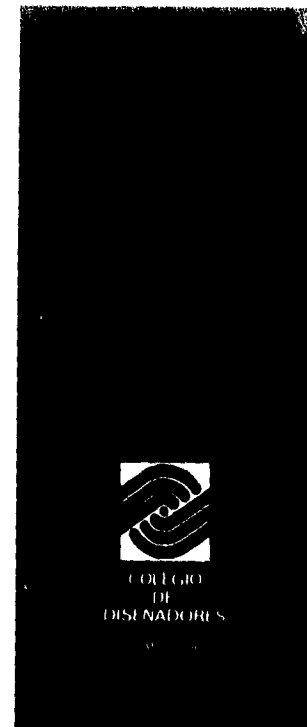
a) Utilizar todos los servicios que se establezcan en su beneficio.

b) Participar en todas las actividades del CODIGRAM y presentar iniciativas y proposiciones.

c) Ser informados de las gestiones de los órganos del CODIGRAM y respecto de los aspectos contables y administrativos; tener acceso a los libros y documentos respectivos.

d) Participar con voz y voto en las Asambleas; elegir y ser electos para los demás órganos del CODIGRAM, de acuerdo a las demás disposiciones de este Estatuto y Reglamento...

f) Mencionar en los documentos profesionales o científicos



ESTATUTOS Y CODIGO DE ETICA PROFESIONAL

CIUDAD DE MEXICO
1 9 9 1

3



Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995



que son miembros del CODIGRAM.

SECCIÓN SEGUNDA
DE LOS ÓRGANOS DEL CODIGRAM.

(...)

Artículo 12. Los órganos del Colegio son:

- a) La Asamblea General.
- b) El Consejo Directivo.
- c) La Junta de Honor.
- d) El Consejo de Diseño.

Podrán existir además las comisiones que cada órgano estime convenientes; pero éstas no constituirán como tales órganos autónomos, sino que dependerán del que las forme.

Artículo 13. La Asamblea General es el órgano supremo del CODIGRAM, se reunirá una vez al año en sesión ordinaria, y realizará las sesiones extraordinarias que sean necesarias; si de la importancia o urgencia de los asuntos resulta inconveniente esperar a la reunión ordinaria o porque deban tratarse los asuntos que se mencionan en el artículo 16.

Toda convocatoria deberá contener lugar, fecha y hora de la reunión; la lista completa de los asuntos a tratar, la firma autorizada del Consejo Directivo y publicarse por lo menos treinta días antes...

Artículo 16. Son atribuciones de la Asamblea Ordinaria:

a) Elegir a los miembros del Consejo Directivo y de la Junta de Honor, quienes durarán en su cargo dos años, en forma alternada.

b) Revisar, discutir y aprobar en su caso:

1) El informe de actividades desarrolladas por el Consejo Directivo y la Junta de Honor.

2) El balance del ejercicio social anterior.

3) El programa de actividades y los presupuestos de ingresos y egresos del ejercicio siguiente:

c) Resolver las iniciativas, proposiciones o asuntos que por su importancia, el Consejo Directivo estime conveniente someter a su consideración.

d) Conocer y ratificar la admisión y exclusión de miembros.

Artículo 17. Son atribuciones de la Asamblea Extraordinaria:

...b) Aprobar o reprobado los dictámenes de la Junta de Honor respecto a la aplicación de sanciones a miembros del CODIGRAM. La expulsión en todos los casos, deberá ser aprobada por 2/3 partes de los miembros del CODIGRAM. Los miembros no asistentes se considerarán a favor de la decisión de la mayoría de los presentes.

...f) La disolución del CODIGRAM sólo cuando así hubiese sido convocada.



Arturo Domínguez Macouzet



Artículo 18. (...) El Consejo Directivo será elegido por mayoría de los miembros por voto individual, escrito y público de cada miembro fundador, activo seriado o activo de número; que se emitirá por planillas registradas y completas con anterioridad a la convocatoria...

Artículo 19. Son atribuciones del Consejo Directivo:

a) Dirigir las actividades del CODIGRAM para lo cual se faculta expresamente para:

1) Expedir el Reglamento, que fijará las normas de aplicación del Estatuto, las disposiciones legales y el funcionamiento del CODIGRAM.

2) Formar las Comisiones Ejecutivas, nombrar sus directores y supervisar su funcionamiento.

3) Nombrar las demás Comisiones y delegaciones y contratar a los empleados o servicios que se estime conveniente.

b) Cumplir y hacer cumplir las leyes y demás disposiciones aplicables del Estatuto y su Reglamento.

Artículo 21. Los requisitos para ser electo integrante del Consejo Directivo son:

a) Ser Miembro Fundador, Miembro Activo Seriado o Miembro Activo de Número con antigüedad en el CODIGRAM de cuando menos dos años, en cumplimiento del Estatuto y su Reglamento.

b) No ocupar en ese momento puesto directivo en organismos políticos o religiosos, ni ser funcionario público de elección popular. En caso de que algún miembro electo aceptara alguno de los puestos antes mencionados o su nominación como candidato, se entenderá que al mismo tiempo renuncia a su cargo en el CODIGRAM.

(...)

Artículo 26. El Consejo Directivo y la Junta de Honor sesionarán cuando lo estimen conveniente; funcionarán válidamente con la mayoría de sus miembros y tomarán resoluciones por mayoría de votos, de acuerdo al reglamento. Deberán llevar un libro de Actas y en las sesiones conjuntas del Consejo Directivo y Junta de Honor presidirá el Presidente de la Junta de Honor.

Artículo 26b. El Consejo de Diseño es el órgano coordinador del Colegio con los otros Colegios afiliados, organismos Estatales y Paraestatales, instituciones docentes e iniciativa privada en las actividades de interés del diseño, los diseñadores y el CODIGRAM.

Artículo 26c. El Consejo de Diseño estará presidido por el Presidente del Consejo Directivo. Integrarán el Consejo de Diseño, los delegados de cada una de las instituciones representadas...



Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995



Artículo 26d. Serán Colegios afiliados aquellos Colegios de Diseñadores, que incluyan en su estatuto los artículos correspondientes al Consejo de Diseño, conservando su autonomía e independencia del CODIGRAM.

CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL

El CODIGRAM es un gremio plural de Diseñadores que a través de su ejercicio profesional, desea ser partícipe de la evolución de nuestro contexto para construir una sociedad más justa, donde exista mayor igualdad y libertad individual, ha creado este CÓDIGO DE ÉTICA que siendo compatible con las normas de las sociedades internacionales de diseño ICSID e ICOGRADA, fue concebido específicamente para interactuar con el contexto mexicano y coadyuvar a su mejoramiento.

El apego estricto a este CÓDIGO DE ÉTICA, es condición fundamental para ser miembro de este Colegio y garantiza a terceros el prestigio de sus agremiados, y su nivel de excelencia profesional.

De este modo y en función a la voluntad expresa del gremio, el CODIGRAM podrá reprimir, suspender o expulsar a cualquier miembro que infrinja este Código de Ética, o a quien en su opinión se comporte de alguna manera que desacredite a la profesión.

RESPONSABILIDADES DEL DISEÑADOR HACIA LA COMUNIDAD.

+Ejercer la profesión con el objetivo de elevar el nivel de bienestar de la comunidad, creando bienes y mensajes visuales que satisfagan las necesidades tanto racionales como emotivas de los individuos que integran nuestra sociedad mundial.

+Ejercer la profesión dentro de organizaciones públicas o privadas, nacionales o extranjeras, siempre que los beneficios no vayan en contra de los intereses de la comunidad nacional.

+Ejercer la profesión con el fin de fomentar el desarrollo y la creación de nuevas empresas que generen empleo e impuestos, que beneficien a los grupos en peor condición de la comunidad nacional.

+Ejercer la profesión con el objeto de fomentar el desarrollo de bienes y mensajes visuales que sustituyan importaciones y patentes extranjeras, de este modo buscando en lo posible ampliar las posibilidades de exportación y captación de divisas de nuestra comunidad nacional.



Arturo Domínguez Macouzet

RESPONSABILIDADES DEL DISEÑADOR HACIA EL USUARIO



+Ejercer con el objeto de satisfacer las necesidades del usuario tanto nacional como extranjero, las cuales deben incluir no sólo aquellas de índole racional sino también emotiva, respetando su tradición y cultura viva...

RESPONSABILIDADES DEL DISEÑADOR HACIA EL CLIENTE

+No deberá ejercer simultáneamente para dos Clientes directamente competidores entre sí, sin el previo acuerdo de los Clientes o empleadores involucrados.

+Deberá ejercer tratando con absoluta confidencialidad las intenciones, métodos de producción o impresión, materiales y organización del Cliente. No divulgará tal información a menos que cuente con autorización del mismo y será corresponsable de que sus empleados y colaboradores la traten del mismo modo...

+Deberá ejercer sin difundir a través de la prensa u otro medio la información sobre el trabajo que realiza, a menos que el Cliente haya dado su consentimiento...

+Al mostrar a un prospecto de Cliente su portafolio de trabajos, deberá ser honesto y explicar su participación en la ejecución del diseño y en caso de haberlo trabajado en equipo con otros colegas, mencionar los nombres de los mismos.

+Deberá especificar y demostrar sus estudios universitarios de licenciatura y en su caso los de Posgrado que haya llevado a cabo. Así mismo, bajo solicitud del Cliente deberá mostrar su CÉDULA PROFESIONAL y credencial de membresía al CODIGRAM.

+Siempre deberá cobrar sueldo, honorario o regalías por los servicios que presta, a menos que se trate de obras de beneficencia pública.

+No deberá retener sin consentimiento del Cliente ningún descuento, comisión o beneficios que generen los proveedores o contratistas...

+Bajo ninguna circunstancia deberá sobornar u otorgar comisión alguna a empleados o ejecutivos del Cliente, con el fin de lograr obtener la contratación para desarrollar el trabajo.

RESPONSABILIDADES DEL DISEÑADOR HACIA SUS COLEGAS

+Deberá ser honesto en su crítica y no difamar o denigrar el trabajo o reputación de otro diseñador.

+No deberá aceptar con conocimiento de causa ningún trabajo profesional en que otro diseñador haya estado o esté actuando sin notificárselo y que esté satisfecho de este acto.

+No deberá intentar suplantar a otros diseñadores ni tampoco competir con otros por medio de una deliberada reducción de





honorarios (por debajo de su costo de operación) u otros procedimientos de competencia desleal.

+No deberá aceptar instrucciones de su Cliente que implique plagio a diseñadores nacionales o extranjeros o actuar conscientemente de alguna manera que también lo implique...

+En el caso de realizar actividades docentes, no deberá intentar o llevar a cabo trabajos con la utilización de sus grupos de alumnos que puedan ser injustamente competitivos con la actuación profesional de sus colegas y de los mismos alumnos en su futura actuación profesional.

+En el caso de que para fines de contratación, alguna institución docente le solicite su portafolio de docencia, podrá mostrar aquellos trabajos que los alumnos elaboraron bajo su supervisión directa, explicando claramente que se trata de ejercicios escolares y dando datos de la escuela donde se llevaron a cabo y su grado de participación específica dentro del trabajo. Así mismo deberá mostrar carta de autenticidad firmada por la Dirección de dicha escuela, avalando la mencionada.

+El diseñador solo podrá participar o actuar como jurado de concursos abiertos o cerrados cuyas bases sean congruentes con el reglamento de concursos vigente del CODIGRAM...

+El diseñador podrá permitir o exigir en su caso a sus Clientes el uso de su nombre asociado al producto o mensaje visual, cuando a consideración del primero, su trabajo ya haya sido reproducido dentro de un estándar apropiado de calidad y así mismo, que dicha difusión no vaya en detrimento de la dignidad de la profesión.

+Cualquier persona interna o externa al CODIGRAM podrá llevar a cabo sus denuncias ante la JUNTA DE HONOR del Colegio, la cual designará una COMISIÓN DISCIPLINARIA que llevará a cabo las JUNTAS DE AVENENCIA necesarias.

+Una vez recibido el informe, la JUNTA DE HONOR dictaminará e impondrá las sanciones correspondientes que procedan.

+Las sanciones del CODIGRAM están supeditadas a las normas de la LEY DE PROFESIONES de la SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA.⁷

7) CÓDIGO DE ÉTICA elaborado a principios de 1987 por los diseñadores miembros de la JUNTA DE HONOR del III Consejo Directivo: Presidente.- D.I. RENATO GARZA GONZÁLEZ, Secretario.- D.I. JAVIER BRAVO FERREIRA, Vocal.- JESÚS VIRCHEZ ALANÍS, Vocal.- D.I. CRISTINA GONZÁLEZ DURÁN, Vocal.- D.G. AGNES GOUDET BEC.



Arturo Domínguez Macouzet

Como se podrá observar, a pesar de lo acertado y la vigencia del Estatuto (última revisión de 1986) éste tendrá que sufrir modificaciones próximamente, con el propósito de actualizar su operatividad y definir su área de influencia entre otras, con respecto a sus Asociaciones hermanas, especialmente en el rubro del Consejo de Diseño y su relación con otras Asociaciones de menor peso y cobertura. Así como la calidad jurídica interna de miembros que siendo del Colegio, pertenezcan a otras



Asociaciones antagónicas (o indeseables) tanto para el Colegio, como para con la comunidad en general, por considerar ésta una cuestión de lealtad y honorabilidad hacia la Institución.

El Código de Ética (1987) no siendo un modelo original de los diseñadores mexicanos, sí comprende en muchos aspectos la realidad del diseñador tanto interna como externamente; se deduce una similar problemática internacional del diseñador y las Asociaciones de otros países. Sin duda, también deberá ser motivo de estudio a detalle, para normatizar y conducir en términos de rectitud y honorabilidad la práctica profesional del diseñador y su compromiso inherente con la sociedad en la que se desarrolla.

El Estatuto es un instrumento que registrado y aprobado por la Dirección General de Profesiones, sirve para conducir y orientar tanto a los funcionarios del Colegio como a los propios asociados, de los objetivos, derechos y obligaciones que se contraen al pertenecer a dicha Asociación. No debe de perderse el sentido de orientación de índole preferentemente profesional que se tiene en Asociaciones de esta naturaleza, es decir, de Colegios de profesionistas; se incluye la posibilidad de ser miembros pasantes solamente por el hecho de que se entiende que en poco tiempo (máximo seis meses) deberá cambiar a la calidad de miembro activo de número una vez titulado y con patente profesional.

Es recomendable que tanto el Estatuto como el Código de Ética, sean revisados por comisiones especiales por lo menos cada cuatro años y de preferencia por cada Consejo Directivo, dada la dinámica de cambio que se está presentando hoy en día tanto en el ámbito profesional como en el industrial, comercial y especialmente en el empresarial. En el caso especial del Código de Ética, este trasciende mas allá de los límites del propio Colegio: ha servido a la fecha, de ejemplo a seguir por otras instancias del gremio.

Es así como estos documentos dan testimonio de la evolución del CODIGRAM. Se les han realizado modificaciones según las circunstancias, capacidades y momentos históricos. Han sido el fundamento y sostén de sus principios operativos; han dado coherencia y justificación a las actividades que se han realizado hasta la fecha; han sido el aval y el factor de credibilidad; han sido y deberán seguir siendo, el principio de cumplimiento y responsabilidad de quienes así lo protestan ante Asamblea.

Durante los seis primeros Consejos Directivos, se realizaron diversas y algunas intensas, actividades de promoción del diseño: seminarios, conferencias, concursos, publicaciones,





nombramientos, etc. todas enfocadas, sin la menor duda, a prestigiar y posicionar al CODIGRAM y a quienes lo integran. La lucha era sin embargo, particularmente en dos frentes: contra la propia disidencia y escepticismo que mostraban los diseñadores y por otra parte, contra la situación insipiente de la industria y el comercio con respecto a la práctica del diseñador profesional. Debo mencionar como un tercer frente, a la división del gremio propiciada -entre otras razones- principalmente por el enfrentamiento político entre el Colegio y otras Asociaciones de diseñadores; como por ejemplo la Academia Mexicana de Diseño y el Instituto Nacional de Diseñadores Industriales y Gráficos; quienes han tenido sistemáticamente, la pretensión de desaparecer al CODIGRAM. Sin embargo, en general se debe reconocer que resultan ser circunstancias propias de convivencia y lucha de intereses y protagonismos quizá justificados por cada una de las partes. De cualquier manera, se ha gestado una lucha estéril y altamente desgastante en la que solamente ha salido perdiendo la profesión misma, pero que por lo visto, ha sido necesaria.

Aún conociendo la fuerza e influencia que sustentan tanto la política gremial, representada por una parte por las diferencias internas y por otra, por los opositores de las organizaciones, no se justifica el escepticismo profesional y la falta de solidaridad de los colegas con las iniciativas gremiales que finalmente son en beneficio de la comunidad; he escuchado decir que son "más productivos y provechosos" los enemigos que los amigos ya que los primeros, harán que uno esté siempre alerta y vigilante y que permanezca en el camino de la superación; no así con los amigos que por no luchar y esforzarse o por estar en asociación de ideas, no proponen ni componen. Esto sucedió en lo que a mí respecta, cuando tuve la oportunidad de apoyar al VI Consejo Directivo, al cual se le presentó un estudio de factibilidad y programa de trabajo analizado junto con soluciones específicas para la organización de un Congreso a nivel nacional, coordinado particularmente por el CODIGRAM; y precisamente como resultado de estas fuerzas externas del gremio de diseñadores, que propician incertidumbre y desconfianza, fue que no prosperó esta posibilidad. Sin embargo, sirvió de acicate para que se insistiera en dicha organización a pesar de las presiones políticas, la incredulidad, la contundente falta de interés y la escasa visión.



Arturo Domínguez Macouzet



B.2) PRESIDENCIAS VII Y VIII CONSEJOS DIRECTIVOS

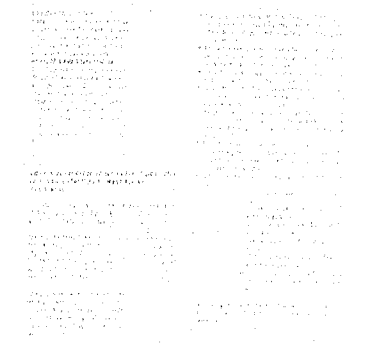
Desde el momento en que tuve la oportunidad de servir a mi gremio a través de la Presidencia del VII Consejo Directivo del CODIGRAM, me preocupé particularmente del otorgamiento de servicios al profesionista. Era evidente que se encontraba descuidado -poco atendido- el principal integrante de la Asociación, es decir, el que vive de la práctica del diseño. Hasta entonces asistían a cualquier actividad organizada por el Colegio, los estudiantes de las carreras de diseño y compartían los auditorios con un mínimo de profesionistas. Esta forma de organizar las cosas, contenía un débil enfoque profesional y propiciaba la falta de participación comprometida de los diseñadores profesionales que están cada vez más en aumento y por consiguiente presentan un mayor número de necesidades a resolver, especialmente de índole técnico-administrativa. Por otra parte, se creó una especie de élite de conferencistas - integrados en su gran mayoría por académicos prestigiados- los cuales, al parecer, eran los únicos viables o disponibles, para impartir conferencias, seminarios, ponencias, etc., ello fue otro factor de desinterés en asistir a eventos en los que se escucharía a los mismos ponentes. La escasez de líderes, la falta de oportunidades de trabajo, la juventud de las profesiones y por consiguiente la inmadurez política de los profesionistas, así como el poco conocimiento y en consecuencia el nulo interés de las autoridades públicas y privadas, hacían para la promoción del diseño un camino hartamente difícil y poco prometedor.

Factores opuestos como el exceso de trabajo o la carencia del mismo, aparentemente generan igual resultado: falta de participación en los eventos de promoción gremial. Desde la etapa de estudiante y durante el desarrollo profesional, no se le inculca al diseñador la visión o la conciencia de la importancia de actuar en bloque, de unirse para lograr fuerza y por consiguiente credibilidad. Nunca nadie, se ha preocupado por "demostrar" lo que se puede obtener con convicción y trabajo profesional en equipo. Habrá que hacer algún estudio del porqué especialmente gremios de actividades creativas son casi sin excepción, por lo menos en México, comunidades desunidas y difíciles de complacer.

Existen vicios que deben excluirse de la concepción de la práctica profesional. Habrá quizá que inculcarles a los diseñadores desde su etapa de estudiantes que el diseño, aún siendo una actividad de gran trascendencia para las comunidades modernas es una profesión más, y en la que si no se procede con ética y convicción, el efecto puede ser altamente negativo; me atrevería a decir que hasta destructivo; en la medida en que



CREATIVIDAD '88



4



Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995



son profesiones que están apenas en formación, en el camino de la madurez y la gestación.

Aún así y a pesar de la incredulidad, se debe actuar realizando actividades que poco a poco involucren y convenczan. Gran parte de la responsabilidad recae evidentemente en el Colegio, puesto que para eso fue creado.

Las circunstancias internas sin embargo, no facilitan el trabajo con grandes equipos. En primer lugar, las disposiciones que la Dirección General de Profesiones demanda en cuanto a estructura organizacional por medio de la Ley General de Profesiones, un organigrama común para todos los Colegios sea cual fuere su especialidad. La Ley que data de mayo de 1945 y tuvo reformas en 1974 -obviamente no está contemplado el *diseño* dentro del listado de profesiones en México- debe ser obligadamente adaptada a todas las profesiones sin distinción; ello ha causado por lo menos en el ambiente de diseño, una rigidez en la operación en su reglamentación general; y por consecuencia la responsabilidad del manejo de las actividades profesionales ha recaído en un grupo muy reducido de funcionarios puesto que así lo contempla la Ley.

El reto principal al dirigir una institución de la naturaleza del CODIGRAM, es pues, volverla operativa. Sus facultades dirigidas a la promoción del diseño con representatividad oficial y de repercusión gremial exige eficiencia, responsabilidad y discreción -sensatez- en el manejo de la imagen, por parte de los funcionarios en turno; desde el Presidente del Consejo Directivo y el de la Junta de Honor, hasta los comisionados en la realización de una encomienda especial.

A partir del VII Consejo Directivo, un pequeño grupo de diseñadores nos propusimos impulsar al Colegio iniciando como mencioné anteriormente, con el cuidado del profesionista a partir de la credibilidad y confiabilidad en las actividades convocadas por él; es decir, activar al máximo las iniciativas, eficientar los servicios, crear confianza y sobre todo demostrar porqué el CODIGRAM es la única Asociación en términos de representatividad gremial oficial en México. En resumen: hacer del Colegio una institución prestigiada y con calidad en sus servicios al profesionista.

Después de haber aceptado la propuesta de algunos colegas como Rafael Cal y Mayor y Javier Bravo, a que organizara una planilla para pugnar por la Presidencia del CODIGRAM para el VII Consejo, el primer reto a resolver fue la integración del



Arturo Domínguez Macouzet



Consejo Directivo. Debía tomar una rápida decisión puesto que tenía de plazo veinticuatro horas; hubo que poner en juego la capacidad de convocatoria principalmente al tener que recurrir más que a los amigos, a aquellos que conocía como profesionistas con recursos, con capacidad y experiencia y por supuesto, debía invitar a aquellos que con entusiasmo pudieran participar activa y positivamente.

Una de las tendencias que se habían manifestado durante las ceremonias de elecciones y cambio de Consejo Directivo en el Colegio, eran las competencias por el liderazgo entre los egresados de la UIA y de la UNAM. El primer Presidente fue egresado de la Iberoamericana, el segundo y tercero de la UNAM; cuarto de la Iberoamericana; quinto de la UNAM; sexto de la Iberoamericana... tres a tres. Se presentaron ciertas divisiones irreconciliables entre grupos opositores cuando se realizaban votaciones entre dos o más planillas: las perdedoras lo sentían como agravio personal: acusaban fraude, se perdían afiliaciones. Especialmente durante las elecciones al quinto período en 1984, que a mi forma de ver fue el momento mas crítico del Colegio, hubieron pugnas personales y de representación -entre universidades-, se recurrió al Estatuto en forma estricta e innegociable. No se cumplieron promesas y en consecuencia se generó una retirada masiva; sin embargo, el Colegio como institución perduró. Con esta perspectiva, me propuse conjuntar un equipo heterogéneo para propiciar un funcionamiento ecléctico, en el sentido de integrar en un mismo ámbito de trabajo a egresados de diferentes instituciones universitarias con diferentes pensamientos, con formaciones académicas en ocasiones enfrentadas entre unos y otros pero con voluntad de participación constructiva.

Así pues, se formó el séptimo Consejo Directivo. Se invitó a la diseñadora gráfica Rebeca Martínez Suárez egresada de la UIA, como Vicepresidente con el propósito de construir un compromiso más participativo de los diseñadores gráficos; quienes por cierto, han denotado una falta de presencia activa dentro de los nombramientos del Colegio -prueba de ello, es que no ha habido a la fecha un Presidente con el título de diseñador gráfico, ni siquiera han intentado serlo-; el equipo contaba con experiencia a la vez que con juventud. Se veían caras nuevas pero con decisión participativa y comprometida; aceptaron el reto desde un principio, y con entusiasmo y llenos de expectativas nos propusimos trabajar. Para ello nos planteamos una serie de objetivos que aunque pocos, decidimos hacer todo lo posible para cumplirlos.

Se mencionaron en el discurso de toma de posesión en enero de 1989 los principios que nos regirían y los compromisos que



5



6



7



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



asumiríamos: ...*"nos hemos propuesto, aportar todas nuestras posibilidades profesionales, todos nuestros conocimientos y experiencias al servicio del gremio por medio de este Colegio, el cual es, por razones legales y estatutarias, el órgano representativo y más importante en la unión y conformación de los profesionistas, diseñadores industriales y diseñadores gráficos, de todos los niveles y de todos los centros de trabajo y estudio en el área metropolitana."*

"Es conocido y evidente, que hasta la fecha no hemos logrado conjuntar a la mayoría de los colegas en este organismo; quizá por falta de promoción, quizá por falta de algo real y provechoso que hasta ahora no se les ha ofrecido. De esto estamos ciertos, y por lo mismo preocupados... Y nos proponemos generar el cambio, para que con la ayuda de todos ustedes, progrese nuestro gremio y nuestra capacidad de aportación a nosotros y a nuestro país que tanto nos necesita..."

"Quisiera hacerles ver la importancia que tiene este punto de la unión y la coherencia que requiere nuestro gremio: en la medida en que sigamos desunidos, que no nos fijemos rumbos y actividades de interés colectivo, y no nos apoyemos unos a otros, seguiremos siendo un gremio desconocido. Nunca nos daremos, ni nos darán, la importancia que tenemos ... nunca nos daremos cuenta, ni se la darán, de lo mucho que podemos hacer por mejorar las instancias productivas, estéticas e industriales ..."

"Estamos convencidos, los que formamos parte de esta nueva mesa directiva, de que podemos hacer algo por nuestra comunidad de profesionistas y también por la de los futuros diseñadores; para ello, nos hemos propuesto la realización de los siguientes objetivos en un programa de trabajo de profesionistas a profesionistas:

1) La unificación de nuestro gremio, para la obtención de mayor fuerza, credibilidad, presencia y desarrollo profesional.

2) Promover la importancia trascendental de nuestra profesión, dentro de los diferentes ámbitos del sector productivo.

3) Detectar el mercado potencial que requiera de nuestros servicios y reforzar el existente.

...5) La realización de cursos, seminarios, ponencias, eventos sociales y culturales, publicaciones, etc. y

6) La conformación de Comisiones de Trabajo específico que a continuación menciono:

- Comisión de Investigación y seguimiento de Bolsa de Trabajo.

- Comisión permanente de actualización del Directorio...

- Comisión de Investigación y Análisis del Sistema de Aranceles, Código Ético, Estatutos y demás reglamentos relativos al ejercicio profesional.



Arturo Domínguez Macouzet



...- Comisión de Asesoría y Protección Legal y Jurídica para el diseñador y su trabajo. (...)"

Ese fue nuestro comienzo. Existía inexperiencia en la promoción y difusión institucional del diseño. Se desconocían las carencias y las circunstancias internas del Colegio. Se llevaron minutas de cada junta de Consejo y se determinó que salvo ciertas excepciones, las determinaciones se tomarían en conjunto, es decir, en consenso y por votación mayoritaria de los integrantes del Consejo Directivo. Se determinó editar un boletín informativo y establecer relaciones con cámaras y asociaciones empresariales. Se nombraron los responsables de cada Comisión y se propusieron sus mecanismos de seguimiento. Nos propusimos efectuar eventos sociales con objeto de informar a la comunidad y comprometer su participación. Sin embargo, para nosotros lo más importante en ese momento -reto recibido por el Consejo anterior-, era la realización del primer Congreso Nacional de Diseño Industrial y Gráfico así como la también primera EXPODISEÑO en México; organizada por diseñadores para diseñadores y con recursos promovidos por diseñadores miembros del CODIGRAM.

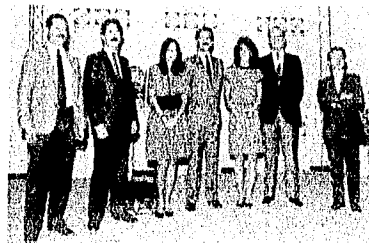
B.2.1.) INFORMES Y REORGANIZACIÓN

En el inter de la organización del Congreso, paralelamente se llevaron a cabo un sinnúmero de actividades encausadas a la promoción de las profesiones del diseño y a la difusión del propio Colegio. Me limitaré solamente a citar lo que en términos generales se informó en la primera Asamblea General Ordinaria del VII Consejo Directivo del CODIGRAM la cual se realizó en agosto de 1990, a casi dos años de intenso trabajo:

"...Si bien es cierto que como toda organización humana, el Colegio ha tenido buenas y malas épocas, esto ha sido debido a las circunstancias y al interés que han mostrado quienes lo conforman."

"Sabemos que ustedes, la Asamblea, son el órgano cúpula de la organización"

"Los Consejos Directivos tenemos la obligación de vigilar y poner en práctica, sus intereses y decisiones; es por ello, que en representación del VII Consejo Directivo y Junta de Honor del CODIGRAM, tengo el honor de informarles de las actividades que se han llevado a cabo..."



B



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*

•
•
•
•
•

"... Dicha ceremonia de toma de Posesión, se realizó en las instalaciones del Colegio de Arquitectos, teniendo un quórum de cincuenta y cuatro diseñadores. Posteriormente procedimos a inaugurar las nuevas oficinas del CODIGRAM. Es ahí, donde hasta la fecha, contamos con una secretaria encargada de la organización de expedientes, correspondencia y demás menesteres propios de su actividad. Contamos también con equipo diverso como fax, copiadora y equipo de computación, en apoyo continuo a las labores de comunicación y diseño."

"Durante los primeros días del mes de febrero se realizó la primera sesión ordinaria del VII Consejo Directivo y así se han venido realizando reuniones, por lo menos una vez al mes. En esa primera sesión, se planteó como gran objetivo, la organización de un Congreso de Diseño y una exposición de tipo profesional-comercial, siendo con ello, congruentes con la filosofía de trabajo que nos propusimos y que se mencionó en el discurso de Toma de Posesión: "Debemos trabajar con creatividad, de profesionistas a profesionistas, apoyando con actitud de servicio al gremio productivo. Nuestro compromiso será, con los que viven del diseño y para el diseño"; para ello, se requeriría de acciones preparatorias y de fogueo, puesto que era la primera vez que la mayoría nos encontrábamos en estas circunstancias".

"En el mes de abril, editamos el primer comunicado al que le llamamos Boletín Uno; esto, porque no existe una clara secuencia del número de boletines editados por todos los consejos Directivos, sin embargo, se calcula que por lo menos existirían 60 impresos con diferentes comunicados, durante los quince años del Colegio".

"Entre otras cuestiones, en este primer Boletín se anunciaron la realización del Congreso ALADI/CUBA; los estudios de Posgrado de Diseño de la UNAM; el aumento de cuotas al Colegio, de veinte mil pesos por concepto de inscripción y sesenta mil pesos por anualidad, y el desayuno de trabajo como primer evento público a realizar por el VII Consejo Directivo y Junta de Honor".

"En este primer evento, (...), se reunieron cuarenta y cinco colegas diseñadores a los cuales se les expuso a detalle el programa de actividades a realizar; haciendo especial énfasis en que el CODIGRAM, era invitado a dar una plática en relación al trabajo profesional de los diseñadores mexicanos en el Congreso e diseño ALADI en Cuba, y por otro lado, se anunció, formalmente la organización del PRIMER CONGRESO NACIONAL DE DISEÑO INDUSTRIAL Y GRAFICO así como la EXPODISEÑO MEXICO'94, a realizarse en la ciudad de México durante el mes de febrero de 1990".



Arturo Domínguez Macouzet



...*"La participación del CODIGRAM en el Congreso de la Asociación Latinoamericana de Diseño Industrial que se efectuó en el salón de Convenciones de la Habana Cuba, y consistió en la presentación de una ponencia relativa a la situación, orígenes y resultados de la actividad del diseñador mexicano en el sector productivo y su urgente integración a los mercados latinoamericanos, para la formación de un bloque profesional que dé soluciones reales a las necesidades de cada país. (...) Ahí tuvimos la oportunidad de pugnar, en base a nuestra participación y apoyo solidario, a que México obtuviera la sede del próximo Congreso ALADI..."*

...*"Durante el mes de julio, ingresaron cuatro estudiantes de diseño gráfico de la escuela de diseño del INBA, para realizar dentro del CODIGRAM, su servicio social; para lo cual se les elaboró un programa de trabajo en apoyo a las actividades generales del Colegio..."*. Así mismo se realizó un proyecto de convenio bilateral de actividades entre el CODIGRAM y la Universidad del Valle de México".

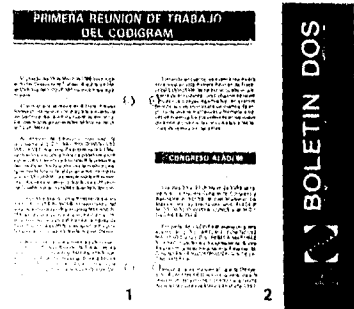
"Recibimos también durante el mes de julio, invitación del Instituto Politécnico Nacional a participar en la primera feria Industrial..."

...*"Durante el mes de agosto, el CODIGRAM fue invitado como jurado para calificar los resultados del concurso para el diseño del logo del Fideicomiso de Riesgo Compartido del Banco Nacional de Crédito Rural, dependiente de la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos"*.

"A petición de la Unidad Académica de Diseño Industrial de la UNAM, el CODIGRAM suscribió un oficio para la realización de un "Catálogo de Proyectos de Diseño Industrial en México", para mostrar al gremio, una visión más amplia y real de diseño de productos".

...*"A propuesta del VII Consejo Directivo, se realizó con la Asociación Metropolitana de Fabricantes de Muebles, que dirige el Ing. Enrique Ortega Medina, un proyecto para la realización del Primer Concurso Nacional de Diseño de Mobiliario Hábitat'89; para lo cual, con la asesoría del D.I. Angel Grosó Sandoval se elaboraron las bases para dicho Concurso"*.

"Durante el mes de septiembre y a invitación de la Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, el CODIGRAM en representación del gremio, asistió como jurado del Primer concurso Nacional para el diseño del Cartel con el tema: "Los libros tienen la Palabra".



9



Aportaciones a la Promoción y Difusión del Diseño Profesional Mexicano 1989 - 1995



... "En el mes de diciembre, se realizaron entre otras, dos actividades que a mi juicio, fueron por demás interesantes:

Una delegación de colegas cubanos, visitaron las instalaciones del Colegio, con el objeto de establecer negociaciones para la implementación de un programa de apoyo, relativo a realizar trabajos de docencia y de práctica profesional de diseñadores mexicanos en Cuba; ello nos muestra el reconocimiento que este país latinoamericano da a la calidad y el nivel del diseño mexicano, y, por otra parte, se realizó en estas mismas instalaciones (el Museo Franz Mayer) una reunión preparatoria con la prensa, el comité Organizador y diversos participantes del que iba a ser, nuestro Primer Congreso Nacional de Diseño".

"Ahora, creo que es importante antes de seguir informando de las actividades de 1990, que haya un espacio retrospectivo para ampliar lo relativo al Congreso:

Como se mencionó en un principio, nuestro principal objetivo era la organización de un Congreso de Diseño a nivel nacional.

La tarea parecía gigantesca, lo fue; era un evento que muchos colegas deseábamos que se realizara.

El panorama no era muy favorable, el CODIGRAM no tenía los recursos suficientes: ni económicos, ni de instalaciones, ni la experiencia en este tipo de eventos a nivel nacional. Lo que había que hacer era conseguir a alguien que sí los tuviera, y que nos apoyara en todos los sentidos. Que fuera una organización con amplia experiencia en la actividad y con solvencia económica. Tenía pues, en primera instancia, que financiar cerca de trescientos millones de pesos, y con una posible recuperación inicial del veinte por ciento.

... Se convino con esta empresa, en que para la recuperación de la inversión y para que valiera la pena el esfuerzo inicial, y si todo resultaba adecuadamente, realizarían con el CODIGRAM los cinco primeros Congresos Nacionales de Diseño y el mismo número de exposiciones; lo que garantizaba a ambas partes, la continuidad de estos eventos.

Se convino también, en que el CODIGRAM recibiría un quince por ciento de la utilidad total después de gastos según el resultado de los ingresos por concepto de Congreso y Exposición y un cincuenta por ciento de la utilidad en la venta de los productos promocionales que se realizaran dentro y fuera del evento...



Arturo Domínguez Macouzet



Los acuerdos anteriores, nos parecieron razonables en la medida en que el CODIGRAM, sin invertir dinero, podía obtener el evento que requería con urgencia, dando a la profesión la importancia y posicionamiento que se merece, para lograr que los sectores industriales y de comercio, como la iniciativa privada y el sector público, se percataran de lo necesario que es el contemplar en todo proceso de producción la participación del diseñador.

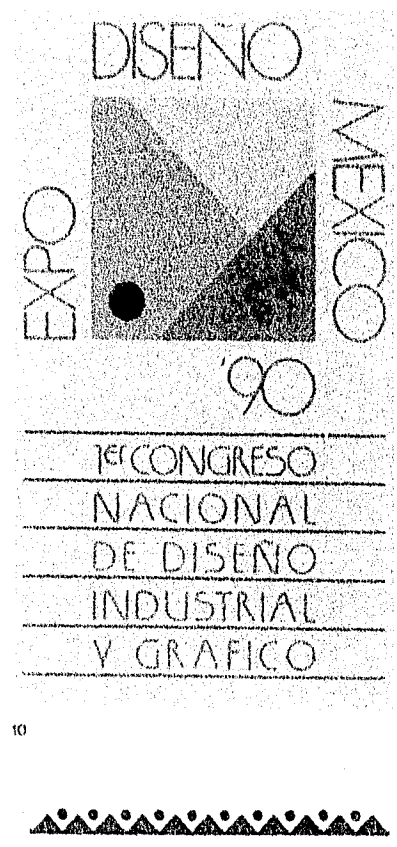
Bien, hay muchas cosas que se podrían decir, sin embargo, lo importante es que logramos plantear por primera vez en México y a nivel nacional, un Congreso de Diseño organizado por el CODIGRAM.

Para ello se tenía que definir una temática, un enunciado que definiera en su totalidad, aquello por lo que durante muchos años, ha pugnado el gremio. Que definiera a la profesión como participe integral de una modernidad, que exige cualquier sociedad en desarrollo. Seleccionamos de varias opciones: **DISEÑO: HERRAMIENTA DE PROGRESO**

El organigrama inicial, contempló a ciento ochenta y tres personas con distintas responsabilidades, dividido en Comité Organizador, Comité Técnico, Coordinadores de Ponencias, Mesas de Trabajo, Exposición, Relaciones Públicas, Ventas, Promoción, Asesoría y Difusión Nacional e Internacional, Diseño de Imagen, Impresos e Invitados Especiales.

Durante 1989, se llevaron a cabo setenta y dos juntas de trabajo, para planeación y coordinación, ventas y difusión. Se realizaron tres folletos promocionales con un tiraje total de nueve mil ejemplares; dos carteles con un tiraje de cuatro mil piezas; doce impresos diferentes, como formas de inscripción, manual de expositor, solicitudes, invitaciones, cartas, constancias, etc.

Se invitó, a mediados del año, al Presidente de la República, para que inaugurara los trabajos y se le enviaron diversos comunicados al sector público y privado; se emitieron informes y oficios tanto nacionales como internacionales; se invitaron a todas las universidades e instituciones de enseñanza superior de diseño industrial como de diseño gráfico del país; se emitieron diferentes desplegados en prensa, tanto en revistas como en periódicos; se contrataron los servicios de la radio durante tres meses; se realizaron cuatro ruedas de prensa y se concedieron diferentes entrevistas. Se invitaron a varias personalidades del medio, con participación directa e indirecta, como ponentes plenarios y sesenta y cinco conferencistas para las mesas de trabajo.



Aportaciones a la Promoción y Difusión del Diseño Profesional Mexicano 1989 - 1995



Es así como finalmente, terminó el año de 1989, con grandes expectativas y deseos, angustias e ilusiones para que todo aquello que nos habíamos propuesto, llegara a buen fin.

Durante el mes de enero se definió el Programa General del Congreso, sus ponentes y conferencistas, sus alcances y el equipo humano que estaba dispuesto a colaborar exhaustivamente. Se solicitó a varias universidades que enviaran a representantes para formar el equipo de edecanes, se prepararon y revisaron ponencias, se establecieron, en definitiva, las reglas del juego. Para este mes, se llevaban visitadas seiscientas empresas para invitarlos a participar en la exposición. Se habían enviado, ya en total, cerca de veinte mil piezas impresas con diferentes comunicados y solamente teníamos asegurados, cuarenta expositores y cincuenta congresistas.

Fueron días de gran angustia, pero no podíamos dar marcha atrás.

Con la finalidad de reunir a todo el gremio en un solo evento, se propició el acercamiento con otras organizaciones de diseñadores mexicanos y extranjeros, como la Academia Mexicana de Diseño, el Patronato de Asociaciones de Diseño, El Consejo de Diseñadores de México, A.C. QUORUM, la Asociación Internacional de Sociedades de Diseño Industrial ICSID, el Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Gráfico ICOGRADA, etc. Para ello, se decidió aceptar la participación de sus Presidentes o representantes, como fue el caso del diseñador Finlandés y Presidente del ICSID, Antti Nurmesniemi, para dar una ponencia.

...Asistieron como congresistas solamente doscientas veintinueve personas, entre diseñadores, comerciantes, industriales y estudiantes de diseño y arquitectura, así como profesionales de la ingeniería y la arquitectura. Se le entregó a cada congresista un portafolio con material diverso, así como un diploma de participación.

Se diseñaron y manufacturaron para la venta, dieciséis diferentes artículos promocionales; se dictaron catorce ponencias plenarias relativas al diseño industrial, al diseño gráfico y a la docencia. Se llevaron a cabo doce mesas de trabajo con un total de sesenta y cinco conferencistas, así como un taller de computación personal; todo ello durante cuatro días con un horario diario de las diez a las veinte horas.



Arturo Domínguez Macouzet

A la que llamamos EXPODISEÑO MEXICO'90, participaron cincuenta y dos expositores, entre industrias, comercios, proveedores de artículos para diseñadores, universidades y

despachos de diseño. Se logró una asistencia de aproximadamente ocho mil visitantes -lo cual fue notable y quizá estableció algún récord- durante los cuatro días que permaneció abierta nuestra exposición; de las dos de la tarde a las nueve de la noche, con excepción del último día que se abrió desde las nueve de la mañana. Se rifaron diferentes artículos de los expositores a los congresistas para motivarlos a visitar la exposición. Se logró un excelente nivel de presentación de los locales, y se comercializaron cerca de ocho mil millones de pesos por ventas directas e indirectas. Durante el último día de la exposición tuvimos la visita del Regente de la Ciudad de México, Lic. Manuel Camacho Solís, el cual nos externó la magnífica impresión que se llevó por la calidad de la organización y el alto nivel de los productos y trabajos expuestos; después del recorrido por la exposición, nos dirigió unas breves palabras de solidaridad para con el gremio, ofreciéndonos su apoyo a las propuestas que se le presentaron.

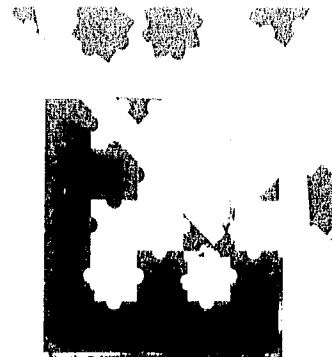
El Lic. Patricio Chirinos Calero, Secretario de Desarrollo Urbano y Ecología SEDUE, fue quien en representación personal del Lic. Salinas de Gortari, inauguró el Congreso y la Exposición. En su discurso inaugural, expresó un claro y comprometido apoyo para el gremio, basado en las circunstancias productivas y económicas imperantes en nuestro país. Fue a él, a quien en primera instancia se le manifestó la posición profesional e ideológica de los diseñadores mexicanos, comprometidos con la producción nacional, solicitándole el apoyo del Gobierno, para la creación del Centro Mexicano de Diseño, el cual propiciaría el impulso definitivo a nuestra profesión, estableciéndose una relación permanente con la industria y el comercio.

En conclusión, estos eventos dignificaron nuestra organización gremial, promocionaron nuestras profesiones de diseño y evidenciaron nuestra disposición participativa. Es importante hacer notar que este Congreso fue organizado por Diseñadores; demostramos con ello, que tenemos la capacidad, madurez y recursos suficientes como para resolver nosotros mismos nuestras necesidades.

Medimos nuestras fuerzas y circunstancias.

Supimos vender nuestro potencial, nuestro mercado; sabemos que somos jóvenes con impulso, necesidades e inquietudes, y repito, con capacidad organizativa.

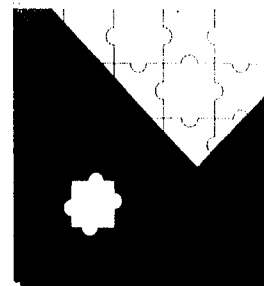
Hasta la fecha, hemos sabido ser agradecidos y conservamos la amistad con los que nos enseñaron el camino; con los que nos dieron apoyo y confiaron en nuestra profesión, y que ahora nos corresponde a nosotros, seguir el ejemplo de esfuerzo y dedicación.



PRIMER CONGRESO NACIONAL
DE DISEÑO INDUSTRIAL Y GRAFICO
EXPODISEÑO MEXICÓ 90

D · I · S · E · Ñ · O
HERRAMIENTA DE PROGRESO

11



PRIMER CONGRESO NACIONAL
DE DISEÑO INDUSTRIAL Y GRAFICO
EXPODISEÑO MEXICÓ 90

D · I · S · E · Ñ · O
HERRAMIENTA DE PROGRESO

12



fusión
no

Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995



Debemos seguir creciendo con nuestros propios recursos, y así vencer el miedo a ser adultos; debemos aprender a ser autosuficientes y al mismo tiempo responsables de nuestra propia libertad".

"A mediados de marzo, el CODIGRAM fue invitado a dar una plática en la Universidad Iberoamericana a jóvenes estudiantes de diseño de todo el país, relativa a la organización del Colegio, de nuestros objetivos, lo que ha realizado por el gremio y sus planes futuros. Todo ello en el marco de la organización del Octavo Encuentro Nacional de Estudiantes de Diseño Industrial organizado por la UIA".

"En este mismo mes, el VII Consejo, emitió cartas de reconocimiento y agradecimiento a las organizaciones profesionales y diferentes personas no diseñadores que nos ayudaron, asesoraron, participaron y se desvelaron con nosotros durante la organización del Congreso".

"A mediados del mes de abril, se realizó la primera reunión de doce que se llevan realizadas a la fecha, con varios miembros colegiados para la redacción del documento preparatorio e iniciar con ello, la creación del Centro Mexicano de Diseño. Dicho documento, surgió después de un detallado análisis de los Centros de Diseño que operan en otros países, sus objetivos, acciones y resultados; concluyendo que han generado invariablemente, desarrollo y solidez económica en los núcleos de población donde se han instalado; han desarrollado también, fuentes de trabajo, especializaciones laborales que antes no se habían contemplado y por consecuencia han dado la posibilidad de mostrar el potencial creativo de los diseñadores y productores, así como el fortalecimiento político, al mejorar las condiciones de vida y satisfactores sociales, por el camino de los objetos, producto del diseño industrial y gráfico".

"El documento preparatorio, se ha hecho llegar a diferentes personalidades del gobierno y del sector privado, con el objeto de despertar su interés y obtener con ello su apoyo y participación activa. Fue realizado, con la firme convicción de que el diseño, es la mejor opción para elevar el nivel y la calidad de los productos, y por consiguiente, la condición de vida de los mexicanos, y que en la medida en que se fomente y propicie el buen diseño, se coadyuvará a robustecer la economía de nuestro país, para poder competir en los mercados nacionales e internacionales con mayor presencia y dignidad. Estamos ciertos de que al apostar por el diseño se generarán más y mejores fuentes de trabajo y mayores beneficios para la industria, el comercio y el consumidor."



Arturo Domínguez Macouzet



"A finales de abril, la división de Ciencias y Artes para el Diseño, de la Universidad Autónoma Metropolitana plantel Xochimilco, invitó al CODIGRAM a participar, en el Seminario de Profesiones de la Carrera de Diseño Gráfico, para reflexionar en temas como la formación del diseñador y los puntos de vista de los profesionales que trabajan en despachos y otras empresas, en él nos representó la diseñadora gráfica Rebeca Martínez Suárez, Vicepresidente de este Colegio".

"Durante el mes de mayo, revisando las actividades del VII Consejo Directivo y para solidificar los resultados del Congreso e instrumentar la propuesta del Centro Mexicano de Diseño, nos propusimos la creación de un "libro de diseño", el cual nos redituaria en una instrumento idóneo de promoción de la profesión en general y de los diseñadores en particular..."

"A propuesta de Horacio Durán Navarro, Miembro de Honor del CODIGRAM, se establecieron pláticas con el Presidente del Instituto Mexicano de Derechos de Autor, Lic. Gabriel Larrea, con objeto de analizar el problema de la protección autoral de nuestro trabajo creativo".

"Trascendental -dice el documento que se preparó- para el progreso y desarrollo del diseño gráfico e industrial, en nuestro país, lo constituye un adecuado régimen de protección jurídica a sus creadores intelectuales".

"Los creadores intelectuales han contribuido desde siempre al progreso de la humanidad aportando con sus obras, fruto de su creatividad, y de su ingenio, bienes de valor inapreciable que forman parte del acervo cultural de los pueblos. Las obras de los creadores intelectuales constituyen un ingrediente fundamental del patrimonio cultural de la humanidad, y de ello explica la necesidad ineludible de otorgarles la debida protección mediante una estructura jurídica adecuada, que es, precisamente, la de los derechos intelectuales; no solo para garantizar a los autores, las ganancias legítimas que resulten de la explotación de sus creaciones, sino para tutelar además los aspectos morales inalienables y perpetuos que le son inherentes. La propuesta es la creación de una Sociedad Autoral para la defensa jurídica de los intereses de sus agremiados y de los derechos que, como legítimos creadores nos corresponde" (ver capítulo c.4).

"A finales de este mes de mayo, el diseñador Alejandro Lazo nos envió un documento en el cual se nos "invitaba" a formar parte de una comisión para la posible integración de nuestras Asociaciones en una sola, con carácter nacional, conservando las funciones de éstas y otras que surgieron".





"Esto significaba en primera instancia, la desaparición del Colegio. En sesión extraordinaria, se reunieron el Consejo directivo y la Junta de Honor para analizar dicha petición.

Se le dio respuesta al documento, llegándose entre otros a los siguientes acuerdos:

1º) El CODIGRAM, a quince años de su fundación, ha dado servicio a sus agremiados, según las circunstancias evolutivas se lo han permitido, llegando hoy en día a una etapa de madurez gremial y organizativa.

2º) El CODIGRAM plantea dentro de sus objetivos específicos, la promoción del diseño profesional, así como su representatividad legal ante el órgano oficial, que es la Dirección General de Profesiones dependiente de la Secretaría de Educación Pública.

3º) El CODIGRAM mantiene una postura política democrática con su órgano cúpula que es la Asamblea, teniendo el compromiso de plantear ante ella, cualquier propuesta que afecte al gremio en general y con mayor razón si se plantea su disolución.

4º) Dados los objetivos del CODIGRAM, según lo manifiestan sus estatutos vigentes, está el formar un Consejo de Diseño (arts. 12, 26b, 26c y 26d) que contempla la coordinación con otros Colegios afiliados, organismos estatales, Paraestatales, instituciones docentes e iniciativa privada en las actividades de interés de diseño, los diseñadores y el mismo CODIGRAM, el cual estará presidido por el Presidente del Consejo Directivo.

Por lo anterior, el CODIGRAM apoyaría en tal caso, la formación de Colegios Regionales en el interior de la República Mexicana, para crear, una vez que estén sólidamente instituidos, una Confederación de Colegios y por consiguiente un órgano rector de la profesión con influencia a nivel nacional".

No se recibió respuesta por escrito.

"Por segunda ocasión, la Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, invita al CODIGRAM a formar parte del jurado calificador en el Concurso Nacional del Cartel, con el tema: "Con nuestro ingenio, invitemos a leer".



Arturo Domínguez Macouzet

"En julio, el VII Consejo Directivo y Junta de Honor publica su Boletín tres para informar a la comunidad, entre otras



cuestiones, de los resultados del Congreso y la Exposición, de la propuesta para la creación del Centro Mexicano de Diseño, de la Asamblea General Ordinaria a la cual hoy asistimos, y de la invitación formal que hacen los organizadores del octavo ENEDI, para que el CODIGRAM asista activamente".

"El CODIGRAM firmó junto con otros organismos, el acta constitutiva de ALADI/MEXICO, lo cual significa para el Colegio un acto de solidaridad y de concordia con esta organización, para el beneficio del diseño en latinoamérica"...

"Todo lo anterior, estimados colegas, lo hemos realizado con la responsabilidad y el entusiasmo que prometimos en la toma de posesión".

"Viendo a futuro, estamos ciertos de que aún falta mucho por hacer".

"Que nuestras profesiones requieren y merecen más atención, más dedicación y mayor entusiasmo, con un alto convencimiento de su trascendencia".

"Que estemos conscientes que lo que sabemos o creemos saber, no es aún suficiente para poder resolver las grandes carencias de nuestra sociedad".

"Que tenemos la obligación de apoyar a los futuros diseñadores, aún jóvenes y estudiantes, para que adquieran conciencia de las estupendas y complejas profesiones a las que en poco tiempo enfrentarán, poniendo en juego sus conocimientos y capacidades".

"Nosotros como funcionarios de este Colegio, queremos transmitirles que el formar parte del Consejo Directivo y de la Junta de Honor ha sido un privilegio y una gran oportunidad como personas y profesionistas para hacer algo por los demás, para hacer algo por nuestro gremio; porque en la medida en que el diseño sea realmente reconocido y adquiera la posición que le corresponde, en esa medida, progresaremos cada uno de nosotros".

"El compromiso es y seguirá siendo con los diseñadores y con nuestra sociedad, por ello sometemos a su consideración los proyectos que nos hemos propuesto realizar en un futuro inmediato:

"...como ya se mencionó anteriormente, está el seguir promoviendo la creación del Centro Mexicano de Diseño ante el gobierno, la iniciativa privada y por supuesto, ante los diseñadores".





"Propiciar el seguimiento de la Comisión para la elaboración de los aranceles profesionales".

"Editar el primer libro de diseño industrial y gráfico de México, con distribución nacional e internacional".

"Actualizar los archivos internos del Colegio y asignar un número secuencial según la categoría de los miembros y con ello, de ser posible, expedir credenciales que acrediten la membresía".

"Fomentar la creación de otros Colegios Regionales de diseñadores en el interior de la República, presentándose el caso inmediato de la Ciudad de Puebla, donde existen diseñadores con esa inquietud".

"Establecer las bases para la organización del Segundo Congreso Nacional de Diseño Industrial y Gráfico".

Así pues, rendimos nuestro informe de actividades a la Asamblea relativa a nuestra labor de coordinación en la promoción y difusión del diseño en el VII Consejo Directivo. Sin embargo, se sucederían aún muchas contingencias. En dicha Asamblea, que se llevó a cabo durante el mes de agosto de 1990 se integró la Comisión Electoral -la cual se forma por participación voluntaria-, que se encargaría de vigilar y coordinar las jornadas electorales para la elección del VIII Consejo Directivo y Junta de Honor.

Excepcionalmente, una vez que se cumplió el período determinado por la Comisión respectiva, el resultado fue que no se registró ninguna planilla para integrar el Consejo siguiente. Ello sin duda ponía en crisis a la organización y como posible consecuencia: la suspensión de actividades o la formación inmediata de un Consejo Directivo transitorio, o la posibilidad de que fuese manejado por la Junta de Honor, ... o quizá, la obligada permanencia solidaria del Consejo anterior.

Mi primera reacción fue de sorpresa; nadie sabía qué se debería hacer en estos casos. Convoqué a reunión urgente al Consejo Directivo, la Junta de Honor, el Comité Electoral y a los expresidentes para que en conjunto resolviéramos lo que resultaba algo fuera de mi ámbito de responsabilidad.

Para la reunión de emergencia, preparé un informe detallado de la circunstancia por la que atravesaba nuestra Asociación, los objetivos que se habían cubierto durante mi gestión como



Arturo Domínguez Macouzet



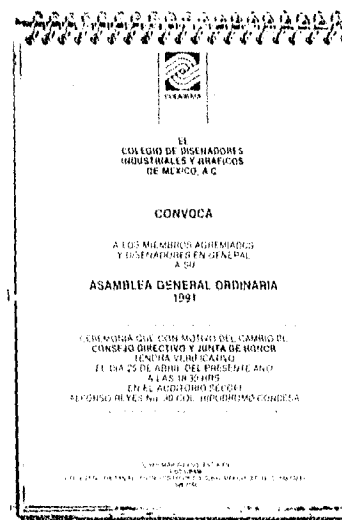
presidente, un informe financiero donde se manifestaban las pérdidas económicas en las que nos encontrábamos, así como una propuesta organizacional para que el próximo Consejo pudiera recibir un mejor apoyo por parte de los colegas. Todo ello, tenía por objeto "entregar" la presidencia a las diferentes autoridades ahí reunidas. El resultado tampoco fue el esperado por mí: se propuso como única alternativa viable, la reelección.

No existían antecedentes de dicha situación. Nuestro Estatuto no lo contempla. La comunidad se encontraba a la expectativa; la solución debía darse en esa junta dada la premura de oficializar cualquier decisión al respecto. El gran riesgo era la desaparición del Colegio. La decisión se tomó entre todos: seguiría el mismo Presidente, pero ahora con la participación activa y comprometida de la mayoría de los presentes, para fortalecer y garantizar la continuidad de lo realizado. Fue así como se marcó un hito en la historia del CODIGRAM: por primera vez se reelegiría un Presidente para el próximo inmediato Consejo Directivo. Se tenía que preparar dicho suceso. Se amplió y renovó el período de registro de planillas -esperando un milagro de última hora-, se convocó a Asamblea General Extraordinaria y se preparó la documentación necesaria, especialmente por el hecho de que se pretendía operar con un nuevo organigrama, y éste tendría antes, que ser aprobado por la Asamblea.

Dicha Asamblea se llevó a cabo en Auditorio de la SECOFI, el 25 de abril de 1991. Fueron invitados de honor: el Oficial Mayor de la propia SECOFI, Lic. Antonio Argüelles Díaz; el Director General de Profesiones, Lic. Enrique Sánchez Bringas; así como la Jefa del Departamento de Colegios de Profesionistas, la Lic. Margarita Gallegos López. En cumplimiento con el protocolo, se distribuyó una Orden del Día y como novedad, se distribuyó también copias impresas del informe de actividades del VII Consejo Directivo, así como la propuesta del nuevo Organigrama complementados con las descripciones o perfil de actividades a realizar por cada uno de los integrantes de dicho Consejo; mismos que en resumen presentaré a continuación:

Extracto del Informe:

... "Durante el mes de Agosto, se preparó y realizó nuestra Asamblea General Ordinaria, en el Museo Franz Mayer, de esta ciudad. En dicha Asamblea se presentó el informe completo de actividades del Consejo Directivo y Junta de Honor. Fue ahí donde expusieron y presentaron sus trabajos los Miembros Curriculares del Colegio nombrados hasta esa fecha y donde se dieron los nombramientos a los primeros Peritos diseñadores por



13



Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995



Especialidades. En esta misma ocasión se nombró al Arq. Jesús Aguirre Cárdenas, Miembro Honorario del Colegio. Conformándose en esa Asamblea el Comité Electoral para coordinar las elecciones del siguiente Consejo Directivo. Por último se convocó a participar en la edición del primer libro de diseño en su género "El Diseño Industrial y Gráfico en México".

Durante el mes de Septiembre, se participó activamente dentro del Octavo Encuentro Nacional de Estudiantes de Diseño Industrial, organizado por los estudiantes de la Universidad Iberoamericana, en este encuentro que se efectuó en la Cd. de Taxco, Gro. el CODIGRAM tuvo el privilegio de estar presente, como ponente inaugural y posteriormente en una mesa de trabajo cuyo tema fue: "Promoción, compromiso de todos".

En el mes de Octubre, se sostuvieron pláticas con el Director General de Desarrollo Tecnológico de SECOFI, Dr. Roberto Villarreal Gonda, con motivo de plantear la organización del Centro Mexicano de Diseño y la realización de las bases para la creación de un Premio Nacional de Diseño.

Se invitó al CODIGRAM, a participar en la presentación del libro "Dibujos de Presentación", editado por la UAM, unidad Azcapotzalco. Se convocó por medio de varios periódicos de la ciudad de México, con circulación nacional a los Diseñadores Industriales y Gráficos para participar en el libro "El Diseño Industrial y Gráfico".

El CODIGRAM participó como jurado en el Premio Nacional de Diseño Industrial organizado por Mexinox, S.A. en coordinación con el Centro de Investigaciones de Diseño Industrial de la UNAM y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Fuimos invitados a participar activamente con artículos, fotografías, etc. en la revista "México en el Diseño". Se negoció una presencia continua y destacada en dicha revista, con objeto de que sirviera como medio informativo de apoyo a la comunidad, además de considerarlo un instrumento importante de difusión y promoción de nuestras profesiones.

Se le envió a la Dirección General de Profesiones, documento informativo y oficio de nombramientos de Peritos Diseñadores por Especialidades, para que se procediera a su registro y trámites respectivos que validen su designación.

Durante el mes de Noviembre, sostuvimos correspondencia con el Centro de Diseño de Barcelona, con objeto de establecer relaciones y reforzar con ello el proyecto del Centro Mexicano de Diseño.



Arturo Domínguez Macouzet



Se editó el Boletín Cuatro, en el que se convocó a registro de planillas para formar el VIII Consejo Directivo. Se presentó una descripción de la Asamblea. Se convocó a participar en el libro de diseño y se informó de los resultados del ENEDI.

En el mes de Diciembre, fuimos invitados a participar con artículos, reseñas o ensayos relativos a la Educación Superior o quehacer profesional para ser publicados en la revista "Colegios y Profesiones" de la Dirección General de Profesiones.

Durante el primer trimestre del presente año, nos hemos abocado al estudio y análisis de la estructura organizativa, estatutos y procedimientos que hasta la fecha han regido al CODIGRAM. Como conclusión, se planteó al Comité Electoral, Junta de Honor y al mismo Consejo Directivo, la necesidad de conformar un organigrama que nos permita una mayor eficacia de operación, una mejor distribución de cargas de trabajo, nuevas jerarquías y definición de actividades.

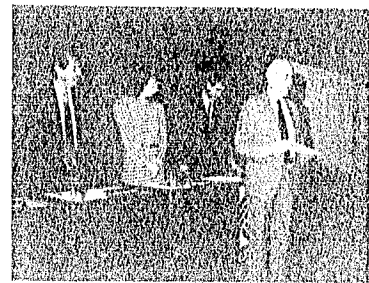
Todo lo anterior, estimados colegas, lo hemos realizado con la responsabilidad y el entusiasmo que prometimos en la toma de posesión.

Estamos conscientes de que aún falta mucho por hacer; que nuestras profesiones requieren y merecen más atención, más dedicación y mayor entusiasmo, dada nuestra convicción de la trascendencia del Diseño.

Tenemos la obligación de transmitir a los actuales estudiantes y futuros Diseñadores, el concepto de las estupendas y complejas profesiones a las que en poco tiempo enfrentarán, poniendo en juego sus conocimientos y capacidades.

Nosotros como funcionarios de este Colegio, queremos compartir con Uds., nuestro sentimiento de que el formar parte de un Consejo Directivo o Junta de Honor es un privilegio y una gran oportunidad para hacer algo por nuestro gremio; ya que en la medida en que el Diseño sea realmente reconocido y adquiera la posición que le corresponde, en esa medida progresaremos cada uno de nosotros.

Es, por lo anteriormente expuesto, que hemos decidido aceptar el reto de continuar con la responsabilidad de formar parte del ahora VIII Consejo Directivo. Con ello, renovamos nuestros esfuerzos y convicción de servicio para engrandecer a nuestra profesión.



14



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



Para integrar el VIII Consejo Directivo, se presentó en el mencionado documento la siguiente

**PROPUESTA ORGANIZACIONAL:
PLANTEAMIENTO GENERAL**

Nos presentamos ahora como una planilla que pretende dar continuidad al trabajo desarrollado durante los dos años anteriores, basándonos en una participación comprometida y renovado esfuerzo para servir a nuestra profesión, nuestro gremio y nuestro país.

Con el fin de ampliar la participación proponemos a la Asamblea, como cabeza y cúpula del CODIGRAM, una nueva estructura organizativa.

La intención es que esta organización permita mayor presencia y participación de los colegiados, en el desarrollo de nuestras actividades.

Con esta participación esperamos fomentar una integración entre los miembros del Colegio y darle mayor fluidez a la realización de aquello por lo que ahora nos presentamos: servir a nuestra comunidad y con ello retribuirle a México algo de lo mucho que hemos recibido de nuestras profesiones de diseño: LA CAPACIDAD DE CREAR.

Presentamos a tu consideración nuestra propuesta de organización para que con tu voto lo apruebes y apoyes con el ánimo de integrarte a la realización de las actividades que nos proponemos realizar para tu beneficio y el de tu profesión.

VIII CONSEJO DIRECTIVO

- *Presidente
- *Gerente General
- *Secretario
 - Secretaria
 - Mensajero
- *Vicepresidencias:
 - Comunicación
 - Programas Especiales
 - Desarrollo Profesional
 - Finanzas y Administración
 - Difusión
- *Coordinaciones
- *Pasantes



Arturo Domínguez Macouzet

JUNTA DE HONOR

- *Presidente
- *1er. Secretario
- *2do. Secretario
- *Vocal 1
- *Vocal 2
- *Vocal 3

En ese documento y como lo mencioné con anterioridad, se mostró también el perfil de actividades y responsabilidades o ámbitos de acción, de los cargos o nombramientos propuestos en el nuevo Organigrama aprobado en dicha Asamblea para el bienio 91-93. Documento que presento a continuación por considerarlo de importancia en la historia del Colegio, puesto que mostró la capacidad de convocatoria y nuestra necesidad y disposición a generar cambios con el objeto de encontrar soluciones. Nos encontrábamos en la obligación de renovar los procedimientos para obtener mejores resultados. Presento también los nombres de los integrantes como una referencia y como crédito para aquellos que aceptaron y me acompañaron a enfrentar el reto:

PRESIDENTE

D.I. Arturo Dominguez Macouzet

Funciones:

REPRESENTACIÓN
COORDINACIÓN
ADMINISTRACIÓN
DIRECCIÓN
INFORMACIÓN
EJECUCIÓN

- Deberá representar al Gremio colegiado en los actos y eventos que resulten propicios para beneficio de su imagen y la del mismo Colegio.

- Reunirá y concertará los esfuerzos de los vicepresidentes y del Consejo Directivo en general, con objeto de vigilar que se cumplan los propósitos que emanan del Estatuto y del Código de Ética Profesional, así como de los programas de actividades aprobados.

- Administrará los bienes y servicios del Colegio tanto humanos como materiales; debiendo suscribir acuerdos y dictar normas según convengan a los intereses de sus agremiados.

- Dirigirá y conducirá según los estatutos vigentes, los objetivos y políticas a seguir por el Consejo Directivo y los



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



agremiados en general, según lo dicte su criterio y lo determinen las circunstancias del caso; pudiendo nombrar comisiones especiales de ejecución y seguimiento.

- Ejecutará las acciones que resulten pertinentes para mantener en operación las actividades propuestas por la Asamblea en general y el Consejo Directivo en particular.

- Mantendrá informado al Consejo Directivo y a la Asamblea en general, de los acuerdos y disposiciones que se tomen, según lo exija el caso y lo determinen las circunstancias.

- Nombrará y en su caso removerá de su cargo a los Vicepresidentes que a su criterio y de la mayoría de los Vicepresidentes, lo consideren así oportuno.

- Cualquiera de los Vicepresidentes y por votación entre los mismos o en Asamblea según lo amerite el caso, podrán sustituir al presidente en funciones si llegase a faltar o por así convenir a los intereses del propio Colegio.

GERENTE GENERAL

D.G. Andrea Muñoz Ocelli

EJECUCIÓN
COORDINACIÓN
ENLACE
COMUNICACIÓN

- Ejecutará las acciones que determine el Presidente y Vicepresidentes dentro del área interna de acciones del Colegio.

- Coordinará los eventos, acuerdos, propuestas y demás actividades que resulten de la labor de información y control, para el cumplimiento de los objetivos del propio Colegio.

- Servirá de enlace y distribuirá según su criterio las cargas de trabajo y eventos especiales, que surgieren dentro de sus actividades y áreas de influencia.

- Mantendrá estrecha comunicación con las Vicepresidencias y reportará a cada una de ellas y a la Presidencia, los asuntos que competan a determinada área ejecutiva.

SECRETARIO DE ASUNTOS INTERNOS

D.G. Rodrigo Vázquez Bracho y Bisogno

REDACCIÓN
CONCENTRACIÓN
COMPILACIÓN



Arturo Domínguez Macouzet

- Redactará las actas y minutas de los acuerdos internos emitidos en juntas, asambleas, reuniones y demás actos oficiales que requiriesen de la documentación aludida.

- Concentrará en archivos, libros, carpetas, etc. toda aquella información conclusiones, compromisos, acuerdos, etc. que se consideren oportuno archivar y codificar.

- Realizará labores de compilación de información, análisis y resultados de las actividades del Consejo Directivo, Junta de Honor, comisiones, Peritos, Miembros Honorarios, Curriculares, pasantes, etc. para facilitar las labores de información del Presidente y del Gerente General.

SECRETARIA

ARCHIVO TRANSCRIPCIÓN CONTROL Y REGISTRO

- Mantendrá vigente y ordenado el archivo en general (miembros, documentos, información, correspondencia, etc.)

- Realizará labores de transcripción de documentos.

- Controlará los mecanismos de inscripción, pagos, cobros y demás asuntos que no interfieran con las actividades de alguna Vicepresidencia; llevará el registro de documentos que maneje el propio Consejo Directivo; realizará también actividades de atención, información y apoyo a los que así lo solicitaren.

MENSAJERO

- Ejecutará labores de mensajería y apoyo, estando a disposición del Gerente General y de la propia Secretaria.

VICEPRESIDENCIA DE COMUNICACIÓN

D.I. Javier Bravo Ferreira

PUBLICACIONES
BOLETINES
INFORMES
REPORTAJES
DIRECTORIO
ESTATUTOS
CÓDIGO DE ÉTICA
AUDIOVISUALES
BOLSA DE TRABAJO
PRESENTACIONES / EXHIBICIONES



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



- Deberá mantener comunicación interna entre Colegio y Colegiados y entre Diseñadores y sus usuarios.
- Normará los criterios y procedimientos internos operativos en base al Estatuto y Código Etico y en su caso, realizará sus modificaciones pertinentes.
- Mantendrá actualizado el directorio para efectos de correspondencia y control de datos.
- Redactará, editará y enviará los boletines CODIGRAM el cual incluirá reportajes, entrevistas, fotos, etc. (cada tres meses), para comunicar de las actividades del Consejo Directivo y/o de sus agremiados.
- Emitirá los informes pertinentes, así como los diversos comunicados de interés del Gremio, v.gr.: revista "México en el Diseño", periódicos, radio, etc.
- Propiciará y organizará la Bolsa de Trabajo para los socios del CODIGRAM.

VICEPRESIDENCIA DE PROGRAMAS ESPECIALES

M.D.I. Oscar Salinas Flores

SEGUNDO CONGRESO NACIONAL DE DISEÑO CENTRO DE DISEÑO EVENTOS SOCIO-CULTURALES COLEGIOS ESTATALES

- Organizará bajo una estructura específica (organigrama) en coordinación con la empresa CONMASA, el Segundo Congreso Nacional de Diseño; definirá lugar y fecha, así como su temática, mesas de trabajo y alcances del mismo.
- Continuará con la organización para la realización del Centro Mexicano de Diseño; desarrollará el documento preparatorio definitivo, enlazará a las autoridades de la industria-comercio-gobierno-diseño- consumidor.
- Organizará periódicamente (mínimo dos veces al año) eventos sociales y/o culturales entre los colegiados, para fomentar las relaciones humanas y profesionales, así como para obtener fondos económicos, promoción y difusión del CODIGRAM.
- Fomentará la creación y organización de Colegios similares al CODIGRAM. en diferentes Estados de la República, susceptibles a así realizarlo.

VICEPRESIDENCIA DE DESARROLLO PROFESIONAL

M.D.I. Luis Soto Walls



SERVICIO SOCIAL (PROFESIONAL Y UNIVERSITARIO)
UNIVERSIDADES
PONENCIAS, SEMINARIOS, SESIONES, CURSOS, ETC.
ASESORIAS
JURADOS
BIBLIOTECA
ARANCELES
NOMBRAMIENTOS

- Definirá el programa para servicio social CODIGRAM-Instituciones de enseñanza.

- Fomentará las relaciones con todas las instituciones de enseñanza del Diseño Industrial y Gráfico con afán de apoyo recíproco y comunicación continua; como en planes de estudio, contacto con profesionistas, etc.

- Asistirá como representante oficial del Colegio a ponencias, mesas redondas, jurados, etc., cuidando ser congruente con los objetivos y estatutos que nos rigen; o en su caso, asignará a quien más convenga para dicha representación.

- Propiciará y organizará la biblioteca del CODIGRAM, la cual deberá quedar a disposición regulada de sus miembros activos.

- Organizará un comité para elaboración y revisión permanente de los Aranceles Profesionales; aplicaciones y usos, los cuales servirán como guía y referencia a todo diseñador profesionista, que trabaje en forma independiente o para los contratantes de diseñadores.

- Realizará en comisión, los nombramientos de Miembros Colegiados en cualquiera de sus clases o para algún otro profesionista que mereciese reconocimiento especial por parte del CODIGRAM.

Pudiendo con ello, crear un Premio Nacional de Diseño, con objeto de fomentar la práctica profesional y hacer un reconocimiento al buen desarrollo o ejecución de la misma.

VICEPRESIDENCIA DE FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN

D.I. Octavio García Rubio.

INGRESOS
EGRESOS
COBRANZA
CONTABILIDAD
INVENTARIOS
JURÍDICO
CONVENIOS Y CONTRATOS
PERITOS



- Administrará los recursos financieros del Colegio y controlará los ingresos y egresos en dinero y especie que resulten de la actividad de cada Vicepresidencia o del Consejo Directivo en general.

- Llevará a cabo acciones y establecerá políticas que permitan al Colegio operar dentro de la legalidad, tanto fiscal como jurídica.

- Fomentará la captación de recursos vía cuotas de miembros, donativos, ventas de artículos diversos, etc.

- Elaborará los balances contables y financieros así como de inventarios de manera eficiente y actualizada.

- Elaborará en términos legales, asesorado por abogados especialistas, todos los contratos y convenios que tengan que realizarse para beneficio de sus agremiados y/o del propio Colegio.

- Vigilará que los Peritos Diseñadores queden registrados en todas las instancias necesarias y con ello vigilará el buen desempeño de los mismos.

VICEPRESIDENCIA DE DIFUSIÓN

D.I. Raúl Torres Maya

IMAGEN
PROMOCION
PUBLICIDAD
VENTAS
ASUNTOS GOBIERNO
ASUNTOS INICIATIVA PRIVADA
CORRESPONDENCIA
RELACIONES PUBLICAS
DISCURSOS
NUEVO INGRESO (RECLUTAMIENTO)
LIBRO DE DISEÑO

- Deberá desarrollar, implementar y normatizar la imagen gráfica y promocional del CODIGRAM, así como sus aplicaciones y usos.

- Difundirá las actividades del Colegio, sus objetivos y potencial entre Gobierno e Iniciativa Privada, otras profesiones, industriales y comerciantes.

- Comercializará con las actividades del CODIGRAM para efectos de recaudar fondos económicos y/o activos para operar. Siendo esto en espacios de anuncios en Boletín, seminarios, desarrollo profesional (intercambio), asesorías, etc.

- Mantendrá relaciones y abrirá canales de promoción con la I.P. o con el Gobierno, debiendo con ellos en tal caso, representar oficialmente al gremio.



Arturo Domínguez Macouzet



- Desarrollará actividades de relaciones públicas, con el objeto de mostrar los beneficios de nuestra profesión y su relación con todos los niveles de la sociedad.

- Redactará y/o coordinará los diferentes textos, escritos, ponencias, discursos, etc., que se realizan en nombre y con la firma del CODIGRAM.

- Desarrollará un programa permanente de captación y reclutamiento de nuevos miembros, ya sean éstos, profesionistas en funciones, recién egresados o en su caso pasantes, tanto del área metropolitana como del interior del país.

- Definirá los alcances de difusión, promoción, distribución y ventas del Libro de Diseño.

COORDINACIONES

DE COMUNICACIÓN

D.I. Edgar Pérez Marín

D.G. Luis Almeida Herrera

D.I. Martha Ruíz García

DE PROGRAMAS ESPECIALES

D.G. Fernando Jiménez Cano

D.G. Luis Carlos Herrera Gutiérrez de Velasco

D.I. Gabriel Simón Sol

DE DESARROLLO PROFESIONAL

D.I. Laura Figueroa Alcocer

D.G. Marcela Gutiérrez Arreguín

DE FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN

D.G. Enrique Fortunat Delgado

D.I. Patricia Stevens Ramírez

DE DIFUSIÓN

D.G. Rebeca Martínez Suárez

D.I. Rafael Cal y Mayor Leach

D.I. Luis Moreno Márquez

D.I. Fernando Martín Juez

- Serán nombrados y representados por cada Vicepresidente y podrán ser removidos de su cargo a criterio y conveniencia de los mismos Vicepresidentes y/o del Consejo Directivo por mayoría.

- Realizarán actividades de apoyo y respaldo de su vicepresidencia y coordinarán las comisiones o encargos específicos que le hayan sido asignados en cada una de sus áreas de trabajo. Así mismo, se apoyarán de los pasantes respectivos, seleccionados previamente.



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



PASANTES

- Realizarán labores de apoyo básico, según sean las necesidades de cada vicepresidencia.
- Tendrán derecho, si así lo solicitaran, de acreditar su servicio social escolar o su práctica profesional, por el solo hecho de desarrollar actividades específicas dentro del Colegio y según los reglamentos internos de cada Plantel Académico.

JUNTA DE HONOR

Según resultado de elecciones.

- Realizará actividades, según lo acuerden internamente, de supervisión y vigilancia para que el Consejo Directivo actúe dentro de lo dispuesto por el Estatuto y Código Ético.
- Deberán reunirse con periodicidad, para proponer o dirimir acciones ejecutorias, ya sea de la propia Junta de Honor o del Consejo Directivo.

Con la anterior presentación, se dio por terminadas las gestiones del VII Consejo Directivo y Junta de Honor. Posteriormente al informe, se procedió a la votación respectiva para elegir al VIII Consejo Directivo (que aunque se presentaba sólo una planilla, por Estatuto y para confirmar la opinión de los agremiados es que deben de llevarse a cabo las votaciones). Al concluir el procedimiento electoral, se contaron los votos y la Comisión Electoral dió oficialmente el reconocimiento al Consejo Directivo recientemente electo. Para la elección de la Junta de Honor, se le solicitó a la Asamblea que emitiera su voto respectivo; quedando como Presidente de la Junta quien obtuvo el mayor número de votos.

Así pues, una vez realizada la votación, los resultados fueron contundentes: 37 votos a favor y una abstención. Tomó la protesta respectiva el Oficial Mayor de SECOFI, Lic. Antonio Argüelles, y una vez realizado este acto protocolario y como Presidente Electo del VIII Consejo Directivo, dirigí el siguiente discurso en el cual comprometía mi actividad profesional una vez más al gremio Colegiado:



Arturo Domínguez Macouzet

*Honorables Miembros del Presidium
Estimados Colegas
Señoras y Señores:*



"Hoy es un día que seguramente se recordará en la historia del Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, A.C. por varias razones: por primera ocasión, a quince años de haberse constituido el CODIGRAM, es reelecto un Consejo Directivo; por primera vez, existe un ambiente favorable y propicio para integrar y ponderar las actividades que se realizan; ahora cuenta el CODIGRAM con un Consejo Directivo y Junta de Honor, llenos de experiencia, entusiasmo y reconocimiento general en cuanto a su prestigio y labor profesional; el Colegio ahora cuenta con compromisos específicos y directrices trazadas con objetivos muy claros y altamente productivos; y por consiguiente, es hoy en día, cuando se presenta la mejor oportunidad de dar continuidad y renovar esfuerzos para la promoción y difusión de nuestras profesiones: El Diseño Industrial y el Diseño Gráfico.

El VII Consejo Directivo cumplió con sus objetivos y con la mayoría de las actividades que se propuso realizar; logró obtener la credibilidad del gremio; alcanzó la madurez profesional en la realización de actividades políticas en beneficio de su comunidad; con ello obtuvo el reconocimiento y mereció el impulso para continuar con su labor, aceptando el reto con la conciencia de lo que ello significa, del compromiso al que nos enfrentamos; aceptamos la propuesta, seguiremos luchando.

Agradezco en esta tribuna, y quiero con ello hacer un reconocimiento público, a los Integrantes del séptimo Consejo Directivo, por la disposición, coraje y voluntad que demostraron durante estos dos últimos años.

Hay muchas cosas que decir y prometer para el siguiente periodo; sin embargo, sólo debo replantear e insistir en lo que nos propusimos desde que estamos en estos menesteres:

1) Trabajar con honestidad profesional para nuestro Colegio y sus agremiados.

2) Vigilar que se cumplan las normas y disposiciones que nos demandan nuestro Estatutos y Código de Ética, con el criterio que nos ha caracterizado.

3) Continuar con la labor de promoción y difusión de nuestras profesiones, para posicionar al gremio en el sitio que le corresponde; para ofrecerle a nuestra sociedad, la creatividad que tanto necesita.

4) Proponer y fomentar ante ustedes un amplio sentido profesional en la realización de nuestras actividades.

Para posibilitarlo y agilizarlo, en el propósito de renovar





esfuerzos, hemos planteado a esta Honorable Asamblea, una estructura organizacional que consideramos la más pertinente dadas las circunstancias y objetivos propuestos.

Con la aprobación de este organigrama y de las aspiraciones de trabajo de este Consejo Directivo y Junta de Honor, nos proponemos delegar responsabilidades y acciones -que hasta la fecha se habían venido realizando con pocos recursos-, hacia un mayor trabajo en equipo, con un sentido interdisciplinario y acrecentar con ello, la capacidad de respuesta y de servicio.

Los tiempos y necesidades de México están cambiando; surgen nuevos criterios y políticas. En nuestros recursos y conocimientos como diseñadores deben fundamentarse los nuevos parámetros estéticos y técnicos a ser aplicados en la producción masiva de objetos, para hacerlos más competitivos, en la generación de objetos y su gráfica, se demuestra el grado de civilización y avance de una sociedad moderna, de cambio, activa y sensible a las necesidades de su población; los bienes materiales y visuales, y su producción, son en quienes se fundamenta el comercio, la industria y su administración; una sociedad moderna, que se precie de serlo, no se concibe hoy en día, sin que produzca objetos y servicios para exportar, es decir, para el comercio allende sus fronteras, en busca de un mercado global.

Conminamos a las autoridades públicas y privadas, a que no se olviden de ello, que no permitan que el diseño profesional quede relegado a la última de sus preocupaciones; ofrecemos y proponemos trabajar en equipo, queremos tomar responsabilidades y decisiones, hemos probado que podemos y debemos hacerlo; no permitamos el subdesarrollo, el anquilosamiento de la capacidad, que cada quien se dedique a lo que sabe, el productor a producir, el administrador a administrar, el diseñador a diseñar.

Queremos más y mejores retos, más oportunidades de participación y compromiso; necesitamos más reconocimiento, mejor preparación; nuestras necesidades son las de nuestra población, nosotros podemos ofrecer soluciones.

Hemos dicho que el diseño es paradigma de calidad; que es una de las bases fundamentales del desarrollo de toda cultura industrial; que es una postura y una forma de ser en la vida; hagámoslo realidad, usemos al Colegio y a quienes lo conforman para superar impedimentos y generar áreas de desarrollo.

El Octavo Consejo Directivo se ha propuesto en la medida de sus posibilidades y recursos, darle continuidad a las acciones que se plantearon con anterioridad:



Arturo Domínguez Macouzet



- Organizar el segundo Congreso Nacional de Diseño Industrial y Gráfico, así como la ExpoDiseño México '92.
- Editar el primer Libro de Diseño Industrial y Gráfico en México.
- Elaborar los aranceles profesionales.
- Instituir el Centro Mexicano de Diseño.
- Realizar eventos socio-culturales.
- Fomentar la creación de otros Colegios hermanos en el interior de la República.
- Fortalecer, finalmente, a nuestro Colegio.

Es, en el logro de estos objetivos y otros que surgieren, donde se encuentra el sentido a nuestra existencia; en el trabajo por y para los demás; en el triunfo de la lucha diaria.

Hagamos lo que sea necesario para el reconocimiento y desarrollo de la que para nosotros debe ser la mejor de las actividades: El Diseño."

Muchas gracias.

Durante los dos años de trabajo del octavo Consejo Directivo, se realizaron diversas actividades en favor del CODIGRAM. Actividades que por su naturaleza exigieron una atención especial y sobre todo, esforzada; siempre se pensó en posicionar a nuestras profesiones y a nuestra institución, antes que otra cosa.

Las experiencias, llenas de valores positivos y con algunas pruebas difíciles, fueron suficientes para obtener resultados favorables: aunque no completamente satisfactorios puesto que siempre queda algo en el camino. Sin embargo, por los resultados y sólo por ellos, es que podemos medir la capacidad y efectividad de quienes tenían la responsabilidad y el valor de lo realizado, en su magnitud y en su trascendencia. Esta fue nuestra filosofía; este fue nuestro *leitmotiv*; sabíamos que sin esta convicción, pocos objetivos obtendríamos y muchas críticas nos mereceríamos. Que el gremio y nuestra propia Asociación nos lo podría demandar.

Así pues, me limitaré a describir las actividades del VIII Consejo Directivo. De las actividades se rindió informe en Asamblea, a mediados del mes de febrero de 1993:

"ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA
VIII CONSEJO DIRECTIVO
C O D I G R A M
INFORME DE ACTIVIDADES BIENIO 91-93



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



Honorables Miembros del Presidium
Estimados Colegas
Señoras y señores:

En cumplimiento con el Estatuto de nuestro Colegio, órgano representativo del Gremio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, el Octavo Consejo Directivo y Junta de Honor rinde ante ustedes en Asamblea General Ordinaria, su Informe de actividades correspondientes al periodo 1991-1992.

A finales del mes de abril de 1991, en un acto sin precedente en la historia de nuestro Colegio, en Asamblea General y por votación de sus miembros colegiados, se reeligió por vez primera un Consejo Directivo para garantizar la continuidad y definición de los proyectos y objetivos propuestos por el Consejo antecesor. Así mismo, se sometió a votación una nueva estructura organizacional para que en lo sucesivo, existieran cinco Vicepresidencias con sus respectivas coordinaciones con el objeto de distribuir y fomentar la participación eficaz para el logro de los proyectos propuestos.

Es así como el VIII Consejo Directivo, por mí presidido, aceptó el reto de continuar con el compromiso de representar y coordinar los esfuerzos de nuestra asociación en beneficio de sus miembros colegiados y del Gremio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México.

El Octavo Consejo Directivo continuó pues, con la filosofía de servicio y dedicación profesional para la promoción y difusión de las profesiones que nos agremian.

En un ambiente de unión y credibilidad, y con objetivos claros, ofrecimos respeto a la Asamblea, órgano cúpula y cabeza de nuestra organización, a la profesión en general y a nuestro país, basados en los lineamientos impuestos por nuestros Estatutos y Código de Ética Profesional, prometimos continuar con la labor de difusión y promoción del Diseño Profesional Mexicano para posicionar al diseño en el sitio que le corresponde como generador de satisfactores -materiales y visuales- que requiere nuestra comunidad.

Nos preocupamos continuamente en propiciar la conciencia profesional, para hacer más eficiente la calidad de nuestro trabajo cotidiano, en base a las actividades gremiales y a los resultados obtenidos, para ser reconocidos como individuos productivos, maduros, y con un alto sentido de responsabilidad.

Antes de continuar con el Informe de Actividades de este bienio permítaseme comentar una vez más, que la labor de promoción del diseño, seguirá siendo cuesta arriba si no se logra mayor participación y presencia a los eventos a los que convoque nuestro Colegio. No tendremos imposibles si nos sumamos solidaria y permanentemente a los esfuerzos de unos cuantos, para lograr el beneficio de todos.



Arturo Domínguez Macouzet



Es evidente que se cometen errores y omisiones al través de la labor diaria y continua; sobre todo cuando se pretende, alcanzar las metas propuestas; cuando con un alto sentido de nuestros valores humanos y profesionales, luchamos sin cesar por nuestro ideales, por nuestros principios personales y nuestros orígenes culturales. Es evidente también, que cuando uno entrega con pasión y sin falsas expectativas, su pensamiento y tiempo por un alto objetivo como es el diseño, sin duda, habrá finalmente, recompensa y satisfacciones.

Con ello, con esa convicción, es que el Octavo Consejo Directivo se propuso trabajar una vez más, aceptando el reto que ello representa.

Así pues, el Octavo Consejo directivo y Junta de Honor, tomó posesión de su cargo en este mismo auditorio, el 25 de abril de 1991 en presencia del Director General de la Dirección General de Profesiones, de la Jefa del Departamento de Colegios de Profesionistas de la misma dependencia, y del Oficial Mayor de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial Lic. Antonio Argüelles Díaz, quién se encargó de tomar la protesta protocolaria a dicho Consejo Directivo y Junta de Honor.

En el mes de mayo de 1991, el CODIGRAM en su calidad de asesor ejecutivo federal, participó en el proceso de legislación de la Nueva Ley de Fomento y Protección Industrial, ante la Comisión de Patrimonio y Fomento Industrial y la Dirección General de Desarrollo Tecnológico de la SECOFI; proponiendo diversos cambios a la mencionada Ley en lo conducente al Título Segundo relativo a las invenciones, modelos de utilidad y diseños industriales; Capítulo Quinto relativo a la tramitación de patentes y Título Cuarto de las marcas, avisos y nombres comerciales. Se envió el oficio respectivo a la Cámara de Diputados y se nos ofreció en respuesta, que participaríamos posteriormente en la elaboración del reglamento para la aplicación de dicha ley.

Se establecieron estrechas relaciones con la Dirección General de Profesiones, agilizando con ello, los registros de Consejos Directivos anteriores, así como de miembros activos.

A instancias del CODIGRAM, se tramitó el registro definitivo de los peritos diseñadores, incluyendo con ello la expedición de credenciales oficiales avaladas por la Secretaría de Educación Pública y de la propia Dirección General de Profesiones, obteniéndola únicamente a la fecha, el diseñador gráfico Carlos Trillas, perito diseñador en la especialidad de Diseño Editorial.

Así mismo a petición de ellos, se notificó a la comunidad agremiada de la obligación que tenemos los miembros asociados de realizar el servicio social profesional según lo contempla el Quinto Constitucional y los Capítulos VII y VIII de su Ley Reglamentaria.

A mediados de 1991, se realizó un viaje a la Ciudad de Monterrey, Nuevo León, con el objeto de promover y orientar ante un grupo de diseñadores de esa Ciudad, la creación del Colegio





de Diseñadores de Monterrey. Para ello, se invitó al Director de Colegios de Profesionistas para que los orientara con mayor precisión, en lo relativo a los trámites y repercusiones legales que ello significaría; para agilizar la comunicación se nombró a la diseñadora Delia Cóliz, enlace CODIGRAM con las Instituciones Profesionales y de Enseñanza Superior del Diseño en dicho Estado.

Durante el mes de agosto, la diseñadora gráfica Deborah Velázquez, en su calidad de Coordinadora de Enlace Internacional, llevó la representación del CODIGRAM al Décimo Cuarto Congreso y Asamblea General del Consejo Internacional de Sociedades de Diseño Gráfico ICOGRADA, celebrado en la Ciudad de Montreal, Canadá. Durante dicha Asamblea, la diseñadora Velázquez asistió como observadora y presentó la solicitud del CODIGRAM para organizar el Décimo Séptimo Congreso Internacional en nuestro país, posterior al que se organizará en Glasgow, Escocia, en 1993 y en Lisboa, Portugal en 1995; la propuesta fue bien acogida y ahí mismo se restablecieron relaciones oficiales entre ICOGRADA y CODIGRAM.

Por tercera ocasión consecutiva el CODIGRAM fue invitado como jurado en el Tercer Certamen Nacional "Con nuestro ingenio invitemos a leer", organizado por la Dirección General de Promoción Editorial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes; para ello fue designado el diseñador Industrial Javier Bravo Ferreira en su calidad de Vicepresidente de Comunicación de nuestra Asociación.

Se participó como jurado en el segundo Premio Nacional de Diseño Industrial MEXINOX y en el Segundo Premio QUORUM; así como en el Cuarto Premio Nacional de Diseño Industrial Clara Porset organizado por el Centro de Investigaciones de Diseño Industrial, CIDI, de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Fuimos invitados, en representación del gremio colegiado, a formar parte del subcomité de Diseño y Artes Gráficas, como parte integrante del Comité Consultivo Nacional de Normalización de Envase y Embalaje en las instalaciones de los Laboratorios Nacionales de Fomento Industrial LANFI, para la elaboración de las normas respectivas desde el punto de vista de la aplicación del diseño; participación promovida hasta la fecha por el diseñador Luis Carlos Herrera.

A invitación de la Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco, la diseñadora industrial Laura Figueroa Alcocer, asistió en representación del CODIGRAM en su calidad de Coordinadora de Desarrollo Profesional, a la Quinta Muestra Internacional de la Proveduría de la Industria Mueblera, en la Ciudad de Guadalajara, Jalisco.

Se realizaron diferentes artículos de participación editorial, así como entrevistas en diferentes medios de comunicación como



Arturo Domínguez Macouzet



la revista "México en el diseño", el "Informador Industrial", el "Universal" y el "Boletín de la Universidad Anáhuac", entre otros, con objeto de informar de las actividades del Colegio y básicamente en promoción del diseño mexicano.

Se elaboró un documento preparatorio para la creación del Centro Mexicano de Diseño, el cual fue propuesto como un gran objetivo del Colegio a favor de nuestras profesiones, de la industria y del país en general.

Dicho documento se presentó como primera instancia en la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial; posteriormente en el Banco Nacional de Comercio Exterior y a otras diversas autoridades públicas y privadas, buscando siempre la concientización y el apoyo a un proyecto a largo plazo y con una gran trascendencia política y tecnológica como lo sería un Centro de Diseño; con ello, se establecieron por vez primera comunicados con el Barcelona Centro de Diseño en un afán de investigación y propuestas a nivel internacional.

Se recibió una invitación del Instituto Mexicano del Seguro Social para participar en la Segunda Semana Nacional de Solidaridad con la población minusválida.

En el mes de septiembre y en representación del Gremio Colegiado se publicó una esquela por el sensible y lamentable fallecimiento del Ing. Enrique Ortega Medina, esposo de la Diseñadora Industrial Laura Figueroa Alcocer miembro de este Consejo Directivo, y muy querido amigo mío, quien además era un gran convencido de la importancia del diseño. Descanse en paz.

Se recibieron solicitudes de inscripción al CODIGRAM de colegas diseñadores de diferentes lugares de la República; para lo cual, en un sentido de servicio al gremio y en cumplimiento a nuestros estatutos se les ha aceptado su inscripción, como miembros correspondientes, en lo que se forman otros colegios hermanos en diferentes Estados.

El Octavo Consejo Directivo decidió dar apoyo a la Asociación Latinoamericana de Diseño Industrial ALADI, formando parte de su constitución notarial, con miras a la organización de su Quinto Congreso Internacional con sede en la Ciudad de México; para ello, se acordó posponer la organización de nuestro Segundo Congreso Nacional y propiciar así la realización de otros eventos en beneficio del gremio de diseñadores y de la profesión en general.

Fue ahí mismo, dentro de nuestro stand, donde el CODIGRAM presentó por primera vez, los cromalines de algunas páginas del Libro: Diseño Mexicano y se distribuyeron nuevos ejemplares de la reimpresión de nuestros Estatutos y Código de Ética; asimismo, los Vicepresidentes Oscar Salinas Flores, Raúl Torres Maya, Luis Soto Walls y un servidor, presentamos diferentes trabajos como representantes de nuestra comunidad, en las áreas de cultura y docencia, alimentación y transportes, correspondiéndome la ponencia: "Postura y Proposiciones del



15



Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995



Colegio de Diseñadores".

A invitación de la Dirección General de la Industria Mediana y Pequeña y Desarrollo Regional de la SECOFI, se asistió al Encuentro de Empresarios México-Italia, con participación de nuestra parte para evidenciar el nivel y la posición del diseñador mexicano ante la actividad creativa-comercial de la industria italiana.

Recibimos invitación para asistir al Décimo Foro Nacional de Colegios de Profesionistas, en la Dirección General de Profesiones.

El Octavo Consejo Directivo se propuso organizar un Simposium de Diseño a nivel nacional, con la participación de micro y pequeños industriales, comerciantes y autoridades públicas y privadas con objeto de reforzar la promoción y difusión del diseño; fue así como se planteó a la SECOFI dicho proyecto para realizarse a finales de 1991, el cual, y por razones de agenda de la propia Secretaría, hubo que posponer para el mes de febrero de 1992.

Fue así, con lo anteriormente expuesto, como se desarrollaron las actividades del primer año del Octavo Consejo directivo, en el cual se consolidaron ciertos objetivos y se llevaron a feliz término los propósitos de 1991.

Durante la primera semana de enero de 1992 se envió a los miembros colegiados un comunicado en donde se les informaba el avance y circunstancias que implicaron el retraso de la impresión del Libro "Diseño Mexicano"; así pues, a principios de 1992 y como principal objetivo de ese bimestre se llevó a cabo la organización del Primer Simposium a nivel nacional "El Diseño Mexicano y su Impacto en el Mercado Global", en coordinación con la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial de quien recibimos un total apoyo, una decidida colaboración y con ello la demostración de la posición de la Secretaría con respecto al diseño, como generador de cambio en la producción y el comercio.

La SECOFI, por conducto de su Oficialía Mayor, aportó veinte millones de pesos para la organización, además de diferentes impresos como invitaciones, papelería, etc., envíos por correo y convocatoria a sus delegaciones para garantizar la presencia del sector industrial.

Se distribuyeron carteles, folletos promocionales e invitaciones tanto al gremio colegiado como a dependencias públicas y privadas, CANACINTRA, CONCAMIN, SECTUR, BANCOMEXT, NAFIN, etc., se promocionó en revistas y diferentes medios.

Los objetivos primordiales del Simposium fueron:

1) Definir la posición del diseño y su participación histórica en el sector productivo del país.

2) Analizar las realidades y expectativas para el desarrollo del diseño, en beneficio del comercio y de la pequeña y mediana industria.



Arturo Domínguez Macouzet



3) Identificar las oportunidades del diseñador profesional en el ámbito productivo y comercial.

4) Ubicar al diseño como factor determinante en el desarrollo estratégico del país.

Durante los días 6 y 7 de febrero de 1992 en este mismo auditorio se llevó a cabo un fenómeno muy interesante en cuanto a la nueva visión que se tiene hoy en día de la actividad creativa de los diseñadores y la cercanía del Tratado de Libre Comercio, sus retos y sus implicaciones.

Tuvimos la presencia entre otros, del Subsecretario de Industria de la SECOFI el Dr. Fernando Sánchez Ugarte, del Lic. Antonio Argüelles Díaz, Oficial Mayor de la SECOFI, del Lic. Alfredo Valdez Gaxiola, Director General de la Industria Mediana y Pequeña de Desarrollo Regional de la SECOFI, del Lic. Roberto Sánchez de la Vara, Presidente de la CANACINTRA y del Dr. Humberto Soto Rodríguez, Director General del Banco Nacional de Comercio Exterior, quién dio una ponencia sobresaliente con el entusiasmo de la visión por el fomento al diseño y su compromiso a establecer relaciones permanentes con nuestro gremio.

Se tuvo también la participación de un grupo de connotados diseñadores donde en un foro abierto al diálogo se establecieron diferentes posturas e inquietudes que pudieron ser expuestas por el auditorio.

Se planteó desde un principio en este Simposium que los factores de comunicación y comercialización de los productos están definidos por el diseño; que el diseño es el punto de partida para la producción tanto de imágenes como de objetos; que el buen diseño es sinónimo de calidad y de cultura; promueve y desarrolla el comercio competitivo en los mercados nacional e internacionales; que el diseño es la única opción para renovar u obtener nuevos productos, es la opción para acceder a nuevos y ambiciosos mercados, y que con ello, el diseño representa una inversión a corto plazo.

Al Simposium asistieron cerca de 50 diseñadores y más de 150 empresarios industriales representantes de diferentes sectores de la producción en el país; hubo una excelente participación y los resultados del mismo no se dejaron esperar.

Diferentes delegaciones estatales de la SECOFI, especialmente los de San Luis Potosí, Hidalgo, Estado de México, Querétaro y Michoacán, solicitaron la organización de un evento similar en cada una de sus localidades, las cuales se encuentran pendientes de coordinar.

Nacional Financiera, se mostró sumamente interesado en el tema y con su representante el Lic. Alfonso Caso se establecieron pláticas para la ejecución de programas que más adelante enunciaré.

Con BANCOMEXT por medio de su Director General Adjunto Lic. Humberto Molina, se establecieron los siguientes convenios y actividades:

S I M P O S I U M

El Diseño Mexicano y su Impacto en el Mercado Global

1989 - 1995

SECOFI

2

EL DISEÑO
MEXICANO
Y SU IMPACTO EN EL
MERCADO GLOBAL

16



Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995



1) Se convocó paralelamente a la organización del Simposium a un concurso nacional para el diseño de la "Imagen Gráfica de México en Ferias y Exposiciones Internacionales de Carácter Comercial" organizado por el CODIGRAM en cuanto a las bases del concurso y a la convocatoria de los miembros colegiados, patrocinado y auspiciado por BANCOMEXT otorgando un monto de cuarenta millones de pesos; correspondiendo 10 millones al CODIGRAM y treinta al ganador del primer lugar. Para este concurso se otorgaron tres meses de plazo para preparar las participaciones, al final de los cuales se recibieron 42 trabajos realizados por 26 diseñadores de toda la República; el jurado lo formaron cinco entidades diferentes con voz y voto integradas por un representante de la SECOFI, del Consejo Empresarial Mexicano para Asuntos Internacionales (CEMAI), del Consejo Coordinador Empresarial, del CODIGRAM y del propio BANCOMEXT; el resultado fue satisfactorio y en una ceremonia de premiación en estas instalaciones y con la presencia del Oficial Mayor de la propia SECOFI y del Director Adjunto de BANCOMEXT se entregaron los respectivos reconocimientos. El primer lugar correspondió al Diseñador Industrial Eduardo Francisco Malanco Zamora y como parte de la decisión del mismo jurado, se acordó dar un segundo lugar y cinco menciones, dada la calidad de los trabajos presentados. Los resultados se publicaron en distintos periódicos y especialmente en la Revista "México en el Diseño".

2) Otro de los convenios con BANCOMEXT fue el convocar a la realización del Primer Directorio de Diseñadores por Especialidades con objeto de integrarlos tanto en el banco de datos de BANCOMEXT como en el de otras instituciones. La edición de dicho directorio se encuentra a cargo del diseñador Industrial Javier Bravo Ferreira, Vicepresidente de Comunicación, quien, como nos lo prometió, próximamente lo hará llegar a todos los interesados.

3) En coordinación estrecha se iniciaron las pláticas preparatorias e iniciales para la formación del Centro Mexicano de Diseño. Este proyecto a mediano plazo, se está ejecutando con la participación de varios funcionarios del propio Banco y del CODIGRAM.

Para ello, se están efectuando reuniones semanales, con objeto de realizar la primera de las etapas de todo proyecto: investigación y planteamientos primarios; más adelante se les informará a la comunidad del avance de este macroproyecto.

4) Se desarrolló un proyecto de asesoría permanente a nivel de cursos de sensibilización y motivación en materia de Diseño Industrial y Gráfico para los industriales exportadores. Dicho proyecto se llevará a cabo una vez negociado en definitiva a principios de mayo del presente año, y

5) El Banco insertará dentro de sus programas operativos internos para el próximo bienio, el apoyo, impulso y presencia de



Arturo Domínguez Macouzet



los servicios de diseño para los socios exportadores con la convicción de que el diseño es un factor determinante en la producción de servicios de exportación. Ello implica pues, un convenio y compromiso permanente en el Banco con una postura de reciprocidad para apoyos en la organización de concursos, exposiciones, congresos, seminarios, etc., en la medida de nuestras posibilidades.

Por otra parte y como consecuencia del mismo Simposium, se firmó un convenio a mediados de febrero en la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación CANACINTRA firmado por el Presidente de dicha Cámara Lic. Roberto Sánchez de la Vara y por un servidor, como Presidente del CODIGRAM, en el que se contemplaban en resumen los siguientes acuerdos:

1) La promoción y difusión del diseño industrial y gráfico por conducto de la Presidencia Nacional hacia todos sus industriales afiliados.

2) La realización de encuentros DISEÑO-EMPRESA a nivel nacional para sensibilización y motivación al recurso del diseño en todos los niveles industriales con periodicidad mensual, en las instalaciones de la Cámara.

3) Asesoría permanente por parte del CODIGRAM y sus Consejos Directivos en turno, en beneficio de la propia Cámara, sus afiliados y los miembros colegiados al CODIGRAM

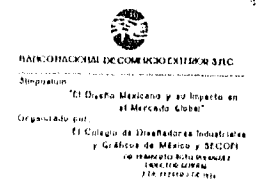
4) La Cámara proporcionará sus instalaciones para que el CODIGRAM realice, previa solicitud y disponibilidad, los eventos que considere oportunos.

Es preciso decir que este convenio está en proceso de ratificación con la nueva Presidencia de la Cámara para operarlo en cuanto esto suceda.

Fue ahí mismo (sigo en el Simposium) donde recibimos de Grupo Editorial Iberoamérica el primer ejemplar terminado del libro *Diseño Mexicano*; el cual aprovechamos para "presumirlo" con una gran satisfacción y emoción, por ser un instrumento representativo en la apreciación y conocimiento del trabajo profesional de los diseñadores mexicanos con capacidad nacional e internacional.

A invitación del Señor Embajador de Italia, Doctor Sergio Cattani, y con motivo de la misión de Confindustria de Italia en visita a México, se le entregó un ejemplar del Libro *Diseño Mexicano*, al Dr. Sergio Pinin Farina, diseñador industrial por todos nosotros conocido, en su calidad de Presidente de la Asociación de Industriales de Italia.

Para finalizar con la organización del Simposium y su trascendencia en los ámbitos públicos y privados, debo decir que ciertamente se volvió a mostrar que con convicción, decisión y trabajo en equipo, es como nosotros los diseñadores podremos demostrar que somos capaces de responder a nuestras necesidades. Una de las conclusiones de dicho evento, es que si bien es cierto que los industriales y el mundo productivo en





general, no ha identificado con plenitud lo que los diseñadores son capaces de hacer y por ello no les convoca, también es cierto que los diseñadores no hemos sabido hacer acto de presencia y con ello convencer de las cualidades que decimos tener. Esa conclusión representa evidentemente un mayor reto para nosotros los diseñadores y para el Colegio, en lo que respecta a la coordinación de los esfuerzos de participación para la promoción del diseño.

Con Nacional Financiera, se plantearon y planearon diversas acciones que debo de mencionar -mismas que en todos los casos han resultado a la fecha infructuosos-, pero que sin embargo, se realicen o no, nos queda como evidente que el Consejo Directivo fue propositivo, participativo y resolutivo en los proyectos NAFIN-CODIGRAM. Así pues, a invitación de Nacional Financiera se plantearon:

1) Se redactaron las bases y los procedimientos por parte del CODIGRAM para la realización de un Concurso Nacional de Diseño Industrial con premios por un monto de 400 millones de viejos pesos, dividido en 12 categorías.

2) Se solicitó al CODIGRAM su apoyo para la realización de un "Programa Integral de Fomento al Diseño de Productos para el Desarrollo de la Industria Nacional". Se sostuvieron entrevistas, se realizaron viajes-prueba y se recomendaron en base al Libro de Diseño a diferentes despachos de colegas. Proyecto que se encuentra en estudio.

3) Se invitó al CODIGRAM para formar parte de la Red de Consultoría en Diseño del recientemente creado Centro NAFIN para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana industria; para ello, se integraron, en base otra vez al Libro de Diseño, a diez empresas de diseñadores que a juicio de los organizadores era conveniente convocar en primera instancia; este proyecto se lleva a cabo con el discernimiento de que antes de cualquier otra cosa, el industrial lo que solicita es dinero prestado y cuando esto se resuelva, solicitará diseño; así pues, este es un proyecto aún vigente, de asistencia y apoyo por parte de los diseñadores, primeramente a Nacional financiera, como sector gubernamental y posteriormente a la micro y pequeña industria; con esa conciencia y con una posición de financiamiento y riesgo, es que los diez despachos de diseñadores que aceptaron participar en este grupo piloto de alto riesgo, se reunieron y se propusieron enfrentar el reto. En coordinación con el CODIGRAM se integraron unas listas de precios por servicios de Diseño Industrial y Gráfico, lo cual implica por sí mismo un parteaguas en el establecimiento de una nueva política en las relaciones entre los diseñadores empresarios.

Con satisfacción puedo decir que el simple hecho de proponer la elaboración de una lista de precios para utilizarse en la Red de Diseño de Centro NAFIN, era ya un gran proyecto por sí mismo, independientemente de los resultados operativos de dicha red.



Arturo Domínguez Macouzet



El CODIGRAM avalará oficialmente dicho listado, una vez experimentado en la Red de Diseño y ello servirá de punto de partida para la elaboración de aranceles de diseño, proyecto tan requerido por la comunidad; así mismo se someterá previamente a juicio y decisión de la Asamblea, en la cual ustedes lo aprobarán o no, según sea decidido.

4) Por último, y a ofrecimiento de Nacional Financiera, se acordó aceptar como sede de nuestro Segundo Congreso Nacional las instalaciones de NAFIN en Plaza Inn, el cual resultaba atractivo por la calidad y novedad de su auditorio, salones, plazas, estacionamientos, etc., y por lo conveniente de reforzar las relaciones establecidas. Fue así como en esa confianza se emitieron impresos en diferentes medios anunciando esta sede; sin embargo y por razones fuera de nuestro control, NAFIN no sostuvo dicho ofrecimiento y en conjunto el Comité Organizador se decidió regresar a la sede inicialmente propuesta. De ello se hablará más adelante.

En el mes de marzo del año pasado, recibimos una invitación del embajador de Italia a participar en un ciclo de conferencias sobre "El Diseño Industrial en Italia" dirigidas a profesionales del diseño y a industriales, con motivo de la visita a México de los diseñadores italianos en busca de un acercamiento profesional.

A invitación del Diseñador Industrial Luis Equihua, Coordinador del Centro de Investigaciones de Diseño Industrial de la UNAM, se participó en representación del gremio, en el programa empresarial PROGRESO organizado por el Banco Mexicano SOMEX en la conferencia "La Importancia del Diseño Industrial de Productos ante la Apertura Comercial"

El Departamento de Diseño Industrial, Gráfico y Textil de la Universidad Iberoamericana, organizó un ciclo de conferencias sobre el Diseño Industrial Italiano, y fue ahí mismo donde por conducto del Director del Departamento de Diseño, Tonatiuh Navarro Mastache, se nos invitó a presentar por vez primera ante alumnos de diseño, el Libro Diseño Mexicano.

A mediados del año pasado en junta de Consejo se planteó la viabilidad de organizar el Segundo Congreso Nacional de Diseño. Se analizaron a fondo las oportunidades, las características operativas, las capacidades y la dinámica organizacional con las que contaba el Octavo Consejo Directivo en ese momento, había que superar ciertas dificultades financieras y de coordinación, dado que la empresa CONMASA que nos apoyó en el primer congreso, ahora no se encontraba en condiciones de hacerlo nuevamente, se decidió a propuesta de los miembros del Consejo Directivo, apoyar la decidida y entusiasta propuesta de dos empresas de diseño, para que en una evaluación de nuestra parte, se seleccionará a una de ellas para realizar el Segundo Congreso y la Exposición de Diseño. Las empresas que presentaron sus propuestas fueron C&L Consultores en Diseño y Grupo Artefactum; saliendo seleccionada



esta última, a la cuál desde entonces le hemos confiado dicha organización, financiamiento y ejecución en representación no solamente de nuestro Colegio, sino de todo el gremio en general.

Ciertamente ésto implicaba una gran responsabilidad en cuanto a la adecuada selección, siendo que estas dos empresas además de ser de diseñadores, tienen una gran calidad, experiencia y sobre todo demostraron una gran solidaridad y convicción por lo que representa la lucha y el esfuerzo de promoción y presencia del Diseño Mexicano. Quiero pues, manifestar mi reconocimiento a estas dos empresas de diseño.

Se nombró al Dr. Oscar Salinas Flores en su calidad de Vicepresidente de Programas Especiales de nuestro Consejo directivo, como Presidente del Comité Organizador para conducir y coordinar los trabajos de organización del Segundo Congreso Nacional de Diseño Industrial y Gráfico así como la Expo Diseño/ México '93.

Estamos ciertos, los que volvemos a tener oportunidad y el privilegio de participar en una organización de esta magnitud, que nunca es suficiente el esfuerzo que se haga por lograr nuestros anhelos profesionales en beneficio de nuestras profesiones y nuestra comunidad. Estamos convencidos que en la medida en que el diseño sea valorado en su magnitud y trascendencia, en esa medida nosotros obtendremos la satisfacción y el orgullo de que pusimos nuestro granito de arena para el progreso de nuestra comunidad.

Más adelante el Diseñador Oscar Salinas nos hará un breve informe del estado actual en la organización de dicho Congreso.

A invitación de la Coordinación de Diseño Gráfico de la Universidad del Valle de México Campus Querétaro, con el evento académico denominado Tres Días de Diseño, se presentó, junto con el Diseñador Luis Almeida, una ponencia relativa a la labor del CODIGRAM en beneficio del diseño y su comunidad profesional.

A petición del Comité Organizador del Décimo Encuentro Nacional de Estudiantes de Diseño Industrial ENEDI, organizado por los estudiantes de Diseño Industrial de la Universidad de Colima, se les dio asesoría y apoyo con la recomendación de ponentes a nivel académico y profesional, que respondieran a las expectativas del propio encuentro. Con ello reafirmamos nuestra capacidad de convocatoria y de servicio

Se participó en representación del CODIGRAM a la ceremonia del primer aniversario de la Revista ¡A! edición coleccionable de Diseño Gráfico, por invitación de la empresa Tres: 16 asesores en Diseño S.C. editores de dicha revista.

A mediados del mes de junio en coordinación con Grupo Editorial Iberoamérica, se llevó a cabo en el Museo de Arte Moderno, la presentación oficial del libro: DISEÑO MEXICANO / INDUSTRIAL Y GRÁFICO. Como ustedes saben, este libro, primero en su género en México, representó un gran reto para el



Arturo Domínguez Macouzet

VII Consejo Directivo y así mismo para sus participantes, que supieron sumarse a este esfuerzo. Esta publicación muestra la calidad, capacidad y valor de ochenta y siete diseñadores mexicanos dedicados a la actividad profesional, en las áreas de Diseño Industrial y Diseño Gráfico.

Fueron convocados solamente aquellos que siendo miembros colegiados al CODIGRAM, tuvieran el nivel mínimo requerido, y con ello fueran dignos representantes del gremio en una publicación de esta magnitud.

Este libro resultó un excelente instrumento de promoción y difusión del diseño. Resultó también una herramienta de comunicación eficaz, entre autoridades públicas y privadas en cuanto a la apreciación e identificación de nuestro trabajo; propició el entendimiento entre los propios diseñadores en beneficio de ellos mismos; aportó un directorio-curriculum actualizado de diseñadores y las empresas en las que laboran; finalmente, despertó la inquietud de propios y de extraños. Desafortunadamente faltaron, sin duda, muchos colegas, sin embargo o no pudieron o no quisieron, y en cualquier de los casos demostraron poca confianza en la convocatoria; a ellos, mis consideraciones y la invitación a sumarse al próximo libro. En esta presentación en el Museo de Arte Moderno, tuvimos pues, la participación del Lic. Humberto Molina, Director Adjunto del Banco Nacional de Comercio Exterior, y del Diseñador Industrial Renato Garza quién en su discurso puso en evidencia la capacidad y decisión de unos cuantos para mostrar los caminos de crecimiento y evolución en favor de otros, y además, expresó, textualmente, que los diseñadores mexicanos "ya somos parte del paisaje de México".

Esta presentación mereció ser publicada en diferentes medios impresos, y es con ello que dimos cumplimiento a uno de nuestros propósitos más efectivos y permanentes de promoción.

Tuvimos el gusto de participar en el merecido homenaje que se rindió a nuestro estimado amigo y colega, Jesús Virchez Alanís, en la Universidad Autónoma Metropolitana Plantel Xochimilco, obsequiándosele representativamente una medalla conmemorativa de la edición de nuestro primer Libro de Diseño.

A invitación del D.I. Carlos Reinking, en su calidad de Presidente del Consejo de Diseñadores de México, A.C. QUORUM, y en Junta de Consejo, se aceptó participar con ellos en la organización, convocatoria y selección del Tercer Premio QUORUM de Diseño Gráfico. Esta decisión fue basada en la política de solidaridad, unión y respeto por las acciones que se realicen en beneficio del diseño. Sabemos que el Premio QUORUM de Diseño Gráfico es un foro de promoción de la profesión. Sabíamos que con nuestra participación directa ayudaríamos a que éste, tuviera una mayor difusión y por ende una mejor y mayor participación plural en nuestro medio. En la conciencia de servicio y sin otras pretensiones fuera de las



gremiales, fue que se les brindó nuestro apoyo; afortunadamente se lograron los objetivos perseguidos.

A mediados del mes de octubre, recibí invitación del gobierno italiano por conducto del Instituto Italiano de Comercio Exterior ICE, para asistir en representación del gremio de diseñadores a la Décimo Octava Exposición de Maquinaria y Herramienta con sede en la Ciudad de Milán, Italia.

Asistí con gusto y con la conciencia de que la convocatoria representaba en primera instancia, el respeto manifiesto a nuestra institución y a nuestra profesión.

Se aprovechó esta oportunidad. Como continuidad a nuestra labor de promoción se visitó al Diseñador Giancarlo Iliprandi, actual Presidente de ICOGRADA. Le reiteré en esa visita, nuestra intención como Asociación de diseñadores mexicanos, de organizar el Congreso de ICOGRADA INTERNACIONAL en México en el año de 1997; se mostró interesado en nuestra propuesta y ofreció proponerla en su Junta de Consejo. Dicha Junta de Consejo se realizó en la Ciudad de México a principios del mes de noviembre y en la cual fue manifestado su aceptación y beneplácito para que México pugnara junto con Hong Kong, Taiwán y Australia a dicha organización.

Por otro lado y también por decisión del Consejo, decidieron como caso excepcional condonarle al CODIGRAM sus adeudos anteriores con motivo de cuotas anuales no pagadas durante los últimos diez años. Sin duda, y de ustedes aceptar en próxima Asamblea que se convoque para dirimir esta oportunidad, la organización de una ICOGRADA en México, representa un gran reto y con ello, una gran oportunidad para nuestras profesiones y nuestra Institución.

En la oficina del Banco Nacional de Comercio Exterior en Milán, Italia, se entregaron varios ejemplares del Libro de Diseño Mexicano, para que se promoviera a sus participantes, ante los industriales y exportadores italianos.

En ese viaje, se realizó también una visita a la Sra. Mai Felip, Directora de Barcelona Centro de Diseño, con sede en la Ciudad de Barcelona, España, con objeto de compartir con ella, nuestro propósito de crear un Centro de Diseño en México, con características similares al de Barcelona; se aprovechó la oportunidad y se le entregaron varios ejemplares de nuestro libro.

Estas citas se lograron gracias al apoyo de la diseñadora Deborah Velázquez y a la intermediación del Diseñador Industrial Martín Clavé Almeida.

En el mes de noviembre y en representación del gremio colegiado, recibí una invitación a formar parte del CONSEJO ASESOR EXTERNO de la Facultad de Arquitectura de la UNAM para que junto con connotados arquitectos se realicen acciones en favor de la superación académica de dicha Facultad.

Se recibió también una invitación a participar en el Tercer Encuentro de Escuelas de Diseño Gráfico celebrado en la



Arturo Domínguez Macouzet

Universidad Anáhuac, donde se manifestó la necesidad del compromiso de los estudiantes de diseño con su próxima actividad profesional.

Se firmó un convenio de reciprocidad y coparticipación con la ENEP-ACATLÁN de la Universidad Nacional Autónoma de México representada por el Diseñador Industrial José Manuel Lira Ramos, en donde medularmente se programa intercambiar opiniones académicas y asesorías profesionales en la revisión y formulación de planes y programas de estudios en los niveles de Licenciatura, Especialización y Maestría.

Como resultado de la promoción para la creación de Colegios de Diseñadores en las ciudades de Monterrey, Guadalajara, Querétaro y Puebla, las cuales se visitaron en distintas ocasiones, obtuvimos en general magnífica respuesta y gran entusiasmo de parte de nuestros colegas del interior de la República. Finalmente están próximos a constituirse en definitiva el Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de Querétaro y el de Puebla. Solicitaron ellos mismos, ser Colegios representativos del CODIGRAM en sus respectivas ciudades, utilizando la misma imagen gráfica, basándose en nuestros Estatutos vigentes y en nuestro Código de Ética con ciertas adaptaciones locales.

Sin duda, ello representa un logro en nuestra gestión promotora y denota una madurez y unión gremial más allá de nuestros límites geográficos. Con ello, con la presencia de otros Colegios hermanos, es que podremos en un futuro cercano, crear el Consejo de Diseño contemplado en nuestros Estatutos en los artículos 26B, 26C y 26D, el cual servirá como coordinador de todas las actividades gremiales en el país.

Es pues un motivo de orgullo, el informarles que en un futuro inmediato tendremos dos Colegios hermanos: el CODIGRAQ-Querétaro y presidido por nuestro colega el Diseñador Industrial Ismael Ortiz y el CODIGRAP-Puebla presidido por el Diseñador y Perito, Luis Carlos Herrera.

Para finalizar las actividades del año de 1992 obtuvimos por parte del Banco Nacional de Comercio Exterior su apoyo definitivo para la formación del Centro Mexicano de Diseño. Ello gracias a la convicción y decisión del Lic. Humberto Molina, Director Adjunto, que supo mostrar la sensibilidad y percepción de la importancia del diseño en los procesos productivos para beneficio de la industria mexicana al servicio del país.

Por otra parte, y durante el transcurso del bienio, nos propusimos como tarea administrativa, conformar el Libro de Actas de Asambleas Ordinarias y Extraordinarias de ceremonias de cambios de Consejos Directivos y con ello protocolizarlos ante notario.

Se protocolizó también ante notario al Octavo Consejo Directivo, con lo cual obtuvimos representatividad legal notarial; ello le permitirá a los consejos sucesivos realizar con facilidad el mismo procedimiento.





Se contrataron los servicios de un despacho de contadores, para que hiciera un balance financiero y auditoría contable para actualizar en este contexto al CODIGRAM. Dicho balance arroja al mes de febrero del presente, la siguiente situación...

(...)A ello se le deberá incrementar en su momento, los ingresos que resulten como beneficio al CODIGRAM, del 15% de utilidades por la organización del Segundo Congreso Nacional y las regalías del 7% por concepto de la venta de libros de diseño.

Así mismo debo informar que en Junta de Consejo se decidió conveniente aumentar las cuotas de anualidad de \$60,000 a \$80 nuevos pesos a partir del presente año.

Es ahora y como actividad concluyente del Octavo Consejo Directivo que nos dedicaremos al Segundo Congreso Nacional de Diseño Industrial y Gráfico.

Para terminar este informe de actividades del bienio 91-92, debo manifestar una vez más ante ustedes, que la responsabilidad que nos confiaron para dirigir las actividades del gremio colegiado, las realizamos, mis compañeros y yo, con un alto sentido de servicio, con una gran conciencia de lo que ello representan y que sin haber dejado de tener momentos de angustia e insatisfacción de lo que se pudo haber hecho, nos quedamos con la tranquilidad de que lo que se hizo, se logró entregando lo mejor de nosotros.

Ustedes como depositarios y testigos de nuestro esfuerzo, juzgarán nuestro trabajo y sus resultados.

Muchas gracias."

Debemos basarnos en que como se dijo en un principio, el objetivo primordial del Colegio es la promoción y difusión, y que en el cumplimiento de este objetivo está el propiciar, coordinar y vigilar el desarrollo de los profesionistas quienes finalmente serán los mejores promotores de nuestras profesiones. Conscientes de la necesidad de promoción, durante el séptimo y octavo Consejos Directivos se establecieron y se llevaron a cabo una serie de proyectos. Algunos se hicieron realidad, y otros se quedaron en el escritorio o se hundieron en la burocracia y los baches políticos; este trabajo de Tesis de Posgrado, tiene el propósito de presentarlos como testimonio del trabajo realizado por un numeroso grupo de personas muy valiosas; pero especialmente me preocupa y por ello me ocupó, de presentar dichos proyectos con el afán -y esperanza- de que aquellos que no se pudieron llevar a la práctica, se puedan realizar en un futuro próximo. A estos proyectos y para efectos de esta presentación los llamaremos: PROYECTOS OPERATIVOS, los cuales estuvieron y deberán estar siempre, encausados principalmente a promover a los diseñadores y a difundir su trabajo profesional.



Arturo Domínguez Macouzet



Estos proyectos tuvieron en su etapa de concepción y planeación el reafirmar a los diseñadores y a sus clientes o consumidores, de la importancia capital del diseño dentro de las empresas productivas; aunado a la necesidad del cumplimiento por parte del Colegio de realizar actividades que conduzcan a la promoción y superación del diseño en México.





C1) PERITOS DISEÑADORES POR ESPECIALIDADES

El nombramiento de Peritos por especialidades resulta de capital importancia para la práctica cotidiana del diseño. No solamente estos nombramientos deben efectuarse permanente y organizadamente porque así lo disponen el Artículo 50 inciso "o" de la Ley General de Profesiones y por consiguiente el inciso "o" del Artículo 2 de los Estatutos del Colegio; sino porque su propia existencia -de los Peritos- institucionaliza y acredita la capacidad de la Asociación y junto con ello, dignifica e identifica a los profesionistas seleccionados. El solo hecho de sustentar la calidad de Perito, crea una diferencia significativa de representatividad ante el gremio, sustentada en la calidad moral; los conocimientos y el prestigio ante sus colegas, las autoridades oficiales, públicas y privadas y ante la sociedad en general.

Así pues, una de las mejores formas de sostener la oficialidad de la práctica profesional del diseño, es la existencia de Peritos por especialidades; y ellos a su vez, automáticamente en su práctica como tales, difundirán de manera legal -conforme a Derecho- y moral, la trascendencia y validez de las profesiones del diseño. Las implicaciones técnico- legales quedan demostradas cuando en medio de un conflicto entre distintas partes, se requiere de un tercero especialista en la materia que esté efectivamente reconocido y avalado por las autoridades respectivas.

En la Ley Reglamentaria del Artículo 5º Constitucional, relativo al ejercicio de las profesiones en el Distrito Federal, que data del Decreto publicado en el Diario Oficial de la federación del 26 de mayo de 1945, dentro del Capítulo VI "de los Colegios de Profesionistas" el Artículo 50 "Los Colegios de Profesionistas tendrán los siguientes propósitos" en el inciso "o" dice a la letra: "Formar listas de Peritos profesionales, por especialidades, que serán las únicas que sirvan oficialmente". Así mismo está tipificada la participación del Perito en el Reglamento de la Ley Reglamentaria del Artículo 5º Constitucional, relativo al ejercicio de las profesiones en el Distrito Federal, en su Capítulo I "Disposiciones Generales" Artículo 3º: "Las mismas condiciones deberán reunirse tratándose de nombramientos de auxiliares de la Administración de Justicia o de Peritos que dictaminen respecto de las materias..."



Arturo Domínguez Macouzet



Por lo anteriormente enunciado, en el Capítulo I "Denominación, Objeto, Domicilio, Duración y Nacionalidad" el Artículo 2. Tendrá por objeto: inciso "o" de los Estatutos del CODIGRAM dice:

o) "Fomentar listas de Peritos Diseñadores para los servicios y dictámenes oficiales".

Durante quince años de la existencia del Colegio y por razones para mí desconocidas, no se habían elaborado las listas de Peritos Diseñadores como lo indica el Estatuto. El reto fue realizar los nombramientos. Las circunstancias debían ser propicias para cuidar los aspectos de legalidad, credibilidad y operatividad de los nombramientos respectivos; de no encontrar la oportunidad adecuada y por supuesto los diseñadores idóneos, se podía correr el riesgo de desprestigiar la calidad de Perito, incluso antes de que se nombraran. Se buscaron diferentes fórmulas y posibilidades; se debió formar una comisión de evaluación del proyecto. Ante las circunstancias apremiantes en cuanto a tiempos y a las limitaciones de posibilidades de asignación, se propuso y aprobó por unanimidad del Consejo Directivo y Junta de Honor que dichas asignaciones a Primeros Peritos Diseñadores por Especialidades, fueran los mismos quienes dentro del primer Congreso Nacional de Diseño coordinaran las Mesas de Trabajo, las cuales deberían estar entonces organizadas por actividades específicas en todas las áreas de influencia dentro de la práctica profesional en México. A continuación transcribiré textualmente el documento al que se dio lectura en Asamblea General Ordinaria del CODIGRAM y en la cual, se reconocieron públicamente dichos nombramientos. Este documento fue preparado por el D.G. Enrique Fortunat Delgado en su calidad de Vocal y de Comisionado para tal efecto:

"El Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, A.C., mediante el VII Consejo Directivo y Junta de Honor, en cumplimiento con lo establecido tanto en el artículo 50 inciso "o" de la Ley General de Profesiones, como en el artículo 2º inciso "o" de los estatutos vigentes del CODIGRAM -en los cuales queda enunciado, como uno de los propósitos de éste: el fomentar listas de Peritos Profesionales por especialidades que serán las únicas que sirvan oficialmente-, ha nombrado a los primeros Peritos Profesionales por especialidades que en materia de diseño, este Colegio reconoce.

Es menester en consecuencia, hacer patente la importancia que este hecho tiene en la vida tanto del Colegio al que servimos, como en la de los distinguidos colegas a quienes hoy honramos.

En primer lugar haremos un breve acercamiento a la

PROYECTOS OPERATIVOS DE PROMOCIÓN



18



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



personalidad legal y social de un perito. Para los términos de esta exposición, condensaremos lo que en materia de Derecho Procesal y Civil se entiende por Perito, en una sola, pero esperemos, clara definición.

"Perito es quien por razón de sus conocimientos especiales que sobre una ciencia, oficio, arte o profesión y en virtud de su prestigio ético en el ejercicio de la misma, el Estado reconoce como capacitado para emitir dictamen; siendo el dictamen, a su vez, un juicio técnico sobre acontecimientos, situaciones u objetos relacionados con la materia de controversia durante el proceso".

Inferimos de aquí que el Perito es, entonces, aquella persona a quien el Estado reconoce el saber en algún área específica del conocimiento, es decir, el perito es portavoz de la sociedad y en quien ésta deposita su confianza al reconocerlo como poseedor de los más altos valores tanto éticos, como científicos, teóricos y prácticos del conocimiento que representa, y por ello, la capacidad para aportar los conocimientos suficientes para que un Juzgado u Organismo Jurisdiccional forme criterio y emita juicio acerca de un asunto en particular; la regla general es que esto se haga por escrito, debiendo estar fundamentada y motivada en los elementos de conocimiento en cuestión dicha aportación, la cual es denominada "dictamen", mismo que deberá ser rectificado ante el Juez.

El perito es un auxiliar en la administración de Justicia, y es ésta su responsabilidad ante la ley y la sociedad.

Ahora bien, siendo los Colegios de Profesionistas los órganos que agrupan, representan, regulan, norman, e impulsan a los profesionales de una actividad, tanto como a la actividad misma, y teniendo como el primero de sus objetivos la "Vigilancia del ejercicio profesional con objeto de que éste se realice dentro del más alto plano legal y moral" (artículo 50, inciso "a", de la Ley General de Profesiones) son, luego, depositarios de los más altos valores tanto éticos como cognoscitivos de una profesión u oficio, y son, en éstos mismos términos, los más capacitados para reconocer y nombrar a aquellos de sus agremiados en quienes dichos valores se han hecho patentes a lo largo de sus trayectorias como profesionales; capacidad que la ley les confiere en el inciso "o" del mismo artículo 50 de la Ley General de Profesiones.

El CODIGRAM asume hoy el compromiso que esto representa.

El mecanismo de selección utilizado para el nombramiento de estos Primeros Peritos Diseñadores por especialidades fue el siguiente:



Arturo Domínguez Macouzet

Durante los trabajos de preparación para el primer Congreso Nacional de diseño Industrial y Gráfico, el cual se llevó a cabo del 20 al 23 de febrero del año en curso en esta ciudad, tanto distinguidos profesionistas como el VII Consejo Directivo de este Colegio, eligieron a 60 de los a su juicio, más connotados Diseñadores tanto Industriales como Gráficos del país. De entre éstos, un grupo de veinte fueron requeridos para la organización y coordinación de las Mesas de Trabajo durante el Congreso, en aquellas áreas donde, en virtud de su capacidad y trayectoria, pudieran mejor servir a los objetivos de análisis y superación de la calidad de la práctica profesional.

Doce Diseñadores, finalmente aceptaron y cumplieron con la labor, dedicando tiempo y esfuerzo a lo largo de diez meses en la preparación y a la postre, ejecución de este trabajo de utilidad para todo el gremio.

En consecuencia y atención a su trayectoria y vocación de servicio este VII Consejo Directivo y Junta de Honor, resolvió honrarles con el nombramiento de Peritos Diseñadores en las especialidades que desarrollaron en las mesas de trabajo durante el congreso.

Posterior a la aprobación y protocolización ante Notario Público de estos nombramientos, se boletinarán a: la Suprema Corte de Justicia de la Nación, los Tribunales Superiores de Justicia del Distrito Federal y de todas las entidades federativas; Procuraduría General de la República y Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal y los Estados, al Tribunal Fiscal de la Federación y Tribunales Económico-administrativos de los Estados; Secretaría de Trabajo y Juntas locales de Conciliación y Arbitraje de los estados. También, se deberá gestionar que algunos de los peritos designados, obtengan el reconocimiento y nombramiento de Peritos oficiales.

Cabe aclarar ahora que con fundamento en los artículos 144 del Código Federal de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal, y en razón de estar abriendo áreas de peritaje, colegas Diseñadores no titulados en diseño, recibirán el nombramiento. Cito ahora el contenido de los artículos aludidos: "Los peritos deben tener título en la ciencia o arte a que pertenezca el punto sobre que ha de oírse su parecer, si la profesión o el arte estuvieran legalmente reglamentados".

"Si la profesión o el arte no estuvieran legalmente reglamentados, o estándolo, no hubiera peritos en el lugar, podrán ser nombradas cualesquiera personas entendidas, aún cuando no tengan título". Pudiendo ocurrir esto nuevamente sólo en las circunstancias en que ahora suceden, es decir, que los colegas





Diseñadores no titulados sólo podrán acceder al nombramiento de Perito Diseñador por el Colegio, cuando no haya antecedente alguno de nombramiento en la especialidad por la que se solicite el nombramiento.

Concluidas éstas consideraciones me es ahora muy grato el dar a conocer a esta H. Asamblea a los colegas distinguidos para recibir el honroso nombramiento de Peritos Diseñadores por especialidades.

Recibirán de manos del Diseñador Industrial Arturo Domínguez Macouzet, Presidente del VII Consejo Directivo del CODIGRAM, dicho nombramiento.

Ellos son:

** Gabriel Simón Sol, como Perito Diseñador en la especialidad de Mobiliario.*

** José Luis Alegría Formoso, como Perito Diseñador en la especialidad de Vehículos de Transporte.*

** Luis Almeida Herrera, como Perito Diseñador en la especialidad de Comunicación Gráfica.*

** Luis Rodríguez Morales, como Perito Diseñador en la especialidad de Electrodomésticos.*

** Marcela Gutiérrez Arreguín, como Perito Diseñador en la especialidad de Diseño Textil.*

** Héctor Rivero Borrel, como Perito Diseñador en la especialidad de Museografía.*

** Luis Soto Walls, como Perito Diseñador en la especialidad de Equipo Médico.*

** Carlos Trillas Salazar, como Perito Diseñador en la especialidad de Diseño Editorial.*

** José Antonio Mijares Reyes Spíndola, como Perito Diseñador en la especialidad de Computación aplicada al Diseño.*

** Angel Grosso Sandoval, como Perito Diseñador en la especialidad de Maquinaria y Herramienta.*

** Luis Carlos Herrera G. de V., como Perito Diseñador en la especialidad de Envase y Embalaje.*

** Fernando Martín Juez, como Perito Diseñador en la especialidad de Diseño Artesanal.*

Por último nos resta sólo el adherirnos a la felicitación que merecen al haber alcanzado tan alto grado de responsabilidad como representantes, desde ahora, de los más altos ideales de nuestra profesión, y con la seguridad de que el mayor de los éxitos en ésta nueva etapa de su vida profesional acompañará su desempeño.



Muchas Gracias."

Arturo Domínguez Macouzet

Fue así como surgieron los doce primeros Peritos Diseñadores bajo la consigna de ser los pioneros en la materia dentro de su profesión. La selección de los coordinadores de Mesas dentro del Congreso debía hacerse con cierto cuidado dada su trascendencia. La justificación estaba clara y transparente, se seleccionaron a doce colegas quienes durante el transcurso de casi un año, deberían de trabajar en la preparación de sus Mesas según sus especialidades lo cual les daba por sí mismo una distinción; de cualquier forma, había que sujetarse a ciertas reglas de selección como experiencia, reconocimiento profesional y/o docente, miembros del Colegio y evidentemente dominio de la materia para la cual estaban siendo seleccionados.

Ciertamente no fue el método más ortodoxo e ideal en términos de demostración por currículum, pruebas de oposición, capacidad, etc. como quizá pudo haberse implementado, sin embargo, se dio inicio a un status dentro del gremio que anteriormente no existía y que abrió en un momento oportuno para las promociones que se estaban realizando una imagen más sólida y un factor de mayor confianza y credibilidad, tanto para el CODIGRAM como para el gremio de diseñadores en general. Seguramente será motivo más adelante de análisis para los procedimientos de selección de candidatos a Peritos, y estos deberán ser en primera instancia responsabilidad o por lo menos iniciativa de alguno o algunos de los Peritos actuales, o en tal caso, deberá ser motivo de alguna Comisión dentro del Colegio.

Debo proponer, sin embargo, algunos procedimientos que pudieran normatizarse dentro del CODIGRAM para la selección de Peritos Diseñadores por Especialidades:

-En primera instancia considero que debería formarse una "Comisión de Evaluación y Nombramientos de Peritos Diseñadores por Especialidades", formado particularmente por un mínimo del 50% más uno de los primeros doce Peritos diseñadores; es decir que la Comisión para operar, deberá estar integrada por lo menos por siete Peritos diseñadores. Dicha Comisión deberá elaborar el reglamento donde se especifiquen con claridad -incluyendo el costo de los servicios- las condiciones y requisitos para solicitar dicho nombramiento. Así mismo, deberán definirse las áreas o especialidades por las que se podrán optar; éstas tendrán que estar claramente diferenciadas entre los diseñadores gráficos y los diseñadores industriales.

Tendrá que determinarse -en el futuro- la vigencia de los nombramientos y sus requisitos para refrendo. Deberán de implementarse diferentes documentos como solicitudes, cuestionarios, requisitos, reglamentos, nombramientos,





credenciales, etc.; se deberán de editar directorios donde aparezcan con claridad los generales y la información de los campos de acción e influencia de las especialidades respectivas, con objeto de informar y promover las actividades del diseñador y sus implicaciones para con la sociedad, ante las autoridades judiciales y administrativas, como al público en general.

C2) FORMACIÓN DE CENTROS DE DISEÑO

En páginas anteriores, se mencionó que durante la Ceremonia de Inauguración del Primer Congreso Nacional de Diseño, realizado en el Colegio de Ingenieros Civiles de México, A.C. en el mes de febrero de 1990, en el discurso que pronuncié en mi calidad de presidente del VII Consejo directivo del CODIGRAM, mencioné en la última parte lo siguiente:

"... Me gustaría presentar a ustedes ahora, una propuesta, para que se convierta en compromiso colectivo:

La creación de un CENTRO NACIONAL DE DISEÑO dedicado a la difusión y enlace entre industria, gobierno, diseñadores, escuelas, comercio y consumidores.

Un espacio de estímulo y apoyo al diseñador; bolsa de trabajo, centro de información y biblioteca.

Una sede para el Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, que nos reúna y sea el vértice de un proyecto nacional de divulgación y fomento del diseño..."

Fue así como se dió comienzo a un propósito de alta envergadura. Se consideró por ese entonces, que era un proyecto con un alto grado de dificultad pero de gran trascendencia; se consideró también que la puesta en marcha de un proyecto de esta naturaleza, llevaría a las profesiones de diseño industrial y gráfico a un estado de promoción y difusión permanentes entre los medios productivos y comerciales, los cuales son el objetivo primario de la profesión.

La consecución de este propósito, traía consigo la necesidad de una gran capacidad de convocatoria y de organización tanto del Colegio, de las instituciones de enseñanza del diseño como



Arturo Domínguez Macouzet



de los diseñadores en general. Demostraríamos nuestra voluntad de integración y coherencia gremial, cuando por este objetivo se unieran todas las Asociaciones de México y sus respectivos representantes. Se pondría a prueba la vigencia de muchas de las Asociaciones que siguen registradas como tales, pero que no operan desde hace muchos años, o por lo menos no lo han demostrado. Se elevaría la auto-estima y valoración externa del diseñador y su trabajo como factor de desarrollo y producción, a través de una institución con el nivel de un Centro de Diseño. México demostraría ante el mundo exterior su capacidad de organización y voluntad política, tanto de sus sectores públicos como los empresariales, hacia la modernización industrial y de comercio, impulsando el desarrollo y profesionalización de nuevos productos con características altamente competitivas desde la forma, hasta la técnica y su mercadeo.

Para ello, nos trazamos un plan de actividades que en primer término, indicaban la necesidad de promover la idea entre funcionarios de los sectores público y privado. La agenda exigía tratar de acceder a la SECOFI, a NAFINSA, a CANACINTRA, a CONCANACO, etc., a las Universidades como cabezas de sector en términos de influencia interna, y como complemento a BANCOMEXT como factibilidad hacia el exterior (aún a sabiendas que la participación del Banco pudiera estar más difícil dada su relación con empresas de productos exitosos -con nivel de exportación- y por ello subestimar la participación del diseño dentro de ellas).

Así pues, se realizaron diferentes entrevistas con funcionarios de las dependencias mencionadas teniendo como resultado inicial, un rechazo a la propuesta por ignorar los fundamentos del planteamiento en cuanto a su implementación y repercusión -necesidad real- del proyecto en la industria y el comercio nacionales. Su principal problema era entender cual es la actividad de los diseñadores; querían ver folletos, catálogos, fotos de trabajos reales y de beneficio colectivo como para poder en un momento dado, entender el planteamiento y con ello, justificar la posible inversión.

Para ello se implementaron dos instrumentos. En primer lugar, se estructuró un proyecto para la edición del LIBRO: DISEÑO MEXICANO / INDUSTRIAL Y GRÁFICO. Este libro sería el primero en México en cuanto a su género, por estar compuesto modularmente de fotografías y reproducciones a color de trabajos de diseño de productos y de comunicación gráfica, realizado por diseñadores mexicanos dentro o fuera del país; con el propósito principal, como se dijo anteriormente, de obtener un producto con el cual se pudiera promover y demostrar el trabajo y la calidad del diseñador profesional; este mismo instrumento fungiría,



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*

ESTA TAPA NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA



complementariamente, como una herramienta de publicidad para cada integrante del libro; serviría de directorio y le daría mayor credibilidad en su organización y capacidad de convocatoria al CODIGRAM. Derramaría pues, muchos beneficios a la comunidad. Afortunadamente este proyecto se hizo realidad y salió a la venta a mediados de 1991 y sin duda cumplió su cometido. Este tema será tratado con mayor amplitud en el capítulo respectivo.

Por otra parte se elaboró un documento que cumpliera el cometido de manifiesto o de comunicado dirigido a funcionarios y distintas autoridades que estuvieran dispuestos a escuchar nuestros argumentos. A dicho documento se le denominó: "*Documento Preparatorio para la creación del Centro Mexicano de Diseño*". Cabe aclarar que se le cambió de denominación -mexicano por nacional- para evitar confusiones con posibles propuestas anteriores. El documento, que transcribiré a continuación y que fue elaborado en mayo de 1990, forma parte de una serie de escritos y propuestas que se ventilaron e hicieron llegar a funcionarios de diferentes instituciones y que estaban estructurados -los documentos- según las inquietudes de cada uno de ellos; la intención fue simplemente adaptarse a las circunstancias con el objeto de conseguir nuestro propósito:

DOCUMENTO PREPARATORIO PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO MEXICANO DE DISEÑO

"ANTECEDENTES

Prácticamente todos los países industrializados y otros en vías de desarrollo, cuentan con un Centro de Diseño con el objeto de fomentar, promover y estimular la creación de objetos que satisfagan las necesidades de su población y por este camino participar competitivamente en los mercados internacionales.

Países como Alemania, Inglaterra, Dinamarca, Finlandia, Francia, España, Estados Unidos, Japón, etc., cuentan con uno o varios Centros de Diseño desde hace por lo menos, 15 años; sus gobiernos junto con la iniciativa privada, sectores comerciales, bancarios y diversas cámaras industriales entre otros organismos confiaron plenamente en el diseño y sus profesionales.

Los resultados si bien es cierto, no se manifestaron de inmediato, se materializaban durante los tres primeros años, que era el tiempo en que tanto los diseñadores, como los industriales y sus gobiernos, invertían para acoplarse y convencerse de las grandes ventajas que con este tipo de Centros, obtenían los



Arturo Domínguez Macouzet



sectores productivos y comerciales y por ende su comunidad.

México tuvo su oportunidad: orillado por las necesidades industriales y artesanales y el fuerte impulso que dio el gobierno a la exportación, se creó dentro del Instituto Mexicano de Comercio Exterior, un Centro de Diseño, realizando de 1971 a 1976 una diversidad de diseños en apoyo a la productividad nacional. Dicho Centro del IMCE, es el único antecedente en Latinoamérica relativo a la visualización gubernamental de confiar en manos de los diseñadores profesionales la creación de los objetos.

Los Centros de Diseño han generado invariablemente, desarrollo y solidez económica en los núcleos de población donde se han instalado; han desarrollado por otro lado, fuentes de trabajo y especializaciones laborales que antes no se habían contemplado y por consecuencia han dado la oportunidad de demostrar el potencial creativo de los diseñadores y productores, así como el fortalecimiento político al mejorar las condiciones de vida y satisfactores sociales por el camino de los objetos, producto del diseño industrial y gráfico.

Por lo anterior el Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, A.C., propone ahora la creación del Centro Mexicano de Diseño.

Dicha propuesta se hizo pública y oficial en el mes de febrero del presente año, durante la ceremonia de inauguración del Primer Congreso Nacional de Diseño Industrial y Gráfico, y la EXPODISEÑO MÉXICO'90, organizados por el CODIGRAM, ante autoridades gubernamentales y de la iniciativa privada.

OBJETIVOS

Se pretende la creación del Centro Mexicano de Diseño que funja como una Asociación civil no lucrativa, que apoye el desarrollo tecnológico, científico, académico, industrial y comercial en relación al diseño industrial y gráfico, con el fin de elevar el nivel de diseño de los bienes de consumo producidos en el país, y contribuir de este modo a mejorar la calidad de la vida, tanto en los aspectos culturales como en los socio-económicos.

- Que funcione bajo los lineamientos y premisas establecidas por las leyes mexicanas con intervención del gobierno, de la iniciativa privada y de otras entidades afines al medio.

- Que programe, organice y promueva el buen diseño; implicando con ello la calidad inherente y la satisfacción de las necesidades internas tanto de producción como de comercialización.



Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995



- Que desarrolle y proponga productos y/o procesos industriales que alienten e incentiven el mercado de exportación propiciando con ello la competitividad de nuestros productos y servicios.

- Que enlace, en función de los objetivos anteriores, a los centros de enseñanza y los centros de investigación con los profesionales del diseño, la industria o sector productivo, el comercio o centro de distribución y finalmente con el consumidor o usuario.

- Que sea un organismo asesor para el gobierno y su industria Paraestatal, la industria en general y el comercio en lo que respecta a la investigación, aplicación, normas, usos y desarrollo del diseño, en sus diferentes especialidades profesionales.

- Que realice dentro del más alto nivel profesional, actividades como: actualización y capacitación; exposiciones temporales y/o permanentes; congresos y seminarios; comercialización y venta de productos y/o servicios que a éste le confíen; reconocimiento o premios de buen diseño y calidad, etc.

- Que frene en lo posible la salida de profesionales del diseño que buscan mejores oportunidades en otros países y a su vez limite la fuga de capitales nacionales por concepto de adquisición de diseños extranjeros, pago de regalías y por contratación de diseñadores de otros países.

- Que atienda e impulse el desarrollo de los diseñadores en sus diferentes especialidades profesionales a través de: banco de datos, biblioteca, bolsa de trabajo, libros, publicaciones, materiales, equipo y herramientas de trabajo, etc.

- Que atienda e impulse la investigación y la formación de los futuros diseñadores mexicanos a través del desarrollo de materiales didácticos, asesoría, apoyo a las instituciones de educación relacionadas al diseño; motivación a la investigación en todas las áreas del diseño a través de premios, concursos, becas, publicaciones, conferencias, visitas, etc.

- Que se generen y fomenten las relaciones con Centros de Diseño de otros países, para mantenerse informados y actualizados, y fomenten el intercambio técnico-cultural.

- Que en base a las aportaciones en especie y/o en dinero inicie sus actividades, y de su actividad permanente resulte una autonomía financiera operativa.

- Que el Centro tenga carácter meramente organizativo y promotor y no ejecutor de trabajos directos de diseño para evitar la competencia desleal entre el gremio de diseñadores.

NECESIDADES

En términos generales para que un Centro de Diseño en México opere adecuadamente en cumplimiento de sus objetivos, básicamente debe contar con los siguientes recursos:



Arturo Domínguez Macouzet



a) **FINANCIAMIENTO ECONÓMICO.**

Se pretende obtener recursos económicos, de las aportaciones que realicen proporcionalmente el sector gobierno: el D.D.F., las Secretarías de Estado, SECOFI, SEDUE, SEP, SEMIP, PESCA, SARH, entre otras. El sector industrial, por su carácter y necesidades. El comercio que será directamente beneficiado, así como los diseñadores, por su presencia fundamental.

Lo anterior estaría vigilado por un órgano rector que sería un Consejo Directivo formado por destacadas personalidades de la industria, del comercio, del gobierno y de la educación del diseño, para que aparte de vigilar que el Centro cumpla con sus funciones, busque los medios económicos para la operación y formación del patrimonio del mismo.

b) **SEDE.**

Las personalidades que anteriormente se citaron, deberán preocuparse para que las instalaciones del Centro sean las más operativas posible. Se pretende también, que tenga domicilio en la Ciudad de México, por razones obvias de captación y distribución de servicios.

El lugar sede, deberá, para su buen funcionamiento contener los siguientes servicios:

- Oficinas.
- Biblioteca.
- Sala de exhibiciones.
- Sala de ventas y consultoría.
- Servicios generales.

Paralelamente a ello la sede del Centro lo será también del CODIGRAM, Institución oficial representativa del gremio de diseñadores profesionales.

Sectores a atender:

- Gobierno, como participante directo en la producción de bienes de consumo, rector en lo referente a las decisiones que afectan a la comunidad.

- Industria y comercio nacionales, como demandantes de servicios de diseño y originadores de objetos útiles.

- Consumidores, como usuarios de los objetos concebidos por los diseñadores, producidos por la industria y distribuidos por el comercio.

- Instituciones educativas, como formadores de los especialistas en diseño que habrán de desarrollar la futura cultura material mexicana.

- Gremio de diseñadores, como demandantes de capacitación y promoción y desarrollo de la profesión.

Servicios a ofrecer para cada sector:





GOBIERNO

- Asesoría recíproca.
- Generación de normas y reglamentos que lleven a mejorar la calidad de los servicios y objetos propios de diseño industrial y gráfico.
- Definición por "prioridades" de necesidades de productos.
- Banco de datos de profesionistas por especialidades.
- Conferencias y exhibiciones de logros del sector.
- Servicio de peritaje en caso de disputas entre comercio, industrias y/o consumidor referentes a la calidad de diseño.

INDUSTRIA Y COMERCIO.

- Banco de datos de diseñadores por nivel y especialidad.
- Centro de exhibición de objetos producidos.
- Certificación de "buen diseño mexicano" como apoyo a la industria y el comercio.
- Biblioteca.

CONSUMIDORES.

- Difusión de objetos de diseño.
- Certificación de "buen diseño mexicano" como garantía del cuidado que se ha prestado al desarrollo de productos.
- Tienda de objetos de "buen diseño mexicano".
- Librería.
- Biblioteca.

INSTITUCIONES.

- Conferencias de orientación y apoyo para estudiantes de diseño.
- Biblioteca.
- Librería.
- Banco de datos sobre tecnología y materiales disponibles en México.
- Tienda de artículos especializados para diseñadores.
- Exhibiciones.

GREMIO DE DISEÑADORES.

- Bolsa de trabajo.
- Banco de datos sobre tecnología y materiales disponibles en México.
- Tienda de artículos especializados para diseñadores.
- Biblioteca.
- Librería.
- Auditorio.
- Sistema de Educación Continua (cursos, seminarios, etc.)
- Concursos y exhibiciones.



Arturo Domínguez Macouzet

CONCLUSIONES

Se realizó este documento con la firme convicción de que el



diseño, es la mejor opción para elevar el nivel y la calidad de los productos, y por consiguiente la condición de vida de los mexicanos.

El fomento al diseño mexicano, coadyuvará a robustecer la economía de nuestro país dándole una identidad y carácter a los productos, para poder competir en los mercados nacionales e internacionales, con mayor presencia y dignidad.

Estamos ciertos que al apostar por el diseño, se generan más y mejores fuentes de trabajo y mayores beneficios para la industria, el comercio y el consumidor; se forman criterios, normas actitudes más justas y equitativas es, finalmente el diseño: UNA HERRAMIENTA DE PROGRESO".

El documento anterior, evidentemente fue suscrito por un grupo de Colegas diseñadores miembros del CODIGRAM[®]. Existía de parte de muchos colegas, un beneplácito y expectativas favorables en apoyo a la iniciativa. En complemento a las visitas personales, se envió a distintos destinos internacionales correspondencia para la difusión del proyecto y se entablaron diferentes reuniones entre miembros colegiados con el propósito de alimentar con ideas, propuestas y experiencias, a los razonamientos ya planteados; pero sobre todo, las reuniones estaban encausadas a no dejar caer los ánimos, a motivar la inventiva y a superar los obstáculos que continuamente se nos presentaron.

A mediados de 1992 y con el propósito principal de promover la participación de BANCOMEXT en el Primer Simposium Nacional de diseño Industrial y gráfico que se organizó con la participación solidaria y en las instalaciones de la SECOFI, se les propuso y se les participó del proyecto del Colegio para la creación del Centro de Diseño; afortunadamente y después de tres Directores Generales a quienes se les planteó dicho proyecto, entendieron y aceptaron la implementación del proyecto; desafortunadamente su puesta en marcha estuvo demasiado controvertida. Primero, se contrató al Barcelona Centro de Diseño como asesor en la ejecución del proyecto. Por otra parte, por intereses personales y compromisos políticos se escuchó a otras Asociaciones de diseñadores, haciendo a un lado al CODIGRAM, lo cual propició una confusión y un descontrol en la apreciación de la confiabilidad, de quienes habían promovido originalmente y en más de ciento veinte reuniones durante tres años y medio de trabajo, la realización de un Centro al servicio del diseño, de la industria y del comercio mexicanos.

A continuación, transcribiré el planteamiento estructural que se realizó en Agosto de 1992, para el Lic. Humberto Molina, a





partir de una solicitud de él, en cuanto a la posible operatividad futura del Centro:

*BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR
ATN: LIC. HUMBERTO MOLINA MEDINA
Director General Adjunto de Promoción
Estimado Lic. Molina:*

"...La presente tiene por objeto responder lo más acertadamente posible los cuestionamientos que me solicitaste con respecto a la creación del Centro Mexicano de Diseño (CMD).

En primera instancia, debo confesar que no todos los detalles están resueltos o siquiera planteados, puesto que en la medida en que se realice una primera investigación y análisis de Centros similares en otros países, nos daremos cuenta con mayor claridad de la operación a detalle de un Centro de diseño, sus servicios, instalaciones y funciones, para que interpretados y traducidos a nuestras necesidades, lo podamos implantar aquí en México.

Sin embargo el proyecto por nosotros planteado y en respuesta a tus preguntas sería de la siguiente manera, con la convicción de que si tú tienes algo que aportar y sugerir según tu propia experiencia, por favor hazlo; porque finalmente tiene que ser un proyecto compartido y madurado con diferentes opiniones y filosofías para servicio de nuestra comunidad creativa-productiva.

1. SERVICIOS QUE PRESTARÍA EL CMD:

En primera instancia y como función primordial, sería promotor y enlace. PROMOTOR del Diseño, como actividad profesional y punto de partida de cualquier proceso productivo, estético, funcional y económico, para elevar la calidad de los productos y con ello propiciar el comercio interno y externo, cuidando el aspecto económico; y ENLACE entre los sectores que requieran de los servicios de diseño, los diseñadores profesionales y el área de docencia como sector de formación y retroalimentación.

Fungiría además como asesor del gobierno y la iniciativa privada, en programas para implementar servicios tales como escuelas, laboratorios, hospitales, centros de recreación, etc.; en proyectos de inversión para desarrollos como turismo, salud, transporte, etc.; en asesoría para implementar normas de construcción y uso, en diferentes ámbitos como mobiliario urbano (por ejemplo: rampas, semáforos, señalamientos y otros accesorios para minusválidos, ancianos, niños, etc.), lineamientos ecológicos y de conservación de programas como señalización de rutas e implementos para el uso de la bicicleta, caminata,



Arturo Domínguez Macouzet



etc.; la organización de eventos de promoción de nuevos productos y/o servicios que otorguen cualquier industria, cámara, Secretaría de Estado, o investigación docente, relativa al lanzamiento y aplicación de programas v.gr.: programa del uso adecuado del agua en la Cd. de México, el uso (desde el diseño) de los sanitarios de 6 litros, etc., (programas que por cierto todavía se les asignan a entidades federativas o descentralizadas o alguna otra que por desgracia se ahogan en circunstancias políticas, presupuestarias y de eficiencia que impiden que proyectos de suma importancia para la sociedad no se lleven a cabo) la coordinación y organización de exposiciones, seminarios, ponencias, cursos, mesas redondas, capacitación, concursos, congresos, Simposios, etc., tanto permanentes como temporales, dirigido a las entidades de diseño, industria, comercio y académico: venta de artículos exclusivos, carteles, libros, folletos, etc.

Biblioteca de consulta y archivo tanto electrónico como tradicional; establecer un Premio Nacional de Diseño de productos para exportación; que establezca una bolsa de trabajo con carácter permanente para diseñadores, como para otras disciplinas afines para el desarrollo de proyectos, etc., que promueva becas para estudios en el extranjero, e intercambios técnicos para la actualización permanente del CMD con otros similares; y que desarrolle otros centros regionales con carácter subsidiario para eficientar los servicios anteriores a todo el país; y que actualice e impulse las técnicas así como los recursos de la producción artesanal, como algo que resulta indispensable en la identificación artística y comercial de la producción mexicana.

Crearía además un directorio permanente de diseñadores miembros así como de empresas e instituciones interesadas en sus servicios y por otra parte uno de proveedores de la industria y del comercio.

Sería además tramitador de patentes ante SECOFI y notificador de reglamentos y demás avisos oficiales.

El CMD generaría y propiciaría el desarrollo de diseñadores y productores en especialidades que hagan falta, por ejemplo: diseñadores y fabricantes de equipo y aparatos de rehabilitación, electrodomésticos, artículos deportivos, etc.

Deberá tener además, servicio de cafetería y una sala de proyección para presentaciones.

El CMD tendría servicio interno de diseño gráfico para consumo propio y de imagen de diferentes eventos que se desarrollen en sus instalaciones, y si estos son para beneficio de una empresa externa, se cobraría por estos mismos servicios.





Para la obtención de recursos económicos, se ha pensado en que los servicios antes mencionados tendrían un costo para quien los reciba, principalmente por: exposiciones, cursos, seminarios, conferencias, etc., áreas de comercio como tienda, librería y cafetería. Para darnos una idea, si nuestro Centro de Diseño logra tener más o menos mil quinientos metros cuadrados de exposición, se pueden cobrar por semana un promedio de cincuenta mil nuevos pesos por concepto de renta de espacio y servicios complementarios como limpieza y vigilancia; para el caso de auditorio y/o salas de conferencia, se cobraría por uso de sala por día más servicios complementarios como cocteles, sonido, proyección, vigilancia, limpieza, etc. Se cobrarían también cuotas de membresías en diferentes categorías como socios permanentes que pudieran ser instituciones y/o particulares para que reciban ciertos servicios gratuitos y otros con precios preferenciales. Cuotas por asesorías y servicios menores como uso de biblioteca y del centro de datos (listado de productos, materiales y proveedores). Se haría un folleto o publicación (tipo revista) donde se anuncien diferentes prestadores de servicios y proveedores y se les cobraría cuota por anuncio promocional.

Se venderían suscripciones o paquetes especiales a instituciones de enseñanza de diferentes niveles para capacitar a maestros o alumnos en la práctica del diseño. Se venderían servicios de capacitación y actualización a técnicos, empleados, obreros, gerentes, etc.; de procesos industriales, maquinarias, herramientas, etc. que tengan que ver con la producción de objetos e imágenes (Diseño Industrial, Diseño Gráfico y Diseño Textil). Se comprometería a los diseñadores o empresas que obtengan trabajo por medio de la promoción del CMD a que retribuyan dicha promoción con un porcentaje (v.gr.: el 3%) sobre la facturación a su cliente, además del reconocimiento como miembro del Centro (por cierto, el CMD podría albergar a una sociedad autoral de diseñadores para la protección de su actividad creativa intelectual). El Centro podría también cotizar y facturar ciertos servicios como planeación y organización de proyectos de apoyo al gobierno y/o a la iniciativa privada para manejo por ejemplo, de campañas de lanzamiento o promoción de un museo, un servicio del D.D.F, un concurso de diseño de un baño público, etc., con el compromiso de que a su vez, contratará el diseño a uno o varios despachos especialistas que realizarán el trabajo y el Centro fungirá no como diseñador, sino como coordinador.

Sin embargo, para dar comienzo se requeriría de una aportación inicial de instituciones de diversa índole como tú ya lo sugeriste, ejemplo: BANCOMEXT, Sector Bancario, Sector Empresarial, Instituciones Gubernamentales, Gobiernos de los Estados, Empresas en general, PEMEX, LANFI, NAFIN, SEGURO SOCIAL, ICA, HEWLETT PACKARD, IBM,



Arturo Domínguez Macouzet



FIDEICOMISOS, etc., por mencionar algunos nombres que me vinieron a la mente; pero en potencia creo que se podrían conseguir unas 25 a 50 empresas que aportaran en dinero o en especie, a una fundación o patronato CENTRO MEXICANO DE DISEÑO A.C. (CMD) y que fueran deducibles de impuestos o en tal caso, en un principio, vía el CODIGRAM (se pretendería que el Colegio de Diseñadores tuviera su oficina permanente dentro del Centro, como parte de los servicios al gremio).

Evidentemente y para reafirmar o completar el panorama de servicios como de ingresos, es sin duda muy importante que podamos visitar el Barcelona Centro de Diseño; considero personalmente, que puede ser más afín a nuestras circunstancias. España no hace muchos años se encontraba en una situación semejante a la nuestra por lo menos en cuanto a diseño se refiere.

2. AUTOSUFICIENCIA FINANCIERA.

El CMD debe iniciar su operación con aportaciones en dinero y en especie de diferentes organizaciones. Dichas aportaciones pueden ser a fondo perdido, a préstamos con intereses favorables, a deducción de impuestos, con compra de concesiones como librería, cafetería, manejo de áreas de exposición, etc. Estimo sin embargo que dicho Centro podría ser autosuficiente financieramente a partir del tercer año, tiempo mínimo necesario para que se consoliden y difundan adecuadamente sus servicios y se adapte el público a sus costos y beneficios.

Existe una posibilidad (se está negociando con la empresa CONMASA) de que si se consigue un terreno baldío o semibaldío (de esos que dejó el terremoto pasado) en concesión de uso o comodato por parte del D.D.F, esta empresa podría montar sin costo inicial para el Centro una nave con las instalaciones adecuadas de aproximadamente mil quinientos o dos mil metros cuadrados con mobiliario, iluminación, etc., para que por medio de un contrato de tres a cinco años, se le pague una renta de aproximadamente treinta mil nuevos pesos al mes. Dicho sea de paso, ya se platicó esto con el Sr. Camacho Solís y su auxiliar la Sra. Alejandra Moreno y desde hace dos años ofrecieron apoyarnos con alguna instalación, de lo cual hasta la fecha no se han habido resultados.

El contar con una instalación de este tipo permitiría que organizándose inmediatamente se pueda tener recursos para pagar en principio o la renta o los gastos subsecuentes como sueldos, luz, teléfonos, mantenimiento, publicidad, etc. Sin embargo sigue requiriéndose de un fondo de inicio como ayuda para subsanar los gastos de los primeros doce meses de aproximadamente un millón ochocientos nuevos pesos;



Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995



suponiendo un gasto mensual de ciento cincuenta mil nuevos pesos, para gastos fijos y con cero ingresos los primeros seis meses. para que exista un periodo de instalación y acondicionamiento.

Se necesitaria de cualquier manera un fondo de reinicio para: personal organizador y promotor (de 4 a 6 personas, Director, gerentes, secretarias y diseñadores (2)), oficina, papelería, teléfono, equipo como máquina de escribir, computadora, fax, folletería de "preventa", etc. que quizá en cuatro meses intensivos se defina y programe con exactitud el proyecto, sus alcances, objetivos, organigrama, patrocinadores, promotores, miembros honorarios, personal, proyecto arquitectónico, áreas de influencia y afluencia, etc. (esta oficina y estos recursos pueden ser dentro del propio BANCOMEXT). Realmente no conozco a detalle la experiencia de otros Centros similares. Sigue siendo importante visitar alguno.

3.- ÁREAS DE TRABAJO.

A este respecto, en respuesta a tu pregunta en cuanto a que si el Centro tendría alguna especialización en servicio como zapatos, muebles, etc. la respuesta es no. No, porque el diseño en principio, abarca todas las áreas productivas susceptibles de generar objetos y/o trabajar con imágenes, es decir en tres o dos dimensiones, o sea en todo. Sin embargo, habría con seguridad sectores que estén más necesitados y por consiguiente sensibilizados a participar con el Centro y sería así como se empezaría con ciertas especialidades, seguramente los sectores mueblera, juguetera o textil, podrían ser algunos.

4. CUANTIFICACIÓN DE REQUISITOS.

En función de los planteamientos anteriores y consciente de que se puede incurrir con facilidad en errores de apreciación sin que lo sustente un estudio con mayor detalle, enunciare cuantitativamente los siguientes requisitos:

A) Personal:

Basados en la rectoría de una junta mixta de Consejo (público-privada), representada por los sectores que invirtieron capital. La cual deberá tener un Presidente que pudiera ser electo por votación entre los integrantes o ser el propio Presidente en turno del CODIGRAM.

**Presidente del Consejo (Honorario).*

**Director General (1)*

**Subdirector (1)*

**Gerente Operativo (1)*

**Gerente Administrativo (1).*

**Secretarias (4).*

**Jefes de área (6): promoción y difusión, eventos,*



Arturo Domínguez Macouzet



concesiones (libros, cafetería, etc.), comercialización, servicios internos, relaciones públicas.

*Asesores auxiliares (8) (diseñadores, dibujantes, ingenieros, contadores, mensajeros, chofer).

*Mantenimiento (4).

*Varios (4).

TOTAL: 30 empleados.

Su nivel de experiencia deberá ser en los niveles ejecutivos, como profesionales de organización, planeación de exposiciones y eventos diversos; con experiencia en negocios de servicios y atención al público. De hecho todos los niveles de personal deberán tener experiencia en trato con público.

B) Recursos informativos.

Esta es una parte muy importante del proyecto. Una de las funciones modulares del CMD sería la de contener una extensa bibliografía de publicaciones relativas a Diseño, materiales y procesos, proveedores, consumidores, centros de informática, estudios y especializaciones, etc. de todo el mundo; debe ser el centro de acopio más importante, quizá, de América Latina. Estaría conformado por un sinnúmero de revistas de diseño industrial, gráfico y textil; también de ingeniería de producto, arquitectura y decoración; libros y publicaciones diversas. Debería de tener un acervo de muestras, prototipos, fotos, folletos o catálogos de productos, maquinaria, herramientas, herrajes y demás objetos susceptibles de ser utilizados por el diseñador y la industria misma.

Debería ser finalmente, un centro de información bibliográfica especializada en y para el Diseño, con ficheros y base de datos (misma que se pudiera comercializar).

C) Infraestructura Física:

En términos de un mínimo ideal para operar con representatividad, debemos considerar las siguientes áreas a reserva de realizar un proyecto arquitectónico en diferentes niveles y soluciones:

SERVICIOS	M2
OFICINAS ADMINISTRATIVAS	200
BIBLIOTECA	120
SALA DE EXHIBICIONES Y BODEGA	1,000
MUSEO PERMANENTE	500
SALA DE VENTA C/BODEGA	80
CAFETERÍA	200
SERVICIOS GENERALES	60
SALON USOS MULTIPLES (AUDITORIO)	200
ESTACIONAMIENTOS (50 AUTOS)	1,000

TOTAL	3,860



Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995



D) Equipo de cómputo y otros:

El equipo que se requeriría no sería muy diferente al utilizado en negocios administrativos, es decir PC's, seis en red con dos impresoras, dos Macintosh para diseño editorial y de comunicados internos, scanner e impresora láser (1). Equipo de video, proyección (diapositivas y película), acetatos, cuerpos opacos, grabadoras de carrete (2), videocassetteras (2). Cañón de video para proyecciones especiales, pantallas y equipo para proyectar audiovisuales.

Restiradores (4), equipo propio de diseño, mesas de luz, copiadoras (2), fax (2) y sistema de exposición para montajes internos, etc. Es evidente que la definición a detalle del equipamiento electrónico y mecánico para el servicio del CMD, tendría que ser consultado con especialistas en cada una de las necesidades, además de que según se tenga presupuesto o instalaciones, es como se deberían definir dichos equipos.

5. MEDIOS PARA QUE EL EMPRESARIO TENGA ACCESO AL DISEÑADOR.

A este respecto, considero que el acceso debería de ser sumamente fácil y eficiente. En primer lugar, y en base a los resultados de la promoción y publicidad, todo aquel empresario interesado en recibir servicios del CMD, deberá llenar un formato de solicitud en la que se especificará sus generales. Como razón social, domicilio, facturación actual (con objeto de ubicarlo como micro, pequeña, mediana o gran empresa), recursos instalados tanto de mano de obra como de equipo, giro, capacidad de producción, etc. y especificará lo que desea del CMD: diseñadores (diseño), promoción, capacitación, asesoría, exhibición, etc.; y con esta información el Centro podrá reencomendar a diversos diseñadores de la especialidad requerida y podrá promoverlo por medio del boletín de servicios, le podrá enviar lista de eventos, cursos, seminarios, etc. del Centro, o cualquier otra información y/o cotización que requiera (El Centro deberá desarrollar y elaborar una lista de servicios con precios aproximados para que normen criterios de inversión quienes contraten a diseñadores y para que también se normen criterios de costos quienes presten dichos servicios; así como el listado de servicios y precios del propio Centro).

Por otra parte, si algún empresario hablara o escribiera, es decir, que no se presentara personalmente en el Centro, se le informaría de estos servicios por el mismo conducto como los solicitó. Se insistiría en un folleto que con toda claridad explique la razón y las funciones del Centro.

Otra forma sería, que una vez inscrito como socio o miembro del Centro (con el pago de su cuota respectiva, la cual sería en



Arturo Domínguez Macouzet



proporción a la magnitud de la empresa) y solicitara una asesoría externa para diagnóstico y evaluación de su producto o servicio, el Centro le enviaría (de un equipo de asesores que deberá tener) un especialista en dicha área y este asesor-diseñador, de no ser el mismo quien pudiera resolverle el problema, se le recomendaría con algún despacho de diseño, entre los inscritos al Centro.

El Centro deberá dar asesoría en materia de diseño al empresario; deberá por medio de un video, explicarle con claridad la importancia del diseño y su utilidad, en cuanto a rendimientos y oportunidades; ahí mismo deberá explicarse las ventajas del Centro y sus cuotas por servicios otorgados.

6. CUOTAS.

Ciertamente, como se mencionó con anterioridad, el CMD recibirá ingresos por concepto de cuotas de socios y miembros.

La respuesta sería la siguiente, a reserva de estudiarlo con más detenimiento:

Deberán existir varias categorías de miembros.

- a) *Miembro Fundador Diseñador*
- b) *Miembro Fundador Empresario*
- c) *Miembro Fundador Gubernamental*
- d) *Miembro Fundador Institucional.*
- e) *Miembro Activo Diseñador.*
- f) *Miembro Activo Empresario.*
- g) *Miembro Activo Institucional (Público-Privado)*
- h) *Miembro Proveedor.*
- i) *Miembro Consultor.*
- j) *Miembro Servicios Complementarios (otros profesionales)*
- k) *Miembro Correspondiente (Nacional o extranjero como diseñador, empresario, proveedor...)*

Cada uno de ellos pagaría una cuota en escala diferente puesto que tendría reciprocidad diferente. Los miembros fundadores aportarían en dinero o en especie y formarían el primer cuadro en el Consejo y de ahí es donde se seleccionará a un Presidente de la Junta de Consejo (esta organización deberá estar supeditada a las sugerencias de abogados especialistas en la materia organizacional y constitutiva); y sus aportaciones no estarían definidas hasta el momento de la presentación del proyecto y serían meramente miembros honorarios.

Los miembros activos (excepción hecha quizá del sector gobierno), deberán cubrir cuotas anuales por cantidades que deberán fluctuar entre los setecientos cincuenta hasta los tres mil nuevos pesos; y con ello obtendrán el derecho a ser prioritariamente atendidos, sin que por esto se les exima de cobrarles por los servicios que requieran. Recibirán una



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



inscripción anual de la revista y/o boletín del Centro en el cual se anunciará una bolsa de trabajo, proveedores y distintas noticias relativas al gremio.

Así mismo, los otros miembros tendrían una calidad externa y deberán cubrir cuotas anuales menores, entre doscientos cincuenta hasta mil quinientos nuevos pesos, a los que se les incluirá en publicaciones y se le permitirá anunciarse internamente en el CMD con sus costos respectivos. En Asambleas semestrales todos los miembros deberán tener voz y voto con excepción de los externos (del F al K) mismos que tendrán reuniones anuales y con una comisión de representación podrían votar en las Asambleas.

Todos los servicios tendrían un costo para todos los miembros, sin excepción. Sin embargo para los miembros fundadores habrá cuotas preferenciales y prioritarias.

Para los no socios se darán precios de ventanilla y serán atendidos por evento. No serán promocionados y no podrán contratar para ellos el uso de las instalaciones como: salón de expositores, biblioteca y salas de conferencias; para ello, deberán pagar su cuota anual y cubrir los gastos que les sean requeridos.

Todos los socios fundadores deberán aportar una cantidad mínima preestablecida de libros para la biblioteca.

7. ETAPAS.

En el caso de que el proyecto deba ejecutarse en etapas, deberían ser en el siguiente orden;

- 1) Planeación definitiva y promoción en equipo interdisciplinario y en oficinas compartidas en otra institución v.gr.: BANCOMEXT.
- 2) Elaboración de papelería, folletos y demás instrumentos jurídicos y de promoción.
- 3) Elaboración de directorios y detección de necesidades por sectores.
- 4) Enlace de empresarios exportadores con diseñadores por especialidades y desarrollo de proyectos.
- 5) Exhibición de resultados (diseños).

Deberán existir conferencias permanentes de promoción y planeación.

Considero que debería hacerse un planteamiento formal y preciso para presentarlo en primera instancia a los posibles socios fundadores y con ello una vez probado y aprobado enviárselo al

81 LOS DOCUMENTOS ANTERIORES FUERON ELABORADOS CON LA PARTICIPACIÓN DE LOS SIGUIENTES DISEÑADORES: RAÚL TORRES MAYA, FERNANDO MARTÍN JUEZ, OSCAR SALINAS FLORES, LUIS ALMEIDA, RAFAEL CAL Y MAYOR LEACH, LUIS CARLOS HERRERA Y CARLOS DANIEL SOTO CURIEL.



Arturo Domínguez Macouzet

●
●
●
●
●

Presidente de la República con objeto de hacerle participe de este proyecto de orden nacional; estoy seguro que lo entendería y aceptaría.

Espero que estos planteamientos aclaren un poco más el panorama para la creación del CMD, estoy convencido y cierto de que un camino vital para el desarrollo industrial es, hoy más que nunca, el DISEÑO. Es de esperarse que una institución de este tipo propicie el crecimiento de empresas por medio de la creación de objetos e imágenes y fomente el trabajo y madurez de un pueblo altamente creativo.

Este documento, como los anteriores, está elaborado con la convicción de la oportunidad; con la certeza de que el ejercicio de la creatividad genera una habilidad productiva que propicia una mejor calidad de vida en la sociedad.

El CMD le puede dar a nuestro país esa posibilidad, la de que por medio de los objetos y su gráfica se le reconozca ahora como una cultura moderna, madura y eficaz”.

ATENTAMENTE⁸

En consecuencia y alrededor del proyecto para la creación del Centro, hubo un gran movimiento en el mundo del diseño; tanto dentro de las universidades como en las Asociaciones de diseño; se presentaron inquietudes, se manifestaron intereses y afloraron viejos complejos y naturales tendencias proselitistas. Sin embargo no todo fue negativo, algunas de las cosas buenas que se obtuvieron en estos ajetreos es por ejemplo, el documento que se envió a BANCOMEXT -el cual lo remitió al Barcelona Centro de Diseño (BCD)- relativo a la situación del diseño en México a mediados de 1993:

"El Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, A.C., en su carácter de promotor y ejecutor de las actividades gremiales relativas al ejercicio profesional del diseño industrial y el diseño gráfico, ha venido promoviendo la realización de diferentes eventos para obtener en consecuencia, la identificación y comprensión de dichas profesiones, en beneficio de nuestra industria, nuestro comercio y nuestros consumidores con carácter nacional como internacional, anteponiendo a los intereses gremiales las necesidades de nuestra sociedad.



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



Si bien es cierto que a instancias y propuesta del CODIGRAM, es que se están realizando diversas juntas y obteniendo cuantiosa documentación para la formación de lo que hemos llamado CENTRO MEXICANO DE DISEÑO, también es cierto, que sin el apoyo y determinación, visión y recursos, con los que ustedes cuentan, no sería posible organizar algo de esta magnitud.

El CODIGRAM, ha promovido la creación del Centro de Diseño desde hace más de tres años; en ustedes encontramos el apoyo institucional idóneo, es por ello, y siendo concientes de la trascendencia social y económica que resultaría el hacer realidad dicho proyecto, que anexamos al acervo de documentos ya entregados por nosotros con anterioridad, lo que nos fue solicitado, en la inteligencia de estar en la última etapa preparatoria para generar el documento final propositivo para la creación de dicho Centro.

Estamos ciertos de que se han recopilado opiniones diversas y contradictorias; sabemos que proyectos de esta naturaleza y sobre todo una vez allanado el difícil camino inicial -la venta del proyecto- es que surgirán múltiples interesados en participar con nosotros, y cada uno razonando según su propia experiencia e intereses; sin embargo, creemos que este mosaico de circunstancias y actitudes se presentarán como favorables dada la necesidad "real" del proyecto multicitado.

Sin duda sabremos respetar posiciones y mediar intereses; el CODIGRAM estará siempre en la mejor disposición para que el proyecto se lleve a cabo recurriendo cuantas veces sea necesario, a su capacidad de convocatoria gremial como resultado de la credibilidad que se ha merecido en base a los resultados obtenidos durante dieciocho años en beneficio de sus agremiados y del diseño mexicano en general; así mismo, ratificamos nuestro compromiso con ustedes, estando ciertos de que contamos dentro de nuestros agremiados con los diseñadores que tienen más calidad y experiencia y por consiguiente son quienes mejor pueden aportar a la realización de este proyecto en cuanto al ámbito de diseño se refiere".

BREVES REFLEXIONES SOBRE LA SITUACIÓN DEL DISEÑO INDUSTRIAL Y GRÁFICO EN MÉXICO

A continuación se exponen algunas reflexiones sobre la situación en la que se han visto inmersas las profesiones del diseño industrial y gráfico en nuestro país, consideradas dentro de un marco general en el ámbito productivo.



Arturo Domínguez Macouzet

La presentación es breve, ya que no se pretende analizar

exhaustivamente la situación socioeconómica, histórica, política y productiva de nuestro país en los últimos treinta años, pero sí resulta importante apuntar algunos elementos que nos permiten preveer que el esquema productivo nacional experimentará modificaciones en su raíz y que el diseño profesional es una herramienta fundamental para el progreso y el punto de partida en la concepción de productos competitivos en los mercados nacionales e internacionales.

ORÍGENES DEL DISEÑO EN MÉXICO

A principios de los años sesenta, surgieron en nuestro país dos nuevos profesionistas que ofrecían servicios novedosos en el ámbito creativo. Estos servicios fueron la configuración de objetos de consumo y la producción de objetos de apreciación visual.

El surgimiento de estas dos profesiones, respondía al interés de un grupo importante de promotores que pretendían lograr la preparación de recursos humanos adecuados, para responder a las necesidades de la industria nacional y así lograr un alto nivel de competitividad en los mercados internos y externos.

Desde hace treinta años, la idea de contar con profesionales en el diseño se vió reflejada en los planes de estudio de las universidades. Estos planes de estudios contaron con tres influencias básicas:

- Los principales promotores de estas nuevas profesiones eran arquitectos, quienes consideraban a "los diseños" como complementos importantes de su práctica profesional.
- Contaban con una fuerte carga artística visual y plástica, que hasta ese momento, se consideraba parte exclusiva del patrimonio de los arquitectos, para su aplicación profesional.
- Los modelos de la concepción europea del diseño, especialmente la inglesa, debido a que contaban con esquemas educativos en estas áreas organizados de una manera más formal y objetiva.

Estas influencias no solo configuraron las capacidades del profesional del diseño en esa época, sino que también orientaron su actividad a ciertos mercados de trabajo; por lo que en buena parte de los diseñadores industriales se dedicaron al diseño de mobiliario y exposiciones, y los gráficos al diseño de señalamientos e imagen corporativa.

Para poder plantear un análisis general sobre el surgimiento de las profesiones de diseño, hay que considerar los siguientes aspectos:





1) La propuesta para el nacimiento de estas profesiones se basaba en la convicción sobre los aspectos estratégicos que representaba la actividad del diseño dentro del sistema productivo, pero sin profundizar mucho en cuando al mercado profesional con el que se podía contar en ese momento.

2) La política económica gubernamental de esa época no favorecía la apertura comercial, sino todo lo contrario; por lo que la industria mexicana en la mayoría de sus sectores, no competía con los productos extranjeros, y ante este proteccionismo creciente los industriales no sentían la necesidad de ser competitivos tanto en el diseño, como en la calidad y en el precio de sus productos.

3) Ante el cambio constante de políticas y necesidades de la planta productiva en nuestro país, las profesiones de diseño surgen sin contar con un grupo de investigadores que permitieran una reflexión y un análisis continuo sobre su actividad y sus áreas de oportunidad dentro de la industria, por lo que las experiencias de trabajo de los egresados de las profesiones de diseño fueron evolucionando de acuerdo a un proceso de negociación individual y a las características particulares de cada cliente o empresa, tardando mucho tiempo en retroalimentar los planes de estudios originales. Aunque varias profesiones han tenido que llegar a definir su actividad en base a un proceso de negociación en el mercado de trabajo, en el caso del diseño se agudizó el fenómeno debido a lo escaso e indefinido de la demanda.

No obstante, a partir del surgimiento "de los diseños", la actividad profesional fue evolucionando de manera explosiva: el diseño gráfico empezó a impactar en mayor medida dentro del ámbito editorial y de impresos en general. El diseño industrial tuvo a su vez experiencias importantes dentro de la producción de mobiliario de oficinas, doméstico y comercial; en el área de transporte público; del sector salud; exposiciones y equipamiento urbano.

Como consecuencia inmediata, y dada la conciencia y necesidad de coordinar organizadamente la actividad creativa de los jóvenes diseñadores emergentes, es que comenzaron a surgir instancias profesionales representativas, sin dejar de contener una dosis de política gremial, en beneficio de los intereses de quienes formaban parte de dichos grupos.

A principios de los setentas, en el seno del Instituto Mexicano de Comercio Exterior, se formó el llamado Centro de Diseño, el cual pretendía apoyar fundamentalmente a los productores mexicanos de artesanías, para posibilitarles la exportación de sus objetos, asesorándolos para que pudieran



Arturo Domínguez Macouzet

ofrecer alta calidad tanto en su diseño como en su manufactura; el Centro estuvo dirigido por arquitectos, decoradores de interiores, etc. los cuales no eran profesionistas del diseño, sino promotores con capacidad directiva. Incluso, hubo extranjeros con cierta experiencia en diseño en su país de origen, bajo otra realidad y con otros intereses operativos.

Por esa misma época se forma la Asociación denominada: Diseñadores Industriales, Instituto Técnico Político Nacional, A.C., la cual formaba parte de la entonces CNOP del PRI, y que posteriormente le fue cambiado el nombre por el de Instituto Nacional de Diseñadores Industriales y Gráficos, A.C., quienes se dedican a ejecutar proyectos de diseño.

A finales del año de 1975 se funda el Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, A.C., con el objeto de reunir a los profesionales del gremio y promover la actividad del diseño como elemento base de la competitividad. El CODIGRAM es una Asociación reconocida por la Dirección General de Profesiones de la Secretaría de Educación Pública y durante sus casi dieciocho años de existencia, ha llevado a cabo diversos proyectos dentro de los cuales destacan: la organización de seminarios de actualización en las áreas de mayor impacto en la actividad profesional; la realización de dos congresos nacionales donde fueron analizados diversos aspectos sobre el ejercicio profesional y sus perspectivas futuras; la edición del primer libro de diseño mexicano con distribución nacional e internacional; la organización del simposium "El Diseño Mexicano y su Impacto en el Mercado Global" en colaboración con la SECOFI; la participación en múltiples eventos y conferencias nacionales e internacionales dentro del ámbito profesional y académico; la organización de un concurso nacional de diseño para la realización de la "Imagen Gráfica de México en Ferias y Exposiciones Internacionales de Carácter Comercial" en colaboración con BANCOMEXT; el nombramiento de peritos diseñadores por especialidades, entre otras.

En el año de 1979 se efectúa en la ciudad de México, el XI Congreso Mundial del Consejo Internacional de Sociedades de Diseño Industrial (ICSID), apoyado por el IMCE y el CODIGRAM, así como por la entonces SAHOP.

En el año 1980 se integra el Patronato Nacional de las Asociaciones de Diseño, A.C., del cual actualmente, el CODIGRAM no es miembro.

En el año 1981 se funda la Academia Mexicana de Diseño, A.C. con objeto de reunir a diseñadores con experiencia académica.





En ese mismo año se instituye el primer Posgrado en Diseño Industrial en el seno de la UNAM, en Ciudad Universitaria.

A principios de los noventas se constituye la Asociación Latinoamericana de Diseño Industrial y Gráfico/México (ALADI), de la cual el CODIGRAM es miembro constitutivo, y realiza el V Congreso Internacional de Diseño ALADI, con sede en la Cd. de México.

Como consecuencia de todas las instancias anteriormente descritas y en apoyo a una creciente necesidad de comunicación y demostración de las capacidades del diseñador profesional, y además porque resultaban "negocio" dada la cantidad de posibles suscriptores, se editan las revistas de diseño: "México en el Diseño", con marcada especialidad en diseño industrial y la revista de Diseño Gráfico jal; las cuales se encuentran actualmente en circulación.

SITUACIÓN ACTUAL DEL DISEÑO MEXICANO

El Sector Industrial en nuestro país, está conformado en buena parte por empresas micro y pequeñas cuyo capital mayoritario es nacional, y algunas grandes empresas con capitales mixtos y transnacionales. La mayoría de los bienes de capital de estas empresas son importados o armados en México por compañías que utilizan tecnologías desarrolladas en el exterior y de las cuales somos dependientes en diferente medida según el tipo de maquinaria.

Lo anterior nos lleva a suponer que ante la incapacidad o desinterés por generar tecnologías de punta, las cuales nos permitieran cierto grado de independencia en algunos campos de la producción y con ellos posicionarnos como líderes en el mercado internacional de algunos productos, se propiciaron los siguientes fenómenos:

1) La mayoría de los profesionales orientados al diseño y producción de maquinaria y equipo, como son los ingenieros mecánicos, eléctricos y electrónicos, tuvieron que modificar su actividad profesional hacia la administración y mantenimiento de equipos adquiridos en el extranjero.

2) Una alta demanda dentro del mercado profesional en las áreas administrativas y de comercio en detrimento de las áreas productivas, propiciando un desinterés por la formación y actualización de los profesionistas de éstas.

3) La adquisición de paquetes tecnológicos integrales donde se incluye la maquinaria, el herramental, el servicio y la asesoría



Arturo Domínguez Macouzet

técnica, así como los moldes de los productos adecuados a ser producidos dentro de ese paquete tecnológico, con el aparente abatimiento del costo por diseño, de dichos productos.

Ante un esquema de importación y copia de diseño de productos y un cerrado proteccionismo comercial, se propició que el industrial mexicano buscara una mayor rentabilidad de sus productos con la menor inversión posible, manteniendo en operación su maquinaria y equipo con tecnologías obsoletas que no le permitían una alta productividad y productos poco competitivos de acuerdo a los estándares internacionales, pero que sí contaban con salida comercial en nuestro país.

Actualmente las circunstancias en las que se ve inmersa la industria mexicana, son muy diferentes a las de hace apenas diez años. La globalización de los mercados a nivel mundial y la necesidad de optimizar los recursos han llevado a nuestro país a modificar sus pautas y estrategias de desarrollo.

La competitividad que puedan tener nuestros productos a corto y mediano plazo, se basarán en cuatro aspectos fundamentales:

- a) El diseño de los productos, lo cual permitirá contextualizarlos y adecuarlos de acuerdo a los mercados a los que van dirigidos.
- b) Los recursos tecnológicos con los que podamos contar para aplicarlos en la producción y en el producto.
- c) La capacidad que tengamos para preparar mano de obra calificada, lo cual resulta un factor de suma importancia junto con el control de costos.
- d) Los recursos financieros que permitan la renovación de la planta productiva y el costo de desarrollo, lanzamiento y comercialización de nuevos productos.

Al considerar al diseño como un factor determinante para la competitividad de nuestros productos, debemos entender qué es lo que ofrece esta actividad profesional, por lo que:

- El diseño de productos y el diseño gráfico, son actividades profesionales que buscan satisfacer necesidades materiales y de comunicación perfectamente identificables, a las cuales se da una respuesta integral.

- No existen "las necesidades reales del mercado" de una manera generalizada y absoluta, sino que solo contamos con interpretaciones de la demanda de grupos sociales concretos en contextos determinados y que tienden a modificarse con el paso del tiempo. El diseñador por lo tanto, es el profesional capacitado para interpretar esos requerimientos y generar una respuesta conceptual y material que le permita, al consumidor, satisfacer





sus necesidades con los productos que le ofrecen, resultado de una actividad proyectual seria.

- Aún cuando el diseñador es un especialista en el manejo de la forma, dista mucho de ser un "decorador de objetos". La actividad del diseño no se basa en lo intuitivo como elemento fundamental, sino en los aspectos operativos, funcionales, técnicos y de eficiencia del producto desde una óptica de calidad integral. Por lo tanto, el diseñador no pretende ser un "mago" que pueda aumentar la demanda de un producto por la modificación en su apariencia, si éste contiene niveles mínimos de calidad que le impiden ser competitivo.

- La capacidad de respuesta profesional de un diseñador va en relación directa a los conocimientos con los que cuenta y al grado de actualización de los mismos; los cuales le permiten proponer soluciones exitosas dentro de parámetros sólidos y no como a veces se piensa, que es a base del llamado "ingenio del mexicano", idea tan popularmente difundida y tan poco realista dentro de una estrategia de desarrollo productivo.

LA PROMOCIÓN DEL DISEÑO EN MÉXICO

Debemos partir del hecho de que la tecnología con la que debe contar nuestra planta industrial, garantice los estándares de productividad necesarios que nos permitan ser competitivos tanto en los mercados internos como externos. Por lo anterior, resulta fundamental que si se considera a la actividad del diseño como elemento importante en la competitividad del producto, al desenvolverse esta actividad en un nuevo ámbito industrial, requerirá responder a las demandas que permitan cumplir con los objetivos de productividad fijados.

El amplio conocimiento de los mercados para quienes produzcamos, tanto de sus matices culturales, operativos y perceptuales, nos permitirán atender e interpretar sus necesidades y expectativas de solución, que nos sirvan de base para responder eficientemente y posicionarnos en dichos mercados.

Hay que estar concientes de que al promover el diseño, se promueve la formación de empresarios y la competitividad de nuestros productos en los mercados nacionales e internacionales. Son tres elementos inseparables que interactúan entre sí donde no se puede prescindir de ninguno de ellos.

Promover el diseño, sin contar con empresarios que estén dispuestos a modernizar sus industrias, conocer sus mercados naturales y potenciales, planificar y generar estrategias para el desarrollo de su empresa y sus productos, aprovechar sus puntos fuertes y ventajosos, en una palabra, ser agresivo ante los retos que se le presentan, no daría resultado.

9) EL DOCUMENTO ANTERIOR FUE ELABORADO CON LA PARTICIPACIÓN DEL M.D.T. LUIS SOTO WALLS.



Arturo Domínguez Macouzet



Finalmente, el promover el diseño mexicano profesional, es promover la generación de productos competitivos y de empresas en desarrollo, lo cual resulta fundamental dentro de nuestro proyecto de país en búsqueda de la modernidad.

ATENTAMENTE"⁹

En una de las más claras manifestaciones de disposición gremial que se han presentado en México, fue la unión de los representantes de "todas" las Asociaciones vigentes en el país, con motivo precisamente de la formación del Centro. Se desplegó una gran inquietud e interés en todos los sectores del diseño; para ello Bancomext ahora junto con el Barcelona Centro de Diseño BCD, convocaron en distintas ocasiones a los representantes de las Asociaciones de la comunidad del Diseño; obviamente no se obtuvo la integración de las Asociaciones en una sola como aparentemente se promovió a propuesta del BCD; lo más que se obtuvo, fue una serie de reuniones en las cuales se decidió nombrar para efectos de representatividad ante Bancomext, en las negociaciones de la participación gremial, a cinco representantes; los cuales englobarían a "todas" las Asociaciones, lo cual fue propuesto por Quorum y aceptado por unanimidad. Lo que obtuvimos fueron varios comunicados al Director del Banco; algunas juntas un tanto acaloradas, sobre todo porque el funcionario de tercer nivel que las convocaba, Eduardo Portas, resultó pésimo negociador y sobre todo mostró una actitud irrespetuosa ante las personalidades gremiales con las que trató. Llegó un momento en que la posición del Banco fue intransigente y por demás absurda, al exigírsele a las Asociaciones de diseño el pago de la cantidad de cincuenta mil nuevos pesos -después de algunos descuentos- por un período de siete años, para que los diseñadores tuvieran el "derecho de estar representados" en el comité técnico del futuro Centro. El CODIGRAM en un esfuerzo representativo y con la responsabilidad de la iniciativa y sobre todo con la confianza en su capacidad de convocatoria, fue el único que propuso dar alguna aportación -treinta mil nuevos pesos en una emisión única- con objeto de condescender hasta el último momento con las pretensiones del Banco; sin embargo, la postura del Colegio fue rechazada: o juntábamos todo el dinero que pedían o no estaríamos -ni estamos- representados. Con tal de no tener problemas con ninguna de las "quince Asociaciones" de diseñadores, mejor fue que no estuviera ninguna, y con ello quedan, irónicamente, los diseñadores fuera del Centro de Diseño. Es un Centro de Diseño organizado SIN diseñadores. ¡Qué barbaridad!. Entiendo que algunos diseñadores están empleados, pero no participan mayormente en la toma de decisiones.



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



Tal fue el resultado debido entre otros factores, a la irresponsable intromisión de algunos diseñadores representantes de asociaciones como la Academia, el Instituto... que no pudieron hacer un esfuerzo de dignidad personal, al lograr participar forzosamente; lo cual causó confusión en la apreciación del estatus actual de las organizaciones de diseño. Diversos funcionarios del Banco les hicieron el juego: ahora hasta se alaban felicitándose por "sus" iniciativas.

El CODIGRAM efectuó más de cien sesiones entre juntas, reuniones, desayunos, etc. para promover con diferentes autoridades la creación del Centro Mexicano de Diseño; especialmente con SECOFI, NAFIN, CANACINTRA y por supuesto BANCOMEXT. La documentación con que se cuenta al respecto es amplia y detallada; sin embargo, considero oportuno citar dos circunstancias más, relativas al tema: una fue la reunión de trabajo que sostuvo la directiva del ICSID en México encabezada por su Presidente en turno, el diseñador Deane Richardson y su cuerpo directivo (reunión promovida por el D.I. Martín Clavé Almeida), para "platicar" de los Centros Internacionales de Diseño con Bancomext y con CODIGRAM exclusivamente, y en la cual se establecieron definiciones importantes para decidir la organización del mismo.

Por otra parte, transcribiré solo uno de los diferentes documentos que le fueron enviados a Bancomext, con afán de dilucidar las posibles controversias que se pudieran suscitar al respecto del origen de la iniciativa:

"Ciudad de México a 27 de Julio de 1992

*BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR
ATN: LIC. HUMBERTO MOLINA MEDINA
Director General Adjunto de Promoción*

Estimado Lic. Molina:

La presente es con objeto de solicitar por su conducto, el apoyo y la participación del Banco Nacional de Comercio Exterior BANCOMEXT en el proyecto para la creación del CENTRO MEXICANO DE DISEÑO.

Específicamente las actividades profesionales del Diseño Industrial y del Diseño Gráfico, son bien conocidas por Ud. y como documento fehaciente de la capacidad y calidad del diseñador en México, existe el primer libro DISEÑO MEXICANO editado por el propio CODIGRAM, que servirá como marco de referencia de lo que a continuación trataré de explicar con claridad:



Arturo Domínguez Macouzet



México se encuentra inmerso en una situación coyuntural de comprometido progreso tanto tecnológico, como cultural. Su especial ubicación como vecino de la primera potencia económica y por ello, cercano a firmar un tratado comercial junto con Canadá, lo posicionará como partícipe de un impresionante mercado altamente tecnificado y con demandas severas en lo que respecta a calidad de productos y servicios. Aún sin el panorama del Tratado de Libre Comercio TLC, México ha cambiado su política operativa comercial y cultural: abre sus puertas y sale a confrontarse con el mundo entero; y una de las primeras manifestaciones que justifican su apertura es el darse cuenta del estancamiento, y por ende, el retraso al que se llegó en la calidad de vida del mexicano. Y con ello, me refiero exclusivamente a la calidad de sus servicios y sus bienes de consumo que son los que al final de cuentas, provocan la satisfacción cotidiana de una sociedad como la nuestra.

México pues, cae en una situación económica tal, que le impide el desarrollo interno de su industria y del comercio; puesto que todo aquello que se produca en nuestro país, tuviera calidad o no, se distribuía en el mercado dada la falta de competencia.

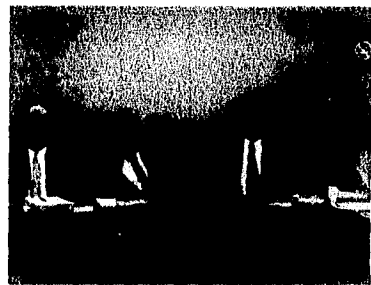
En la actualidad los lineamientos cambian y con ellos debe cambiar también la mentalidad; en México ahora se vuelve **INDISPENSABLE** incorporar un mayor y mejor número de bienes y servicios integrados al comercio mundial, que satisfagan realmente las necesidades y expectativas nacionales; con ello, evidentemente será imprescindible el incrementar el nivel de competitividad de las empresas mexicanas.

En la medida en que se especialicen los empresarios en materia de comercio exterior, en esa medida se reforzará e impulsará la producción y el comercio de productos altamente competitivos; y es aquí donde el diseño juega un papel de vital importancia. Tanto el diseño de productos como el diseño gráfico, representan el punto de partida, el inicio de todo proceso productivo y comercial. Sin la concepción, la generación de una idea tendiente a solucionar una necesidad y la especificación de materiales, procesos, tipos de maquinaria y herramienta, forma, color, etc. no podría existir ningún producto con valor agregado y de consumo masivo.

En México, desde hace aproximadamente treinta años, se inició una conciencia de producción de objetos e imágenes profesionalmente concebidos y resueltos. Hace más de tres décadas que se dio inicio a la conjunción especializada entre la creatividad y la tecnología mexicana. Y desde entonces se ha trabajado ininterrumpidamente para que los profesionales de Diseño tengan una justa dimensión y cumplan con su objetivo de



19



20



Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995



producir objetos e imágenes que satisfagan con calidad las necesidades planteadas por nuestra sociedad.

Se requiere, ahora, organizar y coordinar en forma conjunta -es decir, con diversos organismos públicos y privados con intereses comerciales- al diseño mexicano para servicio de la planta industrial y que genere alternativas y variedades de productos exportables y de consumo interior con características y precio, calidad (durabilidad) y apariencia necesarios para el comercio competitivo; esto es, un CENTRO MEXICANO DE DISEÑO, con carácter nacional y con representaciones estatales.

Existe antecedente de un Centro de Diseño que operó en la década de los setentas, dentro de lo que anteriormente se llamó Instituto Mexicano de Comercio Exterior IMCE y que coordinó las instancias profesionales del diseño existentes en ese entonces, especializados principalmente en el trabajo de producción artesanal; sin embargo, ahora existe mayor experiencia, madurez, cantidad de diseñadores y por supuesto mayores necesidades y exigencias de actualización y modernidad industrial en todos los campos desde lo ecológico y recreativo, hasta la petroquímica y la educación.

Todo en México está por hacerse o por rehacerse; con honrosas excepciones, todo requiere de un nuevo planteamiento tanto operativo como estético, de nuevas estrategias de mercado y de filosofía de negocio; esto evidentemente, lo están percibiendo los productores y comerciantes; están padeciendo la presión de los mercados externos a través de la apariencia, variedad, empaque¹⁰ y costos de los productos "diseñados" en otros países, con los cuales nos vamos a asociar, y es aquí donde precisamente está el mayor de nuestros retos: producir artículos competitivos.

10) DEBERÍA DECIR ENVASE. NO SE HIZO ASÍ, CON OBJETO DE DARSE A ENTENDER CON MAYOR FACILIDAD.

11) SE ME HABÍA INFORMADO ERRONEAMENTE, QUE EXISTÍA UN CENTRO DE DISEÑO EN MILÁN, ITALIA.

12) NADA DE ESTO SUCEDIÓ: YO MISMO HUBE DE FINANCIAR MI VIAJE AL BCD Y A MILÁN, ITALIA. POSTERIORMENTE, ELLOS POR SU CUENTA PARTICIPARON EN UNA REUNIÓN DE CENTROS DE DISEÑO EN BARCELONA, ACOMPAÑADOS DE OTROS DISEÑADORES NO REPRESENTANTES DEL COLEGIO.



Arturo Domínguez Macouzet

Como estrategia de actualización, sensibilización, preparación y captación de información para nuestros diseñadores, consideramos indispensable formar un equipo de profesionales del diseño que se aboquen a visitar los principales Centros de Diseño de Europa y los Estados Unidos para conocer los pormenores de su creación y en su caso, de la evolución y beneficio que propician a la sociedad industrial y comercial. Consideramos importante en una primera etapa, conocer la forma de operación y organización en general de los Centros de Diseño de Barcelona y Milán¹¹, por ser estos los más afines a nuestros objetivos de producción y de consumo; así como el de París por representar la vanguardia del Diseño Europeo y con el cual hemos tenido históricamente intereses comerciales y culturales. Así mismo se establecerían relaciones con las Asociaciones profesionales similares, en cada uno de estos países con objeto de reforzar y hacer permanente la comunicación para los fines que se persiguen.



Para ello proponemos que el mencionado equipo esté formado por un número de cinco a siete especialistas en diferentes áreas del diseño y la producción, con el fin de realizar dichas visitas durante la segunda mitad de octubre, específicamente del diez al veinticinco del presente año; ya que por otra parte, nos hemos propuesto obtener la sede para México del Congreso de la Asociación Internacional de Diseño Gráfico ICOGRADA para lo cual se ha promovido una reunión con el Presidente de dicha Asociación en sus oficinas de Milán, Italia, entre el dieciseis y diecinueve de octubre.

La participación que estamos solicitando de ustedes, es la que por una parte, nos acompañen funcionarios del Banco con el objeto de que evalúen el potencial y los alcances del proyecto, y propiciar con ello el enlace directo entre el Banco y el CODIGRAM para la definición y puesta en marcha definitiva del Proyecto; y por otra parte, se aporten los recursos económicos necesarios y de representatividad como delegados enviados por el Banco, para facilitar el acceso a las instalaciones de los Centros de Diseño mencionados.¹²

La solicitud anterior se fundamenta en que las posibilidades del CODIGRAM son aún limitadas, y que en la conciencia que de no recurrir a ustedes como institución promotora a nivel nacional, no podríamos realizar los proyectos que estamos ciertos son importantes para el futuro de México y nuestra sociedad.

Anexo a la presente, encontrará el primer Documento Preparatorio que se realizó con motivo de la creación del mencionado Centro de Diseño (ver pag. 80). Nuestra actitud siempre ha sido y seguirá siendo, la de mostrar un compromiso permanente de servicio con nuestra profesión y con nuestro país. Pretendemos superarnos como personas y como profesionistas, sabemos que necesitamos aprender de otras culturas más avanzadas y con ello reconocemos e identificamos nuestro nivel y nuestra posición dentro del sector productivo y comercial; con la confianza de estar en el camino correcto y con la participación de ustedes en diferentes eventos de diseño en los últimos meses, aprovecho la oportunidad...

**ATENTAMENTE
DISEÑO: HERRAMIENTA DE PROGRESO
FIRMA"**

Meses antes ya se habían tenido pláticas al respecto con el Lic. Molina; la presentación del documento anterior fue consecuencia de una serie de reuniones para "convencer" a



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



Molina en su calidad de Director Adjunto de ¡Promoción!, y recurrimos a él en particular por instrucciones del Director General del Banco, el Lic. Humberto Soto; quien después de que le presentamos los proyectos que se estaban realizando aceptó participar con nosotros con marcada decisión y entusiasmo; tal fue el caso que dictó una conferencia en el Simposium de Diseño y giró instrucciones precisas al Lic. Molina Medina para que fuésemos apoyados en nuestros proyectos. Ni hablar, con él nos toco en suerte.

La respuesta que se obtuvo de la petición de apoyo, fue inmediata: puesto que yo me propuse ir a Europa a tratar entre otras cosas, el asunto con el BCD, Molina Medina respondió al día siguiente, es decir, el 28 de julio. Vía fax y en papelería con su membrete, dirigido a mí, cito textualmente:

"Leí con detenimiento el proyecto que me hicieras llegar para la formación del Centro Mexicano de Diseño. Tal como te he comentado el BANCOMEXT tiene mucho interés en este proyecto y por tanto nos interesa apoyarlo.

Necesitamos, sin embargo, conocer más sobre el funcionamiento del mismo, sus servicios, necesidades de espacio, equipo, etc.

Anexo envió una primera lista de comentarios y dudas sobre el proyecto que te agradecería nos ayudaras a aclarar.

Sin otro particular, te reitero mi interés y apoyo a este proyecto y me permito enviarte un cordial saludo. Firma."

Anexo:

Comentarios respecto al Centro Mexicano de Diseño/ Lic. Humberto Molina Medina

1. Precisar mejor los servicios que prestaría. Se señala que sería de carácter organizativo y promotor y no ejecutor. Esto lo consideramos adecuado, pero surge la duda de cómo se obtendrían ingresos para su funcionamiento.

Se requiere por tanto de definir con precisión los servicios y productos del Centro. Puede ser muy útil conocer los servicios y productos de otros Centros de Diseño, sus mecanismos de cobro, sus tarifas, etc.

2. Este punto está muy ligado al anterior. Cuanto tiempo se estima necesario para que el Centro sea autosuficiente financieramente. ¿Cuál es la experiencia de otros países?

3. En cuanto a los temas a cubrir por el Centro es necesario tener claridad si va a haber alguna especialización, por ejemplo muebles, calzado, confección, o se tendría un Centro con una gran variedad de temas. Nuevamente la experiencia internacional puede ser muy valiosa.

13) PARA LA RESPUESTA QUE SE LE DIÓ
A ESTE CUESTIONARIO VER DE LA PÁG. 86
A LA 95.



Arturo Domínguez Macouzet



4. En función de las respuestas a los puntos anteriores, cuantificar los requisitos relacionados con:

a) Personal.

Cuántas personas. Formación profesional. Nivel de experiencia.

b) Recursos informativos.

¿Qué fuentes bibliográficas se necesitan? Base de datos, revistas y publicaciones especializadas.

c) Infraestructura física (metros cuadrados, instalaciones especiales, etc.)

d) Equipo de cómputo para prestar servicios (CAD-CAM, multimedia, etc.)

e) Otras necesidades de equipo y mobiliario.

5. Especificar cuáles serían los medios para que el empresario tenga acceso al diseñador.

Por ejemplo, el Centro diagnostica y califica las necesidades que tiene un fabricante de zapatos para mejorar su diseño, etc. y lo recomienda con una lista de diseñadores.

6. ¿Habría alguna cuota anual que pagarían las empresas y los diseñadores por asociarse al Centro y por utilizar los servicios del mismo?, o se cobraría de acuerdo al consumo de los servicios o mediante una combinación de estos dos mecanismos.

7. Estudiar la posibilidad de llevar a cabo el proyecto en etapas. En caso afirmativo cómo se podrían definir esas etapas: ¿De acuerdo a servicios? ¿De acuerdo a sectores atendidos?".¹³

Sin duda, el Lic. Molina estaba desarrollando un sentido práctico para la formación de una institución como la que sería un Centro de Diseño a nivel nacional. Ya se le había hablado de las implicaciones y repercusiones, incluyendo las políticas, que le podrían beneficiar en caso de que apoyase este proyecto. Con la copia de este documento (las preguntas de Molina), fue que me presenté ante el BCD con su directora, la Sra. Mai Felip.

La visita fue breve, pero contundente. Como resultado de ello, es que no mucho tiempo después el BANCOMEXT contrató los servicios del BCD para la realización del proyecto para la creación de nuestro Centro de Diseño. Abigarrado contrato. Los resultados se verán en un futuro. Fue evidente que nos consideraron incapaces a los mexicanos para realizar el proyecto. Quizá tengan razón. Considero interesante y oportuno, el hacer referencia a que el 26 de noviembre de 1990, recibimos una carta de Mai Felip como Directora del BCD, en la cual nos participaba del proyecto de la Fundación BCD Barcelona Centro de Diseño, relativo a las acciones de promoción y desarrollo del Diseño en áreas en vías de industrialización, en particular para los países





latinoamericanos en los que se incluía a México. La respuesta que obtuvo de nuestra parte (oficio: VIICDP/5790 del 18.dic.1990) fue que además de informarle de los proyectos y actividades generales del CODIGRAM, se le hizo saber que dentro de sus objetivos estaba el crear un Centro de Diseño que fomentara el desarrollo y la actividad del diseño a nivel nacional, y con ello, estrechar los lazos en este rubro con otros países. La carta intención del BCD, se basaba en que los proyectos podrían tener un apoyo tácito de la UNESCO; nunca más recibimos respuesta.

No supimos a ciencia cierta, cuales fueron las negociaciones específicas bajo las cuales el Banco contrató al BCD, sin embargo supimos que lo hizo. La documentación que se generó por este motivo fue abundante, y toda es interesante para el conocimiento de la evolución y desarrollo del diseño en México; sin embargo por lo exhaustivo de dicha información y con objeto de cubrir el aspecto del soporte de documentos, para la explicación correcta de las circunstancias que rodearon a la creación del Centro de Diseño y su impacto en el gremio de diseñadores, especialmente a las Asociaciones mexicanas, presentaré extractos de diferentes documentos.

Antes debo confesar que los diseñadores caímos en un juego parecido al de "pégale la cola al burro". Nunca supimos hacia dónde o con quién dirigirnos para que con buena intención, con ética y lealtad, propiciara con su participación e influencia, la ejecución de un proyecto que nosotros los diseñadores, el CODIGRAM, representado por su Presidente y algunos colegas más, estábamos "vendiendo" de buena fe. Sabíamos que ofrecíamos un buen producto; atractivo en cuanto a sus posibilidades; generador de empleos y motivador e impulsor de la creatividad, tan apreciada por nosotros pero muy escasamente desarrollada en el sector industrial y productivo. Tocamos muchas puertas, no atinábamos. Cuando dimos con algo "blandito", nos sacaron del juego. Sin duda todo tiene su precio: ya existe algo parecido al Centro de Diseño que nosotros anhelábamos y por el cual luchábamos tanto, pero sin la participación del CODIGRAM.

Organizamos una fiesta a la que no nos dejaron entrar. Una de las consecuencias de invitar al BCD a realizar un estudio de viabilidad del proyecto, fue que detectaron un gran número de Asociaciones de diseñadores en México y además una gran "desunión" entre ellas. Su dictamen: deben unirse todas las asociaciones en una sola y representativa, para que puedan seguir participando en la organización del Centro. Hubo una reunión, histórica diría yo, en la que se convocó en BANCOMEXT a las Asociaciones de diseñadores; algunas verdaderamente desconocidas y de origen altamente sospechoso. Los economistas del Banco se creyeron la historia: hay muchas



Arturo Domínguez Macouzet

Asociaciones, todas vigentes y de trascendencia, y con mayor representatividad que el CODIGRAM. De esa reunión salió algo que fue interesante, reunirse todas las Asociaciones y buscar una sola representatividad para el proyecto Centro de Diseño. ¡extraordinario!. Ya con anterioridad se mencionó que el D.I. Javier Castellort Vila, fue el primer convocante proponiendo como sede a la UNUM, de quien era Vicerector; a partir de ahí se realizaron varias reuniones y de sus resultados se le informaban al Banco; aquí uno de los comunicados:

"Abril 7 de 1994
BANCOMEXT
ATN: ACT. ENRIQUE VILATELA RIBA
DIRECTOR GENERAL / BANCOMEXT

Como es de su conocimiento, los representantes de las Asociaciones de diseñadores en el país, de acuerdo a la recomendación hecha por ustedes y por el Barcelona Centro de Diseño, hemos realizado distintas reuniones entre nosotros con objeto de coordinar nuestra participación en la organización del Centro Mexicano de Diseño. Para ello se ha nombrado un COMITE DE REPRESENTANTES, con el objeto de propiciar y facilitar la comunicación de manera organizada, entre BANCOMEXT, el gremio de diseñadores y demás instancias que se presenten.

Es por ello que presentamos a usted, la relación de integrantes del COMITE DE REPRESENTANTES, el cual fue electo en nuestra última reunión:

ÁREA ACADÉMICA

titular: Abelardo Rodríguez González

suplente: Gustavo Gómez Peltier

COLEGIOS

titular: Laura Figueroa Alcocer

suplente: Luis Carlos Herrera G. de V.

ÁREA PROFESIONAL

titular: Pablo González de Castilla

suplente: Carlos Reinking Cejudo

ÁREA DE DIFUSIÓN

titular: Segundo Pérez Cuevas

suplente: Xavier Bermúdez

INSTITUTOS

titular: Javier Castellort Vila

suplente: Juan Antonio Madrid Vargas

(...)

ATENTAMENTE"

Firmas





Resultaría intrascendente enumerar todas las Asociaciones así como sus objetivos; baste con decir que Asociaciones como la Academia, el Instituto y el Patronato, etc. quedaron por votación unánime, confinadas en una sola y obvia representatividad. A las demás se les daba una posición independiente. Esto no lo pudieron sostener los del "Institutos", prueba de ello es que hicieron muy poca presencia en las subsecuentes reuniones. El Banco supo de ello, y de ello se aprovechó. Una vez más los diseñadores no supimos "pegarle la cola al burro". A pesar de la oportunidad de limar asperezas y conformar un solo frente para dignificar a nuestras profesiones y reivindicarnos a nosotros mismos como profesionistas maduros e interesados en el progreso de nuestro gremio, se evidenciaron las fisuras, se definieron posturas irreconciliables. Cada quien según sus propios intereses. Influyó en forma definitiva, la minoría. Ni qué decir.

Así las cosas, se intentó persistentemente -puesto que el proyecto era para nosotros los diseñadores sumamente atractivo y con la firme esperanza de que éste se realizara con la participación respetuosa y leal del Banco hacia los representantes del gremio a nivel nacional- convencer a BANCOMEXT de nuestra posición y de nuestras circunstancias tanto económicas como de organización y sobre todo de experiencia en el ramo. Es por ello que se enviaron a los Directores del Banco y de NAFINSA diferentes comunicados con el afán de dirimir responsabilidades y negociar nuestra participación, que para estas alturas ya se encontraba en serias dudas. Fue una etapa de definición de posiciones y voluntades entre las instituciones oficiales mencionadas y las Asociaciones de diseño; como entre el propio CODIGRAM y las Asociaciones de diseñadores restantes. Se ha mencionado repetidas veces la representatividad y capacidad de convocatoria que ha mostrado el Colegio en relación a las otras Asociaciones; se ha dicho suficiente en lo conducente a su disposición y facultad de asumir responsabilidades de repercusión gremial, sus objetivos y su organización democrática; en fin, se ha comprometido al Colegio y desde él, la evolución histórica del diseño mexicano. Tema de investigación subsecuente.

Me parece oportuno presentar textualmente, dos comunicados que se emitieron con motivo del condicionamiento al pago de una cuota para que las Asociaciones de diseñadores pudieran participar en el Centro; se emitieron a BANCOMEXT y a NAFIN de parte de las Asociaciones de Diseñadores, redactada por el Colegio:



Arturo Domínguez Macouzet

"14 de junio de 1994
BANCOMEXT



ACT. ENRIQUE VILATELA RIBA
DIRECTOR GENERAL

NAFIN
LIC. ARTURO ORTÍZ HIDALGO
DIRECTOR GENERAL
Presente:

Hacemos de su conocimiento, los acuerdos que se tomaron en Sesión Extraordinaria del Comité de Representantes del Gremio de Diseñadores, efectuada el día trece de junio del presente año, en las oficinas de Quórum y en base a las consideraciones que a continuación presentamos:

A finales del mes pasado, los integrantes del Comité de Representantes del Gremio de Diseñadores Industriales y Gráficos del país, recibimos de funcionarios del Banco Nacional de Comercio Exterior, una copia del documento denominado: "Estrategia para la incorporación del sector privado en el Centro de Diseño de México", en donde se plantean en términos generales los objetivos y alcances de dicho Centro, y en el que para su realización se contrataron los servicios de asesoría del Barcelona Centro de Diseño.

En el documento mencionado, entre otros asuntos se plantea que "El establecimiento de un Centro de Diseño en México que promueva la incorporación del diseño en la industria, obedece a la necesidad manifestada por el sector privado de mejorar la competitividad del producto mexicano...". Que por ello tanto BANCOMEXT como NAFIN, aportarán recursos "semilla" para la promoción del diseño, por un monto de 16'580,000 nuevos pesos durante los años de 1994 y 1995, comprometiéndose a continuar aportando recursos durante los cinco años siguientes y en la medida en que el sector privado (?) vaya participando en forma creciente con aportaciones al mismo.

El Centro será finalmente "un organismo sin fines de lucro, con carácter promotor y gestor en el uso del diseño... y punto de convergencia entre diseñadores, empresarios y centros de enseñanza".

Un Comité Técnico del Fideicomiso Centro de Diseño de México, será la máxima autoridad y estará presidido por el Director General de BANCOMEXT. Asimismo, se propone hasta cinco sillas para representaciones de diseñadores, debiendo ejercer siete aportaciones anuales del Patrimonio del Fideicomiso de cincuenta mil nuevos pesos por cada silla, desde 1994 hasta el año 2000.

Ciertamente los diseñadores en México tenemos motivos suficientes para sentirnos orgullosos y entusiasmados por esta gran iniciativa, la cual coadyuvará al desarrollo y modernidad que tanto necesita nuestra sociedad; sin embargo, consideramos



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



pertinente y oportuno el presentar nuestras propuestas y con ello nuestra posición con respecto a la creación del Centro de Diseño.

PRIMERO

Debido a las circunstancias imperantes en el gremio de diseñadores mexicanos y como consecuencia de la poca promoción que han tenido el Diseño Industrial y el Diseño Gráfico, los profesionistas y el sector académico (estudiantes y profesores), se encuentran en serias dificultades económicas como para alcanzar, según se propone en el multicitado documento, la cantidad de doscientos cincuenta mil nuevos pesos durante siete años, para la obtención de cinco sillas en el Comité Técnico.

En el entendido de que el Gremio de Diseñadores debe aportar una cantidad representativa al Patronato del Fideicomiso, con objeto de colaborar a solventar ciertos gastos y con ello obtener la calidad de Fideicomitantes Adherentes, ofrecemos una postura realista, en términos de respuesta gremial;

A) Dado que el Centro de Diseño ayudará a mejorar la competitividad de los productos mexicanos producidos por el sector privado (industrial y empresarial) en base a los servicios proporcionados por los diseñadores profesionales, proponemos:

1.- Que todo diseñador que proporcione sus servicios a través del Centro, deberá ser mexicano y con estudios en las carreras de diseño industrial, gráfico o textil, en alguna institución reconocida del país, o esté inscrito en cualquiera de las asociaciones gremiales o académicas nacionales; lo anterior con objeto de fortalecer las instituciones gremiales y garantizar que los servicios que se otorgarán por conducto del Centro, serán del mejor nivel, incluyéndose en este esquema a los peritos diseñadores por especialidades, los diseñadores especialistas en áreas determinadas, etc.

2.- Que los diseñadores que promueva el Centro y logren un contrato de prestación de servicios, asesoría, producción, etc., deberá aportar al Centro dentro de su cuota de "comisiones por contratos de trabajo devengado" el 0.5% de dicha comisión al fondo de aportaciones de los diseñadores al Fideicomiso del Patronato.

B) Dado que el Centro será factor de enlace entre diseñadores, empresarios y centros de enseñanza, se deberá vigilar que el diseño profesional lo ejecuten profesionales mexicanos debidamente registrados ante autoridades fiscales y las conducentes de ley, y que a los estudiantes se les dé el trato y el nivel que les corresponde; es decir, que se fomente tanto la calidad de la preparación y el aprendizaje del diseño, como se proteja y propicie el desarrollo del diseño profesional mexicano sirviendo de punta y ejemplo para las generaciones de futuras profesionistas y con ello se garantice la respuesta requerida por



Arturo Domínguez Macouzet

los industriales y empresarios contratantes de diseño, en cuanto a calidad, tiempo y costo.

SEGUNDO

Para garantizar la adecuada operación, toma de decisiones y participación comprometida de los diseñadores representantes miembros del Comité Técnico del Fideicomiso del Centro de Diseño, éstos deberán (los representantes) de ser electos en votación por mayoría (50% más uno), por las asociaciones que represente y según lo disponga el propio gremio de diseñadores a través de sus representantes o según lo acuerden entre la mayoría de las organizaciones gremiales. Dicho cargo de Representante en el Comité Técnico, deberá tener una duración de dos años pudiendo ser reelecto máximo por tres periodos consecutivos; cubriendo de esta manera las cinco sillas correspondientes al Gremio de Diseñadores en México.

Por consiguiente, no deberá permitirse dentro del Comité Técnico del Fideicomiso del Centro, la participación en una silla, a diseñadores independientes y que representen intereses particulares o minoritarios.

TERCERO

A) Consideramos de suma importancia que el Centro de Diseño sea dirigido por un diseñador profesional mexicano, con título debidamente expedido en México, con experiencia en la promoción, difusión, comercialización y ejecución de diseño profesional, con una calidad moral y de prestigio gremial comprobados, así como con una capacidad de convocatoria y negociación con los distintos sectores del país; para este fin, se presentará ante el Director de Bancomext una terna de candidatos a ocupar dicho cargo, los cuales serán recomendados por la Representación Gremial.

B) Por razones de sintaxis, refuerzo visual y fonética, morfología de posible imagen gráfica, solidez, contundencia y orgullo de pertenencia y origen, proponemos se le denomine a dicho proyecto:

CENTRO MEXICANO DE DISEÑO

C) Que se convoque a concurso nacional el diseño de la Imagen Gráfica (logosímbolo o logograma) del Centro Mexicano de Diseño, con la participación de los profesionistas agremiados a cualquiera de las Asociaciones de diseño mexicanas, y bajo las bases y lineamientos especificados por el Comité de Representantes de Diseñadores.

Entendemos que un Centro de Diseño resulta de vital importancia para acceder a los niveles de sociedad industrializada y con ello mantener un constante desarrollo, en la producción de bienes de consumo.

Sin duda, los diseñadores debemos de jugar un papel





preponderante en dicha organización, es por ello que nos proponemos, los Representantes del Gremio, colaborar en la medida de nuestras posibilidades y circunstancias, como lo hemos hecho desde el principio, para que esta iniciativa llegue a concretarse.

Confiamos en nuestras instituciones, creemos en el diseño como factor estratégico de progreso y modernidad y luchamos por el bien de nuestra sociedad.

ATENTAMENTE

COMITÉ DE REPRESENTANTES. Firmas"

El siguiente comunicado que fue dirigido a los Representantes del gremio, pretendió ante los colegas dejar en claro la postura de los Colegios de Diseñadores. Este documento finalmente fue una respuesta ante las opiniones que diversos colegiados emitieron al respecto; miembros del Consejo Directivo, miembros de la Junta de Honor, Peritos diseñadores, miembros Honorarios y diversos diseñadores, presionaron e insistieron en mantener nuestra postura de liderazgo en cuanto a la iniciativa y en cuanto a sus recursos que podrían obtenerse en una convocatoria organizada y dirigida. El documento, evidentemente lo rubrica la Presidenta del IX Consejo Directivo, D.I. Laura Figueroa Alcocer:

"11 de julio de 1994

**COMITÉ DE REPRESENTANTES DEL
GREMIO DE DISEÑADORES INDUSTRIALES
Y GRÁFICOS EN MÉXICO**

D.G. ABELARDO RODRÍGUEZ G.
Representante del Área Académica

D.G. SEGUNDO PÉREZ
Representante de Área de Difusión

D.G. PABLO GONZÁLEZ DE CASTILLA
Representante del Área Profesional

D.I. JAVIER CASTELTORT V.
Representante de Institutos

Presente

Estimados Colegas:

En mi calidad de Representante del Área de Colegios de este Comité, me permito hacer del conocimiento de Ustedes, nuestra postura definitiva con respecto a la inminente formación



Arturo Domínguez Macouzet



del Centro de Diseño en México, y con ello dar respuesta a lo planteado en la última reunión que sostuvimos con ustedes y con el Sr. Eduardo Portas en las oficinas de Bancomext:

1) Conscientes del esfuerzo que ha venido realizando Bancomext en estos últimos años, para que en un acto de solidaridad con la iniciativa del gremio profesional de diseñadores y concientes de la necesidad de ofertar nuevos y mejores productos a la industria mexicana, para que se constituya un Centro de Diseño que enlace y promueva el desarrollo industrial y comercial a nivel nacional;

2) Sustentados en nuestra permanente política de respeto, de reciprocidad y de responsabilidad gremial tanto para con nuestros agremiados como para con las otras Asociaciones activas de diseñadores del país;

3) Como resultado de diferentes juntas entre nosotros, juntas entre nuestros respectivos Consejos Directivos, reuniones y consultas tanto con funcionarios de Bancomext, como con miembros de nuestras respectivas Asociaciones;

4) A pesar de que en anteriores comunicados de nosotros como integrantes del Consejo Representativo formado por los Presidentes de cinco de las Asociaciones de diseño a nivel nacional, dirigidos a los directores de Bancomext y de NAFIN en los cuales hemos manifestado nuestra irrenunciable voluntad de participación con credibilidad y confianza en el proyecto, pero no así contar con la suficiente capacidad de solvencia económica como nos fué condicionado por el Lic. Portas, para poder ser merecedores de cinco lugares dentro del Comité Técnico de dicho Centro; y

5) dada nuestra responsabilidad y capacidad de convocatoria gremial con cobertura nacional; el esfuerzo que se ha realizado en estos últimos cuatro años para la promoción de la formación de un Centro de esta naturaleza; los argumentos financieros que han utilizado los representantes del Banco, para ubicarnos como socios FIDEICOMITENTES ADHERENTES con capacidad de toma de decisiones dentro del Comité Técnico del Centro mencionado; la necesidad de tener representación gremial de los diseñadores en el Centro, así como en el cumplimiento del compromiso adquirido como Presidentes de nuestros respectivos Colegios para luchar siempre porque al Diseño se le dé el respeto y posición que se merece, se acordó lo siguiente:

* Aportar la cantidad de N\$30,000.00 (treinta mil nuevos pesos 00/100 M.N.) en una única emisión, entre los tres Colegios que actualmente están legalmente constituidos e integrados a esta representatividad de diseñadores.

* Convocar a nuestros gremios de diseñadores colegiados a nivel nacional, a una Asamblea General Extraordinaria, en los primeros días de septiembre del presente, en la cual se exponga el avance y la importancia de este Centro y la necesidad de promover la aportación económica al Patrimonio del Fideicomiso.



Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995



* Solicitar con ello a Bancomext tres lugares dentro del Comité Técnico los cuales estarían ocupados por los Presidentes en turno de los tres Colegios o por aquellas personas que sean designadas para ello.

* Insistir en la necesidad de que de este Centro de diseño sea dirigido por un Diseñador profesional, con una calidad moral y de prestigio gremial comprobados, así como con una capacidad de convocatoria y negociación con los distintos sectores del país.

* Reiterar en que por razones de sintaxis, refuerzo visual y fonética, morfología y posible imagen gráfica; solidez, contundencia y orgullo de pertenencia y origen, este proyecto se denomine:

CENTRO MEXICANO DE DISEÑO

Con la esperanza de que esta oportunidad histórica en beneficio del Diseño Mexicano, sea motivo de nuestra consolidación, unión y madurez profesional en beneficio de México y en espera de conocer la postura de sus respectivas asociaciones, quedamos de ustedes.

ATENTAMENTE. Firma"

Nacional Financiera, de plano nunca se dio por enterada: el asunto era entre Bancomext y los diseñadores.

BANCOMEXT contestó algo verdaderamente increíble. Con soberbia y despotismo hacia los diseñadores, respondieron el 16 de agosto de 1994, en resumen:

1.- Solicitamos al gremio de diseñadores, entiéndanse (sic) todas sus representaciones, cinco propuestas del logotipo que den la identidad al "**Centro Mexicano de Diseño**" (las comillas y las negritas son de ellos), a más tardar el 23 de agosto del presente año.

Me pareció simplemente irresponsable y grotesco.

2.- Reiterar el ofrecimiento de Bancomext y de Nafin de cinco sillas en el Comité Técnico del Centro... en la medida en que aporten N\$ 50,000 anuales por cada silla durante cinco años! y por último:

3.- La designación del Director General del Centro es facultad del Comité Técnico, quien lo nombrará en su momento.

O sea...sin comentarios.

Sin el Atentamente. Firman:

Lic. Eduardo Portas Cabrera. Director Ejecutivo de Promoción de Oferta Exportable. Bancomext.

Lic. Marco A. Calleja Pinedo. Director de Proyectos de Comercio Exterior. Bancomext.

Con copia para todos los diseñadores.



Arturo Domínguez Macouzet



Esta carta me pareció una majadería y una falta de respeto. Un exceso de prepotencia y una actitud de poca dignidad de quien representa a nuestro país y en quienes se confió de buena voluntad, un proyecto muy de nuestra incumbencia. En fin, Poderoso caballero es don dinero y Nadie sabe para quien trabaja, ¿verdad?

Para finalizar el tema Centro Mexicano de Diseño, no quiero dejar pasar la oportunidad de mencionar mi postura personal, es decir, mi apreciación la cual hice pública con motivo de una invitación que se me hizo, para asistir como Moderador de un Panel, en un evento que organizaron Bancomext y el BCD, con objeto de presentar una exposición y unas conferencias dictadas por europeos a los empresarios y diseñadores mexicanos; y ahí presentar oficialmente y "ante sociedad", nacional e internacional, el proyecto Centro de Diseño. La imagen del evento la diseñaron en Europa. El montaje estuvo a cargo de europeos y nosotros...nada más mirando. No debe verse como un complejo y como un acto de envidia "tiñosa" de mi parte; creo en la diplomacia y en el respeto obligado al trabajo de nuestros connacionales. Prueba de su soberbia y desprecio por los diseñadores mexicanos, que los del Banco, distribuyeron copias de listas de clientes potenciales mexicanos -industriales anteriormente recomendados- entre algunos diseñadores europeos, para que pudieran ofrecer sus servicios de diseño industrial; ya que sabían que lo necesitaban (por razones de negocios, llegaron a mi poder, copias de esas listas). ¡ ES INCONCEBIBLE! Yo lo consideré una traición a nuestra soberanía, de verdad.

Transcribo ahora mi respuesta a Bancomext, la cual por cierto, fue anterior a que supiera lo de las listas de clientes mexicanos (solo es aclaración).

"1 de septiembre de 1994

*HUMBERTO MOLINA MEDINA
Director General Adjunto de Promoción
BANCOMEXT*

*DECIO DE MARIA SERRANO
Director General de Promoción Externa
SECOFI*

Estimados señores Molina y De Maria:

En días pasados recibí invitación, para asistir al Encuentro



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



de Diseño México-Unión Europea a celebrarse del 4 al 7 de octubre del presente año en esta ciudad de México, y a participar con Ustedes como Moderador del Panel "Aspectos Profesionales del Diseño México-UE"; así mismo recibí adjunto el programa preliminar de dicho Encuentro el cual leí con atención y con gran sorpresa.

Realmente quedé asombrado. Me di cuenta de que desgraciadamente al Diseño Profesional mexicano no se le ha dado aún la seriedad representativa que realmente se merece; objetivo por el cual, un grupo de diseñadores profesionales - es decir que "hacemos" cotidianamente diseño- desde hace muchos años hemos venido luchando a favor de la promoción y difusión del Diseño Profesional Mexicano en diferentes foros, y desde distintas Asociaciones realmente representativas y en operación como son por ejemplo, los recientemente formados Colegios de Diseñadores de Puebla (CODIGRAP y de Querétaro (CODIGRAQ) y especialmente el CODIGRAM con cerca de veinte años de trabajo ininterrumpido, asociaciones a las cuales tengo el orgullo de pertenecer y a través de ellas es que he podido servir a mi gremio; así también es el caso de QUORUM, Asociación de Diseñadores Gráficos mexicanos cuyos miembros han mostrado un excelente nivel de calidad en su trabajo profesional privado; existe y opera ENCUADRE, Asociación de escuelas de Diseño Gráfico, así mismo está la presencia de prestigiados colegas que demuestran continuamente su interés en la difusión del diseño profesional desde sus despachos y centros de trabajo y/o docencia en los planteles universitarios más prestigiados en México como la UNAM, la IBERO, la UAM, la ANAHUAC, la UIC, entre otras pocas más; y sin duda ninguno con pretensiones de lucimiento personal o de intereses mezquinos de protagonismo permanente.

Me sorprende que en el mencionado Encuentro de Diseño que están ustedes organizando en México basándose en el tema de Diseño, de veintisiete ponentes "sólo uno" es mexicano (conocido diseñador académico Director de la carrera de Diseño de la UNUM). Lo cual hace parecer a propios y a extraños, que hay poca presencia de diseñadores profesionales mexicanos con calidad y méritos suficientes como para participar como ponentes, o que BANCOMEXT-SECOFI han recibido escasa información al respecto.

Me preocupa por otra parte la evidente ausencia, o dicho de otra manera, la falta de la presencia oficial del CODIGRAM en dicho "Encuentro de Diseño"; aprovecho la oportunidad para recordarles que el Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, A.C., emanado de la Secretaría de Educación Pública, resulta algo así como el "paraguas" del Diseño en México (cita del Dr. José Angel Gurría) y haciendo algo de memoria, fué el



Arturo Domínguez Macouzet



CODIGRAM quien desde hace cerca de cuatro años ha venido insistentemente, promoviendo las profesiones de diseño industrial y diseño gráfico, y con distintas autoridades tanto de Bancomext como de SECOFI.

Así pues, una vez expuesto lo anterior y para no hacer más extensivos mis comentarios al respecto pudiéndolos hacer personalmente si Ustedes así lo desearan, y sustentado en los comentarios anteriores, hago de su conocimiento mi imposibilidad de aceptar su invitación como Moderador del Panel antes mencionado. Mi conciencia gremial y mi congruencia con la promoción honesta y desinteresada de mi profesión realizada a través de las Asociaciones a las cuales pertenezco y con las cuales colaboro estrechamente desde hace varios años, así como mi responsabilidad adquirida con mis colegas diseñadores que también persiguen solamente el progreso de nuestras profesiones, esperando con ello el progreso de nuestra sociedad y de nuestro país en general, me obligan a tomar dicha decisión.

Sin embargo, agradezco la deferencia y les deseo el mejor de los éxitos en su esfuerzo organizacional.

ATENTAMENTE. Firma

ccp.

*D.I. LAURA FIGUEROA ALCOCER. PRESIDENTA
CODIGRAM.*

D.I. ISMAEL ORTÍZ. PRESIDENTE CODIGRAQ.

M.D.I. LUIS CARLOS HERRERA. PRESIDENTE CODIGRAP

*D.G. PABLO GONZÁLEZ DE CASTILLA. PRESIDENTE
QUORUM"*

(Dicho sea de paso, nunca recibí respuesta de nadie).

Es una pena lo que aconteció alrededor del proyecto promovido por el CODIGRAM. Es un hecho que si el Colegio no hubiera dedicado sus empeños en dicha promoción, aún nadie lo hubiera propuesto; a algunos les seguiría pareciendo harto difícil: imposible. Otros solo atinaron en mencionar la idea pero no la supieron llevar a la práctica; no tienen aquellos que se necesitan para proyectos de tal magnitud.

Debo aclarar que mi insistencia en que se le reconozca al CODIGRAM la iniciativa y propuestas sustentadas con trabajo durante cuatro años, es en base a los siguientes aspectos:

1º.- El CODIGRAM fue instituido entre otras cosas, para promover proyectos en beneficio del gremio y difundir el trabajo



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



de sus diseñadores agremiados, y con ello el de todos en el país.

2º.- Las instituciones, organismos o Asociaciones como el CODIGRAM sustentan su prestigio y credibilidad solamente por medio de sus logros o "medallas" ganadas con limpieza y esfuerzo.

3º.- Los funcionarios del CODIGRAM y diversos diseñadores que confiaron y por ende trabajaron para este proyecto y en esta iniciativa, se merecen todo el reconocimiento y el respeto tanto de la comunidad como del público en general, incluyendo con mayor razón, a las autoridades públicas y privadas, y

4º.- Los socios agremiados al CODIGRAM merecen y deben por ello, estar orgullosos de su institución; sobre todo porque no existe en México una Asociación que represente y proponga actividades para los diseñadores, como lo ha hecho hasta la fecha el Colegio.

Antes de continuar con otros asuntos, debo recalcar y hacer énfasis en que independientemente de los resultados, es decir, en lo que finalmente acabe siendo y como se acabe llamando, lo importante es identificar con claridad, que sin la presencia y la calidad moral, sin la visión, el empuje y la determinación de quienes formaron parte de un equipo específico y permanente, y sin la convicción de servicio, experiencia, solidez moral y sustento organizacional -aún no teniendo los niveles idóneos- que mostró y sustentó el CODIGRAM, nuestra Asociación oficial, democrática y representativa, no hubiera sido posible la puesta en marcha del controvertido Centro de Diseño, o como se llame.

Último dato: LEY REGLAMENTARIA DEL ARTÍCULO 5º CONSTITUCIONAL, RELATIVO AL EJERCICIO DE LAS PROFESIONES EN EL DISTRITO FEDERAL:" ARTÍCULO 50, INCISO p) Velar porque los puestos públicos en que se requieren conocimientos propios de determinada profesión, estén desempeñados por los técnicos respectivos con título legalmente expedido y debidamente registrado". Ver también: ESTATUTO CODIGRAM "ARTÍCULO 2, INCISO i). ¡Algo se podrá hacer!

La historia lo calificará y lo pondrá en el lugar que le corresponde. Sin embargo, es determinante para la historia y evolución del diseño en México, que si aquello que instituyó BANCOMEXT no cumple con los mínimos requisitos esperados por el Colegio para beneficio de sus agremiados, busque determinadamente y con una convicción inquebrantable, la formación de un Centro de Diseño que cumpla con las expectativas mínimas esperadas. Es de desear que proyectos de esta magnitud, no despierten la codicia ni la soberbia de quienes tienen en sus manos la capacidad de iniciarlos.



Arturo Domínguez Macouzet



OTRO CENTRO DE DISEÑO:

Un proyecto similar al del Centro Mexicano de Diseño, se propuso para cubrir las necesidades de una pequeña pero altamente productiva población mexicana del Estado de Guerrero. Esta población de origen minero, Taxco de Alarcón, se ha caracterizado por ser un centro de afluencia comercial y artesanal de gran importancia dentro del Estado como del país.

En base a la experiencia obtenida con anterioridad, es que un equipo de diseñadores -Laura Figueroa Alcocer, Fernando Martín Juez y yo mismo- propusimos a principios de 1994, con la aceptación del Gobierno del Estado, el proyecto para la creación del que denominamos: CENTRO DE DISEÑO Y PRODUCCION ARTESANAL DEL ESTADO DE GUERRERO. Esta experiencia que transcribiré mas adelante, deberá servir a las futuras generaciones y como ejemplo en distintas comunidades de la República Mexicana, para su implementación y puesta en marcha, en beneficio de la comunidad artesanal, que coadyuve al mejoramiento de los niveles de vida de la comunidad en la que se implante y que en sustento del diseño, se puedan desarrollar las comunidades para alcanzar los niveles de producción industrial o semi-industrial.

CENTRO DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN ARTESANAL DEL ESTADO DE GUERRERO

PRESENTACIÓN

"Las premisas en las que se basa el documento anexo son sin lugar a dudas, aquellas que por razones de competitividad, se requieren a nivel nacional en las áreas de diseño, producción y mercadotecnia; etapas determinantes en el proceso de generación de objetos y/o productos, que estén al alcance de los consumidores tanto nacionales como extranjeros.

Es indispensable que organizaciones de esta naturaleza, generen por sí mismos un bienestar común basado en el trabajo, experiencia organizacional, tecnología y creatividad de las comunidades artesanales de donde provengan dichos objetos y/o productos. Es importante que los grupos de artesanos del Estado de Guerrero se vinculen de manera inmediata pero organizada a los lineamientos productivos -calidad, tecnología y diseño- que nos demandan las circunstancias económicas imperantes en los mercados actuales.

En base a estudios mencionados por FONART se calcula que actualmente existen en México, alrededor de cinco millones



de artesanos dedicados a la producción de artesanía, la cual se realiza en la mayoría de los casos en unidades familiares, en condiciones precarias de operación, sin suficientes ni adecuados instrumentos de trabajo; además de insuficiente asesoramiento técnico-administrativo, indispensable para la sobrevivencia y mejoramiento de la actividad. La producción artesanal, se caracteriza a su vez, por constituir una actividad primordialmente desarrollada en comunidades indígenas de carácter rural, con altos índices de marginación, donde las más de las veces, la artesanía es una labor complementaria a las tareas agrícolas, forestales, mineras o pesqueras.

La pobreza extrema de este sector, se pone de manifiesto a través del estudio efectuado por el Consejo Consultivo del Programa Nacional de Solidaridad (PRONASOL), que textualmente señala:

"En México viven 41 millones de personas que no satisfacen sus necesidades mínimas o esenciales. De ese total, 17 millones se encuentran en condiciones de pobreza extrema. Estos mexicanos, en su mayor parte son habitantes del campo, zonas áridas, semiáridas y en comunidades indígenas. Sus condiciones de vida son precarias debido a que sus ingresos, sea por salarios o por producción, o sumados ambos, apenas son suficientes para adquirir por grupo familiar, el 60% de los bienes y servicios indispensables. En estas familias, compuestas por cinco personas o más, se da el analfabetismo o cuando más, solo los primeros años de primaria. Padecen enfermedades que no sufre el resto de la población y la mortalidad infantil es mayor que en otras regiones del país, así como la esperanza de vida es menor. Sus viviendas son insuficientes en tamaño y en general carecen de los servicios de energía eléctrica, agua potable y drenaje. Su alimentación es insuficiente en cantidad y calidad, por lo que la desnutrición es un fenómeno constante. La falta de higiene de la vivienda, sumada a la desnutrición y a un medio ambiente insalubre, aumenta de manera sensible los riesgos de salud, y dificultan las posibilidades de desarrollo".¹⁴

14) "EL COMBATE A LA POBREZA: LINEAMIENTOS PROGRAMÁTICOS". CONSEJO CONSULTIVO DEL PROGRAMA NACIONAL DE SOLIDARIDAD. EL NACIONAL. MÉXICO. 1990, p.54

15) COMO RESPUESTA A LA DEMANDA DEL MOVIMIENTO CAMPESINO, SE DIÓ EL COMPROMISO PRESIDENCIAL, DE CANALIZAR RECURSOS PARA APOYAR LA ELABORACIÓN DE PROYECTOS, MEDIANTE LA CREACIÓN DEL FONDO PATRIMONIAL PARA LA ELABORACIÓN DE ESTUDIOS Y PROYECTOS PARA EL FOMENTO DE EMPRESAS DE SOLIDARIDAD.

Todo lo anterior, pone de manifiesto no solo las desventajosas condiciones económicas que padece el artesano del país, sino la carencia o absoluta ausencia de servicios sociales y de salud que ellos padecen.

Según lo expuesto y considerando que:

- 1) La población artesanal es en un alto porcentaje, parte del sector campesino:
- 2) El Fondo Patrimonial¹⁵, se creó para dar respuesta a este sector, canalizando recursos para la elaboración de estudios y proyectos:
- 3) Por todo lo descrito, el artesanado mexicano en su



Arturo Domínguez Macouzet



mayoría, no se encuentra organizado en grupos ni en empresas, sino en talleres familiares.

4) Para formar empresas o grupos organizados, se requiere de manera imperativa, el desarrollo de estudios orientados a mejorar o desarrollar su productividad:

5) El Instituto Guerrerense de la Cultura, en su condición de organismo responsable de acceder al cumplimiento de un objetivo de beneficio social del Estado, mediante la satisfacción de metas de desarrollo económico, aunados a acciones de difusión e incremento de calidad artística, es la instancia indicada para formular en nombre del Gobierno del Estado de Guerrero, el desarrollo del proyecto en referencia.

Es que se propone la creación del CENTRO DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN ARTESANAL DE ESTADO DE GUERRERO, con sede en la ciudad de Taxco, la cual es una ciudad que ocupa una posición estratégica y privilegiada por su localización cercana a grandes centros de comercio, por su atractivo turístico, su tradición productiva y su gran sensibilidad.

La ciudad de Taxco, posee una herencia cultural rica e innovadora. Una gran preocupación y vocación para mejorar y superar sus ideas creativas, basadas en el diseño. Ha sido, a través de la historia, un ejemplo de vitalidad para muchos centros productivos y culturales nacionales e internacionales.

Concluiremos que la derrama del beneficio devengado, como resultado del desarrollo del proyecto propuesto, tendría amplias repercusiones: en el orden económico-social, daría opción a que un amplio número de artesanos del Estado, produzcan piezas más rentables, y por ende, mejoren sus niveles de ingreso y con ello su calidad de vida; en el orden cultural, la ventaja se presentaría por la preservación de las tradiciones que en muchos casos datan desde la antigüedad prehispánica; y por otra parte, se insertarán aspectos "modernos predominantes" en los mercados internacionales, a manera de "valores agregados", a las piezas tradicionales o a las de nueva creación; para que existiendo mercados y fuentes de ingreso, las técnicas transmitidas de generación en generación no se extingan, consiguiendo seguir su curso a lo largo de la historia, solo que expresadas en nuevas formas y con nuevas técnicas, más acordes a la dinámica actual, e insertándose en un proceso cinético y transformador, pero respetuoso de la naturaleza y esencia que dio origen a nuestra Cultura Mexicana".

¿Para qué éste Centro?

Para que artesanos y artistas, talleres y grupos productivos, pequeña y mediana industria, maquiladoras, intermediarios y



Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995



comerciantes del Estado de Guerrero, tengan un lugar donde concentrar sus esfuerzos, invenciones e ideas nuevas para mejorar diseños, empaques, publicidad y mercadeo de sus productos.

Para que autoridades en la materia canalicen sus proyectos, den forma a nuevos diseños y mejoren su comercialización.

Para recrear nuestra cultura tecnológica, actualizar conocimientos e impulsar nuestra participación en los procesos de modernización económica y social de nuestra comunidad.

INTRODUCCIÓN.

Artesanos, productores e industriales, necesitan colocar en el mercado sus productos; necesitan mejorar sus instrumentos de trabajo, aprehender nuevos modos de crear y vender sus mercancías; integrarse activamente a la economía y obtener sus beneficios.

Comerciantes, intermediarios de mercancías y servicios, necesitan productos nuevos y atractivos, ideas originales que garanticen ventas continuas y fidelidad de los consumidores.

Diseñadores, artistas, técnicos y creativos, elaboran proyectos, generan retos y nuevos desafíos a la imaginación, superan los límites ampliando las opciones, dan soluciones concretas, viables y novedosas a los problemas.

Generar incentivos, crear iniciativas originales, trabajar, poco a poco, en una cultura tecnológica que impulse y sostenga la génesis del objeto y los servicios realmente útiles, es hoy en México no solo posible sino indispensable.

El encuentro, la organización eficiente y productiva, es la tarea de un CENTRO DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN ARTESANAL.

OBJETIVOS.

** Coordinar actividades prioritariamente de índole creativo-productiva, entre los diseñadores (artesanos, artistas, técnicos, operarios, etc.) y los fabricantes (talleres, laboratorios, comunidades, etc.), así como de los distribuidores (comercios, tiendas de menudeo, tianguis, centros comerciales, distribuidores internacionales, etc.).*

** Representar y promover las necesidades y recursos, de la población productiva artesanal, con un alto sentido de competitividad exportable.*

** Auxiliar y proponer a las autoridades públicas y a las organizaciones privadas, para motivar el desarrollo de nuevos productos, con adecuados recursos de presentación y comercialización.*



Arturo Domínguez Macouzet



** Evaluar y dictaminar acerca de los requerimientos necesarios para solucionar las alternativas de evolución y progreso de las poblaciones o especialidades de producción.*

** Propiciar el desarrollo y arraigo de una cultura estética y mercadológica, en base a una estabilidad en la modernización y/o actualización de los procesos de transformación.*

** Identificar para vitalizar las costumbres, modos de vida y tradiciones estéticas y técnicas imperantes en el Estado.*

** Actualizar conocimientos técnico-estéticos para impulsar la participación activa en los procesos de modernización, especialmente dentro de la micro y pequeña industria.*

** Coadyuvar con las autoridades gubernamentales del Estado, como asesor, consultor y especialista en las materias de diseño, que le permitan acceder al recurso creativo para la imagen y presencia del propio gobierno.*

** Albergar dentro de sus instalaciones a oficinas de trámites oficiales, como marcas y patentes, adquisiciones de materias primas, tecnologías, importaciones y exportaciones, asuntos legales como: demandas, peritajes, asesorías, etc.*

** Promover la organización de cursos, conferencias, seminarios, exhibiciones, publicaciones, concursos, etc., a nivel local, estatal, nacional e internacional, con objeto de mostrar y difundir los logros obtenidos para beneficio tanto de los productores como del propio centro.*

** Obtener en un plazo de tres años, su autonomía tanto desde el punto de vista financiero como operativo para garantizar su permanencia y utilidad, para la que fue creada.*

OPERACIÓN.

El Centro deberá operar, captando necesidades entre los productores, el comercio y los usuarios, canalizando estas necesidades a profesionales del diseño, así como a especialistas en producción y mercadotecnia.

Deberá crecer con autonomía, bajo los auspicios del Estado, dado que cuenta con la autoridad y capacidad de vinculaciones con el aparato productivo, legal y financiero. Esta gama de relaciones habrá de favorecer una coordinación mayor y más equilibrada entre diversos intereses.

Deberá actuar como centro de enlace y coordinación entre diversos despachos y profesionales independientes del diseño, productores, proveedores de materiales, tecnologías y mercados.

Realizará trabajos de diseño para necesidades internas; contará con equipo de cómputo especializado y actualizado; su estructura funcional deberá contar con todo lo necesario para cubrir los objetivos propuestos, tanto de personal como físicas (de preferencia deberán ser de carácter moderno, contrastante





con el estilo colonial imperante en los inmuebles propios de la sede mencionada).

Establecerá relaciones estrechas con autoridades de otros Estados de la República, para garantizar el abastecimiento, producción comercialización y difusión; así mismo tendrá comunicación permanente, con Centros similares en otros países, con objeto de retroalimentarse en base a los resultados y experiencias en otras culturas, susceptibles de intercambio.

Recibirá remuneraciones en especie o efectivo, en los casos que así se convengan por los servicios de diseño, asesorías, cursos, etc. que se otorguen, dándole prioridad a los requerimientos del Estado de Guerrero.

Para su operación inicial; deberá recibir fondos económicos e implementos materiales, de aportaciones oficiales y privadas, manejadas por un equipo de diseñadores y administradores de confianza, destinando los recursos en primera instancia a la creación y comercialización de nuevos productos, así como a los cursos de sensibilización y capacitación.

Recibirá remuneraciones en especie o efectivo, en los casos que así se convenga, por los servicios de diseño, asesorías, cursos, etc. que se otorguen, dándole prioridad a los requerimientos del Estado de Guerrero.

Para su operación inicial, deberá recibir fondos económicos e implementos materiales, de aportaciones oficiales y privadas, manejadas por un equipo de diseñadores y administradores de confianza, destinando los recursos en primera instancia, a la creación y comercialización de nuevos productos, así como a los cursos de sensibilización y capacitación.

A través del acopio de datos (¿quién hace, quién vende y quién necesita qué?) y de la promoción y difusión de las actividades del Centro de Diseño, se irá reuniendo sistemáticamente un banco de datos, clientes y proveedores que permita resolver una a una, las necesidades captadas.

La fase inicial de promoción y difusión del Centro, y la demostración clara de la importancia del Diseño y sus beneficios, es el pilar fundamental para el éxito del proyecto. A través de medios diversos, entrevistas con los productores y una campaña directa dirigida hacia ellos y los comerciantes, es como el Centro dará a conocer sus servicios e iniciará el acopio sistematizado de información, que facilite ubicar productores y distribuidores, creativos y proveedores. Así mismo, realizará proyectos específicos de forma permanente -además de los proyectos



Arturo Domínguez Macouzet



especiales que surjan eventualmente- como son los que a continuación se proponen, con el objeto de otorgar soluciones inmediatas y exitosas:

** DISEÑO Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS.*

Artesanías, manufacturas, objetos diversos, partes industriales y otros productos.

** ASESORIAS EN:*

Adaptación tecnológica:

- Simplificación y racionalización de procesos productivos.*
- Aprovechamiento integral de tecnologías, materiales y recursos.*

Incorporación y rescate de técnicas diversas (nacionales y extranjeras):

- Técnicas que aporten soluciones simples y de aplicación inmediata.*
- Ideas actualizadas, adaptadas a nuevos materiales y condiciones.*

Rediseño y adaptación de la apariencia y utilidad del producto para otros usuarios y nuevos mercados:

- Mayor variedad de formas y características para mercados diferentes*
- Adaptación dimensional y de uso para consumidores de diferentes edades, complexiones, hábitos, culturas, etc.*

Análisis de costos:-

- Controles de proveeduría y abastecimiento.*
- Racionalización de procesos (mano de obra y materiales).*

Control de calidad:

- Materia Prima.*
- Procesos.*
- Acabados.*
- Presentación.*

Envase y embalaje:

- Diseño.*
- Materiales.*
- Normas.*

PERSONAL ...

(Se desarrolló la estrategia completa, incluyendo dentro del organigrama, el perfil de todos los puestos laborales propuestos; así mismo se determinó la infraestructura física (mobiliario, equipamiento, etc. con el mayor detalle) con objeto de operar con la mejor de las condiciones y se plantearon los parámetros económicos, mismos que por espacio no aparecen en este trabajo).

(...)

Siendo este un proyecto de colaboración mixta, es decir con



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



iniciativa de gobierno y de participación privada, se deberá contar con las aportaciones tanto del municipio, como de los productores privilegiados locales y estatales, puesto que obtendrán beneficios inmediatos como respuesta a sus aportaciones, en dinero o en especie.

(...)

Por otra parte, se pondrán a la venta y comercialización diferentes proyectos y/o productos que, siendo subcontratada su realización específica, generen ingresos al propio Centro.

Los servicios que prestaría el Centro, como son las exhibiciones, cursos de capacitación y actualización, etc., tendrían un costo directo y por consiguiente se cobraría a los usuarios cuotas de recuperación.

Se pondrán a la venta, servicios tales como:

- Representaciones comerciales de productos especiales, equipos, materias primas y tecnologías específicas.
- Información, directores, materiales impresos y audiovisuales y, evidentemente, diseño industrial y gráfico.

Complementariamente, se proponen ingresos por concepto de regalías, con anticipos de garantía, lo cual facilitaría la adquisición de los servicios de diseño, por parte de los artesanos y demás productores establecidos en la micro y pequeña industria.

Se recomienda la creación de un PATRONATO rector y promotor, formado por instituciones públicas y privadas, y con ello, un fondo mixto que garantice el apoyo y la difusión del Centro de Diseño, a través de los artesanos, artistas, diseñadores, productores y comercializadores. La responsabilidad específica de dicho Patronato, sería la de buscar recursos, promover actividades y representar los intereses del Centro, planteados en sus objetivos operativos.

PROYECTOS INICIALES.

Se proponen a continuación, algunos proyectos para dar inicio a las actividades del Centro de Diseño y Producción Artesanal de Estado de Guerrero. El perfil de planteamiento se basa especialmente, en labores de trascendencia económica de interés social, para propiciar un desarrollo productivo:

Diseño de nuevos productos en las áreas siguientes:

- *Platería y alpaca.
- *Mobiliario de madera producido en Taxco.
- *Mobiliario y objetos decorativos de Olinalá.
- *Objetos cerámicos de Xalitla.

Diseño de la imagen gráfica, el sello, la simbología y envases, que caracterizen a los productos de platería y alpaca de Taxco,

16) EL DOCUMENTO FUE ELABORADO EN COLABORACIÓN CON EL M.D.I. FERNANDO MARTÍN JUEZ.



Arturo Domínguez Macouzet



para productos nuevos o actuales. A través de este "sello especial" es como se podrá dar personalidad a los productos en general, además de ofrecer los objetos protegidos y con presentación atractivas al consumidor.

Diseño de nuevos equipos y accesorios para el troquelado y procesos de maquinado de la plata.

Desarrollo de normas estatales de calidad para la producción de objetos de plata, madera y cerámica.

Exposiciones y catálogos de los trabajos más sobresalientes de la pintura en amate, cerámica, laca y otras áreas del arte popular regional.

Diseño de la imagen, simbología y mobiliario urbano para las poblaciones menos desarrolladas del Estado.

Diseño y montaje de exposición internacional que muestre los nuevos productos, y desarrollos turísticos y sociales del Estado.

Realización del PRIMER ENCUENTRO INTERNACIONAL DE DISEÑO PARA EL TURISMO ECOLÓGICO.

CONCLUSIONES.

El Centro de Diseño y Producción Artesanal del Estado de Guerrero, es la base de un proyecto regional de mejora e innovación de la planta productiva y comercial;

Es la semilla de un nuevo concepto en centros de información, actividades académicas, de investigación y desarrollo profesional, de producción, de comercialización y de diseño;

Es una plataforma que apoya el ascenso hacia mejores condiciones de vida y el estímulo al desarrollo de las tradiciones y nuevas perspectivas culturales, respetando el medio físico y social:

El Centro de Diseño y Producción Artesanal de Estado de Guerrero es una solución novedosa para una antigua idea: trabajar unidos: productores, prestadores de servicios y comerciantes, para conocerse y compartir necesidades, recursos y potencialidades; hacer con las instituciones públicas un Centro de enlace y comunicación entre cada uno de los protagonistas de la sociedad civil; difundir y hacer accesible en todos los rincones de la tecnología moderna, la información actualizada y lo más brillante de nuestras mejores tradiciones".¹⁶



La oportunidad para desarrollar el proyecto es hoy en día, sumamente favorable. El beneficio que derramaría en el Estado de Guerrero y en especial a la ciudad de Taxco, no sólo sería en el aspecto tecnológico y comercial, sería seguramente un ejemplo de organización y disposición para el desarrollo nacional. Taxco de Alarcón, Gro. en diversos aspectos de la cultura, es un modelo y digamos, un atractivo nacional e internacional; la aceptación a nuestra propuesta, para la elaboración del proyecto, correspondió al Lic. Alfredo R. Figueroa A., Presidente del Consejo de Cultura y Convenciones del Estado de Guerrero, quien ha fomentado en diversas oportunidades, la presencia y desarrollo del diseño.

Las obras son las que permanecen. Los proyectos, si se realizan, justifican su esfuerzo. Las personas son los promotores de las ideas, los equipos las ejecutan. Estoy cierto que cuando se tiene imaginación y disposición, cualquier cosa es factible; cualquier proyecto con recursos humanos y materiales eficientes, es decir, con una organización, podrá realizarse. Permanecen las cosas y los hechos; perduran aquellas que se realizaron en beneficio de una comunidad; se reconoce siempre, el esfuerzo y la dedicación, la constancia y la pulcritud con las que se ejecutan.

Los proyectos anteriormente mencionados, si se logran, serán organizaciones altamente promotoras del diseño. Centros de Diseño coordinados por diseñadores-diseñadores. Oficinas que instituyan la cultura del diseño; que la dejen estampada en las mentes de las personas, a través de los objetos y servicios que produzcan; que provoquen la necesidad del uso del diseño, que se vuelva un imperativo categórico.

C3) LEY DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

Una de las formas de comprobar la oficialidad y representatividad del CODIGRAM es cuando el Sector Oficial recurre a él, para dirimir y servir como asesor en aspectos legislativos; tal fue el caso de la participación del Colegio para el análisis de la iniciativa de Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, iniciativa que fue publicada en el Diario Oficial de la Federación durante el mes de junio de 1991.

Un pequeño grupo de diseñadores miembros del VIII Consejo Directivo, nos reunimos para estudiar la petición que se nos hizo, por parte de la Cámara de Diputados para cuestionar y en su caso calificar la mencionada iniciativa de Ley. Cuando el



Arturo Domínguez Macouzet



documento llegó a nuestras manos nos propusimos estudiarlo y decidimos en conjunto y por unanimidad, proponer inmediatamente cambios a dicho documento; desgraciadamente el documento original fue elaborado sin la asesoría o participación directa o indirecta de ningún diseñador industrial ni gráfico; y por consiguiente nunca se solicitó la participación desde un principio, del CODIGRAM. El documento en cuestión, afortunadamente ya tipificaba la actividad del Diseño Industrial, lo cual nos pareció de suma trascendencia para nuestra profesión.

Antes de proceder a transcribir los trabajos que se realizaron para manifestar nuestra posición, es importante mencionar que si nuestra participación no resultó de la trascendencia que nosotros esperábamos, es por una parte debido a la ignorancia que del tema y de nuestra presencia tienen las autoridades respectivas; y por otra parte, la falta de voluntad política para aceptar ser asesorados por profesionales especialistas. Sin embargo, obtuvimos el reconocimiento a nuestro esfuerzo y respuesta inmediata (cinco días calendario, después de la petición), a la calidad de nuestro trabajo a pesar de no ser "juristas" y la promesa -incumplida hasta la fecha- de que dada nuestra capacidad e interés en la materia, nos consultarían y participaríamos activa y estrechamente en la elaboración de la Ley Reglamentaria, de la mencionada Ley recientemente aprobada. Dicha negociación se acordó una vez entendida de nuestra parte las circunstancias políticas que imperaban en esos momentos entre el Ejecutivo Federal, la Cámara de Senadores y la de Diputados; siendo de la responsabilidad la elaboración de la iniciativa de la Ley de la Dirección General de Desarrollo Tecnológico dependiente de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

Sería muy provechoso pero ciertamente resultaría exhaustivo, el transcribir la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial; solamente me ocuparé en principio del escrito que fue enviado a la H. Cámara de Diputados, con copia a los representantes de diversos partidos políticos integrantes de la Comisión de Patrimonio y Fomento Industrial. Las referencias en "negritas" son nuestros cambios propuestos a la redacción original; no presento comparativamente el contenido original, que fue por cierto el que dejaron como definitivo, es decir, hicieron caso omiso a nuestras propuestas. Sería interesante que oficialmente las autoridades del CODIGRAM solicitaran dicha Ley e intervinieran en lo conducente. Posteriormente transcribiré los comentarios que se realizaron en favor de la Ley y por último algunas estadísticas que nos apoyarán a sustentar la importancia medular y cada vez más urgente de que los diseñadores oficialmente representados, participemos en este tipo de iniciativas que permitirán el desarrollo y evolución de nuestro país.





"OFICIO: VIII CDP/0891
Ciudad de México, 27 de mayo de 1991

H. CÁMARA DE DIPUTADOS
Av. del Congreso de la Unión s/n
Edificio H, nivel 3/ Colonia El Parque
Deleg. Venustiano Carranza.

ATN: C. Dip. Hermenegildo Anguiano Martínez
Presidente de la Comisión de Patrimonio y Fomento
Industrial.

Sr. Diputado:

El Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, A.C., contempla dentro de sus Estatutos vigentes registrados en la Dirección General de Profesiones, lo siguiente: a) Vigilar que el ejercicio de las profesiones de Diseño Industrial y Gráfico, se realiza dentro del más alto plano legal y moral, b) Promover la expedición de leyes, reglamentos y reformas a los mismos, relativos al ejercicio profesional, c) Auxiliar a la Administración Pública con capacidad de promover lo conducente a la moralización de la misma, f) Fomentar la cultura, la investigación y la docencia; el mayor conocimiento del Diseño Industrial y Gráfico; el constante mejoramiento de los profesionales de estas materias y el aprovechamiento de todos los conocimientos científicos para elevar a la comunidad y a las personas que en ella viven, g) Colaborar en la forma más amplia posible con el Poder Público como consultor y para la prestación del servicio social, i) Velar porque sean Diseñadores Industriales o Gráficos con título legalmente expedido y debidamente registrado, los que desempeñen los puestos públicos que requieren de los conocimientos propios de las profesiones, N) Difundir las profesiones de DISEÑO INDUSTRIAL y DISEÑO GRÁFICO, su proyección, necesidad y utilidad entre los industriales y sus agrupaciones, nacionales o extranjeras y entre todo tipo de personas y asociaciones o empresas.

Es por lo anterior, Sr. Diputado, que nos dirigimos a Ud. en representación del Gremio Colegiado y los Diseñadores en general, con objeto de manifestarle por este conducto, algunos comentarios con respecto a la: INICIATIVA DE LEY DE FOMENTO Y PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.

Dichos comentarios están basados en los análisis que se realizaron a los documentos: "Proyecto de Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Intelectual", con fecha trece de mayo del presente año; copia del primer documento que tuvo a bien hacernos llegar el Dr. Roberto Villarreal Gonda, Director General



Arturo Domínguez Macouzet

de Desarrollo Tecnológico de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, y posteriormente el que Ud. mismo nos facilitó fechado con el día dieciseis de mayo del presente año, para emitir a petición nuestra, los comentarios y/o sugerencias que consideramos oportunos en beneficio del contenido y finalidad de la propia Iniciativa de Ley, en nuestra calidad de técnicos colegiados y peritos oficiales en materia de Diseño Industrial y Diseño Gráfico.

Ha sido con el Dr. Villarreal Gonda, con quien hemos tenido oportunidad a finales del año próximo pasado, de comunicarle personalmente nuestra inquietud y disposición de coadyuvar, en la medida de nuestros recursos y capacidades dentro del área que nos ocupa, con el Gobierno Federal para que en común acuerdo, se establezcan las condiciones propicias para la evolución e inserción del diseñador en el Sector Productivo, que tanto requiere nuestro país.

Es oportuno comentarle, que las profesiones de Diseño tienen más de treinta años ejerciéndose en México a nivel profesional con grado de licenciatura, siendo que a la fecha existen más de cincuenta universidades en todo el país que imparten las carreras de Diseño, tanto Industrial como Gráfico.

Hemos visto con interés y de ahí nuestro reconocimiento, al esfuerzo que realiza el Gobierno de México para propiciar los ajustes necesarios a la Ley de protección de la Propiedad Intelectual, los cuales nos llevarán con prontitud, a la tan esperada y necesitada modernización por la vía productiva; para ello debemos fomentar y proteger la creatividad como resultado de una labor intelectual, que históricamente nos ha caracterizado a los mexicanos.

Por lo anteriormente expuesto y como responsabilidad inherente del Colegio de Diseñadores, apoyamos solidariamente el Proyecto de Ley, debiendo expresar la necesidad de realizar ciertas modificaciones, con el afán de informar técnicamente a nuestros Legisladores y con ello, formar criterios uniformes relativos a la práctica y denominación del Diseño en México.

Proponemos que los siguientes artículos deben quedar de la siguiente manera:

TÍTULO PRIMERO
Disposiciones Generales
Capítulo Único

Artículo 5º.- La Secretaría promoverá **los diseños** y las invenciones de aplicación industrial y su desarrollo comercial mediante:



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



II.- La elaboración, actualización y difusión de directorios de personas físicas y morales dedicadas a la generación de **diseños e invenciones** y a actividades de investigación tecnológica, así como a prestar servicios relacionados con el desarrollo industrial y comercial de los procesos de producción o de los bienes y servicios resultantes.

IV.- La asesoría a empresas o a intermediarios financieros para emprender o financiar el desarrollo industrial o comercial de determinados **diseños e invenciones**.

Artículo 6º.- La Secretaría difundirá entre las personas, grupos, asociaciones o instituciones de investigación, enseñanza superior o de asistencia técnica, el conocimiento y alcance de las disposiciones de esta Ley y su reglamento que faciliten sus actividades en la generación de **diseños e invenciones** en el desarrollo industrial y comercial subsecuente.

Para promover y fomentar los **diseños, invenciones y creaciones de aplicación industrial o comercial**, la Secretaría podrá celebrar convenios de cooperación, coordinación y concertación, según el caso, con instituciones públicas o privadas, nacionales o extranjeras.

TÍTULO SEGUNDO

De las Investigaciones, Modelos de Utilidad y Diseños Industriales

Capítulo I

Disposiciones Preliminares

Artículo 12.- Para los efectos de este título se considera como

III.- Actividad inventiva, al proceso creativo cuyos resultados no se deduzcan del estado de la técnica en forma evidente para un técnico o **perito** en la materia;

IV.- **Diseños industriales a los conjuntos de características y atributos funcionales, formales y de factibilidad productiva que definen la configuración de un objeto y/o producto y que son resultado de un proceso sistemático de investigación y desarrollo.**

V.- **Aplicación industrial, a la posibilidad de que cualquier producto o proceso sea producido o utilizado, según el caso, en la industria, incluyéndose en ésta a la agricultura, la ganadería, la pesca, la minería, las industrias de transformación propiamente dichas, la construcción y toda clase de servicios;**

VI.- **Reivindicación, a la característica esencial de un**



Arturo Domínguez Macouzet



producto o proceso cuya protección se reclama de manera precisa y específica en la solicitud de patente o de registro y se otorga, en su caso, en el título correspondiente, y

VII.- Fecha de presentación, a la fecha en que se entregue la solicitud en la Secretaría o en el Sistema Postal Mexicano, siempre y cuando cumpla con los requisitos que señala esta Ley y su reglamento o en su defecto cuando se cumplan éstos.

Artículo 13.- Se presume **diseñador o inventor** a la persona física que se ostente como tal en la solicitud de patente o de registro. **El diseñador o inventor tiene derecho a ser mencionado en el título correspondiente o a oponerse a esta mención.**

Capítulo II De las Invenciones

Artículo 19.- No se considerarán invenciones para los efectos de esta Ley:

VIII.- La yuxtaposición de invenciones conocidas o mezclas de productos conocidos, su variación de forma, de dimensiones o de materiales, salvo que en realidad se trate de su combinación o fusión de tal manera que no puedan funcionar separadamente o que las cualidades o funciones características de las mismas sean modificadas para obtener un resultado industrial no obvio para un técnico o perito en la materia.

Capítulo IV De los Diseños Industriales

Artículo 32.- Los diseños industriales comprenden a:

I.- Los diseños industriales comprendidos como conjuntos de características y atributos formales y de factibilidad productiva que definen la configuración de un objeto y/o producto y que son resultado de un proceso sistemático de investigación y desarrollo.

II.- Los dibujos industriales, que son toda combinación de figura, líneas o colores que se incorporen a un producto industrial con fines de ornamentación y que le den un aspecto peculiar y propio, y

III.- Los modelos industriales, constituidos por toda forma tridimensional que sirva de tipo o patrón para la fabricación de un producto industrial, que le dé apariencia especial en cuanto no implique efectos técnicos.





Artículo 37.- La tramitación del registro de los diseños industriales se llevará a cabo, en lo conducente, conforme a las reglas contenidas en el Capítulo V del presente Título. (---)

Capítulo V
De la Tramitación de Patentes

Artículo 38.- Para obtener una patente deberá presentarse solicitud escrita ante la Secretaría, en la que se indicará el nombre y domicilio del **diseñador y/o** inventor y del solicitante, la nacionalidad de este último, la denominación del **diseño y/o** invención, y demás datos que prevengan esta Ley y su reglamento, y deberá exhibirse la comprobación del pago de derechos.

La solicitud de patente en trámite y sus anexos serán confidenciales hasta el momento de su publicación.

Artículo 39.- La patente podrá ser solicitada directamente por el **diseñador y/o** inventor o por su causahabiente o a través de sus representantes.

Artículo 43.- La solicitud de patente deberá referirse a un solo diseño o invención o a un grupo de los mismos, relacionados de tal manera entre sí que conformen un único concepto.

Artículo 47.- A la solicitud de patente se deberá acompañar:

I.- La descripción del diseño o la invención, que deberá ser lo suficientemente clara y completa para permitir una comprensión cabal de la misma y, en su caso, para guiar su realización por una persona que posea pericia y conocimientos medios en la materia.

Asimismo deberá incluir el mejor método conocido por el solicitante para llevar a la práctica el **diseño o** invención, cuando ello no resulte claro de la descripción de el **diseño y/o** invención.

IV.- Un resumen de la descripción del **diseño y/o** invención, que servirá únicamente para su publicación y como elemento de información técnica.

Artículo 48.- Cuando una solicitud de patente tenga que dividirse, el solicitante deberá presentar las descripciones, reivindicaciones, planos o dibujos necesarios para cada solicitud, excepto la documentación relativa a la prioridad reclamada y, en su caso, su traducción que ya se encuentren en la solicitud inicial. Los planos o dibujos y descripciones que se exhiban, no sufrirán



Arturo Domínguez Macouzet



alteraciones que modifiquen el **diseño** o la invención contemplada en la solicitud original.

Artículo 53.- Una vez publicada la solicitud de patente, la Secretaría hará un examen de fondo del **diseño y/o** la invención, para determinar si se satisfacen los requisitos señalados por el artículo 15 de esta ley.

Artículo 55.- Si durante el examen de fondo se encontrase que existe la posible invasión total o parcial de derechos adquiridos por terceros, que el **diseño y/o** la invención carece de novedad o que se necesitan datos o documentación adicionales o complementarios, se requerirá por escrito al solicitante para que, dentro del plazo de dos meses, haga las aclaraciones que considere pertinente o presente la información o documentación requerida. Si el solicitante no cumple con el requerimiento en el plazo señalado, su solicitud se considerará abandonada.

Artículo 59.- La Secretaría expedirá un título para cada patente como constancia y reconocimiento oficial al titular. El título para cada patente como constancia y reconocimiento oficial al titular. El título comprenderá un ejemplar de la descripción, reivindicaciones y dibujos, si los hubiere, y en el mismo se hará constar:

III.- Nombre **del diseñador o diseñadores**, inventor o inventores;

V.- Denominación del **diseño** o de la invención, y

TÍTULO CUARTO

De las Marcas y de los Avisos y Nombres Comerciales

Capítulo I

De las Marcas

Artículo 89.- Pueden constituir una marca los siguientes signos:

II.- Las formas **bidimensionales y tridimensionales**;

Artículo 90.- No se registrarán como marca:

III.- Las formas **bidimensionales y tridimensionales** que sean del dominio público o que se hayan hecho de uso común y aquellas que carezcan de originalidad que las distinga fácilmente, así como la forma usual y corriente de los productos o la impuesta por su naturaleza o función industrial;



Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995

IV.- Las denominaciones, figuras o formas **bidimensionales** y **tridimensionales** que, considerando el conjunto de sus características, sean descriptivas de los productos o servicios que traten de protegerse como marca. Quedan incluidas en el supuesto anterior las palabras descriptivas o indicativas de la especie, calidad, destino, valor, lugar de origen de los productos o la época de producción;

XIV.- Las denominaciones, figuras o formas **bidimensionales** y **tridimensionales**, susceptibles de engañar al público o inducir a error, entendiéndose por tales las que constituyan falsas indicaciones sobre la naturaleza, componente o cualidades de los productos o servicios que pretendan amparar;

XV.- Las denominaciones, figuras o formas **bidimensionales** y **tridimensionales**, iguales o semejantes a una marca que la Secretaría emite notoriamente conocida en México, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio;

Capítulo V Del registro de Marcas

Artículo 113.- Para obtener el registro de una marca deberá presentarse solicitud por escrito ante la Secretaría con los siguientes datos:

I.- Nombre, nacionalidad y domicilio del **diseñador Gráfico** o del solicitante;

II.- El signo distintivo de la marca, mencionando si es nominativo, innominado o mixto y, en su caso, si es **bidimensional** o **tridimensional**;

17) EL DOCUMENTO ANTERIOR FUE ELABORADO Y FIRMADO POR LOS SIGUIENTES DISEÑADORES MIEMBROS DEL VIII CONSEJO DIRECTIVO: D.I. ARTURO DOMÍNGUEZ MACOUZET. PRESIDENTE / D.I. LUIS SOTO WALLS. VICEPRESIDENTE DE DESARROLLO PROFESIONAL / D.I. JAVIER BRAVO FERREIRA. VICEPRESIDENTE DE COMUNICACIÓN / D.I. RAÚL TORRES MAYA. VICEPRESIDENTE DE DIFUSIÓN / D.I. OSCAR SALINAS FLORES. VICEPRESIDENTE DE PROGRAMAS ESPECIALES.

TÍTULO SÉPTIMO De la Inspección, de las Infracciones y Sanciones Administrativas y de los Delitos

Capítulo III De los Delitos

Artículo 223.- Son delitos:

I.- Fabricar o elaborar productos amparados por una patente **de diseño industrial**, de invención o por un registro de modelo de utilidad, sin consentimiento de su titular o sin la licencia respectiva;

II.- Ofrecer en venta o poner en circulación productos amparados por una patente **de diseño industrial**, de invención o por un registro de modelo de utilidad, a sabiendas de que fueron

Arturo Domínguez Macouzet



fabricados o elaborados sin consentimiento del titular de la patente o registro o sin la licencia respectiva. 17

ATENTAMENTE. Firmas.

*ccp C. Dip. Benjamín Clariond Reyes Rtana.
C. Dip. María del Rosario Guerra Díaz.
C. Dip. Juan José Moreno Sada.
C. Dip. Erick Luis Rubio Martell."*

Como se mencionó al principio de este capítulo, desgraciadamente hasta la fecha no hemos tenido respuesta alguna al documento que presentamos ante la H. Cámara de Diputados; sin embargo, lo importante es que hicimos acto de presencia ante las autoridades de la SECOFI, ello ha propiciado que en encuentros posteriores nos identifiquen con respeto como Asociación.

Nos fueron enviados distintos documentos y se participaron en diversos encuentros relativos a la presentación de la Nueva Ley; transcribiré a continuación solo un documento de ellos, el cual me parece importante para sustentar y ampliar la información al respecto (el cual me fue enviado por la SECOFI sin identificar un autor en particular):

"LA INICIATIVA DE LEY DE FOMENTO Y PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL FACILITARÁ EL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DE LOS NEGOCIOS ESTABLECIDOS EN MÉXICO:

En la actualidad, la protección de los derechos de propiedad industrial (patentes, modelos y dibujos industriales, marcas, nombres comerciales y avisos comerciales, etc.) está regulada por la Ley de Invenciones y Marcas, la cual fue promulgada en 1976 y reformada en 1987.

Conforme a dicha ley, los derechos de propiedad industrial en México tienen menor protección que en otros países. Es decir, las empresas y los individuos en México tienen menos protección, por parte del Estado Mexicano, contra la imitación no autorizada de su tecnología y de sus signos de identificación comercial que realizaran terceros en competencia desleal.

A continuación se da una lista de ejemplos de la situación desventajosa en la que actualmente se encuentran los negocios mexicanos o extranjeros establecidos en el país.



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



En materia de marcas, en México éstas duran 5 años y se renuevan indefinidamente por períodos de la misma duración, en contraste con lo que ocurre en la mayoría de los países contra los que se compete, en donde las marcas tienen una vigencia de 10 años y son renovables igualmente por lapsos de esa extensión. Esto significa que en México las empresas deben acudir dos veces más frecuentemente ante la autoridad para renovar sus marcas, lo que les acarrea no sólo mayores costos de tramitación, sino además, lo que es más preocupante, el doble de probabilidad de que a falta de una renovación oportuna en alguno de los períodos de 5 años, cualquier competidor pueda hacerse para sí los derechos sobre la marca que el titular original había venido disfrutando quizá por un período bastante largo.

En lo tocante a nombres comerciales (es decir, las denominaciones con que se ostentan las negociaciones o establecimientos de producción y comercialización de productos o servicios), la legislación actual en México estipula que la imitación no autorizada de un nombre comercial está prohibida sólo en la zona en que se ubica la clientela efectiva del establecimiento. Así, cualquier establecimiento ubicado a cierta distancia de aquél que viene utilizando determinado nombre comercial, puede también utilizar éste. Claramente, esta situación resulta inconveniente en la época actual, pues las prácticas de mercadotecnia más comunes hoy en día conllevan la apertura de diferentes establecimientos de una misma negociación en distintas zonas geográficas del país, por lo que la falta de protección del nombre comercial a nivel de todo el territorio nacional constituye un obstáculo para el desarrollo de negocios que buscan diversificarse territorialmente apoyándose en la reputación de su nombre comercial ante la clientela de todo el país. En contraste, en muchos otros países la protección del nombre comercial sí tiene alcances sobre todo el territorio nacional.

En el caso de avisos comerciales (o sea, las frases publicitarias con las que las empresas anuncian al público los productos que fabrican y venden o los servicios que prestan), la legislación mexicana en vigor establece que la protección de un aviso comercial contra su imitación será únicamente por un período de 5 años no renovable. Evidentemente, esta es también una deficiencia de la legislación, pues conduce a que todos los avisos comerciales sin excepción, caigan en el dominio público a los 5 años de su registro, sin reconocer que muchos avisos comerciales pueden seguir teniendo un buen éxito mercadológico por más tiempo.



Arturo Domínguez Macouzet

Los tres ejemplos anteriores ilustran con claridad que la ley mexicana vigente en materia de propiedad industrial brinda a los negocios establecidos en el país, sean de nacionales o de



extranjeros, recursos jurídicos limitados para defender su propiedad industrial contra la imitación por terceros no autorizados. Las distintas deficiencias en los alcances y la duración de la protección que se otorga en México a la propiedad industrial, en el caso de las indicaciones comerciales apuntadas, restringen la capacidad de los individuos y de las empresas para expandir y consolidar sus negocios con base en la reputación que acumulan sus marcas, sus nombres comerciales y sus avisos publicitarios ante la clientela. La legislación a la que se hace referencia está dando en México insuficientes bases para competir comercialmente, en comparación con el apoyo jurídico que se brinda a la propiedad industrial para los negocios establecidos en otros países.

En lo tocante a las invenciones y mejoras técnicas a productos y procesos industriales, la legislación de México en materia de propiedad industrial presenta problemas similares a los descritos anteriormente.

Las invenciones en muchos campos de la tecnología y de la industria, no gozan conforme a la legislación vigente de protección jurídica alguna contra la copia o imitación no autorizada. Así, por ejemplo, en el caso de las aleaciones, de los productos químicos, de los productos y procesos biotecnológicos, de los alimentos y bebidas para consumo animal y humano, de las especialidades químicas y de las variedades vegetales, entre otros, la legislación no prevé el otorgamiento de patentes, por lo que las empresas o individuos que inventan o mejoran estos tipos de productos y procesos carecen de recurso legal alguno para combatir a terceros que meramente imitan o reproducen las invenciones a las que se hace referencia sin la autorización del inventor. Claro está, esto desestimula a las empresas y a los individuos que trabajan en México, sean nacionales o extranjeros, para invertir en el desarrollo tecnológico e industrial de estas invenciones. Por lo tanto, múltiples negocios en estas áreas de la tecnología y de la industria cuentan en México con un apoyo legal inconveniente, si se tiene en cuenta que en otros países sí se otorgan patentes en estos campos, por lo que los negocios establecidos allá sí cuentan con el derecho de impedir la copia no autorizada de sus inventos y mejoras técnicas.

En el caso de las invenciones más sencillas, como las que se desarrollan cotidianamente en muchas empresas pequeñas y medianas, que sin constituir avances técnicos notables representan de todas formas mejoras en los productos que se fabrican en este tipo de unidades de producción, la ley mexicana tampoco da protección legal a los inventores. Esto contrasta con lo que ocurre en varios países industrializados (como Alemania, Japón, Francia y España), así como en diferentes países de





reciente industrialización (por ejemplo, Brasil y Corea), en todos los cuales las invenciones sencillas a las que se hace referencia pueden protegerse por medio del título de protección jurídica denominado modelo de utilidad, contra la copia o reproducción no autorizada. Así puede observarse que la actividad inventiva y los procesos de mejora técnica continua en las empresas pequeñas y medianas cuentan en México en la actualidad con una desventaja, por falta de protección legal, en comparación con lo que acontece en otros países.

También en el caso de la información técnica o comercial de la que depende la posición competitiva de las empresas, con carácter de "saber hacer" o "know how", la situación en México es desventajosa para los negocios. En este país, la divulgación no autorizada de información confidencial de los negocios no enfrenta sanción legal alguna, por lo que las empresas carecen de los medios legales para prevenir las pérdidas de datos o información que, al llegar a disposición de terceros, pueden erosionar la posición competitiva de los negocios afectados.

Como puede verse en estos ejemplos, también en lo tocante a las invenciones y a la información confidencial de tipo comercial o industrial, México es un país en el que las empresas están en desventaja frente a las de otros países. La insuficiente protección jurídica en estos aspectos entorpece el desarrollo de la industria y de la tecnología, mientras que en los países competidores que cuentan con regímenes jurídicos de protección a la propiedad industrial más avanzados, tienden a prosperar de manera más eficiente los negocios.

Por todo lo anterior, puede concluirse que, para mejorar la posición competitiva de los negocios establecidos en México, sean de nacionales o de extranjeros, es indispensable llevar a cabo en el presente las adecuaciones necesarias a la ley mexicana en materia de propiedad industrial, de modo que en México se disfrute de una protección legal comparable a la que existe en los países contra los que competimos. Actualizar la legislación mexicana en ese sentido, es el propósito fundamental de la iniciativa de Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, que fue enviada por el Jefe del Ejecutivo al Honorable Congreso de la Unión el pasado 6 de diciembre de 1990.

Es así que entre las disposiciones centrales de la iniciativa mencionada, se encuentran las siguientes:

- 1) La vigencia de las marcas se amplía a un período de 10 años, renovable indefinidamente por lapsos de la misma duración.
- 2) Los nombres comerciales podrán recibir protección a nivel de todo el territorio nacional, si las empresas los utilizan y publicitan en esa misma escala.



Arturo Domínguez Macouzet



3) Los avisos comerciales se protegerán por periodos de 10 años, pudiéndose renovar su vigencia por periodos idénticos.

4) Las invenciones en las áreas tecnológicas en las que actualmente no existe protección de patentes, podrán protegerse por medio de éstas, como en el caso de: aleaciones, productos químicos y sus especialidades, procesos y productos biotecnológicos, etc.

5) Las invenciones sencillas, de pequeño mérito técnico, pero de importancia para las empresas pequeñas y medianas, podrán protegerse por medio de modelos de utilidad.

6) La información estratégica comercial e industrial que se mantiene con carácter confidencial al interior de las empresas, quedará protegida contra su divulgación no autorizada, previéndose las sanciones para quienes incurran en la violación de los secretos industriales o comerciales de que se trate.

Además de las disposiciones mencionadas, la iniciativa de Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial también estipula numerosas medidas de simplificación administrativa, que permitirán agilizar los trámites de registros de marcas, patentes, modelos de utilidad, nombres y avisos comerciales, etc., de modo que los particulares puedan proteger sus derechos de propiedad industrial de manera expedita.

Asimismo, la iniciativa introduce reformas de fondo en los procedimientos contencioso-administrativos, con el afán de que la aplicación de la justicia, en los casos en que los derechos de propiedad industrial se vean atropellados por infracciones o delitos, sea de manera eficaz.

Con este conjunto de medidas (sustantivas, de trámite, administrativas y contenciosas), la iniciativa de Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, en caso de ser aprobada por el Honorable Congreso de la Unión, actualizará en su totalidad el régimen jurídico de protección de los derechos de propiedad industrial en México y el país ofrecerá en lo sucesivo, a los individuos y empresas establecidos en él, la misma protección legal que pueden obtener en los países más avanzados.

Es por ello que la iniciativa reviste en la actualidad una gran importancia, pues facilitará el que los negocios en México eleven su competitividad, tal como es requerido en el contexto actual, con base en mejoras a la tecnología, el diseño y la calidad de todos los procesos y productos, en la industria y en el comercio.

En la iniciativa de Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, que está siendo considerada en el presente por el Congreso de la Unión para su aprobación, comparándola con la Ley de Invenciones y Marcas que está actualmente en



•
•
•
•
•

vigor, se da una mejor protección a los derechos de los diseñadores gráficos e industriales del país.

La aseveración previa se basa en los siguientes elementos:

1) La iniciativa da mayor visibilidad y notoriedad en la legislación mexicana al diseño, pues se introduce el concepto denominado "diseño industrial", que abarca tanto a los modelos industriales como a los dibujos industriales, que son los dos conceptos particulares que se manejan en la ley que está todavía en vigor. El concepto unitario de "diseño industrial" facilitará la promoción de éste, en beneficio de la competitividad de los productos mexicanos.

Los artículos de la iniciativa que son más relevantes en este aspecto son el 31 y el 32.

2) Se aumenta la protección jurídica que se otorga al diseño industrial para que su creador pueda beneficiarse por su explotación exclusiva por más tiempo.

La iniciativa establece una vigencia de 15 años de protección para los diseños industriales, en vez de los 7 años que establece la ley que está todavía en vigor. De hecho, la protección por 15 años dará al diseño industrial en México mayor protección que la que se le otorga en otros países (ver referencia a continuación), debido a la importancia que el Ejecutivo le reconoce al diseño industrial como factor de competitividad de los productos, importancia que no es secundaria en relación a otros factores como la tecnología y las marcas.

La disposición más relevante al respecto en el artículo 36 de la iniciativa.

3) El trámite de registro de los diseños industriales ante la SECOFI, para obtener la protección jurídica de los mismo, será sumamente simple. Esto tiene como propósito no desalentar con trámites burocráticos complicados a los diseñadores que busquen registrar legalmente sus creaciones. Así mientras que a las patentes se les practica un examen de fondo para determinar su novedad, a los diseños industriales no se les hace un examen de fondo sino que se registran automáticamente, previéndose la nulidad de registros que, efectuados bajo estas disposiciones, carecieran de novedad en la fecha en que se solicitaran.

La novedad del diseño, para recibir esta protección legal, basta con que se dé en el contexto mexicano, es decir, no se requerirá una novedad a escala mundial.

Las disposiciones respectivas de la iniciativa son las contenidas en los artículos 31 a 35 y 37.

4) Aún más, para defender contra la piratería a los diseños industriales, los Senadores de la República han modificado la

●
●
●
●
●

redacción del artículo 31 de la iniciativa del Ejecutivo, a fin de que no sólo no sean registrables los diseños industriales que fueran "iguales" a otros que ya estuvieran en el conocimiento público, sino incluso que no sean registrables los diseños que sean "parecidos en grado de confusión" a otros que ya fueron previamente conocidos. Esta disposición quedó recogida en el nuevo texto del artículo 31".

DURACIÓN DE LA PROTECCIÓN DE LOS DIBUJOS Y MODELOS INDUSTRIALES.

En México la duración de la protección de un dibujo o modelo industrial es de 7 años improrrogables.

En un gran número de países la duración es de 5 años, con la posibilidad de renovación por dos períodos iguales. Tales son los casos de Argentina, Bulgaria, Dinamarca, Finlandia, Reino Unido, India, Israel, Países Bajos, Nueva Zelanda, Noruega, Filipinas, Suiza y Suecia.

Otros países conceden una protección con una duración aproximada de 10, 15 ó 20 años. En el caso de Francia es excepcional, ya que se puede obtener una protección adicional de 20 a 25 años.

Respecto a la protección que se otorga mediante un registro internacional, de acuerdo con el arreglo de La Haya relativo al Depósito Internacional de dibujos y Modelos Industriales, ésta es de 5 años, con un período adicional de 10 años".

SECOFI.

Mucho se podría seguir diciendo al respecto de la protección a los trabajos creativos, ya sean de inventores, diseñadores, ingenieros, y autores diversos que estén ligados con la producción; sin embargo en lo que respecta a este capítulo, me gustaría mencionar a manera de ejemplo, lo sencillo o problemático que resultaría el trámite para el registro de una marca. Según el bufete especializado Servicios Inteligentes, S.C., los datos y documentos que se requieren para el trámite de una marca son:

- 1) Nombre del titular y nacionalidad.
- 2) Fecha en que empezaron a usar su marca en forma fehaciente y efectiva. En caso de que no se haya usado también puede ser solicitada.
- 3) Nombre de la marca y artículos o servicios que ampara y una impresión cuando quiera protegerse con diseño; en caso de





querer proteger los colores, diez impresiones de la marca.

4) Domicilio y ubicación del establecimiento comercial y fábrica, según el caso. Esta protección incluyendo código postal y registro federal de contribuyentes.

5) Escritura certificada cuando el solicitante sea una sociedad y carta poder firmada por la persona que tenga facultades. Cuando el titular sea una persona física, basta su firma en nuestras cartas poder.

Sin embargo, complementariamente a las leyes que se expidan al respecto de la protección a la creatividad industrial, existe el recurso de las denominadas sociedades autorales para la protección del trabajo intelectual. Es evidente que la Ley de protección industrial ampara y protege de forma especial a la empresa o industria que exhibe un producto o una marca, sin resaltar necesariamente la presencia del diseñador o inventor, y solamente cuando éstos a título personal realizan dichos registros es cuando se protegen particularmente. Sin embargo, en la práctica cotidiana no resulta factible efectuar en todos los casos el registro ante la SECOFI, y el creativo se encuentra completamente desamparado, o mejor dicho indefenso ante la posibilidad de que su trabajo no sólo sea copiado por otros, sino que -y sucede con mucha frecuencia- el cliente moroso use el diseño presentado por un profesional y éste no le sea reconocido ni remunerado. Es así como la creación de una Sociedad Autoral posibilita la protección cotidiana del trabajo de los diseñadores, al respecto ampliaremos los comentarios en el siguiente capítulo.

C4) SOCIEDAD AUTORAL DE DISEÑADORES MEXICANOS

A propuesta del Profesor Horacio Durán Navarro, el CODIGRAM se asesoró con un prestigiado bufete de abogados "Larrea y Asociados", para buscar la posibilidad de formar una Sociedad Autoral de Diseñadores Mexicanos.

A nivel internacional se tiene perfectamente legislada la actividad creativa en una asociación mundial conocida como la "Oficina Internacional para la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual" la cual se encarga de proteger los diseños o inventos, entre otros, por medio de una publicación periódica: la "International Designs Bulletin. Monthly Publication of the International Bureau of the World Intellectual Property



Arturo Domínguez Macouzet



Organization. Deposits Under The Hague Agreement Concerning the International Deposit of Industrial Designs... and the Other Recordings made in the International Register in march 1989", donde muestran los trabajos realizados por diferentes personas físicas y morales, en las que la sola presencia en dicha publicación les garantiza la protección legal de sus trabajos.

Para la formación de esta sociedad, en términos de protección tanto al trabajo creativo del diseñador profesional como a sus percepciones económicas, los abogados de Larrea y Asociados, plantearon al CODIGRAM las siguientes consideraciones en la inteligencia de que en un futuro no muy lejano, puedan llevarse a cabo:

"Trascendental para el progreso y desarrollo del diseño gráfico e industrial en nuestro país lo constituye un adecuado régimen de protección jurídica a sus creadores intelectuales.

Los creadores intelectuales han contribuido desde siempre al progreso de la humanidad aportando con sus obras, fruto de su creatividad, y de su genio, bienes de valor inapreciable que forman parte del acervo cultural de los pueblos.

Las obras de los creadores intelectuales constituyen un ingrediente fundamental del patrimonio cultural de la humanidad y ello explica la necesidad ineludible de otorgarles la debida protección mediante una estructura jurídica adecuada que es, precisamente la de los derechos intelectuales, no sólo para garantizar a los autores las ganancias legítimas que resulten de la explotación de sus creaciones, sino para tutelar además los aspectos morales inalienables y perpetuos que le son inherentes.

Esta protección alcanza niveles óptimos a través de la agrupación de los creadores intelectuales de un mismo género en sociedades autorales, las cuales tienen como fin primordial, la defensa de los intereses de sus agremiados.

El establecimiento de una sociedad autoral de este género traería consigo el beneficio y reconocimiento automático de que la actividad que realizan los diseñadores industriales y gráficos mexicanos, se encuentra debidamente contemplada y regulada en la Ley Federal de Derechos de Autor.

Por otro lado, el fortalecimiento de la sociedad mediante la agrupación de socios redundaría en una defensa más sólida de los derechos que como legítimos creadores les corresponde.

Las relaciones con otras sociedades similares del mundo, florecerían propiciándose el intercambio de materiales y consecuentemente el acceso a nuevos mercados, así como el establecimiento y diseño de programas de visitas de expertos de diversos países.

Desde luego debe mencionarse que repercutiría favorablemente en la búsqueda de los mecanismos necesarios para implementar un programa de protección y vigilancia





Organization. Deposits Under The Hague Agreement Concerning the International Deposit of Industrial Designs... and the Other Recordings made in the International Register in march 1989", donde muestran los trabajos realizados por diferentes personas físicas y morales, en las que la sola presencia en dicha publicación les garantiza la protección legal de sus trabajos.

Para la formación de esta sociedad, en términos de protección tanto al trabajo creativo del diseñador profesional como a sus percepciones económicas, los abogados de Larrea y Asociados, plantearon al CODIGRAM las siguientes consideraciones en la inteligencia de que en un futuro no muy lejano, puedan llevarse a cabo:

"Trascendental para el progreso y desarrollo del diseño gráfico e industrial en nuestro país lo constituye un adecuado régimen de protección jurídica a sus creadores intelectuales.

Los creadores intelectuales han contribuido desde siempre al progreso de la humanidad aportando con sus obras, fruto de su creatividad, y de su genio, bienes de valor inapreciable que forman parte del acervo cultural de los pueblos.

Las obras de los creadores intelectuales constituyen un ingrediente fundamental del patrimonio cultural de la humanidad y ello explica la necesidad ineludible de otorgarles la debida protección mediante una estructura jurídica adecuada que es, precisamente la de los derechos intelectuales, no sólo para garantizar a los autores las ganancias legítimas que resulten de la explotación de sus creaciones, sino para tutelar además los aspectos morales inalienables y perpetuos que le son inherentes.

Esta protección alcanza niveles óptimos a través de la agrupación de los creadores intelectuales de un mismo género en sociedades autorales, las cuales tienen como fin primordial, la defensa de los intereses de sus agremiados.

El establecimiento de una sociedad autoral de este género traería consigo el beneficio y reconocimiento automático de que la actividad que realizan los diseñadores industriales y gráficos mexicanos, se encuentra debidamente contemplada y regulada en la Ley Federal de Derechos de Autor.

Por otro lado, el fortalecimiento de la sociedad mediante la agrupación de socios redundaría en una defensa más sólida de los derechos que como legítimos creadores les corresponde.

Las relaciones con otras sociedades similares del mundo, florecerían propiciándose el intercambio de materiales y consecuentemente el acceso a nuevos mercados, así como el establecimiento y diseño de programas de visitas de expertos de diversos países.

Desde luego debe mencionarse que repercutiría favorablemente en la búsqueda de los mecanismos necesarios para implementar un programa de protección y vigilancia





internacional a fin de proteger los intereses de los socios más allá de las fronteras.

Asimismo, se establecerían relaciones con la Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores (CISAC), con los consecuentes beneficios de pertenecer a tan importante organización.

Se lograría además la representación de la revista de diseño que publica la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), que como ya se comentó con anterioridad, es un excelente medio de difusión de lo más granado del diseño a nivel mundial.

Estimamos además que la Sociedad Autoral que se constituyera en un futuro cercano, sería el medio idóneo para reforzar la integración de los diseñadores del país, así como para canalizar sus inquietudes creativas y ser la portavoz de las nuevas corrientes de diseño que surgieran en México y en el mundo entero.

Creemos pues que una Sociedad Autoral que agrupe a los diseñadores del país es indispensable para tutelar y administrar los derechos que legítimamente como creadores intelectuales les corresponde."

El VII Consejo Directivo propuso ante Asamblea, el estudio para la creación de dicha Sociedad, sin embargo, y por atender asuntos que exigían prioridad, no se pudo formar una comisión específica. Aún así, se asistió a diferentes conferencias y reuniones al respecto de las cuales se conservan grabaciones y documentos diversos para que puedan ser consultadas en su oportunidad. Será con toda seguridad, motivo de interés para un proyecto de tesis, o de alguna Comisión dentro del Colegio, o quizá -como ha venido sucediendo coincidentemente- alguna otra Asociación que necesite justificar su existencia, se asigne dicho proyecto; en fin, considero que es algo que en un futuro debería de hacerse en beneficio del gremio de diseñadores.

C5) EDICIÓN DE LIBROS SOBRE DISEÑO MEXICANO

En capítulos anteriores, se mencionó la importancia que tuvo la edición del Primer Libro de Diseño en México, promovido y coeditado por el CODIGRAM al cual se le denominó:

DISEÑO MEXICANO/ INDUSTRIAL Y GRÁFICO



Arturo Domínguez Macouzet

Como anteriormente se describió, no existe la menor duda de que el mejor medio para difundir una actividad con verdadera trascendencia y en forma permanente, es utilizando los medios impresos, y en particular, la edición de un libro.

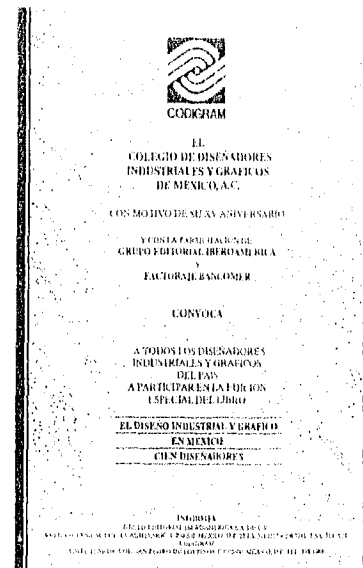
La actividad del diseño profesional mexicano, requería urgentemente de ser publicada. El medio más accesible y por consiguiente eficaz para demostrar e ilustrar un tema del que se habla con insistencia, y con mayor razón cuando se habla de diseño, es mostrando el objeto mismo -cuestión realmente imposible cuando se trata de toda una comunidad- o por medio de testimonios visuales -fotografías-.

Posterior al primer Congreso Nacional de Diseño y en búsqueda de la apertura de un Centro de Diseño en México, se realizaron múltiples visitas y entrevistas con funcionarios tanto del sector público como del privado promoviendo los beneficios y alcances del diseño profesional mexicano; en un alto porcentaje, en dichas entrevistas había que empezar por explicar que era el diseño; quienes lo ejercían; desde cuando se practicaba en México y a que nivel; lo cual al principio hacíamos con gusto -aunque parecíamos una grabación-, pero cuando se llegaba al punto de la demostración (comprobación) del repetido discurso, nadie absolutamente nadie, daba crédito a los argumentos, a las explicaciones y a los diseños "platicados"; no nos creerían hasta demostrarlo fehacientemente.

Trivial actividad; desesperante función la de hablar y querer convencer sin sustento, sin herramientas que soporten lo que sólo se platica, aunque fuera con pasión y convicción; se requería de algo más, algo que resultara contundente a la vista de los demás, algo que demostrara todo aquello de lo que se "presumía" con respecto a la calidad, capacidad y disposición de los diseñadores mexicanos profesionales y de lo que era capaz de realizar el CODIGRAM por convocatoria y con representatividad, ante sus miembros colegiados con quienes tiene una prioritaria responsabilidad.

Las imágenes expresan mucho más que las palabras; así de cierto resultó. Así de práctico y fácil puede resultar promover diseño: con imágenes. Por eso existen los folletos, los catálogos, los muestrarios, ... los libros. El diseño en el mundo se promueve por medio de libros de primerísima calidad y aunque parezcan altamente costosos, lo son.

Pero para poder hacer un libro, primero se necesitan argumentos; se necesita credibilidad y capacidad de organización; se requiere de convicción y certeza de lo que se puede lograr con ello y claro está, de lo que tendrá el contenido mismo del



21



22



Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995



libro. Conocer el mercado, saber que existe calidad y cantidad, estar cierto de que el público receptor y profano se sorprenderá del contenido; tener pues, fe y decisión.

Para el tema de diseño, las expectativas aunque eran optimistas, debo confesar sin embargo, que eran de alto riesgo. Se tomó la decisión de realizar un libro de diseño, primero en su género dentro del país, en el que se presentaran los trabajos profesionales exclusivamente de los miembros agremiados al CODIGRAM -ya que debía hacerse una distinción de calidad a los que creyendo y solidarizándose con el Colegio siendo miembros del mismo, aparecieran de forma preeminente en el primer libro de diseño en México; una especie de reconocimiento y de privilegio que diera la membresía- y en homenaje a sus quince años de fundación. Se hicieron sondeos preliminares tanto con diseñadores como con posibles patrocinadores, y en primera instancia, no hubo respuesta favorable. Los diseñadores no se decidían a mostrar sus trabajos, el costo probable les preocupaba, y qué decir de la incertidumbre en cuanto al cumplimiento de lo prometido y en su caso, de la calidad final del libro promovido. Antes que ninguna otra actividad, se debería encontrar una empresa editorial que pudiera financiar el inicio del proyecto; que tuviera solvencia reconocida y sobre todo, que dentro de su organización tuviera la capacidad y los medios de distribución masiva, tanto con cobertura nacional como internacional; sobre todo porque el CODIGRAM aunque hubiese podido por sí mismo imprimir el libro, no hubiera tenido la capacidad y experiencia que se requieren para distribuir en el mercado los cinco mil volúmenes como se pretendía. Para ello, y posteriormente a la auscultación con diversas editoriales, afortunadamente se pudo convencer -después de muchos argumentos atractivos como el del pionerismo en la materia y evidentemente el del posible negocio que se podría realizar-, a Nicolás Grepe, director General de Grupo Editorial Iberoamérica, S.A. de C.V. que aunque se especializaba en la edición de libros científicos, aceptó incursionar en el mundo del diseño tan desconocido para él como para todos los editorialistas mexicanos; así pues, se le debe reconocer al Sr. Grepe el haber sido coeditor del primer libro de diseño en nuestro país; obtenido este primer objetivo, el cual era indispensable para dicho proyecto, se procedió a elaborar un contrato con la editorial que definiera y reglamentara nuestra relación futura, el cual contemplaba entre otros puntos medulares lo siguiente:

CLÁUSULA PRIMERA: "LA EDITORIAL" se obliga a promover y contratar a los participantes en la "OBRA" conforme a las normas y condiciones establecidas por el "CODIGRAM". Asimismo, una vez contratadas las páginas por parte de los participantes, será responsable de obtener los originales propuestos por dichos



Arturo Domínguez Macouzet



participantes, para la autorización del "CODIGRAM" para su inclusión en la "OBRA".

CLÁUSULA SEGUNDA: El "CODIGRAM" apoyará la labor de la "EDITORIAL" respecto a la promoción y contratación de los participantes en cuanto a información que tenga a su disposición. Asimismo revisará los originales presentados por los participantes para la autorización por parte del "CODIGRAM" para incluir dicho material en la "OBRA", regresando el material a la "EDITORIAL" en un plazo no mayor de quince días.

El "CODIGRAM" será responsable de establecer la calidad de los trabajos incluidos en la "OBRA" y el diseño y organización de la misma.

CLÁUSULA TERCERA: El "CODIGRAM" concede a la "EDITORIAL" el derecho absoluto y exclusivo para imprimir, publicar y vender la obra en todos los países bajo el nombre de "CODIGRAM", por el tiempo que dure la edición, así como para que en y con su nombre la inscriba en el Registro de Derechos de Autor, y envíe una copia de la obra a la Sociedad de Autores correspondiente e inscriba el presente contrato en el mencionado registro...

CLÁUSULA SEXTA: La "EDITORIAL" pagará los gastos que se originen con motivo de la edición, distribución, facturación, promoción, etc., de la "OBRA" y las regalías a que el "CODIGRAM" tenga derecho por motivo de la venta de la misma. Éstas se determinan sobre el valor de las ventas netas, entendidas éstas, como la cantidad neta que reciba la "EDITORIAL" por las unidades de la obra que se hayan vendido. Pagará la "EDITORIAL" siete por ciento (7%) al "CODIGRAM" sobre las ventas netas.

Las regalías serán pagadas al "CODIGRAM" en períodos semestrales de conformidad con los volúmenes de venta que haya realizado la "EDITORIAL" en los mercados donde haya introducido la obra.

CLÁUSULA SEPTIMA: El "CODIGRAM" tendrá la facultad de solicitar de la "EDITORIAL" y ésta la obligación de informar acerca de las declaraciones semestrales sobre el monto alcanzado sobre el monto de la obra y a exigir el pago de sus regalías, debiéndose hacer esto en un plazo no mayor de treinta días. La falta de las declaraciones y pago por parte de la editorial en los términos estipulados, será motivo suficiente para que "CODIGRAM" pueda rescindir este contrato, una vez que se hayan cumplido los requisitos de ley.

CLÁUSULA OCTAVA: La "EDITORIAL" podrá permitir a terceros la publicación en forma completa o en partes de la "OBRA" que considere oportunos para realizar mejor su venta; debiendo contar en este caso con la aprobación del "CODIGRAM".

CLÁUSULA NOVENA: La "EDITORIAL" se obliga a imprimir en lugar destacado, en cada uno de los ejemplares publicados, el nombre completo del "CODIGRAM" (o la efigie que proponga



Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995



éste), juntamente con la razón social de la "EDITORIAL" y su logotipo y cumplir con todos los requisitos señalados en la Ley Federal de Derechos de Autor. La "EDITORIAL" entregará al "CODIGRAM" quinientos ejemplares de la "OBRA" sin costo alguno, proporcionándole así mismo cualquier otra cantidad de ejemplares que éste solicite para su uso personal y no para su venta, con un descuento del treinta por ciento sobre el precio de venta al público. No se pagarán regalías por los ejemplares proporcionados bajo las condiciones de ésta cláusula...

NOTA:

El contrato anteriormente descrito, fue firmado en el mes de julio de 1991, y consta de dieciocho cláusulas que consideré justas y beneficiosas para ambas partes. Queda como legado, o como herencia a los próximos Consejos Directivos del Colegio, el hacer efectiva la recaudación de las regalías, las cuales están contempladas en dicho convenio.

Para resolver la importantísima presencia del gremio profesional del diseño, y a pesar de la reticencia y el escepticismo, felizmente se contaba con un grupo de diseñadores que confiando en el Colegio y su organización, "arriesgaron" su dinero y su tiempo y así se sumaron al proyecto. Sin embargo eran demasiado pocos los colegas agremiados que aceptaron participar. Originalmente el libro modestamente pretendía llamarse: "El Diseño Industrial y Gráfico en México. 100 Diseñadores". Con la editorial se acordó promover entre los diseñadores la edición del libro en distintos foros y en diversas oportunidades: se anunció oficialmente el proyecto ante la comunidad colegiada en la Asamblea General Ordinaria que se llevó a cabo el 16 de agosto de 1990 en el Museo Franz Mayer; se imprimió un folleto donde se especificaban todos los detalles, se publicó en el periódico Excélsior un anuncio invitando a la comunidad colegiada a participar en el libro; se realizaron múltiples llamadas telefónicas, cartas enviadas por correo y por fax; se contrataron vendedores de tiempo completo; se efectuaron diversos desayunos y comidas para la promoción con personalidades del diseño y con posibles patrocinadores y/o destinatarios (grandes compradores). Se debía pues, a pesar de la extenuante difusión con los agremiados, invitar a otros diseñadores para que inscribiéndose al CODIGRAM participaran en el libro; para ello, por ejemplo, se invitó especialmente al Consejo Mexicano de Diseño, A.C. QUORUM como prestigiados representantes del diseño gráfico nacional; desgraciadamente el resultado fue que no pudieron participar como grupo, solo cuatro de ellos y de forma independiente lo hicieron.



Arturo Domínguez Macouzet

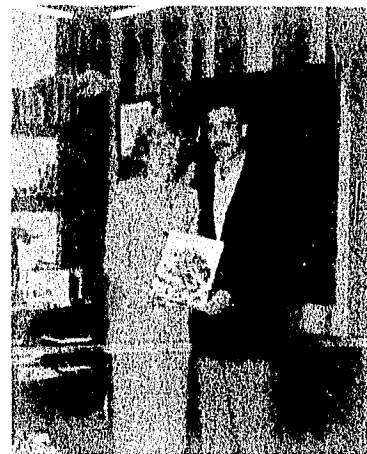


La convocatoria presentaba las siguientes características que a mi juicio, fueron sumamente atractivas para los participantes:

- Una página como mínimo por participante; con un máximo de cuatro páginas con el objeto de impedir el posible acaparamiento o predominio de algunos diseñadores.
- 1, 500, 000.00 "viejos" pesos por página a todo color, lo cual incluía cinco ejemplares del libro y doscientos cincuenta hojas sueltas por página contratada. Con facilidades de pago al 50% de anticipo.
- Un comité de selección de trabajos, para garantizar una mínima calidad (como dato, se rechazaron sólo tres propuestas que verdaderamente dejaban mucho que desear en diseño de página y contenido).
 - Sólo podían participar miembros colegiados al CODIGRAM.
 - Se otorgaron cuatro meses para la recolección del material.
 - Se imprimirían 5,000 ejemplares; con pastas duras; con cubierta exterior en selección a color; con interiores a todo color en papel importado y con textos en español e inglés, debido a que sería distribuido en prácticamente todo el mundo occidental.

Como resultado de la poca participación de los diseñadores, se tuvo que ampliar el plazo de inclusión de cuatro a siete meses, con el consiguiente retraso en el calendario prometido de entrega. Como anécdota, recibí una amenaza de demanda judicial por retraso e incumplimiento, por parte de Renato Garza quien había aceptado participar; evidenció desconfianza en el Colegio y en especial mostró desconocimiento de la realidad gremial, es decir: apatía, falta de decisión e inexperiencia en estos menesteres. Presionados por el compromiso establecido con la comunidad y particularmente con los participantes inscritos en el libro, se determinó cerrar la publicación entonces con cien páginas, lo que coincidía con ochenta y siete participantes. Sucedió de todo: algunos no pagaron el costo, los que por fortuna fueron los menos; otros regresaron hasta cinco veces sus cromalines prometidos como prueba y hasta su aprobación definitiva, lo cual obviamente -y por nuestra falta de experiencia y exceso de buena voluntad- propició también un considerable atraso en los tiempos y un significativo incremento en los costos; otros no estuvieron conformes con el resultado final; y el resto por fortuna, supo valorar el gran esfuerzo que se realizó pero sobre todo, tuvo la sensibilidad de identificar el fenómeno que representaba esta publicación en el mercado de oportunidades para el diseño y para quienes estuvieran ahí presentes.

A cargo de la Editorial corrió la contratación de los diseñadores, el abastecimiento de los contratos y la recepción del material, la elaboración de originales y negativos, así como



24



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



la supervisión de la impresión, la encuadernación y por supuesto, la distribución, así como todos los gastos primarios efectuados para la puesta en marcha del proyecto.

La tercera etapa estribaba en conseguir patrocinadores para financiar el proyecto. Ya habíamos conseguido el editor-inversionista, los clientes-diseñadores-participantes y faltaba, para "amarrar" el destino de la publicación, el promoverlo con instituciones oficiales y privadas para que en tanto adquirían ejemplares del libro, financiaran con esa compra anticipada los gastos de impresión y distribución que faltaba por realizar. Nuestro propósito no era el "pedir dinero" como seguramente todos lo hacen, nosotros lo que planteábamos era una participación con inclusión de la imagen de un patrocinador -sólo uno- y con ello la adquisición de mil quinientos ejemplares, con el compromiso de pagarlos por anticipado a un costo preferencial. Para ello primero fuimos a la SECOFI, ellos no quisieron comprender el proyecto, o no pudieron; visitamos a diferentes funcionarios de NAFIN y a pesar de las diferentes sesiones no tuvieron o no se dieron la posibilidad de hacerlo; buscamos a CANACINTRA infructuosa y dolorosamente (debo decir que estuvieron mucho menos perceptivos que en el sector oficial); y entre otras instituciones menores, recurrimos con determinación y certeza de no fallar con el sector Bancario, primero recurrimos al BANCOMEXT y nos encontramos con un lento y tortuoso pero rotundo no, y posteriormente nos apoyamos con BANCOMER, quienes en un principio y por mucho tiempo nos mantuvieron en la expectativa con un sí, sin embargo, lo mejor que finalmente pudimos obtener fue una línea de crédito accesible la cual fue aceptada con beneplácito por la Editorial. Sin duda allanó el camino que para ese entonces se veía muy negro.

Considero oportuno que se conozca en este documento, uno de los diversos comunicados que se tuvieron con BANCOMER, específicamente con Factoraje BANCOMER con el cual y a través de su Director General, el Lic. Luis Arrieta Rubín, estuvimos negociando dicho apoyo:

"Cd. de México, a 27 de julio de 1990

Estimado Lic. Arrieta:

La presente es con el objeto de confirmar los acuerdos a que se llegaron durante la plática que sostuvimos el día de hoy, en relación a la publicación del libro "EL DISEÑO INDUSTRIAL Y GRAFICO DE MEXICO / 100 DISEÑADORES".

Dicha publicación sería resultado de la actividad de



Arturo Domínguez Macouzet



promoción y difusión que realiza el COLEGIO DE DISEÑADORES INDUSTRIALES Y GRÁFICOS DE MÉXICO, A.C. (CODIGRAM) en interés y cumplimiento de su responsabilidad con el gremio de diseñadores; con la industria y el comercio y con el sector público y privado; es decir, con nuestro país. Ello mismo implicaría a la vez, un acto de apoyo solidario y por demás indispensable con el Sr. Secretario de SECOFI, Lic. Jaime Serra Pucho; a quien con motivo de la primera reunión de calidad total en la pequeña y mediana industria, emitió estos conceptos: "Para enfrentar los retos y aprovechar las oportunidades, los productos mexicanos deben caracterizarse por una adecuada relación entre precio y calidad... El consumidor exige, además de precios competitivos, productos que satisfagan sus requerimientos en lo que se refiere a DISEÑO, calidad de manufactura, comercialización y servicio posterior a la venta... Ello nos permitirá delinear algunos objetivos y trazar mejores estrategias para alcanzarlos: 1.-) En la fase de DISEÑO, se observa una incipiente cultura tecnológica... algunos sectores han otorgado poca atención al diseño de sus productos" (sic).

Dicha publicación, estaría a cargo como autor, el CODIGRAM y como editor Grupo Editorial Iberoamérica, S.A. de C.V., empresa que fue seleccionada entre varias, por sus características de calidad y seriedad en su forma de operación y por tener los canales de difusión adecuados para una distribución tanto a nivel nacional como internacional; y BANCOMER, como financiera e impulsora del proyecto.

El objetivo sería publicar en este año, un libro que incluya los trabajos más relevantes de cien diseñadores tanto industriales como gráficos mexicanos, que sirva como promoción de calidad y capacidad del Diseño en México, con distribución nacional e internacional en instituciones oficiales, empresas, centros de enseñanza, diseñadores y público en general.

Los diseñadores participantes en la obra deberán aportar la cantidad de \$1'500,000.- (Un millón quinientos mil pesos) por concepto de inclusión en una página completa a color o blanco y negro; lo que les reeditará en publicidad e imagen, además de recibir cinco ejemplares del libro y doscientos cincuenta páginas a una cara; dando para ello un anticipo de 50% y la liquidación a la entrega del material.

El CODIGRAM proporcionará el directorio de sus agremiados, así como la difusión y relaciones con el gremio e instituciones afines; tendrá crédito sobresaliente en portada y en todas las hojas interiores. Será condición que los diseñadores participantes estén inscritos al Colegio. El CODIGRAM obtendrá quinientos ejemplares gratuitos para su distribución, según lo



25



Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995



considere pertinente y recibirá de la editorial, el siete por ciento por concepto de regalías de la venta que se realice.

El CODIGRAM no se verá afectado en este acuerdo por problemas que surgieran de la administración y financiamiento del proyecto.

Grupo Editorial Iberoamérica, S.A. de C.V. realizará la labor de promoción inicial, diseño, producción, distribución y venta de los ejemplares restantes a el tiraje de cinco mil unidades o las que se convenga, la Editorial se hará responsable de la venta de las páginas a los diseñadores, por medio de su fuerza de ventas y para ello realizará un tríptico informativo y demás material que considere pertinente. Tendrá a su vez crédito como editorial en el lomo, la cuarta de forros y portadilla.

BANCOMER realizará la labor de patrocinador de la obra en términos financieros y de impulsor del diseño en México; aportando los gastos que se requieran para dar inicio al proyecto y en adelante, según sean los requerimientos del proceso de producción; promoviendo un fideicomiso para garantizar la buena realización del libro; teniendo crédito en portadilla y en un prólogo de dos páginas cuyo texto será elaborado por BANCOMER. Lo anteriormente descrito es un planteamiento preliminar a reserva de definir a detalle los diferentes mecanismos y procedimientos que convengan a las partes involucradas.

CARACTERÍSTICAS:

TIRAJE: 5,000 ejemplares

FORMATO: 22 x 30 cm

PÁGINAS: 160 (130 a color 4 x 4 y 30 a una tinta)

PAPEL: Couché dos caras de 135 grs.

ENCUADERNACIÓN: Pasta dura (Cartoné)

En la parte final de la carta, se presentó el programa de gastos y costos de producción.

Lic. Arrieta: consideramos que ésta es una magnífica oportunidad para que BANCOMER impulse a una profesión que pretende con su actividad el desarrollo y la modernización de México."

ATENTAMENTE. Firma."



Arturo Domínguez Macouzet

Para el diseño de la portada, participaron entre otros colegas: Luis Carlos Herrera, Oscar Salinas Flores y Luis Almeida, siendo la propuesta de éste último la seleccionada y con la fotografía del Escudo Nacional tomada por Lourdes Almeida, fue que se definió la portada. Para los textos interiores,



independientemente de la obligada presentación del Presidente del Consejo Directivo, se requería una semblanza global del desarrollo del CODIGRAM a sus quince años de vida y para ello se decidió invitar a participar a Oscar Salinas Flores, y para la parte motivacional a Fernando Martín Juez. Para la parte editorial, en cuanto a composición y estructura, se le encomendó la tarea a la diseñadora gráfica Andrea Muñoz Occelli.

No voy a transcribir los textos completos de mis colegas, los cuales por cierto tuvieron a bien el aceptar la invitación a participar en este primer libro de diseño; sin embargo, considero de importancia presentar ciertos párrafos para dejar asentado con ello, la trascendencia de la promoción del diseño por este medio impreso.

La presentación de Fernando Martín Juez se tituló:
"Diseño Mexicano / Herramienta de Progreso":

"Un buen diseñador es aquél que tiene buenas ideas... un mejor diseñador es aquél que está dispuesto a cambiar de ideas..."

"Diseñar es modificar el entorno... cambiar uno mismo y la forma en que se percibe... recrearnos al recrear al mundo, dándole sentido y calidad a la vida de otros y a la propia."

"Promoviendo el diseño, elevamos un quehacer profesional a los niveles más altos de dignidad; impulsamos la especialidad a un grado superior, y con ella, a sus protagonistas; los diseñadores, productores, comerciantes y usuarios..."

"Cada uno somos capaces de algo mucho más que de lo que es capaz otro... cada uno posee la herramienta del saber, una habilidad y sensibilidad afinadas de cierto modo... cada uno en nuestro gremio sabemos de diseño, y hacemos diseño de un modo diferente..."

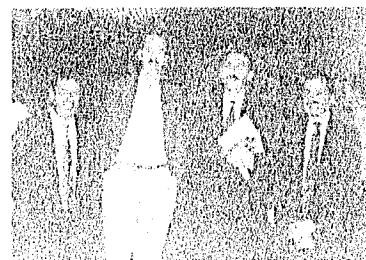
"Los diseñadores tenemos un deber y un convenio; que en este libro es el de reconocer lo que otros hacen y sentirse orgullosos de sus responsabilidades y capacidades, saber que otros nos creen y apoyan; trabajar en equipo; comprometernos a reconocer lo que hacemos y hacerlo bien."

"El diseñador, ha de ser un profesional con gran capacidad y calidad en su área de responsabilidad. Hábil para prever y adelantarse al curso de las cosas actuando decididamente sobre ellas... alguien que conoce su tiempo, su nación, la sensibilidad y los deseos de su gente, el rumbo y la razón del porvenir... alguien además, optimista, crítico, positivo, flexible y solidario..."

La presentación por parte de Oscar Salinas Flores se denominó:

"El diseño Profesional en México / una breve retrospectiva":

El objetivo real de esta presentación era la de mencionar rápidamente, la historia del CODIGRAM a través de quince años y su influencia en el contexto profesional, así pues y a través de



26



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



su también notable vocación académica, comienza su participación diciendo:

"Aunque el desarrollo del diseño profesional en México aún es joven, ya es posible hablar de una madurez que es fruto de la labor de más de treinta años ejercida por gente creativa empeñada en mejorar la imagen de los productos mexicanos."...

"En 1971, como uno de los pasos importantes del gobierno del presidente Luis Echeverría Álvarez, se funda el IMCE, Instituto Mexicano de Comercio Exterior, con el objetivo de impulsar las exportaciones del país. Para esto antes era necesario elevar la calidad de los productos, por lo que se establece la fundación dentro de esta institución, del CENTRO DE DISEÑO, organismo que a partir de sus tres departamentos: Diseño Gráfico, Ferias y Exposiciones y Promoción del Diseño, impulsó al diseño en todas sus manifestaciones, a lo largo y ancho del país y con las naciones relacionadas comercialmente con México."...

"La labor de este organismo fue determinante para que surgieran rápidamente un buen número de escuelas universitarias de diseño tanto en el Distrito Federal, como en ciudades como Guadalajara, Monterrey, San Luis Potosí o León, multiplicándose en pocos años los servicios de diseño a casi todo el país."

"A partir de la promoción del Centro de Diseño, surgen una serie de asociaciones que representan durante algunos años a los profesionales en activo, hasta culminar en la fundación en el año de 1975 del CODIGRAM, Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, A.C., organismo oficial del gremio, cuyo Primer Consejo Directivo fundador es presidido por el D.I. Juan Gómez Gallardo Latapí."...

"La franca apertura comercial y la tendencia mundial globalizadora que se van realizando a ritmo acelerado, hoy obligan al México productivo (tecnológico, comercial y cultural entre otras cosas) a buscar nuevas soluciones para su desarrollo."

"El diseño, como motor creativo en estas circunstancias, juega un papel de importancia que cada vez se reconoce con mayor claridad. A su vez, los profesionales del diseño empiezan a entender cuál es su participación en este nuevo horizonte y ya han colaborado en el desarrollo de la imagen y de los productos de este país en proceso de cambio."...

"La actividad más reciente, y parte también de esta nueva dinámica, es la publicación de este libro que muestra la labor de los especialistas del diseño y su compromiso con el México actual."



Arturo Domínguez Macouzet

Así pues, el proyecto se hizo realidad. Después de todos los esfuerzos realizados, el gremio colegiado obtuvo por vez primera una publicación que serviría de punta de lanza para promover no solo las actividades del gremio en general, sino las suyas propias.

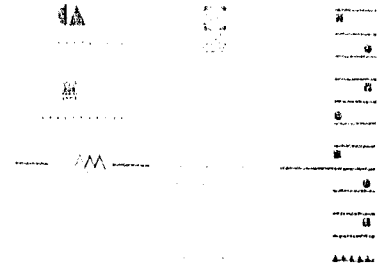


Fueron muchas las personas que intervinieron en este proyecto, y muchas las que deben estar satisfechas. Se acuñó una moneda de plata 0.950 de 7.5 cm de diámetro, conmemorativa a la mencionada edición; se imprimieron diplomas de reconocimiento a los participantes y finalmente se realizó una presentación del libro en el Museo de Arte Moderno de la ciudad de México el 18 de junio de 1992. A dicho evento se invitó al diseñador Renato Garza, al Lic. Humberto Molina Medina, como funcionario de BANCOMEXT, y al propio Nicolás Grepe como ponentes presentadores del libro.

Hasta la fecha el multicitado libro ha cumplido con creces su objetivo de promoción y difusión del trabajo profesional de los diseñadores industriales y los diseñadores gráficos mexicanos. Facilitó el acceso, abrió puertas, propició la comunicación entre iguales y entre distintos; abrió un mercado a iniciativas subsecuentes similares, dio confianza y certidumbre, demostró capacidades y fue en definitiva una ventana, un rostro, del diseño mexicano.

Demostramos una vez más que sí podemos.

Debo aclarar que al decir que sí podemos, me refiero especialmente al contexto interno gremial. Los diseñadores efectivamente somos capaces de hacer cualquier cosa de las que han podido hacer otros gremios. Externamente, empresarios o autoridades públicas, no tienen porque desconfiar de nuestra capacidad o buenas intenciones, empezando por el hecho de que no nos conocen y por ello, no tienen porque dudar de nosotros, y deberían estar en tal caso, receptivos a lo que podamos transmitirles. El problema real es de índole interna. Nosotros hemos sido nuestros más severos críticos y detractores; quizá por el hecho de que los diseñadores -creativos, artistas, inventores, etc.- son individuos de naturaleza solitaria, fuertemente independientes y "necesariamente individualistas que defienden a ultranza sus ideas..." (recuerdo haber escuchado esta condenatoria y conductiva aseveración, en un curso de diseño en mi época de estudiante); los diseñadores están continuamente sometidos a fuertes presiones de carácter competitivo, deben obligadamente estar permanentemente actualizados, tanto en materiales, procesos, acabados, técnicas y modas o tendencias estéticas o formales; ello implica capacidad, para ello se requiere carácter, decisión, convicción y sobre todo calidad profesional. Para cualquier diseñador con sensibilidad y con aspiraciones de progreso y participación, el cual sostiene con sus experiencias y resultados que lo que él opina, es lo correcto y lo mejor, se comprenderá que pueda caer -aunque no se deba- en el fácil juicio acerca del trabajo y logros de sus



27

DISEÑO MEXICANO
INDUSTRIAL Y GRÁFICO

PRIMER LIBRO
DE DISEÑO
INDUSTRIAL
Y GRÁFICO
EN MÉXICO



28



29



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



colegas. Ello también nos lleva a explicarnos el porqué en frecuentes ocasiones, de la postura soberbia de los diseñadores cuando sostienen ante un cliente que él -el cliente-, no sabe lo que quiere ni lo que dice cuando juzga nuestros diseños, y que solo el diseñador sabe, y solamente él, lo que está bien y lo que le conviene al cliente.

Si bien es cierto que un diseñador profesional actúa y trabaja como resultado de una preparación previa y se ha capacitado durante varios años para resolver situaciones relativas al diseño, ello no es motivo suficiente para considerar que solo el diseñador profesa y es capaz de sostener la verdad, el sentido común o la última palabra. Los diseñadores debemos aprender a ser humildes y accesibles al juicio y a la opinión de nuestros jefes o nuestros clientes, que para efectos prácticos juegan el mismo papel; debemos aprender no sólo a respetar y reconocer el trabajo de otros colegas, sino a solidarizarnos con sus iniciativas y promociones, especialmente cuando sabemos que son en beneficio de toda la comunidad. Es difícil que un diseñador acepte con sinceridad el éxito de otro, quizá porque lo sabe y de ello está seguro, que él mismo lo hubiera podido hacer mejor. Quizá los diseñadores deberíamos estar más involucrados con la política; la política como convivencia y como el arte -¿el diseño?- de compartir, de condescender, de tolerar; la política como el dominio del actuar por y para los demás antes de que para él mismo, de ello estoy convencido especialmente por la premisa de que el diseñador crea para los demás y no para él. ¿Error formativo en los planteles universitarios? Siempre el diseñador debe pensar antes en el usuario, en el consumidor; debe pensar en el provecho que el "otro" va a sacar de su trabajo; el diseñador debe sustraerse a su propia complacencia y cederse al exterior; debe entregarse permanentemente a las condicionantes y requerimientos de terceros; de quienes lo contratan, confían y requieren de él, basándose obviamente, en su intuición desarrollada a través de su experiencia creativa.

El diseñador es un factor más, aunque determinante, de la cotidianidad de la sociedad productiva moderna. Efectivamente, el diseñador debería saber escrupulosamente su oficio para garantizar sus resultados ya que son, por definición y según se promueve, esenciales en el mejoramiento y superación del trabajo realizado. Debemos sostener con hechos, lo que hemos promovido con la palabra. Pero debemos empezar con nosotros mismos; he propuesto en diferentes foros y reuniones con colegas, que se deberían escoger o mejor dicho seleccionar, a algunos diseñadores y promoverlos como lo mejor del año o de la década o como sea, pero "levantar figuras" - porque realmente las hay- es muy importante si se quiere ejemplificar nuestro trabajo; en fin, seguramente en breve habrá oportunidades de hacerlo.



Arturo Domínguez Macouzet



Ahora debo continuar con el tema: libros de diseño. Entre otras de las consecuencias que trajo la edición de nuestro primer libro de diseño, fue la conciencia, o mejor, la evidencia y el "descubrimiento" de que en México, se podían hacer libros de este tema: que hay diseñadores profesionales mexicanos - muchos más de los que ya se habían presentado-, que hay mercado sensible al consumo de libros -por lo pronto el de estudiantes que de suyo es bastante amplio- y que finalmente es la gran oportunidad para la producción industrial y comercial del país.

Por circunstancias no necesariamente evidentes, y sí por consecuencia, me correspondió promover y coordinar la edición del segundo libro de diseño. Debo decir que las condiciones fueron completamente diferentes. Existía el antecedente. Las relaciones con instituciones como NAFIN y BANCOMEXT ahora parecían más sólidas. La Presidenta del IX Consejo Directivo del CODIGRAM, supo ser receptiva a la propuesta y se esforzó en apoyar la segunda edición ante las autoridades mencionadas.

Una vez más me invadió el optimismo y supuse que se sumarían al esfuerzo por lo menos el doble de los colegas que asistieron a la primera convocatoria. Creímos también factible el poder convencer con facilidad al sector de la banca pública, para que ahora sí nos apoyara con recursos sobre todo por las relaciones intensas que se venían desarrollando, a través de la iniciativa -con el pretexto- de la creación del Centro de Diseño, que a esas alturas ya habían aceptado implementar entre SECOFI, NAFIN Y BANCOMEXT.

Dicho apoyo económico, resultaba indispensable puesto que la magnitud del costo del proyecto, no hubiera podido ser cubierto por los diseñadores en el precio por página contratada.

Se hicieron varios sondeos: organizaciones como Litoprocess S.A. de C.V. a través del D.I. Enrique Elguero Hume, demostraron interés en realizar dicho proyecto y presentaron propuestas por demás interesantes. Se decidió por la tercia CODIGRAM - NAFIN - BANCOMEXT como cuerpo medular. Se les presentó para ello un esquema que habíamos estudiado durante muchos meses atrás; con la participación de la D.I. Julieta Herrera Jácome entre otros colegas, fue que decidimos llamar a nuestro nuevo libro: DISEÑO MEXICANO 2 / INDUSTRIAL Y GRÁFICO. Así, nos propusimos estructurar la presentación y con ella sortear las dificultades que se nos presentaran. El documento se envió a los Directores Generales de BANCOMEXT y de NAFIN. Documento que presento por considerar importante el dar a conocer la filosofía con la que se negoció el proyecto:



PROYECTO EDICIÓN DEL LIBRO:
DISEÑO MEXICANO 2 / INDUSTRIAL Y GRÁFICO.
BANCOMEXT-CODIGRAM-NAFIN

Ciudad de México, a 15 de abril de 1994

1.- ANTECEDENTES

A mediados de mil novecientos noventa, se convocó al gremio de diseñadores colegiados al CODIGRAM, a participar en el primer libro de diseño editado en México titulado: "DISEÑO MEXICANO / industrial y gráfico" en el cual participaron entusiastas y solidariamente, ochenta y siete diseñadores, presentando con orgullo sus trabajos profesionales.


Se imprimieron cinco mil ejemplares, conteniendo cien páginas a color con textos en dos idiomas (español e inglés), distribuyéndose en todo el Continente Americano y en Europa Central.

Dicha publicación obtuvo magnífica aceptación en el ámbito empresarial y de diseño. Resultando un instrumento idóneo de identificación y prueba de la capacidad y calidad del trabajo creativo mexicano; evidenciando -a pesar de haber sido una pequeña muestra representativa -el gran potencial con el que cuenta nuestro país, en apoyo inminente a la pequeña y mediana industria nacional.

2. JUSTIFICACIÓN.

La edición del libro "DISEÑO MEXICANO 2", reafirmará el compromiso de sus coeditores: BANCOMEXT - CODIGRAM - NAFIN como instituciones oficiales que promueven el proyecto, con la industria, el comercio y los diseñadores mexicanos; para la obtención de un mejor nivel en la producción de bienes de consumo potencialmente exportables. Así mismo, dará impulso al trabajo creativo-propositivo en la generación de objetos y servicios por parte de la empresa mexicana, para acceder a nuevos mercados. La edición de libros de esta naturaleza, posicionan a nuestro país, en niveles de confianza para el comercio internacional, al mostrar su calidad innovadora y su compromiso con el progreso y la modernidad tecnológica.

Entre los beneficios ya mencionados, esta publicación será un vehículo para que los editores obtengan recursos económicos y/o recuperen su inversión solidificando su labor promocional, al servicio de nuestra sociedad.



Arturo Domínguez Macouzet

3. OBJETIVOS.

3.1. *Difundir ampliamente la imagen de los coeditores, en el ámbito creativo-productivo, tanto a nivel nacional como internacional.*

3.2. *Dar continuidad a la labor del CODIGRAM en la promoción y difusión del Diseño Industrial y Gráfico profesional mexicano, a través de la edición del segundo libro de Diseño, en beneficio de la industria de la transformación.*

3.3. *Promover permanentemente el trabajo profesional desarrollado en México por los diseñadores más destacados y del gremio colegiado en general.*

3.4. *Proponer y difundir, la actividad profesional del diseño, los recursos de producción y comercialización, a través de las instituciones oficiales responsables del fomento e impulso de la empresa mexicana como lo son: BANCOMEXT y NAFIN.*

4. PLANTEAMIENTO GENERAL DEL PROYECTO PARA LA EDICIÓN DEL LIBRO: "DISEÑO MEXICANO / industrial y gráfico 2"

COEDITADO POR:
BANCOMEXT - CODIGRAM - NAFIN

PROGRAMA-PRESUPUESTO:
A) APORTACIONES EN DINERO DE LOS COEDITORES:
(...)

A.2.) *La aportación del CODIGRAM será por conducto de las propias aportaciones de los miembros colegiados participantes en el proyecto. Inicialmente se pretende alcanzar la cifra de 100 diseñadores - a razón de N\$1,000.00 por página, es decir, N\$100,000.00 - en el transcurso del desarrollo del proyecto. A cada diseñador participante le corresponderán tres ejemplares incluidos en el costo por participación.*

NOTAS:

- *La coordinación general del proyecto estará a cargo del CODIGRAM por conducto de un director editorial. Se abriría una cuenta bancaria especial para la administración de los recursos y aportaciones.*

- *Se realizará un convenio-contrato donde se determinen los derechos y obligaciones de los coeditores así como los mecanismos de operación, derechos de autor, regalías, precio de venta, distribución de ejemplares, etc.*

- *Se formará un Comité Editorial con representantes de cada una de las instituciones, para aprobación y seguimiento del proyecto.*



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



B) COSTOS GENERALES DE LA EDICIÓN:

(...)

B.3.) PRODUCCIÓN Y ACABADOS (en base a 3,300 ejemplares):

(...)

- El libro constará de:

100 páginas 4x4 tintas, 20 páginas de textos a 2 tintas, tamaño final de 22 x 30.5 cm. (extendido 44 x 30.5 cm); con pasta dura forrada en Percacel, con una camisa de papel y una selección de color de 22.5 x 31.0 cm. con laminado plástico mate, con interiores en papel New Tech Wove 135 grs. distribuido por Grupo Pochteca.

- Los diseñadores participantes deberán estar inscritos al CODIGRAM y serán responsables del diseño y la entrega de originales de impresión de cada una de sus páginas, pudiendo tener un máximo de cuatro páginas por diseñador.

(...)

- Los ejemplares se deberán distribuir a cada oficina de representación tanto dentro del país como en el extranjero, así como, a los industriales, cámaras, dependencias oficiales, etc. optando por la distribución gratuita o con el cobro respectivo del costo comercial del ejemplar.

- Cada coeditor podrá seleccionar su mecanismo de distribución y/o comercialización privada de los ejemplares que le correspondan, siempre y cuando no rebasen de un precio a público determinado en conjunto. En el caso de contratar los servicios de una empresa comercializadora, se le dará la exclusividad de la venta del número de ejemplares que cada coeditor decida aportar para ello; correspondiéndoles las sumas obtenidas, menos la comisión por venta.

C) ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

C.1.) Ruedas de prensa para lanzamiento y convocatoria.

C.2.) Impresión de constancias de participación.

C.3.) Diseño y abastecimiento de moneda en plata, conmemorativa a la edición.

C.4.) Presentación pública de la edición.

C.5.) Material para exposición (es) de la edición.

C.5.1.) BANCOMEXT

C.5.2.) NAFIN

C.5.3.) Cámaras, Asociaciones, etc.

C.5.4.) Universidades a nivel nacional.

(...)



Arturo Domínguez Macouzet

La experiencia anterior nos decía que no debíamos esperar mucho tiempo a la respuesta de cualquiera de estas dos grandes instituciones; sobre todo si lo que se quería era que se editara durante este Consejo Directivo, lo cual era sostenible ya que no se hubiera podido garantizar por parte de los que participábamos en este proyecto, su seguimiento y ejecución con otras administraciones. México estaba próximo al cambio presidencial -eso por sí mismo es aterrador- y por su parte se acercaban rápidamente también los cambios en el propio Colegio -y ello por consiguiente, significaba incertidumbre- durante el mes de agosto, al no tener respuesta positiva, se le propuso al Sr. Enrique Preciado, de Somohano Ediciones, S.A. de C.V. que participara con el CODIGRAM como coeditor del segundo Libro de Diseño en México. Ellos se encontraban en ese entonces, promoviendo un libro de diseño industrial y gráfico con diseñadores mexicanos, el cual editaría Rotovisión con un costo por página de \$1,200 USD. Se les propuso la coedición, con la convicción de que unidos, sumando esfuerzos y sobre todo con el prestigio de cada uno, podríamos obtener mejores resultados que haciéndolo cada quien por su cuenta.

Somohano por conducto de María Elena Trujillo, elaboró una contrapropuesta que consistía en un plan inmediato de trabajo y un convenio de coedición, en el cual destacaban principalmente los siguientes aspectos:

- Se editaría a través de Rotovisión, empresa con sede en Suiza y la cual imprimiría en Hong Kong garantizando calidad, precio y tiempo;

- La edición formaría parte de un paquete de promoción: por 850.00 dólares se tendría derecho a la inclusión en tres publicaciones simultáneamente: Diseño Mexicano 2, Anuario Mundial y la edición latinoamericana, es decir, cerca de ochenta mil ejemplares en total.

- Garantizaba también la difusión y la promoción del diseño mexicano en un ámbito internacional.

- Se entregarían al CODIGRAM doscientos ejemplares como remuneración inmediata por la coedición, sin existir el compromiso del otorgamiento de regalías. Esto nos pareció aceptable por el simple hecho de que con gran dificultad -y según la experiencia anterior- nos llegarían ingresos por concepto de regalías; más valía un arreglo a corto plazo aunque modesto, que algo aparentemente atractivo pero poco probable.

En esta ocasión el diseño de la portada estuvo a cargo del D.I. Sebastián Pell Valdés y la responsabilidad general de promoción y venta del proyecto, recayó en el equipo que integró Somohano. La venta de las páginas fue acuciosa ya que los tiempos de impresión así nos lo exigieron. El libro aunque originalmente estuvo pensado realizarse con pastas duras, no



30



pudo ser así debido al escaso número de hojas (léase diseñadores) que se pudieron contratar. En esta segunda edición participaron ahora sí en bloque, los miembros del Consejo Mexicano de Diseñadores, A.C. /QUORUM, lo cual nos permitió la integración de un mayor número de participantes.

La presentación oficial del libro se realizó en el ámbito del tercer Congreso Nacional de Diseño, en la ciudad y puerto de Acapulco. El orador presentador fue José Carlos Trujillo en su calidad de Director General de Somohano Ediciones, S.A. de C.V.

Esta edición propuso en definitiva, el camino de factibilidad en la edición de libros de diseño de esta naturaleza. Seguramente los subsecuentes Presidentes del CODIGRAM podrán plantear con mejores condiciones, tanto la participación como la distribución de los libros. Considero que la posición idónea para ediciones de libros de diseño, debiera ser a través de una institución -pública o privada- que diera sustento y por consiguiente el aval, a las profesiones de diseño. Si una empresa como por ejemplo PEMEX, coeditara e hiciera participar a muchos colegas, con incentivos como el financiamiento del costo de la página; seguramente tendría mucha más difusión e impacto ante los sectores productivos que como hasta la fecha se han realizado: por convicción irrestricta y por la búsqueda incipiente e insipiente de oportunidades de mercado para el diseño y el diseñador. Debería ser como los libros por encargo, que hacen pocas grandes empresas y a la vez que se promocionan, difunden un tema en particular y lo hacen con elocuencia. En alguna ocasión, se le propuso a BANCOMEXT la elaboración de un libro que demostrara diversos productos de exportación, diseñados y fabricados en México. No hubo respuesta positiva.

Quizá en la convocatoria para la participación en el tercer o cuarto libro, pudiera aprovecharse para seleccionar los mejores trabajos de diseño -por categorías- y de ahí surgir el Premio Nacional de Diseño Industrial y de Diseño Gráfico. Pudiera ser un buen inicio para que se forme un comité permanente de evaluación y premiación. Ya sabemos que sí se puede convocar a la comunidad, y que aunque ha costado mucho esfuerzo lograr la participación cuantitativa, hemos obtenido calidad; y en la medida en que se sostengan las actividades como la edición del libro, lograremos la confianza y por consiguiente aumentarán las participaciones. ¡Ojalá!

18) ALFA. DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO ILUSTRADO. SALVAT EDITORES, S.A. BARCELONA, ESPAÑA. 1990. y DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. VIGÉSIMA PRIMERA EDICIÓN. EDITORIAL ESPASA CALPE, S.A. MADRID, ESPAÑA. 1994.



Arturo Domínguez Macouzet

C6) CONGRESOS NACIONALES DE DISEÑO

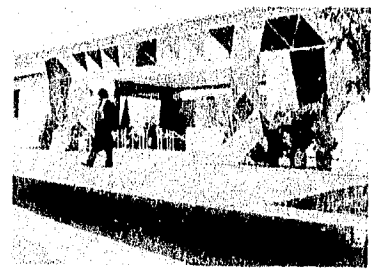
Este es un tema para el cual convendría dedicar un estudio serio y profundo, y sus resultados plasmarlos en una tesis completa; esto es dada la magnitud y trascendencia tanto profesional -o técnica- como comercial y especialmente promocional que conlleva el planear, organizar y efectuar un Congreso en convocatoria a nivel nacional. La propuesta para la realización de un "congreso" es un tema evidente y quizá obvio para cualquier actividad, profesión, giro comercial, especialidad empresarial e industrial, etc. en cualquier lugar del mundo; por alguna razón no ha resultado así en el ambiente del diseño en México.

Congreso, es aquella reunión generalmente periódica, de varias personas, en un mismo ámbito, para tratar, deliberar o desarrollar, asuntos de interés general, negocios o cuestiones dedicadas a una misma profesión o actividad científica. Congreso, es una conferencia en la que los miembros de una asociación, cuerpo, organismo, etc. se reúnen para debatir cuestiones previamente fijadas. Congreso proviene del latín: *Congressus*, que quiere decir: reunión.¹⁸

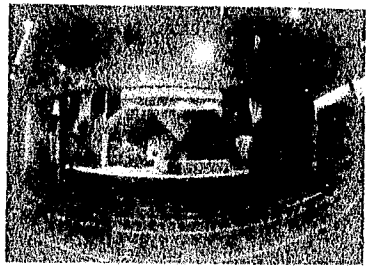
Todas las profesiones que se precian de serlo, tienen su Congreso, o casi todas. Especialmente aquellas que por su naturaleza, tienen la necesidad de actualizarse en sus conocimientos teórico-prácticos y en sus procedimientos de organización gremial. Este tipo de reuniones deben tener como principal objetivo, el dilucidar y debatir asuntos de interés general, es decir, que resulten en beneficio de una comunidad determinada. Los profesionales, aquellos que viven de practicar su profesión, deben -por razones naturales- ser los primeros interesados en que se organicen y por ello, asistir a dichos Congresos.

A pesar de que las profesiones del diseño industrial y del diseño gráfico tienen ya alrededor de cuarenta años de practicarse en nuestro país, nunca se había logrado realizar un Congreso que buscara la difusión, actualización, capacitación y especialmente la promoción del diseño profesional mexicano; organizado por diseñadores profesionales mexicanos y dirigido a diseñadores, comerciantes, industriales, profesores y estudiantes, sector público y privado.

El antecedente más cercano de Congreso de Diseño en el ámbito profesional realizado en México, es el Congreso Internacional del ICSID que se realizó exitosamente, en la ciudad de México en octubre de 1979, y del que a decir de Juan Gómez



31



32

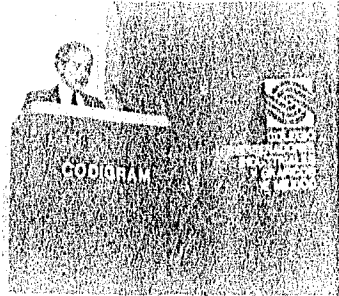


*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



Gallardo, se consiguió dicha sede gracias a las promociones que tramitó el CODIGRAM; en ese entonces presidido por el D.I. Carlos Ojeda Velasco.

En el capítulo b.2.1.) menciono de una manera más o menos detallada el procedimiento que se siguió en la planeación y organización del Primer Congreso Nacional de Diseño Industrial y Gráfico en México, así como la Primera Exposición de Diseño llamada EXPODISEÑO MEXICO'90, para prever la denominación subsecuente según la sede y el año en la que se efectúe. No es pertinente transcribir toda la documentación relativa a la organización de los tres congresos de diseño que hasta la fecha se han llevado a cabo en el seno del CODIGRAM (información que está a disposición de quien lo solicite para fines de investigación); sin embargo, estimo que sería de interés para los fines que este trabajo persigue, el relatar los fundamentos y las generalidades que se sucedieron para su realización.



33



34



35

En el caso específico del Diseño en México, decía con anterioridad, por alguna razón no se había organizado un Congreso. A raíz de mi participación en el IV Consejo Directivo del CODIGRAM, pude apreciar muy de cerca lo importante que sería para nuestro gremio el que se efectuara un Congreso a nivel nacional. Estaba cierto de que con un simple stand en algunas exposiciones comerciales, como lo habíamos venido haciendo, nuestra presencia como gremio era muy pobre y por consecuencia, no podía ser lo eficaz que requeríamos. Si estábamos decididos a promovernos en ámbitos industriales y de trascendencia comercial debíamos organizar por nuestra cuenta un gran Congreso Nacional. Los razonamientos estaban planteados; diversos colegas coincidíamos en esta realidad: nos falta actualizarnos, conocernos, interrelacionarnos y resolver diversos planteamientos que con respecto a la práctica profesional, muchos nos hacíamos continuamente. En un ambiente propicio en el que se intercambiaran ideas y opiniones, seguramente podríamos resolver algunas de nuestras grandes dudas.

No solamente por razones de índole profesional es que se realizan Congresos; otra razón de peso es el aspecto social: relaciones públicas, nuevas amistades, promociones personales, diversión en eventos dentro y fuera de la sede, etc. actividades todas que por su naturaleza, convencen y satisfacen a quienes tienen mas visión y ambición.

Una vez más, para poder llevar a cabo un evento de esta magnitud, se requería de una organización gremial que pudiera convocar y congregar a un buen número de colegas, tanto para preparar su organización como para que asistieran como congresistas. Se requería de una asociación que pudiera tener

Arturo Domínguez Macouzet



acceso a nivel nacional, no solamente por su prestigio, sino por la presencia de sus miembros o por sus relaciones con diseñadores o empresarios de otros Estados de la República. Una oficialidad y credibilidad tal, que facilitara la promoción y con ello la búsqueda de recursos económicos y/o financieros para su ejecución. Sin la menor duda, la única organización factible era y sigue siendo hasta la fecha, el CODIGRAM.

Existían muchos tabús que se tenían que superar. Fue al principio de su gestión como Presidente del Colegio, cuando tuve la oportunidad de proponerle a Emilio Martínez de Velazco que organizara un Congreso Nacional de Diseño para mediados de 1988. Mis argumentos me parecieron muy sólidos: los diseñadores profesionales necesitábamos algo importante y de trascendencia; algo que se ocupara de nosotros; algo que nos hablara de lo que hacemos y de cómo debemos hacerlo; necesitábamos de un foro de comunicación y participación entre todo el país; además, por cuestiones políticas gremiales, era una magnífica oportunidad para que el CODIGRAM demostrara pública y definitivamente su capacidad y liderazgo; no sólo eso, con un Congreso y en las circunstancias económicas y comerciales por las que transitaba el país, sería sumamente oportuno -como visión a mediano plazo- para que el diseño profesional se posicionara en el nivel en el que debería estar: como detonador-activador del proceso productivo en la generación de objetos y de mensajes visuales, con calidad y competitividad internacional. Había que hacer mucho ruido, era ya el momento y la oportunidad.

Los diseñadores teníamos que mostrarnos en "sociedad" como seres maduros y con autocapacidad organizacional; ya era el momento de demostrar nuestras aptitudes creativas; desarrollar nuestro talento en la promoción y en la difusión de nuestras ideas y de nuestros principios para los cuales fuimos educados con determinación, paciencia y voluntad férrea por nuestros maestros pioneros del diseño. Teníamos que actuar con inteligencia y con ella convencer y de ser necesario "vencer" a quienes tuviéramos que hacerlo, para lograr el reconocimiento a nuestras profesiones; algo más: necesitábamos con urgencia un algo que nos hiciera sentir vivos; lo cual lo logra la actividad, el movimiento, la presencia productiva, organizacional, comprometida. En fin, había que romper la inercia; existía una completa y lacerante inactividad, indolencia y adormecimiento generalizado en los profesionales y por supuesto en las Asociaciones, supuestamente representativas y responsables de satisfacer las necesidades y los intereses de sus asociados.

Existían varias razones -a mi entender- por las cuales la presencia "social" del diseño estaba como pasmada, inclusive



36



37



38



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



39



40



Arturo Domínguez Macouzet

diría que el diseño se encontraba temerosamente arrinconado; se había entablado una lucha interna estéril y altamente desgastante: el joven gremio del diseño decidió hacer una tregua y por ello, estaba entumecido...

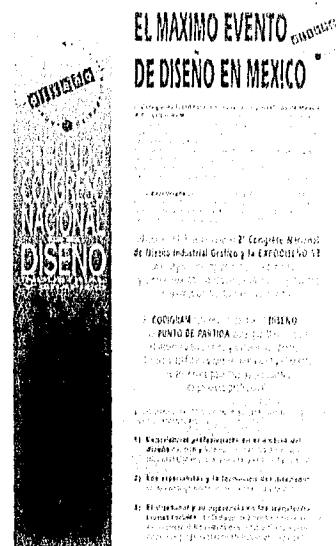
Un paréntesis. Sin ánimo de intentar hacer "la historia" del diseño -tarea que prefiero dejársela a los expertos- o pretender ser un narrador eficaz del panorama global del fenómeno socio-político del gremio del diseño mexicano en las décadas de los ochentas y noventas, considero que tengo ciertos argumentos adquiridos en estos últimos años que me obligan a compartir aquí mismo, a manera de conclusiones. No sin su respectiva dosis de pasión -debo advertirlo- generada por el sentimiento irredento que me merece mi amadísima profesión. Deberá considerarse a mi vehemencia, resultado de mi intensa actividad de enfrentamiento contra todo: la apatía, escepticismo, decepción, recelo, incredulidad e inexperiencia mía y de la mayoría de los amigos, es decir, de aquellos que no eran, digamos, los enemigos a vencer; y del otro lado la zona oscura -aquellos quienes habían ocupado un hueco que nunca se había llenado y que seguía (¿sigue?) vacío: el liderazgo honesto, desinteresado y eficaz en la conducción de los destinos de la profesión-; unos adversarios fueron heredados, ellos y los subsiguientes resultaron opositores enconadamente feroces en cuanto a posiciones de privilegio y lucimiento se trataba.

Por una parte, los problemas endémicos internos del CODIGRAM generaron frustración y por consiguiente cierta displicencia y aislamiento en algunos de sus más capaces miembros activos: procesos de elecciones donde se presentaban más de una planilla, han generado -hasta la fecha- resentimientos de parte de los perdedores. La presencia y participación permanente de los mismos representantes del Colegio en foros públicos y en diversos eventos que se organizaban, más la asistencia mayoritaria de alumnos en esos eventos con tendencia y contenido fuertemente académico y por consiguiente la ausencia notable de profesionales. La carencia de reglamentaciones claras y eficaces, la falta de decisión o de capacidad para la organización de eventos de relevancia; la falta de participación cualitativa y cuantitativa de los miembros inscritos; mínima captación de cuotas, que además de ser sumamente bajas, no está definido su destino; la inexistencia de una sede permanente; todo ello hacía verdaderamente heroica la participación y la propia existencia de los Presidentes y sus colaboradores. Considero sin embargo, que el remedio de todo lo anterior es cuestión de mucho trabajo, tiempo y madurez.

Existía una antigua circunstancia, contundente, paralela y complementaria: la pugna entre el CODIGRAM y las Asociaciones

como el Instituto Técnico Político Nacional de Diseñadores Industriales y Gráficos de México. PRI, instituída según tengo entendido en 1973, como la primera Asociación profesional del país: la Academia Mexicana de Diseño; y la formada como resultado del Congreso ICSID '89 realizado en México: el Patronato Nacional de Asociaciones de Diseño -del cual el Colegio dejó de formar parte por decisión de su IV Consejo Directivo, por parecerle tendenciosa su actividad-; todas ellas formadas por el diseñador Alejandro Lazo, quien pudiendo ser un factor determinante en la unión y progreso de la profesión, el resultado cierto es que su participación gremial ha sido altamente conflictiva. Él, junto con un pequeño grupo de diseñadores, manipularon alrededor del Congreso ICSID los rumbos del diseño en el país, durante por lo menos una década. Su fuerza radicaba en su apellido, su capital financiero, sus relaciones con el sector político y su altísima convicción de protagonismo tanto de él mismo, como el de sus seguidores. Posterior al Congreso ICSID, no hacían ni permitían hacer. Algunos de los diseñadores integrantes del CODIGRAM, apuntalados impetuosamente por el diseñador Juan Gómez Gallardo presidente fundador, y basados en la convicción y conocimiento del daño causado a la profesión y a las tácticas intimidatorias de las que hacía (¿hace?) uso, propiciaron la salida de Lazo Margain del Colegio. Su baja, aunque no asombró, ha sido la única en veinte años del Colegio. Así pues, no es de sorprender que la contienda entre los intereses políticos de las principales Asociaciones mexicanas -las ya mencionadas así como otras diversas; más o menos quince hasta la fecha-, haya generado entre los diseñadores reacciones que llevaron a la indiferencia e incredulidad gremial. Nuevos, pocos y en pugna; se antoja incomprensible y de mi parte, además, inaceptable. Resultado: preferentemente inactividad; en algunos casos -los menos afortunadamente- deslumbramiento y amedrentamiento por los niveles de "poder" e "influencia" en el gobierno, presentadas contra las iniciativas del CODIGRAM; desmembramiento de los miembros por falta de credibilidad en la fuerza representativa del Colegio.

De cualquier manera y en resumidas cuentas, las pugnas contra el CODIGRAM aunque estériles, han sido permanentes e irreconciliables en lo que a intereses y objetivos se refiere. Parece irracional: lo es. No es lógico que un pequeño grupo tenga la capacidad de dominar en gran porcentaje a una profesión, a un gremio formado por cientos de profesionistas. En México ha sido posible; ha imperado el amiguismo, el influyentismo y las tácticas atemorizantes; pero sobre todo, cuanto han podido, ha sido porque no existe nada que se les enfrente con organización y disposición a superarlos. Esta posición y el resultado hace que los diseñadores todos, seamos cómplices y víctimas; no nos hemos propuesto coadyuvar conscientemente con las iniciativas



41



42



43



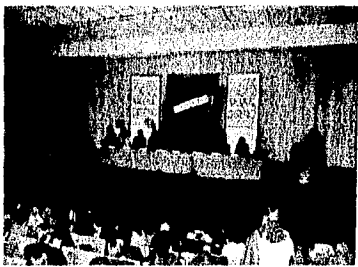
*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



SEGUNDO
CONGRESO
NACIONAL
DE
DISEÑO
INDUSTRIAL
Y GRAFICO



44



45



Arturo Domínguez Macouzet

propuestas por el CODIGRAM y solidarizarnos con ellas; y mucho menos por supuesto, proponer acciones que nos conduzcan por mejores derroteros y en tal caso, hacerse cargo de ellas. De alguna u otra manera los diseñadores tenemos lo que nos merecemos, grupalmente hablando. Nosotros mismos hemos forjado nuestro destino profesional, somos el reflejo de nuestras angustias y nuestras debilidades; cuando creamos en nosotros y confiemos en nuestros representantes, en ese momento empezarán los demás a creer en nosotros. Somos también el reflejo de nuestros triunfos, nuestras convicciones y nuestras capacidades. La gran excepción y a la vez el inicio de la superación de estas dolencias, en mi apreciación personal: la realización de nuestros Congresos Nacionales.

El otro obstáculo y gran factor de retraso -ya mencionamos a las asociaciones y a los propios diseñadores-, es la propia industria y especialmente la voluntad política del sector gubernamental; creo que en gran medida esa falta de voluntad política, es derivada del desconocimiento de lo que es el diseño y para lo que sirve. Y aunque parezca incongruente, la industria y el gobierno, según mi experiencia, son las dificultades menos difíciles de superar. En el caso de la industria -y aunque sabemos de su mentalidad y actitud por una parte explicable, en el sentido de producir aquello que es seguro que se va a vender- estamos los diseñadores, a la expectativa de cuando aquellos se decidan a invertir en diseño; para entre otras cosas, mejorar lo que a su criterio funciona y no vivir de una continua y abyecta copia de productos. La famosa copia o comúnmente llamada "fusil", lo único que ha propiciado es la mediocridad, el retraso y el estancamiento de la cultura y evolución de los productos. Nuestra esperanza como diseñadores y usuarios, es que ahora con el advenimiento del TLC y por ende, las presiones comerciales, obliguen al empresario-industrial a recurrir a la "creatividad profesional" nacional. Y entonces, posiblemente, nuestro gobierno vea en esto una coyuntura o mejor dicho, un filón y una oportunidad, y sea entonces cuando se decida a fomentar las actividades creativas especializadas; y esperemos firmemente, que confíen en los diseñadores profesionales mexicanos, en su experiencia, en sus conocimientos y en su convicción de servicio en beneficio de nuestra comunidad; y que sepan identificar con claridad a los líderes del gremio y a sus representaciones oficiales y productivas; politiquen si acaso, los recursos económicos, pero no los destinos y los procedimientos, los que deberían ser controlados por diseñadores.

Es por los planteamientos anteriores, que resulta indefectible -no puede dejar de existir- la permanente organización de Congresos Nacionales de Diseño Industrial y Gráfico: organización y credibilidad gremial, actualización y capacitación

profesional, comercialización de productos y servicios propios y conexos, credibilidad socio-política, difusión y promoción, superación y actualización académica, tribuna de discusión y lucimiento legítimo de propios y extraños en cuanto a conocimientos técnicos, éxitos profesionales y académicos, fomento a la investigación y desarrollo; relaciones públicas, reuniones sociales y de esparcimiento, etc. negocio para inversionistas y participantes y especialmente posicionamiento institucional del organizador, en este caso y como precursor obligado y quizá permanente, el CODIGRAM.

Como respuesta del Presidente del VI Consejo Directivo del CODIGRAM, relativa a la propuesta para la organización de un Congreso Nacional se obtuvo un prolongado (tardado) y supongo que doloroso: NO. Entiendo que sondeó las posibilidades de éxito, las relaciones entre los colegas y los opositores del Colegio; éstos, le indicaron que no era el momento para organizar un Congreso y que de intentarlo, resultaría un fracaso; aunado a todo esto, considero que lo que más condujo a la negativa fue el convencimiento pesimista, la duda y la incertidumbre con respecto a la reacción del gremio y a la obtención de los apoyos y recursos necesarios. Lo traté de comprender; me discipliné, aunque en el fondo de mi entendimiento e interés profesional, no lo acepté. Creía en el proyecto que había preparado con entusiasmo y cuidado durante cuatro meses intensos; se estudió la factibilidad dentro de los parámetros financieros, técnicos y tácticos, se planteó una pirámide organizacional y una estructura operativa viable y real. Para ello, realicé diversos viajes al interior de la República especialmente a Guadalajara y Monterrey, con objeto de "vender" el proyecto; como resultado se obtuvieron los apoyos regionales según lo planteaba la estrategia original; fue al través de esta experiencia que percibi la magnitud, importancia y trascendencia que para el gremio representaba la sola posibilidad de realizar un Congreso Nacional. Desgraciadamente no tuve la capacidad de persuasión y convencimiento que se requería para estos casos. Y en verdad el noviciado lo teníamos que superar individualmente y en grupo.

Cuando a finales de 1988 fui invitado a formar una planilla para integrar el VII Consejo Directivo del CODIGRAM, nuestro principal reto fue el organizar el Congreso. Ciertamente no fue nuestro único objetivo, pero sí el más pretencioso, el de mayor envergadura. Evidentemente del estudio que realicé en 1986, no quedaba mucho; había que actualizarlo en cuanto a personas, representaciones, patrocinadores, etc., las circunstancias eran diferentes; la economía del país y las visualizaciones políticas tendientes al TLC, obligaron a reconducir los planteamientos originalmente propuestos para la planeación y puesta en marcha, ahora sí, del primer Congreso Nacional. Había que orientar al



46



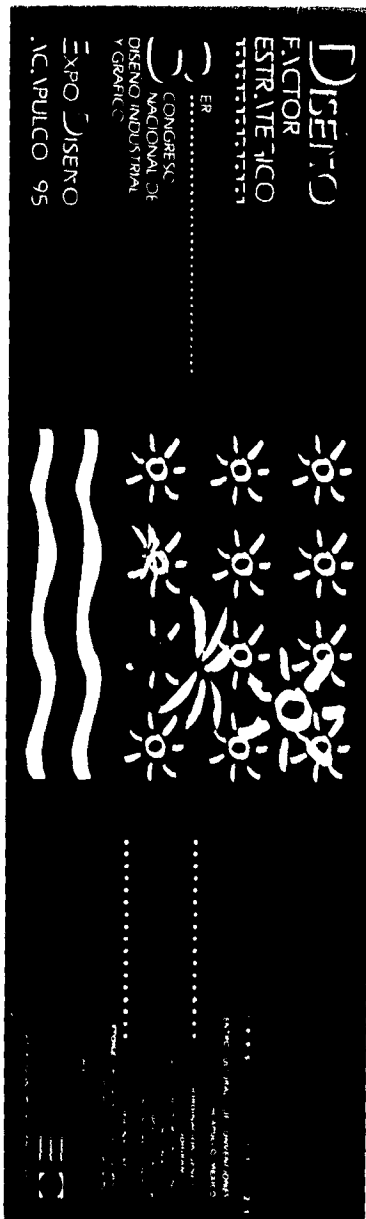
47



48



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



49



50



Arturo Domínguez Macouzet

diseño profesional mexicana, para ponerlo en la mira de los proyectos de desarrollo industrial y empresarial, liderados particularmente por SECOFI, NAFIN y BANCOMEXT.

Ese fue realmente el objetivo de mayor trascendencia: el lograr presencia pública; ser observados por quienes sostienen la capacidad de influir y decidir ante los sectores productivos.

Como ya se mencionó en capítulos anteriores, el primer Congreso a mi parecer fue todo un éxito. Obtuvimos los apoyos solicitados y aunque modestos, nos dieron razones suficientes para continuar con otros subsecuentes. Crecimos en nuestra confianza institucional y organizativa. Nos dio aliento y reforzó nuestras expectativas.

Aunque originalmente nuestro compromiso fue el mantener por cinco Congresos siguientes a la empresa CONMASA -quien desde un principio nos apoyó incondicionalmente en la organización y patrocinio-, para la planeación del segundo Congreso tuvimos que modificar la estrategia, dado que no se pudo sostener lo acordado. La razón que externó CONMASA para no seguir financiando los Congresos de Diseño fue, aunque parezca inverosímil, el fracaso financiero que le significó el apoyar y financiar -a petición e insistencia del CODIGRAM- el Congreso Internacional de ALADI en México en el año de 1991. Este Congreso de ALADI, al cual el CODIGRAM le cedió su espacio en calendario para que no fuera a interferir uno con otro, distorsionó fuertemente la capacidad económica y de apreciación organizacional con respecto al gremio de diseñadores que mantenía a CONMASA. Digamos que fue un error de apreciación y un exceso de "bondad" del Colegio, el haberle "prestado" a nuestro "cliente" a la organización de ALADI, ya que nos lo malogró; ya no quisieron saber nada de nosotros. Hecho lamentable.

Sin embargo a principios de 1992, durante mi gestión como Presidente ahora del octavo Consejo Directivo del CODIGRAM, nos planteamos diversas alternativas para realizar, a como diera lugar, costara lo que costara, el segundo Congreso Nacional. Fue quizá, después del proyecto Centro de Diseño, el objetivo más importante que nos propusimos realizar. Mucho hay que contar de dicha organización; sin embargo, por razones de espacio, tiempo y oportunidad solo relataré brevemente las condiciones en las que se realizó nuestro segundo Congreso, esperando que puedan ser de utilidad a futuras generaciones:

Ahora el CODIGRAM tenía un Consejo Directivo ampliamente experimentado. Se decidió en Junta de Consejo, convocar a diversos despachos y organizaciones privadas a que concursaran

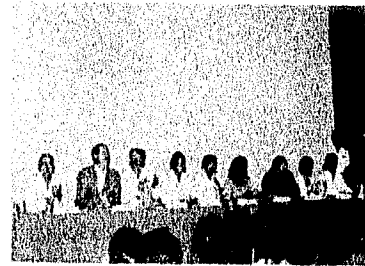


para obtener el derecho a coordinar los trabajos de organización del segundo Congreso Nacional de Diseño Industrial y Gráfico, y la EXPO DISEÑO MEXICO'93. Se analizaron finalmente las propuestas de dos despachos de diseñadores con comprobada experiencia; estas peticiones, fueron presentadas por dos expresidentes del Colegio: el MDI Oscar Salinas Flores y el DI Rafael Cal y Mayor, presidentes del III y IV Consejos Directivos respectivamente; ya motivados y con objetivos y equipos bien definidos, los diseñadores sabemos salir adelante de nuestros compromisos. Se convocó a un desayuno en conocido hotel de la ciudad de México y se evaluaron las dos propuestas; a puerta cerrada se deliberó, y por razones de índole operativa - verdaderamente fue una decisión sumamente difícil- se designó a la empresa Grupo Artefactum como responsable de la organización y ejecución del Segundo Congreso.

Nacional Financiera, originalmente nos había ofrecido su apoyo logístico. Nos había prometido entre otras muchas cosas, su Auditorio como sede del Congreso. Gustosos aceptamos; inclusive se llegó a publicar en diversos medios de comunicación dicha sede. ¡Infame burocracia! ¡Cuántas falsas expectativas, le han hecho creer al mundo! Resulta que a finales de '92 nos negaron rotundamente sus instalaciones. Hubo que recurrir inmediatamente al Colegio de Ingenieros Civiles de México, lugar donde fue nuestro primer Congreso. Grupo Artefactum financió todos los gastos relativos a dicha organización. No se supo oficialmente los resultados de la inversión... sin embargo se obtuvieron los reconocimientos respectivos.

El segundo Congreso dejó saldos positivos en todos los niveles; las luchas de intereses y los recursos organizacionales se manifestaron en esta ocasión. Inauguró un Subsecretario de la SEDUE, en representación del Presidente Salinas de Gortari. Los ponentes nacionales y extranjeros demostraron con su presencia y su participación en el Congreso, el interés que para ellos tenía el participar en él. Volvieron a estar presentes las universidades de diseño de todo el país, las dependencias oficiales como SECOFI y BANCOMEXT y las instituciones privadas como CANACINTRA. Se lograron una vez más, los objetivos esperados.

Poco tiempo después del Segundo Congreso, se convocaron a elecciones del Colegio para elegir al IX Consejo Directivo y Junta de Honor; para dichas elecciones, se presentó sólo una planilla que presidía la D.I. Laura Figueroa Alcocer, y como ha venido siendo tradición, se eligió al presidente saliente como Presidente de la Junta de Honor. Dicho quede, que la nueva "Presidenta", representó la fuerza y presencia del gremio femenino, al ser la primera mujer electa para ocupar la presidencia del CODIGRAM.



51



52



53



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



Así pues, me correspondió colaborar con el IX Consejo Directivo como Presidente de la Junta de Honor. Dicho cargo, el cual dignifica y compromete como asesor y observador de las actividades cumplidas de los Consejos en turno, me ubicó como "consejero fácilmente accesible" del IX Consejo; especialmente por el hecho de que a petición de la presidenta, la sede del Colegio continuó siendo en mis oficinas particulares. Evidentemente, la circunstancia de que el domicilio del CODIGRAM no cambiase, resultó propicio para la fácil identificación de las instalaciones, así como para la operatividad y continuación de los proyectos.

Desde el principio de la gestión de Laura Figueroa Alcocer, se propuso la obligada realización del Tercer Congreso Nacional de Diseño. Se determinó como sede del Congreso a la ciudad y puerto de Acapulco, en el Estado de Guerrero. Para ello, se requería convocar una vez más, a prestigiados colegas diseñadores que pudieran con nuevos y esperanzados bríos, sostener concertadamente los propósitos y filosofía de los Congresos de Diseño.



54



55



56

En esta oportunidad, la estructura organizacional fue mucho mas cerrada y su organigrama fue conformado por invitación específica. Se contrataron los servicios de una coordinadora general, la Sra. Esperanza Ayón, elegida de un grupo selecto de organizadores profesionales y altamente experimentados; quien sostuvo bajo su custodia, los devenires y sobresaltos que caracterizaron, debido a las circunstancias, la puesta en marcha del Tercer Congreso. La presidenta invitó al D.I. Rafael Cal y Mayor a que fungiese como Coordinador General, aprovechando sus conocimientos al respecto. A mí me correspondió coordinar la participación de los ponentes y el transmitir, también en consecuencia, mis experiencias en estos menesteres. Fueron los diseñadores Luis Carlos Herrera y Sebastián Pell Valdés, quienes diseñaron la imagen gráfica; excelente muestra de la fusión de dos alternativas y conceptos gráficos; apoyándolos en la ejecución la diseñadora gráfica, Claudia Esparza Marín. La comunicación y producción de textos, la realizó el M.D.I. Fernando Martín Juez.

Al realizarse fuera de la ciudad de México, el Congreso representó un mayor reto en lo referente a la logística, en su operación antes y después del mismo; aunado a ello, se encontraba el hecho de que se incrementaron proporcionalmente los costos por concepto de transportación, alojamiento e instalaciones. La presidenta Laura Figueroa, obtuvo diferentes patrocinios y aportaciones tanto en dinero como en especie, mismas que hicieron posible realizar eficientemente el tercer Congreso. El Centro Cultural y de Convenciones de Acapulco, con sus impresionantes instalaciones, resultó un magnífico

Arturo Domínguez Macouzet



escaparate para los nacionales y extranjeros que asistieron al Congreso.

Se contó con la presencia de dos ponentes españoles: Ramón Benedito y Pep Sant, ambos con prestigiados despachos de diseño industrial, y con el Sr. Philippe Gentil, francés, presidente en turno de ICOGRADA. Desgraciadamente y debido a las circunstancias económicas imperantes en nuestro país, la asistencia al Tercer Congreso Nacional y EXPO DISEÑO ACAPULCO'95, fue de un poco más de un centenar de personas. Habrá, seguramente, mejor apreciación y determinación de los colegas para asistir en un futuro a los Congresos de Diseño. ¡Ojalá!

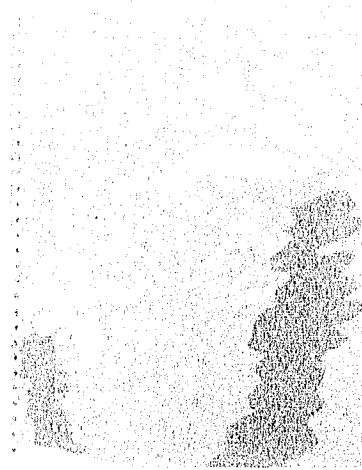
En esta ocasión se sucedieron dos hechos especiales que reforzaron la trascendencia del evento: en la ceremonia de inauguración, se llevó a cabo la presentación del segundo libro de diseño editado por CODIGRAM: DISEÑO MEXICANO 2; y por primera vez logramos, no sin muchos esfuerzos, imprimir las memorias del Tercer Congreso. Responsabilidad que se le asignó (leáse: invitó y que entusiastamente aceptó) a nuestro colega Félix Beltrán, que junto con Milagros Fuentes y el Arq. Jorge Sánchez de Antuñano, Director del CYAD de la UAM-A y otros colaboradores en un esfuerzo impecable, hicieron posible la edición de nuestras memorias del Congreso.

Se han manejado tres temáticas para los Congresos Nacionales:

- 1990 Primer Congreso:
DISEÑO: HERRAMIENTA DE PROGRESO
- 1993 Segundo Congreso:
DISEÑO: PUNTO DE PARTIDA
- 1995 Tercer Congreso:
DISEÑO: FACTOR ESTRATÉGICO

Al proponer estos enunciados, mi propósito fue siempre el demostrar con ellos la trascendencia e importancia del uso y recurso de las profesiones de diseño; la seriedad de nuestro propósito organizativo y la necesidad de mostrarnos como un gremio maduro y decidido.

Quede como cierre de este capítulo, mi convicción de que todos aquellos colegas que integrándose activamente a las organizaciones de esta magnitud, ahora comprenden lo que ello ha significado. Hasta ahora van tres Congresos Nacionales, ninguno ha sido fácil; todos han requerido esfuerzos y equipos diferentes; todos deben ser imitados y evidentemente



57



58



59



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



perfeccionados; no debemos olvidar que con ellos ganamos visibilidad gremial ante diversas autoridades, reconocimiento de nuestros iguales y respeto de nuestra sociedad. Ésto es lo que requieren nuestras profesiones de diseño: respeto y reconocimiento, las cuales otorgan posición. Debemos seguir trabajando incansablemente, unidos y coordinados por el interés de servicio a nuestra comunidad y a nuestro país.

C7) ARANCELES

Como parte importante para la operación de cualquier profesión, está la de integrar -bajo consenso- las tarifas de honorarios y demás retribuciones económicas, que deberán recibir a cambio de sus servicios profesionales; mismos que disciplinadamente deberán acatar como mínimo, para garantizar al usuario o contratante, ciertos parámetros de referencia en el valor y alcances de los servicios que pretende obtener; y complementariamente, orientará a los profesionistas por medio de un catálogo de precios o arancel, en lo relativo a las proporciones de las retribuciones que deberá esperar por un trabajo determinado, tanto para él como para sus demás colegas. Esta práctica, la de regirse a través de aranceles, certifica y compromete tanto al profesionista como al que lo contrata, de la legalidad en el valor de la retribución por un bien recibido u otorgado.

Es evidente que para realizar un catálogo de precios para una actividad profesional determinada, se requiere de una organización que lo sustente, lo promueva y desarrolle en base a la experiencia y conocimientos de sus integrantes. Es decir, para definir un tarifario de honorarios profesionales, se requiere de la intervención coordinada de quienes ejecutan la actividad específica, así como de quienes van a recibir dicho servicio, y los resultados o propuestas, su integración así como la difusión y quizá el control de su cumplimiento, tiene que realizarse en el mejor de los casos bajo la custodia de una asociación oficial y representativa.

18) MARTÍNEZ DE VELASCO, EMILIO.
PRESIDENTE VI CONSEJO DIRECTIVO.
CODIGRAM. TEXTO DE PRESENTACION.



Arturo Domínguez Macouzet

Tal es el caso del CODIGRAM; quizá desde sus inicios, el Colegio ha mantenido su intención de desarrollar propuestas de aranceles que determinen los precios promedio del trabajo del diseñador profesional, sin embargo, hasta la fecha no ha sido posible implementar un sistema convincente de cobro por servicios de diseño. Esta determinación no solamente se basa

en la disposición del Estatuto -artículo segundo, inciso d)- relativo a proponer los aranceles profesionales, sino en la demanda permanente de sus asociados, especialmente los recién egresados de las carreras de diseño, quienes manifiestan por obvias razones, con más insistencia, la necesidad de "saber cobrar". Los aranceles solo serán una guía y a la vez un aval, de aquello que el gremio asociado, sustenta como justo y equitativo al momento del cobro por concepto de honorarios.

En nuestro campo, el del diseño, quizá por lo joven -¡alrededor de los cuarenta años!-; quizá por lo poco organizado y representado -¡por quince asociaciones aproximadamente!-; quizá por las grandes diferencias en la calidad y capacidad de los despachos existentes, así como de la desproporción entre la oferta y la demanda; o quizá, por la diferencia de niveles de talento, resultado de la formación académico-cultural que se obtiene de las universidades -¡más de cincuenta de diseño gráfico y veinte de diseño industrial!- existentes en el país; o quizá finalmente, la verdadera razón por la cual no contamos con aranceles profesionales, es por lo disímulo de nuestra actividad, lo variable de los temas y los alcances en creatividad y producción, lo diverso de los equipos y herramientas de trabajo, y lo absolutamente diferente entre unos y otros diseñadores, de ver la problemática de la profesión y la actitud que manifiestan ante los retos exigidos; y que decir de las posturas político-gremiales con sus medios de difusión -tres revistas mexicanas- apuntalando y polarizando las discrepancias; en fin, el resultado es que no nos hemos podido poner de acuerdo en la elaboración de unos aranceles. Existen antecedentes de trabajo realizado por el Colegio al respecto: tres publicaciones que preparó y distribuyó el VI Consejo Directivo: "Importancia de los Aranceles de Servicios Profesionales", por el D.I. Manuel Álvarez Fuentes, "Diferentes Formas de Prestación de Servicios", por el D.I. Raúl Torres Maya y "Cálculo del costo de una hora de Trabajo de Diseño", por el D.I. Antonio Abad Sánchez. Mismas que se publicaron como resultado de un ciclo de conferencias titulado: "La práctica profesional del Diseño", las cuales se llevaron a cabo durante el mes de septiembre de 1986, ... "El objetivo de publicarlas y darlas a conocer al gremio, es el de que se analicen y se hagan los comentarios al respecto para poder ir unificando nuestros criterios gremiales que nos ayuden a consolidar nuestra profesión y darle el lugar que merece en el desarrollo de nuestro país".¹⁹

Escribió Manuel Álvarez: "...Los Aranceles o tarifas de los Servicios Profesionales son pues la manera por la cual la sociedad reconoce y remunera a los profesionales de un gremio cuando éstos desarrollan una actividad que les es demandada. Esto puede verse, tiene muchas facetas para ser analizado. En primera





instancia es necesario que la sociedad reconozca como "profesionales" a quienes ofrecen esos servicios, en este caso de diseño. Como segunda cuestión, pero no menos importante, es que la sociedad valore adecuadamente el trabajo, los servicios y los beneficios que se le ofrecen o que ella demanda; para lo anterior se requiere que la sociedad o en su caso los individuos que se beneficien de los servicios tengan un marco de referencia para establecer esa valoración de los servicios. Como una tercera instancia está el que el propio gremio reconozca, demande de la sociedad el reconocimiento a sus derechos, es decir a las tarifas (aranceles) de sus servicios profesionales."

"La profesión del diseño está en proceso de obtener un reconocimiento de la sociedad; es decir, nuestro gremio aún está debatiéndose interna y externamente para obtener su "carta de ciudadanía" por decirlo así. Del mismo modo, en algunos sectores de la sociedad mexicana se puede decir que reconocen al profesional del diseño y además valoran su trabajo. Aún está por establecerse esta instancia de reconocimiento a los derechos, a las tarifas de los servicios profesionales que los diseñadores están ofreciendo."

..."Los diseñadores debemos ser conscientes de la importancia de ofrecer, vender y demandar servicios profesionales. Para ello es necesario tener claramente definidos los alcances de los servicios que se ofrecen, venden o solicitan. Es simplemente el plano, el dibujo, el modelo, el boceto; en realidad todos sabemos que en nuestro trabajo hay algo más que eso."

..."El no tener Aranceles en primer lugar hace que el gremio sea como de hecho lo es un conjunto de profesionales con conocimientos más o menos afines pero que están aislados unos de otros y carecen de un marco de referencia común para valorar los servicios que ofrecen. En cierto modo cada miembro de este gremio es a su vez un gremio. El no tener aranceles permite la competencia sin reglas... tener aranceles nos puede significar una fortaleza y unir a nuestro gremio pues permitirá tener cuando menos un conjunto de tarifas que remuneren adecuadamente a los profesionales y que de este modo protejamos la actividad de mercantilismos y abusos absurdos. Al tener aranceles los diseñadores tendremos seguramente más oportunidades de no ser desplazados por otros profesionales que desvirtúan el valor de nuestras actividades profesionales".

"Contar con aranceles representa un avance en la institucionalización de nuestras profesiones. Además de que permite el ofrecer servicios profesionales en una leal competencia. La importancia de los aranceles al interior del gremio hace posible un mejor entendimiento de lo que se realiza profesionalmente y económicamente por los diversos miembros, se crea una imagen más adecuada de la práctica profesional y se evita en la medida de lo posible, el tradicional "vetetismo"; en

20) ÁLVAREZ FUENTES, MANUEL. IMPORTANCIA DE LOS ARANCELES DE SERVICIOS PROFESIONALES, SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN PROFESIONAL. EDITADO POR CODIGRAM. 1986 MÉXICO, D.F. pp. 7 a 10.



Arturo Domínguez Macouzet



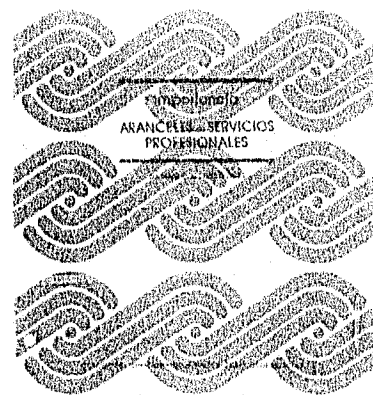
general hace posible una mejor relación intergremial, por cuanto significa en lo económico el quehacer profesional. Contribuye a elevar el nivel de los trabajos, ya que estas tarifas vinculan tanto normas de calidad como de cantidad."

... "Todos los que hemos tenido la oportunidad de cotizar servicios profesionales de diversa índole y con clientes y bajo condiciones peculiares, sabemos que no es una tarea fácil, que no es simplemente el acuerdo de unas horas, es un trabajo que involucra algunos de los temas hoy tratados. La primera negociación con el cliente, el establecer cuál de todos los modos de cobrar resultará para el cliente y nuestras circunstancias el más ad hoc, cómo saber cuánto vale mi trabajo, mi tiempo, mi talento, como debo presentarlo al cliente en sus términos legales y operativos, en fin cómo y desde qué organización parto para desarrollar ese trabajo, en fin... muchas reflexiones que aún tenemos que hacer".²⁰

Los comentarios anteriores, además de vigentes, me parecen suficientes como para justificar cualquier esfuerzo que se realice al respecto. Es cierto, todos los que percibirán una remuneración por la prestación de servicios profesionales necesitan tener una guía que los oriente; como también la requieren quienes deberán de pagar los servicios que contraten y esta guía deberá estar avalada y editada por una Asociación acreditada.

Así pues, el CODIGRAM tuvo su gran oportunidad para desarrollar unos aranceles profesionales a mediados de 1992; motivo de la participación de diez despachos de diseño en el Centro NAFIN de reciente creación, el cual se formó para dar servicio específicamente a la micro y pequeña empresa en un afán de apoyo tanto económico, como de asesoría para la operación de los negocios e industrias, incluyendo entre otros servicios como asesoría en contabilidad, administración, asuntos legales, ecológicos, financieros, de trámites ante autoridades distintas y afortunadamente, diseño.

El CODIGRAM fue requerido para convocar a diez despachos de diseñadores de diferentes magnitudes y especialidades, para que dentro de la llamada RED DE DISEÑO y formando un grupo piloto, ofreciera institucionalmente los servicios de diseño industrial y diseño gráfico; esto implicaba el contar dentro del Centro NAFIN con una oficina, una extensión telefónica, servicios de fax y fotocopiado además de un promotor permanente; todos estas facilidades tenían un costo mensual el cual tendríamos que solventar entre los integrantes de la Red y nos conminaron a que presentáramos una tarifa "económica" de servicios, adaptada a los niveles socio-económicos de los futuros "clientes".



00



Apportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995



Fue así como los integrantes de la Red, coordinados por el CODIGRAM nos propusimos durante cuatro meses elaborar un listado de actividades de diseño gráfico con precios normales y en tal caso con escalas de descuento aplicables en el Centro NAFIN, así como el costo por servicios de diseño industrial. Realmente el ejercicio fue altamente satisfactorio, por vez primera se lograba reunir a un número representativo de diseñadores experimentados, con un gran prestigio en el medio y con capacidades instaladas y de especialidades diferentes que pudieran aportar opiniones reales y por consiguiente aplicables al trabajo cotidiano.

Antes de transcribir las tarifas de diseño a las que se llegaron en consenso entre diseñadores, debo aclarar que estas fueron aceptadas y aprobadas por las autoridades de NAFIN; y aunque el espíritu de los aranceles no era el que requiriera de la aprobación de terceros ajenos a nuestras necesidades, sí debemos de reconocer que el hecho de que se aceptaran significaba un aval "oficial" por lo pronto internamente, para que nuestros precios pudieran defenderse institucionalmente y de manera completamente abierta; se llegó inclusive a ser un ejemplo de cumplimiento y presentación, estilo y forma de proceder, dentro del propio Centro. Mientras duró el proyecto Centro NAFIN, los diseñadores integrantes de la Red, supimos defender la posición del diseñador, su trabajo y la repercusión e importancia del mismo; se firmaron contratos laborales, se convocaron a diferentes reuniones y se realizaron conferencias y entrevistas con funcionarios, empresarios e industriales, que así lo solicitaron.

Aunque los resultados no fueron los deseados, podemos decir que sirvió de experiencia y de presencia del gremio: dio oportunidad a la estructuración de los aranceles, que esperemos sea motivo de subsecuentes estudios de colegas interesados en el tema y comisionados por las autoridades respectivas del Colegio. Sin duda esta es una tarea que debe de sujetarse a muchas precisiones, pero lo importante es que una vez más demostramos que sí se puede.

Los despachos autores de los aranceles de la Red de Diseño del Centro NAFIN fueron:

- *ÁNGULO 45 GRADOS, S.A. DE C.V.
- *C & L CONSULTORES EN DISEÑO, S.A. DE C.V.
- *D.G. CONSULTORES EN DISEÑO INDUSTRIAL Y GRÁFICO, S.A. DE C.V.
- *DESARROLLOS INDUSTRIALES Y DISEÑOS INTEGRADOS, S.A. DE C.V. (DIDISA).
- *DISEÑADORES INDUSTRIALES ASOCIADOS, S.A. DE C.V.
- *HARTE-REINKING Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V.
- *MICROPRINT/D.T.P. DE MÉXICO, S.A. DE C.V.



Arturo Domínguez Macouzet



- *NNUL DISEÑADORES, S.A. DE C.V.
- *PELL & STEPHAN DISEÑO, S.A. DE C.V.
- *SISTEMA CREATIVO, S.A. (SICRESA).

NOTA: POR RAZONES DE ESPACIO Y DE FORMATO, LOS ARANCELES -LISTA DE PRECIOS Y SERVICIOS- SE PRESENTAN AL FINAL DE ESTE TRABAJO A MANERA DE ANEXO ÚNICO.

C8) PARTICIPACIONES INTERNACIONALES (ICSID, ICOGRADA, ALADI, ETC.)

En este capítulo, trataré de transmitir mis experiencias y apreciaciones relativas a la importancia de establecer relaciones con Asociaciones internacionales.

Las Asociaciones se deben de nutrir de otras Asociaciones similares y complementarias. La representatividad no solamente debe circunscribirse dentro del área de influencia directa de una asociación; se debe procurar trascender mas allá de sus propias fronteras de participación. Los beneficios entre otros, serán los de conocer circunstancias y compartir experiencias, pues permitirán el desarrollo en base a la interrelación e intercambio; por supuesto entre ellas se justificará una representatividad regional y a su vez un soporte global, que normatice políticas de procedimientos generales, códigos de conducta, tarifas internacionales, representación oficial y privada, superación profesional; promoción y difusión relativas a la presencia (existencia) e importancia de la profesión misma; y naturalmente, las representaciones internacionales permiten el desenvolvimiento de las capacidades políticas, en cuanto a metas personales y de servicio a una comunidad determinada.

Evidentemente, las organizaciones internacionales deben contener en su propia estructura interna, una compleja actividad operativa; sus principios deben cubrir las expectativas de orden internacional, deben integrar democráticamente los intereses de tan variada índole, como de países la conformen; tendrán que convivir con personalidades de distinta idiosincracia, idioma, cultura e intereses, y sin embargo, delimitar con reglas muy claras, ciertos procedimientos que convengan a la mayoría de sus integrantes.

Para las actividades del diseño industrial y del diseño gráfico





también existen por fortuna, representaciones internacionales; los diseñadores industriales contamos con el Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Industrial (ICSID) y los diseñadores gráficos, con el Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Gráfico (ICOGRADA); las dos anteriores, con cobertura mundial; sin embargo, para la región de latinoamerica se cuenta específicamente con la Asociación Latinoamericana de Diseño Industrial, al que recientemente añadieron el... y Gráfico (ALADI).

No es oportuno que intente relatar el tipo de organización, las actividades y quienes conforman a las asociaciones antes descritas, o siquiera su historia u objetivos; simplemente me limitaré relatar las experiencias que se tuvieron con ellas durante los últimos seis años. Dichas experiencias se desarrollaron durante el séptimo y octavo Consejos Directivos en los que fungí como Presidente del CODIGRAM y del noveno Consejo, en el que participé como Presidente de la Junta de Honor del mismo Colegio.

El CODIGRAM forma parte de la ICSID desde por lo menos quince años. Por razones que desconozco, pero que me puedo imaginar, se dejaron de pagar las cuotas anuales que obligan a sus miembros; y por consiguiente el CODIGRAM estuvo durante muchos años en calidad de "standby", es decir, de miembro en la lista negra, pero no expulsado; como que la comunidad internacional "comprendía" las circunstancias adversas permanentes de nuestro país y aceptaba silenciosamente nuestra morosidad (ignoro si a otros países con problemas similares, se les dé el mismo trato, pero a México considero que se le privilegió con mantenerlo en la lista); algo similar sucedió en ICOGRADA.

Nuestra calidad de "standby" no impedía que recibiéramos correspondencia de ambas asociaciones y que fueran delegaciones de mexicanos a los diferentes Congresos Internacionales que se organizan cada dos años. En el caso específico de la ICSID, debemos recordar que ya había realizado un Congreso Internacional en la ciudad de México en el año de 1979 y por consiguiente existía una liga directa de relaciones con los organizadores de ese evento. Para el primer Congreso Nacional de Diseño en el año de 1990, fué invitado como ponente el presidente de la ICSID el diseñador Antti Nurmesniemi, invitación que correspondió promover al diseñador Alejandro Lazo, en su calidad de coordinador de enlace internacional del Congreso; fué una oportunidad para que se renovaran las relaciones ICSID-CODIGRAM y aunque furtivamente, el Presidente Nurmesniemi percibió la calidad de la organización y el progreso cuantitativo y cualitativo del diseño en México. Entre 1992 y 1993 y dentro de las reuniones que se realizaban con



Arturo Domínguez Macouzet



motivo de la organización del Centro de Diseño en México, se invitó al Consejo Directivo del ICSID para que intercambiaran con nosotros sus opiniones y experiencias al respecto, aprovechando su presencia en nuestro país, ya que vinieron especialmente a realizar su reunión anual de Consejo, para lo cual fueron auxiliados por el Colegio en la obtención de la sede para su conferencia.

Las relaciones se incrementaron cuando Mai Felip accedió a la Presidencia de la ICSID, ya que ella misma había desarrollado una amistad con el Colegio; conocía perfectamente la problemática del país especialmente por el apoyo que le dió a BANCOMEXT para el proyecto Centro de Diseño en México. Para el Congreso Internacional de 1993 en la ciudad de Glasgow, Escocia, el CODIGRAM ya había cubierto sus cuotas respectivas y auguraban tiempos mejores en cuanto a la comunicación con esa Asociación. Evidentemente, las relaciones que se establecieron fueron con mucho sigilo y cuidado de los protocolos internacionales en cuanto a representaciones, objetivos y propósitos políticos internos.

El CODIGRAM seguramente seguirá incrementando dicha relación, lo cual redundará en beneficio de él mismo y de la comunidad que lo conforma; podrá compartir representaciones, actividades técnico-culturales, y sobre todo, considero que deberá insistir a través de esta organización, en la promoción y difusión del diseño mexicano, tanto interna como externamente.

La relación con ICOGRADA, estuvo llena de contrariedades. Es una organización con menor peso específico, de menor envergadura y con problemas de organización muy severos que se reflejan contundentemente, en sus políticas de operación. Considero de suma importancia para el gremio de diseñadores mexicanos, que relate -aunque brevemente- las experiencias que con ellos tuvimos en el CODIGRAM.

Es indudable que el diseño gráfico en México a diferencia del diseño industrial, tiene una especial apreciación por parte de los empresarios privados y de las autoridades oficiales. Hay muchísimo más trabajo en el área del gráfico que en la del industrial. Está claramente identificado el trabajo del diseñador gráfico, por un considerable sector de la población productiva; quizá no el que se requiere idealmente, pero prueba de ello está en la alta población de estudiantes en las más de cincuenta universidades en el país que imparten esa carrera. Se puede aseverar que es la carrera de moda. Existen además un buen número de diseñadores gráficos altamente calificados, con calidad y reconocimiento internacional; sin embargo, en lo referente a su circunstancia político-gremial no han tenido una mayor



61



62



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*

participación; de no ser por la Asociación privada: Consejo Mexicano de Diseño/QUORUM, que inició sus actividades para representar a solamente diez despachos de diseñadores mexicanos, dedicados especialmente al diseño gráfico y que ha ido creciendo en prestigio (gracias a su "Premio Quorum" con cobertura nacional, del que a partir de su cuarta emisión, lo convocan en conjunto con el CODIGRAM y el cual es cada día más reconocido en el gremio) no han tenido una participación notable. No ha habido hasta la fecha un Presidente del CODIGRAM que sea diseñador gráfico y en los nombramientos de funcionarios del Colegio aparecen pocos. Así pues, el diseño gráfico merece por parte del CODIGRAM, un especial interés.

Visualizando y confiando en nuestras capacidades para el Congreso Internacional de ICOGRADA en 1991, que se realizó en Canadá, se nombró a la diseñadora gráfica Deborah Velázquez como enlace CODIGRAM-ICOGRADA para que procurara la renovación de las relaciones, con el objeto de que México fuera sede, porqué no, del Congreso Internacional de ICOGRADA para el año de 1997. Así se hizo. No debo extenderme mucho. Resumiré lo mas posible.

Como resultado de una serie de comunicados epistolares, realicé un viaje a la ciudad de Milán, Italia, con objeto de visitar al Sr. Giancarlo Iliprandi, Presidente de ICOGRADA, el cual recibió de mi parte una carta en la cual el CODIGRAM en mi representación, solicitaba oficialmente la sede en México para la realización de la XV Asamblea General de ICOGRADA y del Congreso Internacional de Diseño Grafico ICOGRADA. Dicha petición, fue recogida con entusiasmo e interés favorable. Tal fue el caso, que posteriormente a esta reunión le fue condonada al CODIGRAM, la deuda que por concepto de cuotas, teníamos atrasada por más de diez años.

Había que ratificar dicha solicitud en el siguiente Congreso, el cual se llevaría a cabo en Glasgow, Escocia. En el ínter, se sucedió el cambio de presidencia del Colegio. Tomó posesión Laura Figueroa Alcocer, quién con ánimo, disposición y compromiso gremial, decidió mantener dicha solicitud. Se preparó intensamente la presentación en Glasgow; se realizó un audiovisual de 15 minutos de duración; para ello se contrató a una empresa especialista, se adquirieron diversos obsequios y promocionales, para ser distribuidos entre los asistentes a la Asamblea, con objeto de hacer patente nuestra disposición y capacidad. Se prepararon discursos y se encontraron financiamientos, entre ellos, del Gobierno del Estado de Guerrero; del Centro Cultural y de Convenciones de Acapulco, el cual se propuso como sede; de BANCOMEXT y de otros particulares; se obtuvieron cartas de apoyo de universidades como la UNAM, la



Arturo Domínguez Macouzet



UIA, entre otras; se contaba con el aval del Gobernador de Guerrero, Rubén Figueroa Alcocer y con el del Director General de BANCOMEXT, José A. Gurria Treviño. Dos semanas antes de partir nos informan que había otros dos países que querían también la sede: Australia y Taiwán; y por otro lado, nos informan que otra Asociación mexicana iba a ser aceptada como nuevo miembro y según su Estatuto, exigía que teníamos que obtener su aprobación para poder organizar el Congreso deseado. La otra Asociación era, es: Trama Visual, A.C., que como antecedente en el gremio, tiene el de organizar acertadamente la Bienal del Cartel en México.

Un par de días antes de salir a Glasgow, Trama Visual por conducto de Xavier Bermúdez, nos notificaron por escrito su oposición a que el CODIGRAM, junto con ellos, organicen el Congreso; arguyendo nuestra imposibilidad de competir contra Taiwán y Australia, nuestra escasa capacidad conjunta y la falta de tiempo por parte de Trama Visual, para adherirse a dicho proyecto. Cuando llegamos a Glasgow nos encontramos con la noticia del retiro de los otros dos países en pugna por la sede, puesto que le cedían la oportunidad a México; y por otra parte, la incredulidad de los directivos de ICOGRADA ante la negativa de apoyo de Trama Visual al Colegio. Después de "lúcidas" negociaciones con el Sr. Xavier Bermúdez, director de Trama Visual, aceptó públicamente -ante Asamblea- apoyar a CODIGRAM en la solicitud. De regreso a México y durante más de un año, no definía su posición: en diversas ocasiones decidía apoyarnos y en otras tantas decidía no hacerlo. Finalmente México y el gremio de diseñadores, perdieron la oportunidad de ser sede del Congreso ICOGRADA. El CODIGRAM también perdió, los promotores también perdimos, los patrocinadores de igual manera. ¿Ganó Xavier Bermúdez/Trama Visual, y sus compinches? La directiva de ICOGRADA no supo como resolver el asunto. ¿Rebasó su capacidad de comprensión? Lo único que alcanzo a concluir, es que no hay peor enemigo que el que causa daño a su propia especie. ¿Envidia? ¡mezquindad!. Una vez mas impera la soberbia y el egoísmo. Pesan más y pueden más los intereses y los complejos personales. Cualquiera que hayan sido sus argumentos, no podía ponerlos sobre los intereses de la comunidad de diseñadores.

Seguramente el gremio se lo demandará.

Trascribiré -consciente de ello- solo uno de varios documentos que se prepararon un tanto cuanto en defensa de nuestro propósito y hasta quizá de nuestra dignidad como Institución. Se perdió mucho tiempo, fue desgastante. Nos evidenciamos. Ciertamente fue una situación difícil y tensa; provocó un problema internacional. Por vez primera se realizaría un Congreso ICOGRADA en Latinoamérica. Probablemente se



63



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



realice, pero no en México. Del documento que presentaré no obtuvimos respuesta alguna, de nadie. Quede el presente, como un penosísimo testimonio de mi fallida contribución. Ahora no se pudo demostrar que sí podíamos.

"Ciudad de México, a 27 de junio de 1994

*MR. PHILIPPE GENTIL
President of ICOGRADA
11 Rue Danielle Casanova
75001 Paris. France*

Estimado Presidente Gentil:

La presente es en referencia a la postura del CODIGRAM, al cual tengo el honor de presidir, con respecto a nuestra invitación para que la ciudad de Acapulco/México sea la sede de la XVII Asamblea y Congreso Mundial ICOGRADA en el año de 1997.

Antes de plantearle nuestra posición actual ante la mencionada invitación, considero importante hacer una breve retrospectiva para ubicar correctamente los sucesos:

1) El treinta y uno de julio de mil novecientos noventa y dos, al entonces Presidente del Octavo Consejo Directivo del CODIGRAM el diseñador Arturo Domínguez Macouzet, envió un comunicado dirigido al también entonces Presidente de ICOGRADA diseñador Giancarlo Iliprandi, solicitándole una cita en la ciudad de Milán, Italia, para los primeros días del mes de octubre con el objeto de presentarle personalmente y por escrito el interés del CODIGRAM para obtener la sede de la Asamblea y Congreso ICOGRADA '97 por vez primera en México.

2) Los mencionados Presidentes se reunieron en la ciudad de Milán a mediados del mes de octubre, donde se plantearon las primeras posturas y requerimientos para la posible obtención de dicha sede.

3) Durante el mes de noviembre del mismo año, ahora en la ciudad de México, se volvieron a reunir los señores Domínguez e Iliprandi, manifestando éste último su interés y beneplácito en que México pudiera solicitar oficial y públicamente en la ciudad de Glasgow, Escocia (octubre de 1993) dicha invitación; advirtiéndose de antemano que países como Taiwán y Australia habían mostrado el mismo interés que México; ahí mismo se negoció el status financiero del CODIGRAM con ICOGRADA en presencia de diversos funcionarios de ambas asociaciones y entre ellos se encontraba la Sra. Mary V. Mullin, en su calidad de Secretaria General de ICOGRADA.

4) El CODIGRAM durante el mes de abril de 1993, realizó



Arturo Domínguez Macouzet



su cambio de Presidencia, en elecciones de sus miembros colegiados, votación en la cual resulté electa por unanimidad para presidir el IX Consejo Directivo del CODIGRAM para el bienio 93-94; en dicha ceremonia de votación, el Diseñador Arturo Domínguez Macouzet fue electo Presidente de la Junta de Honor para el mismo período.

5) En base a dichos nombramientos, y en mi nueva calidad de Presidenta del CODIGRAM, estudié el compromiso del Consejo Directivo anterior, y una vez analizado y obtenido los primeros apoyos requeridos, fué que acepté continuar solidariamente en la ratificación de la mencionada invitación, dada la importancia coyuntural e histórica que redundaría para nuestro gremio, nuestro país y de hecho para toda la región latinoamericana, el que se pudiera obtener dicha sede.

6) Unas semanas antes de partir a la ciudad de Glasgow, Escocia y después de haber conseguido los financiamientos respectivos -tanto para los gastos del viaje como para la realización de la presentación y la adquisición de los obsequios otorgados por el Gobierno del Estado de Guerrero (de la sede propuesta), por el Banco Nacional de Comercio Exterior, del Centro Cultural y de Convenciones de Acapulco, de diversas universidades de diseño del país y de otras asociaciones privadas de diseñadores, así como de profesionistas independientes, recibimos un fax de la Sra. Mary V. Mullin en el que se nos "recomendaba" el trabajo en conjunto y la participación con otra asociación mexicana, a la cual le sería ratificado su ingreso como "nuevo" miembro de ICOGRADA, en la Asamblea de Glasgow, Escocia.

6.1) El CODIGRAM **nunca** antes había sido notificado de tal "recomendación" y menos de que ésta se volviera un requisito indispensable, para aceptar cualquier invitación de sede.

6.2) Por otra parte el CODIGRAM **no** estaba enterado de que dicha asociación Trama Visual, S.C., estuviera optando por ser miembro, y en tal caso, aún no era miembro oficial de ICOGRADA.

7) Se procedió a contactar a la persona recomendada, es decir el Sr. Bermúdez, Director General de Trama Visual, A.C., al cual por motivos de viaje no se le pudo encontrar hasta poco antes de partir a Glasgow; él mismo en un principio aceptó sumarse a nuestro esfuerzo y presentación, prueba de ello es que nos hizo llegar al día siguiente de nuestra reunión, su material impreso para que se pudiera fotocopiar e incluir en el audiovisual que para la propuesta, estaba preparando el CODIGRAM.

8) Un par de días antes de nuestra partida, el Sr. Bermúdez nos presentó por escrito (negándose a hacerlo personalmente, siendo que estábamos reunidos en nuestras oficinas donde dejó dicho documento) la decisión de su organismo de **NO** apoyar la iniciativa del CODIGRAM por razones de tiempo para preparar una presentación adecuada y de la imposibilidad de su empresa





para dar apoyo al CODIGRAM para la realización de dicho congreso internacional, ya que tenía múltiples compromisos adquiridos con anterioridad; a pesar de dicha negativa y en un diálogo privado con el Sr. Arturo Domínguez Macouzet, el Sr. Bermúdez empeñó su palabra de apoyar al CODIGRAM si tenía la suerte de ser seleccionado como sede, ya que consideró que no teníamos posibilidades de obtenerla ante la presencia de Taiwán. Documento que entendemos, envió una copia a la Secretaría de ICOGRADA.

9) Usted debe estar enterado de todo el desenlace posterior.

9.1) La negativa pública del Sr. Bermúdez en Glasgow, Escocia, sin una justificación real aparente, como el no habersele consultado con anterioridad, el que no estaba de acuerdo con la sede, y el que notaba una actitud unilateral de nuestra parte, queriendo decidir todo lo concerniente a la organización sin tomarlo en cuenta.

9.2) Después de varias sesiones, ante ustedes y en privado aceptó apoyar al CODIGRAM condicionándolo a que en un plazo corto él convocaría a todo el gremio de diseñadores en México, para votar si la sede debía ser la propuesta por nosotros (Acapulco) o debería ser otra, basado en la sola preocupación personal de que no se fuera a publicar en nuestro país que dicho Congreso no se llevaría a cabo en México por su negativa a darnos el apoyo; dicha aceptación y comentarios los realizó ante el Sr. Domínguez Macouzet, a quien se dejó de representante del CODIGRAM y ante el Sr. José Korn, próximo a ser ratificado como presidente electo de ICOGRADA.

10) Es oportuno aclarar que el CODIGRAM presentó ante el pleno de la Asamblea de ICOGRADA, un audiovisual que preparó con varias semanas de anterioridad, en el cual primero incluyó y posteriormente quitó el logotipo y la presencia de Trama Visual, dadas las posturas cambiantes; que el CODIGRAM presentó cartas de apoyo a diversas personalidades del gobierno y de la iniciativa privada; que el CODIGRAM presentó cartas de apoyo de diversas personalidades del gobierno y de la iniciativa privada; que el CODIGRAM estuvo trabajando, invirtiendo tiempo y recursos económicos para presentar dicha solicitud durante un año anterior a Glasgow; que el CODIGRAM siempre ha actuado de buena fe y en representación del gremio colegiado en su calidad de asociación oficial, representativa de la Dirección General de Profesiones de la Secretaría de Educación Pública; que realizó fuertes gastos para la promoción en la obtención de la sede como son: transportación y alojamiento de cuatro funcionarios del CODIGRAM, uno del Centro Acapulco y dos del Banco Nacional de Comercio Exterior; elaboración del mencionado audiovisual así como diversos artículos promocionales que se obsequiaron y repartieron a la comunidad internacional de diseñadores reunidos en Glasgow, con el afán legítimo de motivar a la Asamblea y con ello hacer campaña para



Arturo Domínguez Macouzet

obtener el beneficio del voto de dichos miembros de ICOGRADA.

11) Posteriormente a dicha presentación en Glasgow, Trama Visual y CODIGRAM se han reunido en diferentes ocasiones y se han emitido diversos comunicados, en uno de los cuales con fecha catorce de marzo del presente año, el Sr. Bermúdez definió su posición, aceptando y concediéndole al CODIGRAM la coordinación general para la continuación de las actividades subsecuentes, pudiendo participar ellos, solamente en la supervisión de la imagen gráfica de dicho evento así como en la difusión del planteamiento y estructura de los temas a tratar.

11.1) Posteriormente se recibió un comunicado de la Secretaría General, relativa a la urgencia de la contestación de un comunicado previo solicitando la confirmación de la sede y... para ello se le envió al susodicho Sr. Bermúdez vía fax única y para su firma al calce, la única respuesta posible como posición de la coordinación, es decir del CODIGRAM, y como respuesta a ello fue otra negativa para plasmar dicha firma, con los argumentos seguramente por usted conocidos. Como respuesta el Sr. Bermúdez sugiere en el documento que me dirigió y del cual envió copia a ustedes, que le estoy faltando al respeto a él y a su organización; sostiene que no soy una persona seria y que él haya sido "consecuente y profesional en la relación con CODIGRAM" (sic). Así mismo le "parece una falta de respeto".. la manera en la que CODIGRAM quiere resolver y decidir las cuestiones relativas al Congreso ICOGRADA 1997" (sic).

Dadas las circunstancias, y en consenso con miembros del Consejo Directivo y la propia Junta de Honor del CODIGRAM, así como diferentes asociaciones de diseñadores del país como son el Colegio de Diseñadores de Querétaro (CODIGRAQ) y el de Puebla (CODIGRAP); con el Consejo de Diseñadores de México (QUORUM); así como con representantes de diferentes universidades de diseño; del Centro Cultural y de Convenciones de Acapulco y de distintas autoridades de Bancomext, Nacional Financiera, del propio Gobierno del Estado de Guerrero y finalmente del conocimiento de ENCUADRE, Asociación de Escuelas de Diseño Gráfico de México -de la cual nos enteramos por su Presidente el diseñador Abelardo Rodríguez, que serán ratificados también como futuros miembros de ICOGRADA- y con los cuales entendemos que también deberíamos estar en comunicación; así pues en mi calidad de Presidenta Electa del IX Consejo Directivo del CODIGRAM, hago de su conocimiento las siguientes determinaciones que se han tomado con respecto a nuestra invitación para organizar en la ciudad de Acapulco/ México la XVII Asamblea y Congreso Internacional ICOGRADA:

A) CONSCIENTES DE LA IMPORTANCIA Y OPORTUNIDAD ESTRATÉGICA QUE SIGNIFICARÍA PARA LATINOAMÉRICA Y ESPECIALMENTE PARA MÉXICO, EL ORGANIZAR EN



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



BENEFICIO DEL GREMIO DE DISEÑADORES GRÁFICOS UN CONGRESO DE ESTA NATURALEZA Y MAGNITUD.

B) CONSCIENTES DE LA RESPONSABILIDAD QUE TENEMOS PRIMERO CON MÉXICO, CON NUESTRA PROFESIÓN Y CON LAS ENTIDADES OFICIALES Y PRIVADAS QUE HAN APORTADO RECURSOS Y CONFIADO EN NUESTRA ASOCIACIÓN (EL CODIGRAM), ASÍ COMO CON LAS INSTITUCIONES DE ENSEÑANZA DE DISEÑO GRÁFICO A NIVEL NACIONAL, CON LAS ASOCIACIONES MEXICANAS DE DISEÑO Y CON LOS DISEÑADORES PROFESIONALES,

C) DADA LA RESPUESTA OBLIGADA A LA CONFIANZA Y ESPECTATIVAS, DERIVADAS DEL ESPECIAL INTERÉS DE QUE MÉXICO SEA SEDE EN 1997 DE ICOGRADA, DE DIFERENTES PERSONALIDADES INTERNACIONALES, MIEMBROS PRINCIPALMENTE DE ICOGRADA E ICSID,

D) DADO QUE LA ÚNICA OPOSICIÓN REAL Y MANIFIESTA PARA QUE EL CODIGRAM ORGANICE CON FLUIDEZ Y PULCRITUD DICHOS EVENTOS EN ACAPULCO/MÉXICO, ES LA **Asociación Civil, Trama Visual**, QUE DIRIGE EL Sr. Xavier Bermúdez, Y QUE A NUESTRA CONSIDERACIÓN PRESENTA LAS SIGUIENTES AGRAVANTES:

- AUNQUE SIENDO UNA EMPRESA MEXICANA, SE HA OPUERTO SISTEMÁTICAMENTE CON DIFERENTES TÁCTICAS Y RECURSOS A QUE MÉXICO OBTENGA LA SEDE POR CONDUCTO DEL CODIGRAM Y DE ÉL MISMO.

- ÉL **NO** PRETENDIÓ, NI PRETENDE SER EL ORGANIZADOR, NI COORDINAR EL CONGRESO, NI SE COMPROMETE A NADA QUE SIGNIFIQUE UN ESFUERZO SIGNIFICATIVO, NI REPRESENTATIVO EN NINGUNA DE LAS MÚLTIPLES ACTIVIDADES POR REALIZAR EN ESTOS CONGRESOS; ÉL **NO** APORTARÁ RECURSOS, NI HA PROPUESTO SOLUCIONES, NI ESCRIBE RESPUESTAS A COMUNICADOS; SÓLO ESPERA QUE CODIGRAM LO HAGA PARA OPONERSE A FIRMAR LAS RESPUESTAS SOLICITADAS, ALUDIENDO A LAS FORMAS Y TIEMPOS DE CONVOCATORIA, QUE POR OBIAS RAZONES DIFÍCILMENTE SE TENDRÁN LAS MISMAS AGENDAS Y TIEMPOS DE OPERACIÓN.

- Trama Visual, A.C. TIENE UNA MEMBRESÍA DE CALIDAD DIFERENTE A LA DEL CODIGRAM DENTRO DE ICOGRADA, ADEMÁS DE SER MIEMBRO DE RECIENTE INGRESO.

- Trama Visual, A.C. **NO** ES UNA ASOCIACIÓN CON REPRESENTACIÓN MAYORITARIA EN EL GREMIO DE DISEÑADORES EN MÉXICO. NI REALIZAN, HASTA DONDE SE SABE EN NUESTRO GREMIO, ELECCIONES DEMOCRÁTICAS



Arturo Domínguez Macouzet



PARA CAMBIO DE REPRESENTANTE O DIRECTOR GENERAL O ALGUNA ACCIÓN PROPIA DE ASOCIACIONES GREMIALES REPRESENTATIVAS, QUE DEMUESTRE LA PARTICIPACIÓN ROTATIVA EN LA TOMA DE DECISIONES DE SUS DIFERENTES SOCIOS O AGREMIADOS.

- Xavier Bermúdez HA MANIFESTADO PÚBLICAMENTE Y EN DIFERENTES FOROS, SU AVERSIÓN Y ACTITUD ACOMPLEJADA Y PREPOTENTE, CON RESPECTO AL CODIGRAM O EN SU CASO, ANTE QUIENES POR AHORA LO ESTAMOS REPRESENTANDO.

A pesar de lo anteriormente descrito y en un sentido de responsabilidad y por lo anteriormente expuesto, **el CODIGRAM continuará con la propuesta** de invitar a los miembros de la Asamblea de ICOGRADA a que asistan a México en 1997, y está dispuesto a llevar la Coordinación General, Financiera y Logística, apegándose a los lineamientos que nos señalen ICOGRADA, Usted como Presidente en turno o el Sr. José Korn Bruzone como Presidente Electo, **siempre y cuando se le exima y evite al CODIGRAM de la obligación de establecer cualquier trato oficial y condicionado, con Trama Visual y su representante Xavier Bermúdez**, haciéndolo de ser el caso, ahora con ENCUADRE y su representante, el diseñador Abelardo Rodríguez, con quien ya se han tenido conversaciones al respecto.

De no ser aceptada nuestra propuesta anterior, entonces el CODIGRAM apoyaría a Trama Visual y/o a las demás asociaciones mexicanas que sean miembros de ICOGRADA en el futuro, a que realicen con el apoyo del IX Consejo Directivo, los trabajos de coordinación y ejecución para la Asamblea y el congreso ICOGRADA/México '97.

Sr. Gentile, dentro de las Condiciones Regulatoras para la Organización de Congresos de ICOGRADA, desde su capítulo 1, seguramente no están contemplados problemas de esta índole; mucho nos preocupa, a mí en lo personal, como a muchos colegas, las circunstancias que nos orillaron a tomar la postura mencionada; no siempre los proyectos se llevan a cabo con éxito, ni siguen el curso deseado; ahora el CODIGRAM esperará su respuesta, estando ciertos de que cualquiera que ésta fuera, será para beneficio y según los intereses de ICOGRADA, asociación a la cual pertenecemos con orgullo desde hace muchos años. Considere usted, que mi responsabilidad como Presidenta del CODIGRAM entre otras muchas, es la de realizar con congruencia y profesionalismo las actividades de promoción y difusión de las profesiones de Diseño Gráfico y Diseño Industrial, y que dentro de estas promociones está la invitación dirigida a ICOGRADA, mismas que posteriormente a mi gestión como Presidenta, debo de heredar a mi sucesor; así pues, es mi deber tomar las



Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995



decisiones que favorezcan la evolución y desarrollo de nuestra Asociación; esperando su comprensión a la presente.

ATENTAMENTE
D.I. LAURA FIGUEROA ALCOCER
PRESIDENTA IX CONSEJO DIRECTIVO
CODIGRAM

C.C.P.:

- * MARY V. MULLIN. SECRETARIA GENERAL. ICOGRADA.
- * JOSÉ KORN BRUZONE. PRESIDENTE ELECTO. ICOGRADA.
- * GIANCARLO ILIPRANDI. PRESIDENTE ANTERIOR. ICOGRADA.
- * XAVIER BERMÚDEZ. DIRECTOR GENERAL. TRAMA VISUAL, A.C.
- * LIC. RUBÉN FIGUEROA ALCOCER. GOBERNADOR DEL ESTADO DE GUERRERO.
- * JORGE CORTÉS. DIRECTOR GENERAL. CENTRO ACAPULCO. GRO.
- * ARTURO DOMÍNGUEZ MACOUZET. PRESIDENTE JUNTA DE HONOR. CODIGRAM Y CODIGRAQ.
- * ABELARDO RODRÍGUEZ. PRESIDENTE ENCUADRE."

El documento anterior tuvo la finalidad de "poner las cosas en su lugar": debíamos reivindicar nuestra posición y nuestras circunstancias ante la opinión internacional de ICOGRADA. Creímos que sería -el documento- lo bastante explícito y contundente como para lograr nuestro objetivo. Como se sabe, no surtió ningún efecto; pienso esto por el hecho de que no se recibió respuesta y de que nunca cambió de postura ICOGRADA. No sé si fué temor o que rebasaba su capacidad de respuesta o simplemente evidenció la desorganización y falta de carácter de la Organización internacional rectora del diseño gráfico. Fue otra lucha que se gestó con los multicitados "enemigos" del Colegio y digo yo, del gremio. No se vale.

La relación con la Asociación Latinoamericana de Diseño Industrial y Gráfico, ALADI, fue durante mi gestión, de respeto y mutuo reconocimiento de los valores y representaciones. Lo que quizá deba quedar sentado en estos papeles, es la contribución del CODIGRAM a la constitución de la ALADI/México, A.C.

La historia es breve. Con motivo de la preparación para la organización del primer Congreso de Diseño del CODIGRAM, un grupo de diseñadores: Andrea Muñoz Occelli, Rebeca Martínez Suárez y yo mismo, así como Guillermina Schraivesande Brun en representación de CONMASA, entre otros, asistimos como parte de la delegación de mexicanos en 1989 a un Congreso ALADI en La Habana, Cuba. Fuimos invitados a asistir en apoyo a la representación mexicana, a la Asamblea General que se llevó a cabo en las mismas instalaciones. Magníficas, por cierto. Ahí,



Arturo Domínguez Macouzet



varios colegas firmamos un documento en favor del D. I. Sergio Rivera Conde y Velázquez como representante de ALADI, para que obtuviera México el Secretariado permanente, motivo por el cual en esos momentos se estaba votando. Después de una suma de votos equivocada, en la que nosotros (CODIGRAM) solicitamos el recuento correcto, se obtuvo para Colombia el Secretariado y para México, como premio de consolación (¡el tigre!) se le concedió la organización del próximo Congreso ALADI.

Para ello, Sergio Rivera constituyó una asociación civil denominada ALADI/México, A.C. en la que muchos participamos como firmantes, testigos, socios, o algo así; verdaderamente fue por mera solidaridad. No se ha vuelto a saber del destino de tal sociedad y menos de algún cambio en la Dirección. ¡Qué barbaridad!

El Congreso se llevó a cabo en la ciudad de México, Hotel Camino Real. 1991. Con ponentes, congresistas y Expositores. Nosotros fuimos invitados como ponentes y como expositores y fue ahí donde se presentaron por vez primera, algunas hojas ya impresas de nuestro futuro primer libro de diseño. El diseñador Sergio Rivera... me solicitó para la realización de su evento, el no organizar (posponer) nuestro segundo Congreso Nacional y el recomendarle e intervenir a favor de su organización, a CONMASA, quienes habían patrocinado al Colegio en ocasión anterior. Yo acepté de buena gana, a sabiendas de que lo más indicado es sumar; y que cualquier esfuerzo resulta poco para el beneficio de la comunidad de diseñadores nacionales o internacionales. Ciertamente costó trabajo convencer a Emilio Schraivesande, puesto que no quería distraer el objetivo de coordinar cinco Congresos consecutivos ya comprometidos con el CODIGRAM, sin embargo -¡mil perdones!- se logró convencerlo.

Mis mejores deseos a los colegas latinoamericanos. Las contribuciones que podemos hacer realidad entre nosotros, son insospechablemente factibles, con trabajo y buena voluntad. No debemos dejar pasar las oportunidades de unión y lucha por el progreso de nuestras comunidades. No siempre la imagen que transmiten algunos colegas, es necesariamente el reflejo de todo el gremio; existen diseñadores responsables y capaces de liderar los destinos de una comunidad profesional como la mexicana. Debemos aceptar que nuestras raíces comunes son suficientes como para demostrar respeto y consideración a las circunstancias imperantes en nuestra área geográfica; que los problemas de un país hermano serán tarde o temprano, los nuestros; así mismo el desarrollo de unos, será la esperanza de todos.

Hemos demostrado calidad y autosuficiencia, démonos a



64



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



conocer en un nivel mas internacional, allende nuestro continente latinoamericano, como seres capaces de resolver nuestras propias necesidades; forjemos un futuro digno y heredemos a nuestros hijos la capacidad de ser.

C9) FORMACIÓN DE OTROS COLEGIOS

Uno de los propósitos naturales debe ser la multiplicación, es decir, el crecimiento con trascendencia.

Sin embargo, no se debe crecer sin dirección. Al respecto, afortunadamente el CODIGRAM ha podido hasta la fecha, influenciar en dos ciudades de la República para la formación de dos nuevos Colegios hermanos: el Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de Puebla /CODIGRAP, y el Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de Querétaro/ CODIGRAQ.

Considero que otro motivo de orgullo para nuestro gremio, es la formación de éstos nuevos Colegios. El Estatuto del CODIGRAM, contempla la presencia de otros Colegios: en su artículo 26d) Serán Colegios afiliados, aquellos Colegios de Diseñadores que incluyan en su Estatuto, los artículos correspondientes al Consejo de Diseño, conservando su autonomía e independencia del CODIGRAM.

Existen múltiples razones para promover la creación de otros Colegios en el país:

- * Mayor y mejor presencia de los diseñadores en los Estados de la República; especialmente donde existan instituciones de enseñanza superior.

- * La constitución de un Órgano Colegiado, da por consecuencia una representatividad oficial y tendrá la importancia y trascendencia que sus miembros puedan darle.

- * Apoyo y coordinación de actividades, tanto regional como nacionalmente.

- * Crear una Confederación de Colegios de Diseñadores Industriales y Gráficos.

- * Impulsar el desarrollo teórico-práctico de las profesiones del diseño, especialmente dentro del sector oficial y del sector privado.

- * Mantener una alta capacidad de convocatoria, etc.



Arturo Domínguez Macouzet

Las oportunidades de crecimiento han sido sumamente



escasas; potencialmente -por los menos en cuanto a mi experiencia corresponde- existen plazas como: Monterrey, Guadalajara y Tijuana. En cada una de estas plazas, se ha platicado con diferentes representantes, se han visitado oficialmente Guadalajara y Monterrey; en el caso de ésta última, se realizó una visita con representantes de la Dirección General de Profesiones, se les dio diversas pláticas y aún no han podido organizarse.

En el caso de Guadalajara, ha sucedido que por motivos de rivalidad política entre las universidades principales -UAG vs. U de G-, existe una marcada división por lo visto irreconciliable, como para que los profesionistas tomen en serio lo de la formación de un Colegio regional.

Los casos de Puebla y Querétaro, son ejemplares. El CODIGRAM a través de sus actividades a nivel nacional, propició que diversos colegas egresados de las carreras de diseño en el área metropolitana, se organizaran formalmente en sus nuevos centros de trabajo. Tal es el caso del D.I. Ismael Ortiz Ramírez, quien junto con un pequeño grupo de entusiastas colegas diseñadores y asesorados por nosotros desde la ciudad de México, protocolizaron su Asociación en el mes de octubre de 1992, en la ciudad de Querétaro, Qro. Se constituyeron ante notario como Primer Consejo Directivo del CODIGRAQ, además del Presidente Fundador, Ismael Ortiz R.; el D.G. Luis Zeckua, como Vicepresidente; el D.I. Oscar Chacón, como Secretario; el D.I. Hector Barreiro, como Subsecretario; el D.I. José Pulido, como Tesorero; entre otros varios. Y como Primera Junta de Honor, invitaron en un acto, diría yo, de deferencia inmerecida, de verdad, a todo el VIII Consejo Directivo; por consiguiente, yo aparezco como Presidente de la primera Junta de Honor del CODIGRAQ. Realmente es una responsabilidad puesto que por un lado, estoy cierto de poder asesorarlos en una serie de necesidades -como fue el caso de "cederles" la organización del segundo Simposium de diseño, el cual por cierto, lo realizaron con gran entusiasmo y eficacia- de índole operativo y oficial, pero por otra parte, las distancias y los tiempos nos separan: difícil comunicación permanente, y lo que aquí en la Capital se considera urgente e indispensable (puros aceleres), allá en provincia no lo toman tan de prisa; tiempos diferentes.

Así pues, el CODIGRAQ se "atrevió" a organizar el Segundo Simposium Nacional de Diseño. Lo hicieron en Juriquilla, Querétaro, los días 10 a 12 de marzo de 1994, y usaron como lema: "Diseño para el Cambio". En el texto inaugural, el Presidente Ismael Ortiz menciona entre otras cosas lo siguiente:

"... La nueva estructura de una sociedad dinámica como la



CODIGRAM



CODIGRAP



CODIGRAQ

65



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



nuestra, debe tener como premisa básica el desarrollo regional que promueva la autonomía y eficiencia en la toma de decisiones. Pero solo ésta tendrá capacidad de respuesta en forma inmediata, si es apoyada con la herramienta de cambio que brinda el diseño... Es por esto que el CODIGRAQ, viene a suma esfuerzos decididos de participación con sus otros dos colegios hermanos, el CODIGRAM en México y el CODIGRAP en Puebla, vinculando y encaminando sus acciones al trabajo multidisciplinario con todos los sectores de la sociedad para crear la cultura del diseño que tanto demanda el país en aras de un mejor nivel de vida...".

El Simposium lo inauguró el Presidente Municipal de Querétaro, Lic. Alfonso Ballesteros, en presencia también del Secretario de Educación del Estado, el Lic. Arturo Proal y del Presidente de Canacintra, Ing. Carlos Monroy; en esa misma ceremonia, se distribuyó el ¡Directorio de Diseñadores del Estado de Querétaro!. Sensacional.

Sin duda todos tenemos las mismas inquietudes; si no todos, por lo menos la mayoría. Lo importante es que se multipliquen los foros de difusión y promoción del diseño. Y la presencia de otros Colegios, lo permite.

El caso del CODIGRAP, es un tanto diferente. Después de muchas insistencias, el M.D.I. Luis Carlos Herrera Gutiérrez de Velazco, aceptó promover la iniciativa entre sus colegas de Puebla, especialmente entre los académicos de la Universidad de la Américas. Entiendo que también después de muchos esfuerzos, se constituyó ante Notario el 19 de noviembre de 1994, en la ciudad de Puebla, el Primer Consejo Directivo del Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de Puebla, A.C. CODIGRAP con su respectiva Junta de Honor.

El primer Consejo Directivo lo preside el M.D.I. Luis Carlos Herrera; como Vicepresidente, la D.G. Carmen Tiburcio; como Secretaria General, la D.G. Guadalupe Neve, entre otros; y como Presidenta de la Junta de Honor, se nombró a la D.G. María González de Cosío. Ellos todavía se están organizando, y acomodándose en el medio. Con seguridad sabremos de ellos próximamente.

Los tres Colegios compartimos actualmente: Estatutos, que aunque cada quien tiene los suyos, están sustentados sobre las mismas bases: los del CODIGRAM; Imagen gráfica, decidimos entre los tres, tener el mismo logo, pero con diferentes colores por regiones, esto es, a Querétaro le corresponde el rojo, y a Puebla el azul; compartimos también a algunos socios y diversos funcionarios, como lo es la Junta de Honor de Querétaro, y también participamos en los mismos eventos: Congresos,



Arturo Domínguez Macouzet



Simposium, y otras actividades gremiales, todo ello nos hace ser realmente "colegas-hermanos".

C10) CONCURSOS Y CONVOCATORIAS

Las cualidades debemos resaltarlas. Las capacidades, individuales o colectivas, deben tener oportunidad de manifestarse y de ser reconocidas. Todos los diseñadores nos merecemos la oportunidad de que se reconozca nuestro trabajo; al inicio de esta Tesis, se mencionó la importancia inherente a nosotros los creativos, de trascender, de permanecer en nuestra sociedad y de justificar nuestra existencia en el mundo personal y profesional; y por ello, por la importancia de los individuos, al pertenecer a una asociación, es que ésta, la asociación, se prestigia y fortalece. La suma de los logros de sus miembros, es la magnitud de la asociación a la que pertenecen.

El CODIGRAM deberá contribuir y fomentar el reconocimiento de la capacidad de sus miembros, con actividades como Congresos, Publicaciones y particularmente, la organización de Concursos.

Durante los VII y VIII Consejos Directivos, nos propusimos promover diferentes concursos a nivel nacional, con objeto de motivar a los miembros colegiados al desarrollo profesional, con la opción de remuneraciones económicas dignas -justas-, y también de comprometer la participación decidida, de los convocantes y/o patrocinadores.

Presentaré cronológicamente, tres concursos que se promovieron. Sólo uno de ellos se hizo realidad: el que se convocó con BANCOMEXT. Este fue el primer contacto que se tuvo con ellos en cuanto a promoción. Debo decir que la actitud del Lic. Humberto Molina M. -personaje multicitado-, fue la de mostrarnos absoluta confianza y participación con la propuesta del concurso; aceptó nuestras bases, el monto de los premios, el procedimiento del jurado y la ceremonia de premiación. Creía en nosotros, y con esta facilidad, hicimos lo nuestro.

La presentación de las convocatorias-bases de concursos, tienen por objeto, como la mayor parte del contenido de este trabajo, el de servir de referencia o modelo para sucesivas oportunidades similares; y para que se haga patente la magnitud de la capacidad de convocatoria del Colegio.





PRIMER CONCURSO DE DISEÑO DE MOBILIARIO HABITAT 1989

Considerando la importancia que dentro del sector mueblero tiene actualmente el Diseño y la Tecnología en la fabricación de mobiliario, LA ASOCIACIÓN DE FABRICANTES DE MUEBLES DEL ÁREA METROPOLITANA, A.C., EL COLEGIO DE DISEÑADORES INDUSTRIALES Y GRÁFICOS DE MÉXICO, A.C. y LA SECRETARÍA DE DESARROLLO URBANO Y ECOLOGÍA convocan al PRIMER CONCURSO DE ESTUDIANTES DE DISEÑO DE MOBILIARIO HÁBITAT 1989 de acuerdo a las siguientes:

BASES

1. Podrán participar, los estudiantes de Diseño Industrial de las escuelas de enseñanza tecnológica, media superior y superior del área metropolitana.

2. Las inscripciones serán gratuitas y podrán hacerse a partir de la publicación de esta convocatoria hasta el 14 de septiembre de 1989 a las 18:00 hrs. en las oficinas de AMFAMAC, Santander No. 15-102 y 103, Col. Insurgentes Mixcoac,

3. Los diseños deberán referirse a muebles para vivienda de interés social, terminados, semiterminados, para armar, modulares o de cualquier modalidad que se juzgue conveniente y en cualquier material, tales como metal, plásticos, tableros, madera maciza, etc.


4. Los diseños presentados competirán en los siguientes rubros:

- Recámara para niños o jóvenes
- Recámara para adultos
- Salas
- Comedores
- Muebles sueltos

5. Los diseños que se sometan al concurso, deberán ser originales, ya que las copias de Diseño Nacionales y Extranjeros quedarán descalificadas.

6. El fallo del jurado se emitirá tomando en cuenta los siguientes criterios: originalidad, comodidad, estética, bajos costos, factibilidad de producción masiva en plantas grandes o pequeñas, funcionalidad, durabilidad, fácil mantenimiento, posibilidad de fabricación usando diferentes materiales, economía en el transporte y adecuación a los espacios disponibles de la vivienda de interés social.

7. El jurado estará integrado por dos técnicos especializados, un representante de dos almacenes de prestigio, un representante de la SEDUE, dos representantes del Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, A.C. y un representante del



Arturo Domínguez Macouzet



Instituto Nacional del Consumidor.

8. Se otorgarán los siguientes premios: Al mejor Diseño en cada uno de los cinco rubros: ...

9. Los concursantes deberán presentar:

- Muebles a escala natural
- Planos de construcción a escala
- Vistas generales
- Cortes
- Detalles
- Despiece con especificaciones
- Breve escrito en que se señalen las ventajas y características del diseño.

Los planos deberán elaborarse con la mayor claridad y precisión, a la escala que se considere conveniente, debiendo contar con especificaciones de materiales y cotas.

Serán originales y no copias a máquina.

Material: papel albanene o mantequilla blanco de textura fina, lisa y mate.

Dimensiones: 91 x 61 cm. usándose el formato en sentido horizontal.

Trazos: lápiz o tinta.

Las ventajas y características del diseño que el concursante entienda útil destacar; las especificaciones, normas y descripciones complementarias serán presentadas en papel tamaño carta, a máquina, engrapadas, en un folder o carpeta.

10. El Comité Organizador no se hará responsable de los prototipos que no soporten las pruebas de resistencia de materiales a que sean sometidos.

11. El fallo del jurado será inapelable. El jurado se reserva el derecho de declarar desierto cualquiera de los premios y de otorgar las Menciones Honoríficas.

12. Los muebles y material gráfico deberán ser entregados los días 18 y 19 de septiembre de 1989 de 9:00 a 18:00 hrs. en el Stand del Concurso de la EXPO HÁBITAT '89 en el Hotel de México. Costado Norte, Planta Baja (Insurgentes Sur No. 2220 México, D.F.)

13. No se aceptarán inscripciones ni materiales después de las fechas y horas señaladas.

14. Se entregarán diplomas de participación a todos los concursantes.

15. Los diseños ganadores serán expuestos los días 20 al 25 de septiembre de 1989 en la EXPO HÁBITAT '89.

16. El fallo del jurado y la premiación se dará a conocer en la clausura de la EXPO HÁBITAT '89 el 25 de septiembre de 1989 a las 20:00 hrs.

17. Los diseños ganadores y los no premiados deberán ser retirados por sus autores con su registro de inscripción el día 26



de septiembre de 1989 en el mismo lugar de la entrega de 9:00 a 18:00 hrs.

18. La organización del concurso no se hará responsable por los artículos no recogidos después de esta fecha.

CODIGRAM / AMFAMAC ²¹

SEPTIEMBRE DE 1989

La convocatoria no se llevó a cabo entre otras razones, porque hubo cierta reticencia de la Junta Directiva de AMFAMAC en cuanto a sus alcances y a los premios ofrecidos; y por otra parte hubo cambios en la Presidencia de la Asociación; y con los siguientes directivos no hubo ninguna posibilidad de negociación.

**CONCURSO NACIONAL DE DISEÑO GRÁFICO
SECOFI - BANCOMEXT - CODIGRAM
1992**

Debido a la necesidad de afirmar y difundir la Imagen Gráfica Internacional de México en lo relativo a ferias y exposiciones comerciales, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, el Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C. y el Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, A.C., convocan a los diseñadores profesionales al concurso nacional para la creación de la Imagen Gráfica Mexicana, que proyecte a México como un país joven, moderno, dinámico, amistoso y emprendedor, que ofrece al mundo buenas oportunidades de negocios. La Imagen Gráfica será utilizada principalmente en los pabellones de México, en las ferias y exposiciones comerciales a nivel nacional e internacional, así como en otros eventos y materiales promocionales. El concurso se llevará a cabo bajo las siguientes:

BASES

1) Podrán participar a concurso todos los diseñadores mexicanos colegiados al CODIGRAM en cualquiera de sus siete categorías, y a título personal.

2) Los concursantes deberán enviar sus propuestas con un máximo de tres por diseñador; en formato de 30 x 30 cm. sobre cartulina gris tipo ilustración o similar, con un margen de 5 cm. como mínimo de cada lado.

2.1.) Las alternativas del logotipo se presentarán en el mismo formato con reducciones en blanco y negro al 50% y 10% de su tamaño originalmente propuesto.

3) El diseñador podrá emplear y proponer con libertad: colores, tipografías, acabados y aplicaciones de la imagen

21) PARA LA ELABORACIÓN DE LAS BASES DE LA CONVOCATORIA, FUE INVITADO EL M.D.I. ÁNGEL GROSSO SANDOVAL.



Arturo Domínguez Macouzet

propuesta en: fachada, estandarte, antepecho de stand, invitación y señalamiento.

4) Los diseñadores deberán registrarse bajo un seudónimo, a efecto de lograr la mayor imparcialidad del jurado en la selección el trabajo premiado; y en sobre aparte incluir el cupón de inscripción con los datos solicitados y por separado para cada propuesta.

5) El diseñador deberá presentar junto con sus trabajos un "racional" no mayor de una cuartilla con el fin de sustentar técnicamente el concepto de diseño, su desarrollo y presentación, así como aplicaciones y uso.

6) Los derechos de propiedad y uso de la Imagen Gráfica y su reproducción por cualquier medio corresponderán al Banco Nacional de Comercio Exterior, el que siempre reconocerá públicamente al autor del trabajo. El autor no podrá utilizar esos derechos ni divulgarlos sin la autorización previa y por escrito del propio Banco. Asimismo el autor se compromete a entregar en un plazo no mayor de diez días hábiles a partir de la presentación, el original mecánico del logo premiado.

7) No podrán concursar los diseñadores que formen parte del Jurado Calificador.

8) Cualquier asunto no previsto en esta Convocatoria, será resuelto por el Jurado Calificador.

RECEPCIÓN DE TRABAJOS

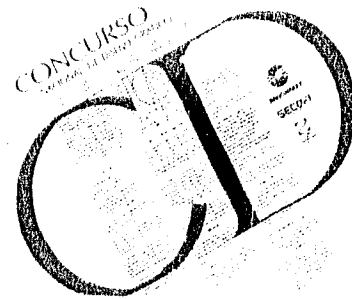
La entrega de los trabajos se podrá realizar en horas hábiles a partir de las 9:00 hrs. del 1º de abril hasta el día 6 de mayo a las 20:00 hrs. del presente año en el domicilio del CODIGRAM: Calle 21 No. 116 San Pedro de los Pinos C.P. 03800, México, D.F., se tomarán en cuenta aquellos trabajos que en las oficinas de correos hayan sido sellados antes de la fecha límite de recepción.

A la recepción de los trabajos el CODIGRAM proporcionará al diseñador un recibo de inscripción, mismo que se deberá conservar para la devolución posterior de los diseño y/o para la identificación del diseño ganador.

La evaluación y calificación de los trabajos se realizará del 11 al 22 de mayo de 1992 en las oficinas del Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. en la ciudad de México.

Todos los trabajos deberán entregarse en sobre cerrado con la leyenda "CONCURSO NACIONAL DE DISEÑO GRÁFICO / SECOFI - BANCOMEXT - CODIGRAM" incluyendo el seudónimo en la carátula y conteniendo dentro del mismo, el material solicitado según incisos 2), 4) y 5).

PREMIOS



66



67



68



69



Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995

●
●
●
●
●

El diseño ganador recibirá un premio en efectivo de \$30,000,000 (TREINTA MILLONES DE PESOS 00/100 M.N.) y diploma de reconocimiento de primer lugar, la publicación de su trabajo y el crédito subsecuente como autor intelectual.

Se otorgarán un máximo de cinco menciones honoríficas entregándoseles un diploma alusivo, según criterio y a discreción del propio jurado calificador y se les devolverán sus diseños presentados en la ceremonia de premiación, de ser el caso.

El jurado calificador podrá declarar desierto el premio al primer lugar, debiendo en su caso, entregar menciones a los diseños que considere conveniente, sin que el Banco tenga derecho de uso sobre los mismos.

La decisión del jurado será inapelable.

El jurado calificador estará integrado por un representante de cada una de las siguientes instituciones:

- SECRETARÍA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL (SECOFI)

- BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S.N.C. (BANCOMEXT)

- COLEGIO DE DISEÑADORES INDUSTRIALES Y GRÁFICOS DE MÉXICO, A.C. (CODIGRAM)

- CONSEJO COORDINADOR EMPRESARIAL (CCE)

- CONSEJO EMPRESARIAL MEXICANO PARA ASUNTOS INTERNACIONALES (CEMAI)

pudiendo contar cada una de las instituciones mencionadas con un máximo de dos asesores con derecho a voz pero no a voto.

La ceremonia de premiación se realizará el día 5 de junio a las 18:00 hrs. en la torre SECOFI, Alfonso Reyes 30, Col. Condesa, México, D.F.

PROMOCIÓN

Se instalará una exposición temporal con objeto de mostrar al público los diseños más destacados presentados a concurso. El jurado se reserva el derecho de seleccionar los trabajos que será exhibidos.

Se publicará un folleto a nivel nacional con instrucciones de uso y aplicaciones del diseño premiado para conocimiento de las instituciones públicas y privadas.

DIFUSIÓN DE RESULTADOS

El resultado del concurso se dará a conocer públicamente en los principales diarios del país, en un plazo máximo de diez días posteriores a la decisión del jurado.



Arturo Domínguez Macouzet

DIVERSOS

Los trabajos no seleccionados podrán recogerse en el domicilio del CODIGRAM en un plazo no mayor de 30 días después de la fecha en la que el Jurado da a conocer su decisión, y en el caso de los seleccionados para la exposición se entregarán posteriormente a la clausura de la misma en la fecha que les será comunicada al domicilio o teléfono indicado en sus datos generales.

CODIGRAM / BANCOMEXT / SECOFI
FEBRERO DE 1992

La convocatoria se hizo durante el Simposium de Diseño. Se recibieron menos trabajos de los esperados, sin embargo, hubo material suficiente en cuanto a calidad, como para obtener un buen representativo. Los diseñadores del Jurado fueron: la D.I. Laura Figueroa Alcocer, la D.G. Deborah Velázquez Medina y yo mismo; estuvieron además, funcionarios del Banco.

El primer lugar se le otorgó al diseñador Eduardo Malanco Zamora, egresado de diseño Industrial de la UNAM. Él formaba parte del equipo de diseñadores del D.I. Sebastian Pell Valdés, egresado también de la UNAM; los cuales obtuvieron los tres primeros lugares generales. Fenómeno interesante, para estudios posteriores; el premio del Concurso Nacional de Diseño Gráfico, lo obtuvieron diseñadores industriales ¿Quién se dedica a qué, y por qué?

**CONCURSO NACIONAL DE DISEÑO INDUSTRIAL
"EL DISEÑO INDUSTRIAL AL SERVICIO DE LA
PRODUCCIÓN Y DEL COMERCIO"
1992**

México, un país tan rico en historia y manifestaciones culturales, se enfrenta al reto de su propio desarrollo. Dentro de este marco, los Diseñadores Industriales tienen el objetivo profesional de aplicar la creatividad y el ingenio para aprovechar tanto nuestra tradición cultural como los recursos materiales y tecnológicos de que disponemos para concebir, planear y realizar objetos que constituyan verdaderos satisfactores para las necesidades reales de nuestra sociedad.

Con el objeto de incrementar la capacidad competitiva de la micro, pequeña y mediana industria a través del diseño y



70



Se otorga el presente
RECONOCIMIENTO A:

Por haberse hecho merecedor de
MI MEDALLA HONORIFICA
En el Concurso Nacional de Diseño Gráfico:
"La imagen de México en ferias y exposiciones
internacionales de carácter comercial"

MEXICO
Junio 1992



71



72



Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995



desarrollo profesional de nuevos productos, la SECRETARÍA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL, en coordinación con NACIONAL FINANCIERA y el COLEGIO DE DISEÑADORES INDUSTRIALES Y GRÁFICOS DE MÉXICO, A.C., convocan a los diseñadores profesionales al "Concurso Nacional de Diseño Industrial / 1992"; del que se espera la generación de productos industriales que contribuyan al impulso y competitividad de la industria y el comercio de nuestra nación.

El Concurso se llevará a cabo bajo las siguientes:

BASES

A) Podrán participar todos los diseñadores colegiados al CODIGRAM en cualquiera de sus clases: miembro fundador, activo, curricular, correspondiente (del interior de la República), honorario y pasante; y que estén actualizados en sus cuotas (los ya colegiados) o cubiertos sus trámites de inscripción para los que deseen hacerlo (carta solicitud ingreso, copia cédula profesional, copia título o de ser el caso carta de terminación de estudios y pago de cuota). Asimismo podrán participar los profesionales en general, siempre y cuando puedan demostrar con su trabajo presentado su calidad profesional; con objeto de garantizar el nivel que se pretende en este concurso.

El costo de inscripción a este concurso será, sin excepción, de \$150,000 (ciento cincuenta mil pesos 00/100 M.N.), por participante o equipo y por trabajo presentado; el pago deberá hacerse a nombre de Nacional Financiera SNC, quien extenderá el recibo correspondiente.

Las categorías seleccionadas motivo de este concurso son las siguientes:

1) PRODUCCIÓN ALIMENTARIA / Equipo para el trabajo agrícola y de pesca; almacenamiento, conservación y distribución de alimentos.

2) HOGAR Y VIVIENDA / Componentes prefabricados para la construcción; equipo y maquinaria para la construcción; equipamiento urbano, mobiliario, aparatos y utensilios domésticos.

3) PRODUCCIÓN INDUSTRIAL / Herramientas, maquinaria, equipo industrial; seguridad en el trabajo, automatización y control de calidad.

4) TRABAJO / Equipo y mobiliario para oficina; computación; equipo y accesorios para la optimización ambiental de las áreas de trabajo; instrumentos y equipamiento para las labores del comercio y la prestación de servicios al público.

5) SALUD / Equipo médico y para hospitales; mobiliario especializado; prótesis; equipos para rescate y primeros auxilios; equipos para rehabilitación; equipos para la prevención de enfermedades.



Arturo Domínguez Macouzet



6) EDUCACIÓN / Equipos y mobiliario para las labores escolares; equipo didáctico; instrumentos para los estudiantes; equipos para la optimización del ambiente escolar y de estudio; equipos especiales para el trabajo de enseñanza a incapacitados.

7) RECREACIÓN / Equipos para la práctica deportiva; instrumentos y artefactos para las actividades lúdicas; equipos para el juego y ejercitamiento infantil; equipos especiales para el juego y deporte de minusválidos.

8) PROTECCIÓN AMBIENTAL / Equipos para el cuidado de limpieza del agua, del suelo y la atmósfera; equipos e instrumentos para la preservación de la flora y la fauna; equipos con aprovechamiento de fuentes alternativas de energía; equipos para la defensa humana contra los ambientes contaminados.

9) TRANSPORTE / Vehículos; componentes o equipamiento para el transporte en las modalidades: terrestre, marítimo y aéreo y para servicio público, de carga e individual.

10) COMUNICACIÓN / Equipos para los medios electrónicos de comunicación (telefonía, radio, televisión, cine y sonido); equipos para la comunicación escrita, para la industria editorial y artes gráficas.

11) PRODUCCIÓN ARTESANAL / Mobiliario, artículos y utensilios domésticos y decorativos en general.

12) TEXTIL / Procesos, maquinaria y herramienta; estampados y aplicaciones.

B) Los participantes deberán registrar su trabajo bajo seudónimo; se permitirá la participación en equipo hasta de tres diseñadores, quienes podrán presentar el número de propuestas que deseen en cualesquiera de las áreas mencionadas con anterioridad.

C) Debido a los objetivos del concurso, solamente se admitirá la participación de proyectos que constituyan una novedad; por tal motivo se evitará la inscripción de trabajos que ya hubieren participado en otros concursos anteriores a la fecha de premiación de éste. Tampoco se admitirán productos que en dicha fecha ya estén a disposición del mercado. Los trabajos realizados en su momento como Tesis Profesional, deberán ser presentados ajustando su contenido y formato según se indica en el inciso siguiente de estas bases; y deberán estar colegiados en la categoría de pasantes en diseño industrial, para poder ser aceptados como tesis, previa aclaración escrita en el momento de llenar el formato de inscripción.

D) Los concursantes deberán presentar sus propuestas a nivel de prototipo y/o modelo a escala apropiada para explicar todos los detalles del producto; cada trabajo se acompañará de una carpeta con hojas rígidas con un formato horizontal de 50 x 70 cm; conteniendo un juego de fotografías a color, copia de





planos (no doblados), dibujos, esquemas de funcionamiento y uso, así como listado de especificaciones para fabricación; así mismo, se deberá incluir una memoria descriptiva en un máximo de dos cuartillas en la que se demuestre el cumplimiento del proyecto a los factores condicionantes de:

PRODUCCIÓN: Parámetros de costo adecuado a las posibilidades del mercado; aprovechamiento de recursos materiales y tecnológicos para la optimización del producto; establecimiento en las condiciones adecuadas para lograr la fabricación del objeto.

FUNCIÓN: Aspectos físicos y técnicos que permitirán funcionar al objeto y cubrir cabalmente su cometido de uso; solución efectiva a los requerimientos de ingeniería del producto.

ERGONÓMICO: Solución a la relación de trabajo entre el usuario y el producto; establecimiento de las condiciones para que el objeto responda a las posibilidades dimensionales, fisiológicas y mentales del usuario.

ESTÉTICO: Consideración del objeto como agente transmisor, modificador y testimonial de la cultura. Solución al impacto emotivo del objeto sobre los usuarios.

E) Los derechos de propiedad y uso de los proyectos presentados permanecerán en poder de sus autores; y su registro de diseño industrial ante la SECOFI, será responsabilidad de los mismos. Los organizadores solamente se reservan el derecho de presentarlos en exposición y para su promoción y difusión según convenga a las instituciones promotoras.

F) Cualquier asunto no previsto en esta Convocatoria, será resuelto por el Jurado Calificador.

RECEPCIÓN DE TRABAJOS

La recepción de los trabajos será en horas hábiles a partir del primero de octubre a las 9:00 hrs. hasta el día veintidos de octubre a las 20:00 hrs. de 1992; en las bodegas de NAFIN ubicadas en ...

Todos los trabajos deberán estar protegidos e identificados adecuadamente para su evaluación, la cual se llevará a cabo en el mismo lugar. Los organizadores no se hacen responsables de ningún daño que sufran los prototipos o modelos presentados, sin embargo se garantizará el buen trato durante su estadía para evaluación y en su caso, exposición. Las carpetas mencionadas en el inciso D) de estas bases, deberán entregarse por separado en un sobre o paquete cerrado con la siguiente leyenda en la parte exterior: "CONCURSO NACIONAL DE DISEÑO INDUSTRIAL 1992 / CATEGORIA ..." incluyendo el seudónimo en la carátula con letra mayúscula y en color rojo para su mejor



Arturo Domínguez Macouzet



identificación (en concordancia con el prototipo o modelo). Dentro del sobre mencionado deberá anotarse en hoja tamaño carta el nombre del o los participantes; su dirección particular y de trabajo, teléfonos, profesión u oficio, edad y sexo, y la aclaración de ser el caso, de la calidad de miembro colegiado; mismos datos que se solicitarán en el formato de inscripción.

Todos los gastos de envío y traslado de los prototipos o modelos así como de las carpetas, correrán por cuenta y riesgo del propio concursante; debiéndose recibir para su evaluación en el lugar y fecha antes mencionado.

PREMIOS

Cada una de las categorías mencionadas tendrán un primer premio, consistente en la entrega en efectivo de \$30,000,000 (TREINTA MILLONES DE PESOS 00/100 M.N.) y diploma de reconocimiento de primer lugar; la publicación de su trabajo y el crédito subsecuente como autor del proyecto.

NOTA: Para que se lleve a cabo la evaluación, se requerirá de la participación de por lo menos tres concursantes por cada categoría; en caso de no presentarse el mínimo requerido de participantes el premio se declarará desierto, y su monto en efectivo será prorrateado entre las que sí cubran este requisito o así lo decida el jurado por la calidad de los trabajos. Lo anterior implica que el monto probable de premios en efectivo puede variar según la asistencia y calidad motivo de este concurso.

Por separado se otorgarán: un primer premio general por \$22,000,000 (VEINTIDOS MILLONES DE PESOS 00/100 M.N.); un segundo premio general por \$12,000,000 (DOCE MILLONES DE PESOS 00/100 M.N.) y un tercer premio general por \$6,000,000 (SEIS MILLONES DE PESOS 00/100 M.N.), incluyendo un diploma de reconocimiento.

Los premios generales anteriormente mencionados, podrán ser otorgados o no, a cualquiera de los trabajos presentados, pudiendo merecerlo aún los que hayan obtenido el primer premio en su categoría respectiva.

Por cada categoría, además se otorgarán el número de Menciones Honoríficas que el Jurado Calificador estime conveniente. A cada una se entregará un diploma acreditando dicha mención.

El Jurado Calificador podrá declarar desierto los Premios en los rubros que decida, tanto por calidad como por cantidad de participantes, y su decisión será inapelable.





EL JURADO CALIFICADOR

El Jurado Calificador estará integrado por un representante de cada una de las siguientes instituciones:

SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL (1)
NACIONAL FINANCIERA (1)
COLEGIO DE DISEÑADORES INDUSTRIALES Y GRÁFICOS DE MÉXICO, A.C. (2)
TRES UNIVERSIDADES DE DISEÑO INDUSTRIAL DEL ÁREA METROPOLITANA (3)

NOTA: Los diseñadores que formen parte del Jurado Calificador por conducto del propio CODIGRAM, no podrán participar como jurado en la categoría en la que hubieren concursado.

CEREMONIA DE PREMIACIÓN

La ceremonia de premiación se realizará el día 19 de noviembre de 1992, a las 18:00 hrs. en el Auditorio de NAFIN...

PROMOCIÓN

Se instalará una exposición temporal dentro de las instalaciones de NAFIN con objeto de mostrar al público los diseños premiados y algunos otros participantes, dependiendo del área física disponible. El jurado se reserva el derecho de seleccionar los trabajos que serán exhibidos.

Los organizadores (SECOFI, NAFINSA Y CODIGRAM) promoverán entre el sector industrial y comercial que los trabajos premiados, los que obtuvieran mención y/o algún otro, sean adquiridos en subasta para beneficio del diseñador y de la industria involucrada, con objeto de facilitarles la adquisición de los productos resultados del presente concurso; y con ello fomentar su producción y comercialización, en el entendido de que el productor obtendrá créditos preferenciales para el desarrollo final del producto adquirido. Para estos efectos, se les harán llegar a los interesados las características y disposiciones de la subasta, una vez terminada la evaluación.

22) REALIZADO CON LA COLABORACIÓN DEL D.I. CARLOS DANIEL SOTO CURIEL.

Asimismo, se editará un folleto que contenga los resultados de los premios, y se difundirá a nivel nacional.

DIFUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Los resultados del concurso se darán a conocer públicamente en los principales diarios del país, en un plazo máximo de veinte días posteriores a la decisión del jurado.



Arturo Domínguez Macouzet



Las instituciones participantes en el jurado calificador, promoverán los resultados del concurso ante sus afiliados. Se procurará difundir dichos trabajos en los Estados Unidos de Norteamérica y en Canadá, así como en Centro y Sudamérica.

DIVERSOS

Los trabajos no premiados ni seleccionados para exponerse, se podrán recoger en el domicilio de la bodega donde se entregaron, en un plazo no mayor de treinta días después de la fecha en la que el jurado dé a conocer su decisión. Para el caso de los trabajos seleccionados para la exposición, se entregarán posteriormente a la clausura de la misma, en la fecha que les será comunicada al domicilio o teléfono indicado en sus datos de registro.

ABRIL DE 1992
VIII CONSEJO DIRECTIVO / CODIGRAM ²²

Ya estábamos realmente "encarrerados". Después de una entrevista con el Director General de BANCOMEXT, Dr. Humberto Soto, y de haberme ofrecido su completo apoyo a nuestros proyectos, le dió instrucciones a Humberto Molina de que me mostrara las instalaciones del nuevo edificio del Banco; así lo hizo, y cuando se me mostró las cualidades de la red de la computadora en cuanto a los directorios internacionales de servicios para la exportación, nos percatamos de la ausencia de diseñadores mexicanos en dicho directorio. Había de otros países, excepto de México; mi reacción inmediata fue la de proponer la realización de un directorio de diseñadores mexicanos en el que se mostrara nuestra capacidad y experiencia, para el ofrecimiento de servicios de diseño para productos de exportación, y se incluyeran en el directorio del Banco. Aceptaron la propuesta. Para ello fue necesario diseñar de inmediato un formato especial y hacerlo llegar a la comunidad por medio de una convocatoria por correo; así se hizo.

Obtuvimos una respuesta de cuarenta diseñadores, los cuales externaban su perfil de preparación académica, su experiencia profesional y su especialidad en el diseño en los últimos años. Fue así en respuesta a la convocatoria del Colegio, como pudimos realizar una pequeña pero representativa muestra de diseñadores por especialidades.





DIRECTORIO DE DISEÑADORES POR ESPECIALIDADES

Ciudad de México, febrero de 1992

ESTIMADO COLEGA:

Con el compromiso de proveer a nuestro Gremio de canales de difusión y promoción, el VIII Consejo Directivo del COLEGIO DE DISEÑADORES INDUSTRIALES Y GRAFICOS DE MEXICO, A.C., ha establecido estrategias de enlace con el gobierno y la iniciativa privada, para posicionar a nuestra profesión en las instancias y oportunidades comerciales.

Es así, que en coordinación con la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), el Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT) y la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA), se realizará el primer DIRECTORIO DE DISEÑADORES INDUSTRIALES Y GRAFICOS POR ESPECIALIDADES, para ser distribuido a los sectores industriales, comerciales y de servicio con cobertura nacional y difusión internacional a través del Centro de Servicios al Comercio Exterior SECOFI / BANCOMEXT.

Con ello se pretende lograr comunicación y enlace con la industria mexicana y extranjera que requiera de nuestros servicios de Diseño.

Anexo, encontrarás una FORMA - CUESTIONARIO que tiene como objeto primordial, identificar con claridad el trabajo que desarrollas dentro del Diseño Industrial y/o Gráfico, así como tus datos generales (dirección, teléfonos, etc.); los cuales serán publicados con fines exclusivos de promoción y difusión de tu actividad profesional.

Con objeto de obtener recursos para financiar parte de la impresión del Directorio y los gastos inherentes a este proyecto como captura de datos, envíos, equipo y personal de apoyo, se requerirá de una cuota mínima de \$200,000 (DOSCIENTOS MIL PESOS 00/100 M.N.) por miembro colegiado que se interese en participar en dicha publicación, en el entendido de que el recibo es deducible de impuestos. Para ello, deberás estar actualizado en los trámites de inscripción y/o registro del Colegio, es decir:

- Carta solicitud de ingreso
- Copia del título profesional
- Copia de la cédula profesional
- Carta de terminación de estudios (pasantes)



Arturo Domínguez Macouzet

- Cuota de inscripción: \$20,000 (VEINTE MIL PESOS 00/100 M.N.)
- Cuota anual: \$60,000 (SESENTA MIL PESOS 00/100 M.N.)

La información deberás enviarla a vuelta de correo o por vía fax 598.8591 o directamente al domicilio del CODIGRAM, del 1º al 31 de marzo del presente año (solamente se tomará en cuenta la información y pagos que se reciban dentro del período estipulado); y en caso de así requerirse favor de enviar giro postal o cheque a cargo del COLEGIO DE DISEÑADORES INDUSTRIALES Y GRÁFICOS DE MÉXICO, A.C.

Esperamos contar con tu participación en este proyecto puesto que con ello, daremos a conocer nuestra capacidad, calidad y compromiso con nuestra profesión, nuestro gremio y nuestra sociedad; con la certeza de que sólo a través del diseño lograremos el desarrollo y la competitividad que se requieren en estos tiempos de apertura comercial.

Agradeceríamos que hagas extensivo este comunicado a otros colegas que pudieran estar interesados en participar en este directorio, quedando a tus órdenes para cualquier información complementaria al respecto.

ATENTAMENTE
DISEÑO: HERRAMIENTA DE PROGRESO

D.I. ARTURO DOMÍNGUEZ MACOUZET
PRESIDENTE VIII CONSEJO DIRECTIVO

Por razones de respuesta interna del Colegio, no se pudo lograr la impresión del Directorio. El encargo de la clasificación, los originales de impresión y la impresión misma, se le confió a diferentes colegas; por alguna razón todavía desconocida por mí, no les fue posible realizar dicho trabajo. Seguramente algún día lo lograremos. ¡En fin!

Como último esfuerzo del VIII Consejo Directivo y a invitación de una colega diseñadora industrial de la UIA (debo confesar muy a mi pesar, que no recuerdo su nombre, pero valga la oportunidad para manifestar mi reconocimiento a quien haya sido ella), quien trabajaba para Banca CONFÍA, establecimos contacto con altas autoridades de Ábaco Grupo Financiero, para promover una Tarjeta de Crédito (afinidad) entre el Banco y CODIGRAM. Se realizaron varias sesiones de negociación y establecimiento



Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995



de parámetros operativos; se aceptaron las condicionantes y se definió y firmó un contrato. Mismo que reproduzco mas adelante, puesto que creo en que se puede renovar un proyecto de esta naturaleza en beneficio de nuestro gremio Colegiado. El resultado de la iniciativa: cero.

CONVENIO PARA LA PROMOCIÓN DE TARJETAS DE AFINIDAD

Convenio para la promoción de tarjetas de afinidad que celebran por una parte CONFÍA, S.A., Institución de Banca Múltiple, Ábaco Grupo Financiero, a quien en lo sucesivo se le denominará como CONFÍA, representada por el ING. GERARDO MARTÍNEZ REYES y por la otra COLEGIO DE DISEÑADORES INDUSTRIALES Y GRÁFICOS DE MEXICO, S.A. a quien en lo sucesivo se le denominará LA ASOCIACIÓN representada por el SR. ARTURO DOMÍNGUEZ MACOUZET en su carácter de PRESIDENTE DEL VIII CONSEJO DIRECTIVO, al tenor de las siguientes declaraciones y cláusulas:

DECLARACIONES

A. Declara CONFÍA por medio de sus representantes, bajo protesta de decir verdad:

1) Ser una sociedad constituida el 25 de enero de 1932 mediante escritura pública No. 10058 pasada ante la fe del Lic. MANUEL BORJA SORIANO, Notario Público No. 47 del D.F. e inscrita en el Registro Público de la Propiedad y el Comercio del D.F., bajo el No. 718 a fojas 220, volumen 80, libro 3o., el 30 de enero de 1932, bajo la denominación de BANCO AZUCARERO, S.A., cambiando dicha denominación por escritura pública No. 21427 del 12 de Septiembre de 1977, otorgada ante el Notario Público 109 del D.F. Lic. LUIS DE ANGOITIA Y GAXIOLA e inscrita en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio bajo el No. 497 a Banca Confía, S.A., y se constituyó la Banca Múltiple por fusión con otras instituciones de Crédito.

(...)

B) Declara LA ASOCIACIÓN por medio de su representante bajo protesta de decir verdad:

1) Ser una sociedad constituida mediante escritura No. 32,629 del 8 de diciembre de 1975, pasada ante la fe del Notario Público No. 104 el LIC. JULIO SENTÍES GARCÍA e inscrita en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio, en la sección



Arturo Domínguez Macouzet

51 A.C. de Sociedades y Comercios civiles, a fojas 38 Bajo el N^o 23, Boleta N^o 55406 de fecha 10 de diciembre de 1975, registro de caja N^o 00242 de fecha 5 de enero de 1976.

(...)

Por lo anterior, las partes otorgan las siguientes:

CL A U S U L A S

PRIMERA.- CONFÍA Y LA ASOCIACIÓN, aceptan promover en beneficio mutuo, la colocación de Tarjetas de Crédito denominadas TARJETAS DE AFINIDAD en su categoría de VISA CLÁSICA INTERNACIONAL, entre miembros de LA ASOCIACIÓN y entre todas aquellas personas que mantengan alguna relación con LA ASOCIACION.

SEGUNDA.- LA ASOCIACIÓN para efectos de lo estipulado en la cláusula primera, deberá recabar las solicitudes debidamente requisitadas y firmadas conforme a los requisitos descritos en el ANEXO 1, que debidamente firmado es parte integrante de este convenio.

TERCERA.- CONFÍA analizará cada una de las solicitudes recibidas, y se reserva el derecho de expedir las tarjetas de crédito así como en su caso, establecer los límites de crédito a otorgar a las personas que previamente hayan sido seleccionadas.

CUARTA.- Cada persona seleccionada, se obligará en los términos y condiciones de las cláusulas establecidas en el contrato de apertura de crédito en cuenta corriente, por lo que cualquier relación jurídica originada por la expedición y uso de la tarjeta de crédito, se solventará entre ésta y CONFÍA.

QUINTA.- CONFÍA entregará las tarjetas de afinidad, en el domicilio indicado en la solicitud, bajo los sistemas que tenga establecidos.

SEXTA.- CONFÍA elaborará un diseño exclusivo de las tarjetas de crédito de afinidad, mismo que contemplará en el anverso el distintivo o logotipo de LA ASOCIACIÓN adaptándose a las normas que regulen este tipo de tarjetas en cuanto a imagen y volumen, LA ASOCIACIÓN, en todo caso, deberá aprobar el diseño, antes de que éste sea sometido a las autorizaciones requeridas por las normas antes mencionadas.

SÉPTIMA.- CONFÍA no cobrará a los acreditados ningún gasto adicional por el diseño o impresión de los plásticos de acuerdo a lo dispuesto por la cláusula inmediata anterior. En lo que respecta al costo por apertura y renovación se cobrará a los tarjetahabientes de acuerdo con las tarifas establecidas para el producto mencionado en la cláusula primera.

OCTAVA.- Las tarjetas de afinidad que emita CONFÍA para las personas seleccionadas conforme a lo indicado en la cláusula primera, tendrán las mismas características que las tarjetas tradicionales que CONFÍA opera.





NOVENA.- Con el fin de apoyar este programa de emisión de tarjetas de afinidad, CONFÍA cubrirá a LA ASOCIACIÓN las cantidades siguientes: 8 % sobre las comisiones siguientes:

- a) aquellas que CONFÍA cobra a los proveedores de bienes y servicios por concepto de afiliación y,
- b) las que se cargan al tarjetahabiente por las disposiciones de efectivo.

DÉCIMA.- Las aportaciones indicadas en la cláusula NOVENA, se calcularán mensualmente de acuerdo a las fechas del corte de estado de cuenta de las tarjetas de crédito de afinidad. CONFÍA podrá entregar las cantidades a que tenga derecho LA ASOCIACIÓN, a más tardar dentro de los primeros quince días hábiles del mes natural siguiente a la fecha de corte de los citados estados de cuenta, mediante cheque de caja a favor de LA ASOCIACIÓN y contra la entrega de un recibo que contenga los requisitos que las leyes y reglamentos fiscales determinen, expedido por LA ASOCIACIÓN a favor de CONFÍA.

DÉCIMA PRIMERA.- Las cantidades a que se refiere la cláusula NOVENA estarán sujetas a revisión y ajuste de acuerdo a lo que la reglamentación de este tipo de servicios permita, y además se cumpla con los acuerdos establecidos en este convenio.

DÉCIMA SEGUNDA.- CONFÍA podrá dar por terminado el presente convenio:

- a) Cuando el número de tarjetas de afinidad de LA ASOCIACIÓN, se reduzca a menos de 500, realizando la primera valuación a los dos años después de haber firmado el presente convenio.

En caso de que se diera el supuesto anterior, a los acreditados que se encuentren al corriente en sus pagos, CONFÍA les podrá sustituir su tarjeta por otra similar, sin el logotipo de LA ASOCIACIÓN.

- b) Mediante aviso por escrito de cualquiera de las partes con treinta días de anticipación, subsistiendo las obligaciones pactadas hasta el momento de darse por terminado.

DÉCIMA TERCERA.- En caso de extinción de LA ASOCIACIÓN o terminación del presente convenio, CONFÍA podrá permitir la circulación de las tarjetas de afinidad o bien suspenderlas y otorgar tarjetas del tipo tradicional sin el logotipo respectivo.

DÉCIMA CUARTA.- Queda expresamente convenido entre las partes, que LA ASOCIACIÓN necesitará autorización previa y por escrito de CONFÍA para la elaboración y distribución de cualquier propaganda en donde se haga mención de las marcas, CARNET, VISA, MASTERCARD, CONFÍA, S.A., ÁBACO, y cualquier afín a éstas.

DÉCIMA QUINTA.- Para todos los efectos legales que se deriven del presente convenio, las partes señalan sus respectivos domicilios...



Arturo Domínguez Macouzet



DÉCIMA SEXTA.- La duración de este convenio será por dos años. Al término de éste período, si no hay indicaciones en contrario por cualquiera de las partes, será prorrogado automáticamente por periodos iguales.

(...)

*México, D.F. a 15 de abril de 1993
CODIGRAM / CONFÍA
Firmas.*



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



Finalmente llegamos al capítulo de las Conclusiones. Como mencioné muy al principio -muchas cuartillas atrás- mi intención primaria con esta Tesis, fué el transmitir mis vivencias y esfuerzos a los lectores interesados en una poca de historia del CODIGRAM. Vivencias que no sólo fueron resultado de mi dedicación, sino la de muchos otros que supimos andar el camino que nos trazaron nuestros antecesores y que con decidida convicción les heredamos a nuestros sucesores, con buen ánimo y mejores deseos; con la certeza de que TODO SE PUEDE si se conjunta un equipo de calidad y decisión. Y sobre todo, reitero, con un intenso sentido de SERVICIO.

Presiento que debo ser breve en mis siguientes comentarios como breve resultó finalmente, el período de seis años en los que tuve la oportunidad de asistir a mi gremio. Quedaron muchas cosas por hacer. Algunas de ellas ya fueron mencionadas aquí, otras -como por ejemplo la formación de la "Federación de Colegios de Diseñadores" o la del "Consejo Nacional de Diseño" contemplada en el Estatuto del Colegio- que no se desarrollaron en este trabajo, fue especialmente por falta de oportunidad. Estoy cierto de que habrá circunstancias favorables para hacerlo más adelante.

**"DORMÍ Y SOÑÉ
QUE LA VIDA
ERA ALEGRÍA.**

**DESPERTÉ Y VÍ
QUE LA VIDA
ERA SERVICIO.**

**SERVÍ Y DESCUBRÍ
QUE EN EL SERVICIO
SE ENCUENTRA LA
ALEGRÍA."**

R. TAGORE

El espíritu que sostiene esta Tesis, deberá verse reflejado en el aprovechamiento de su contenido en aquellos que pretendan recibir información para comprender el porqué de las cosas durante este período.

Las aportaciones -o *contribuciones*- a la promoción y difusión del diseño profesional, tuvieron sentido en la medida en la que coadyuvamos al desarrollo y apreciación del diseño mexicano. La responsabilidad correspondió a quienes nos lo propusimos; el valorar los resultados ya no nos corresponde, es a la comunidad de diseño a quien tocará ahora el juzgarnos. El tiempo lo dirá. Sin embargo, considero que no es tan importante el juicio de valor en cuanto al éxito o fracaso inmediatos, sino a las consecuencias; de beneficio tangible, evidente y medible.

Quizá una primera conclusión, es que valió la pena el denuedo con el que se trabajó. Cuando a través de la vida se van cumpliendo metas propuestas, ello alimenta y alienta. Aquellos estudiantes de diseño, jóvenes con ilusiones y



Arturo Domínguez Macouzet



esperanzas en el futuro, que perciben la labor positiva de los "viejos", seguramente les dará dirección a sus empeños futuros; sabrán que si existen oportunidades, aceptarán que así como hay quienes se decidieron a abrir caminos, así ellos tendrán que hacerlo con los siguientes; como un círculo de compromiso y voluntades: crear espacios, trazar alternativas, dirigir una luz en las posibilidades de desarrollo.

Nuestra profesión sigue siendo ignorada, desesperantemente desconocida por quienes manejan los recursos productivos, y no solamente en nuestro país; las oportunidades de trabajo no son demasiadas, más bien son sumamente competidas. Y sin embargo... México cuenta con magníficos diseñadores, con experiencia en diferentes áreas de trabajo, con instalaciones altamente competitivas.

El gremio cuenta también con Asociaciones diversas que ofrecen distintas representaciones y en sus miembros está el que sean operativas; el que sus funcionarios cumplan con sus obligaciones en respuesta a sus responsabilidades contraídas con sus agremiados que confiaron en ellos, con o sin el ejercicio del voto.

Para el ejercicio del diseño profesional en México, existen extraordinarias instituciones de enseñanza superior; diseñadores-profesores de tiempo completo; talleres con equipamiento suficiente para la capacitación y posterior desarrollo; bibliotecas; centros de cómputo; etc. Existen Congresos, simposiums, asambleas, concursos, becas; herramientas, maquinaria y asesorías especializadas. Posgrados a los que asisten colegas de otros muchos países. También podemos encontrar industriales -empresarios- que apuestan sus recursos y su prestigio contratando a diseñadores mexicanos.

No he podido entender o ¿aceptar? las razones de nuestro estatus en el sector industrial dentro de las actividades con impacto en la economía nacional. ¿Falta madurez gremial? ¿O quizá capacidad para resolver realmente las necesidades de las empresas? ¿Nos educan con la consciencia de la humildad y a la vez nos hacen conscientes de la gran trascendencia del ejercicio de nuestra profesión? ¿Quizá sea cierta la ignorancia y ceguera de los empresarios, que se niegan a "invertir" en diseño? Cada uno, deberá formarse su criterio y obtener sus propias respuestas según su experiencia personal y según su *actitud* ante quienes han confiado en ellos y frente a los retos que se le han presentado...

Es a través de Instituciones como el CODIGRAM, CODIGRAP y CODIGRAQ dentro del gremio de diseño, como de mejor manera

CONCLUSIONES



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



se deberían proyectar y transmitir las inquietudes de los que quieran trascender y compartir sus capacidades profesionales. Los Colegios, son las instituciones democráticas representativas de los derechos y obligaciones que se adquieren con la Sociedad en la práctica profesional. Queda en la conciencia de cada diseñador el retribuir con su presencia activa, algo de los beneficios que adquirieron al través de su preparación académica. El hacer sólida a una institución, se está fortaleciendo a la profesión. Los jóvenes diseñadores, adquirirán conciencia gremial siempre y cuando la Institución que los representa, sea digna de su aprecio y valoración. Y ellos, los jóvenes, son la garantía de permanencia y evolución de los Colegios. Sólo con resultados concretos es como se interesarán y se decidirán a actuar. Este es un gran compromiso: motivar con hechos, la inclusión creativa de nuevos agremiados.

Si los participantes en los Consejos Directivos no son conscientes de la trascendencia de sus acciones, y no se proponen objetivos que especialmente conduzcan a la promoción y difusión del diseño profesional mexicano en sus respectivas áreas de influencia, no obtendrán reconocimiento ni respeto a su institución ni a sus personas.

Los Colegios de Diseñadores en el país, deberán desarrollar proyectos de beneficio no solamente para sus agremiados, sino también para la industria, el comercio y la sociedad productiva en general, con un sentido de procurar la mejora en la calidad de vida de su población.

Es responsabilidad de aquellos a quienes les corresponde dirigir y coordinar una Institución de representación, el actuar con cordura y madurez, y particularmente están obligados a desarrollar un sentido político-gremial. Considero a la política como el arte de lograr la convivencia; del despliegue de las capacidades personales para cumplir con el compromiso adquirido que es principalmente, el beneficio de la Institución y que será por ende el de sus agremiados. El respeto a los estatutos, procedimientos, y protocolos; el cuidar las formas; el conocer los antecedentes -la historia- para actuar con calidad y dignidad, hará que fructifiquen y aprecien sus esfuerzos.

En el caso específico del CODIGRAM, los expresidentes históricamente han sido respetuosos de las decisiones, actividades y compromisos de los Consejos Directivos en turno; seguramente por que sabemos cuán difícil y exhaustivo resulta esta posición. Algunos Consejos Directivos han podido hacer más que otros, es cierto, y esta diferencia de resultados ha sido más por las circunstancias y capacidades, que por una falta de buena voluntad o de entusiasmo.



Arturo Domínguez Macouzet



Los Consejos Directivos han sabido heredar compromisos y responsabilidades. Han sabido mantener el liderazgo y han demostrado el orgullo de pertenencia y presencia gremial sin falsas posturas ni sencillez fingida. Indefectiblemente se heredan amigos y enemigos (que siempre habrá unos y otros) y con ello han garantizado la solidaridad y apoyo de sus predecesores. En la mayoría de los casos, la política gremial ha tenido un enfoque similar: la realización de proyectos específicos que demuestran la capacidad de convocatoria en beneficio no solamente de los miembros del CODIGRAM, sino del gremio en general. Evidentemente, todos los Consejos Directivos han cometido omisiones y no les ha sido posible realizar todo aquello que se propusieron en el inicio de su gestión, y por ello han dejado a sus sucesores diversos vicios y fallas especialmente de índole administrativo (por ejemplo, en el período del VIII Consejo Directivo el cual me correspondió Presidir, se logró la protocolización ante notario por primera vez, desde que se fundó el Colegio en el año de 1975) y por supuesto, en la relación entre Asociaciones y entre particulares. Ello ha sido y seguirá siendo, parte del compromiso adquirido.

Prudencia, solidaridad, respeto, espíritu de competencia y diferenciación, deben ser las premisas de los Consejos Directivos del CODIGRAM para poder mantener en alto el prestigio y preservar el liderazgo, como hasta la fecha ha venido sucediendo.

Mis más altas consideraciones a quienes aceptan el reto de entregar sus esfuerzos y voluntades en favor de nuestra Institución. Mis respetos a quienes con humildad, aceptan y hacen patente las capacidades y éxitos de otros colegas; a quienes saben respetar las circunstancias y oportunidades de los propios y los contrarios; a quienes saben percibir las carencias de sus oponentes y aún así, actúan con tolerancia; a quienes desarrollan su sensibilidad para seleccionar acertadamente a sus colaboradores y asociados, con el único propósito de obtener resultados positivos.

He transcrito a través de este trabajo, diversos documentos con el afán de ser preciso dada la estructura con la que se desarrolló esta Tesis: *testimonio* de una etapa de promoción del diseño.

Por último presentaré algunas partes del discurso que formulé en la ceremonia de Toma de Posesión del IX Consejo Directivo, mismo que se llevó a cabo en un pequeño auditorio de Bancomext el 16 de abril de 1993; fecha que significó el término de una etapa en mi vida profesional como Presidente del CODIGRAM.





"Lic. Humberto Molina
Director General Adjunto
BANCOMEXT.

Lic. Carlota Chávez
Jefa de Departamento de Colegios de la
Dirección General de Profesiones.

D.I. Luis Lazcano
Presidente de la Junta de Honor del CODIGRAM.
Honorables Miembros del Presidium.

Estimados Colegas :

... Nuestra Asociación alcanzó un nivel de madurez y de interés participativo tal, que por vez primera en dieciocho años se modificó su estructura organizacional interna, aprobada por unanimidad en Asamblea, para facilitar un mejor servicio a partir del Octavo Consejo Directivo.

... A propuesta e interés del CODIGRAM y de su propio Presidente, se establecieron negociaciones con BANCOMEXT con objeto de motivar y propiciar la creación de un Centro Mexicano de Diseño, para dar la respuesta y la alternativa creativo-productiva que requiere con urgencia nuestra industria mexicana de exportación, como la de producción local. Dicha propuesta fue recibida con gran interés por el Lic. Molina aquí presente, y con el cual se continuarán las negociaciones y planteamientos generales en la definición de dicha organización.

La invitación al Banco para adherirse a este proyecto, fue resultado de una intensa y exhaustiva campaña de promoción de más de tres años. Ha requerido de una significativa inversión de parte de los que hemos trabajado para su realización y lo hemos hecho como representantes del CODIGRAM. Este es quizá, el proyecto más ambicioso de nuestra Asociación, y al que más recursos se le han invertido, dada su importancia tanto nacional como internacional.

Me parece esencial que el Centro de Diseño se plantee como iniciativa CODIGRAM-BANCOMEXT y que opere en asociación con otras dependencias públicas y privadas y con la representatividad de las universidades como la UNAM, la UIA, la UAM, etc., todas aquellas que han demostrado tener una organización y un nivel académico serio. En este Centro de Diseño por su importancia, por sus alcances y por su naturaleza multidisciplinaria de nuestras profesiones, se hará necesaria la participación de especialistas de otras profesiones y de otras Asociaciones gremiales. Como diseñadores deberemos estar abiertos a las colaboraciones que enriquezcan a este proyecto,



Arturo Domínguez Macouzet



pero también vigilantes para que no se desvirtuen los objetivos que hemos perseguidos a lo largo de la historia de nuestro colegio... con la participación efectiva de los agremiados deberemos seguir con el camino ya trazado; así el CODIGRAM será mucho más que un membrete alejado de los profesionales y nunca deberá ser utilizado para provecho y lucimiento personal.

...-Se promueve también con BANCOMEXT la impartición a corto plazo del Seminario de Sensibilización y Motivación del Diseño Industrial y Gráfico, dirigido exclusivamente a empresarios exportadores; paralelamente se incluirá también a corto plazo a los diseñadores colegiados que así lo ameriten dentro del Programa de Expertos del Centro de Servicios al Comercio Exterior.

-Se deja al IX Consejo Directivo un estado financiero saludable con reportes contables actualizados, con libros de Actas de Asambleas de Cambios de Consejos Directivos actualizados y protocolizados ante notario. Así como un seguimiento claro y definido de actividades a realizar con la Dirección General de Profesiones, dependencia a la cual estamos obligados en apego al Derecho Gremial. Así mismo se legan los futuros ingresos por derechos de autor y la coordinación de diferentes eventos.

...-Se logró sin lugar a dudas unificar a nuestro gremio por medio de la consigna de servicio, responsabilidad y trabajo.

...Dejo mi cargo como Presidente del Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, A.C. con la certeza de haber dedicado a él todo mi empeño, entusiasmo, experiencia profesional y recursos instalados, puesto que así lo exigía la responsabilidad que ustedes me confiaron.

Hubo quienes no siendo del gremio de diseñadores se sumaron desinteresadamente a nuestros esfuerzos y actividades, sabiendo que con ello realizaban acciones de gran trascendencia. Hubo quienes no se rindieron ante el esfuerzo no remunerado en beneficio de nuestra Institución por la simple razón del compromiso profesional y para corresponderle a nuestra profesión algo de lo mucho que nos ha aportado: la fortuna y privilegio de la creatividad: la oportunidad de que con su entrega y oficio están diseñando un México mejor.

...Espero se me permita seguir colaborando con esta gran Institución que me hizo conocer mis carencias y limitaciones, pero también mis recursos y que me dio la oportunidad de relacionarme con colegas de gran valla...

Muchas gracias



73



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



TODO ESFUERZO
QUE NO ES SOSTENIDO, SE PIERDE
Gabriela Mistral

D1) PROPUESTAS

En la preparación de este trabajo descubrí, no sin sorpresa, que durante mi participación directa en el CODIGRAM (1989-1995) escribí más de mil cuartillas conteniendo discursos, entrevistas, reportajes, cartas oficiales, solicitudes, proyectos, boletines, concursos, etc.; dicté cerca de cuarenta conferencias, participé en diversas ceremonias oficiales y privadas; me correspondió establecer proyectos de participación con otras Asociaciones de diseño como el convenio con el Consejo de Diseñadores Gráficos de México, A.C. para la convocatoria del PREMIO DE DISEÑO QUORUM / CODIGRAM, el convenio con CANACINTRA, NAFIN Y BANCOMEXT; BANCA CREMI, la UNAM, la UAM-A y la Universidad del Valle de México; CONMASA, GRUPO ARTEFACTUM, ALADI, SECOFI, SEP, el Gobierno del Estado de Guerrero, etc.; GRUPO EDITORIAL IBEROAMERICA, SOMOHANO EDICIONES; participé en la coordinación de los tres Congresos Nacionales de Diseño que hasta la fecha se han organizado en México; se renovaron relaciones con las Asociaciones de representación internacional como ICOGRADA e ICSID; realicé viajes de representación a Milán, Barcelona, Glasgow, La Habana; Guadalajara, Monterrey, Puebla, Querétaro, Morelia, Cuernavaca, Acapulco, Toluca, Veracruz, San Luis Potosí, entre otras; me entrevisté con Secretarios de Estado, diversos Directores Generales del sector Bancario, del Departamento del Distrito Federal, de diversas Cámaras y Asociaciones Civiles y privadas; todo ello con el único objetivo de promover a las profesiones del Diseño Industrial y del Diseño Gráfico.

Sin embargo falta muchísimo por hacer para beneficio del diseño mexicano. Las oportunidades aunque parecen pocas, no lo son. Uno mismo debe ser quien propicie y fomente permanentemente las actividades que conduzcan a la difusión del diseño. No solamente los funcionarios de las Asociaciones, sino cada quien en su centro de trabajo.

Para dar término a esta tesis, considero conveniente mencionar algunas actividades que se deberían de promover y en su caso continuar, dentro del CODIGRAM o de los Colegios de Puebla y de Querétaro. Diversas ellas en su complejidad y necesidades de organización, sin embargo, conducirán a una



Arturo Domínguez Macauzet



mejor representación y sin duda a una sostenida *promoción* de las profesiones del diseño:

- Reglamentar los procedimientos de elecciones para cambios de Consejos Directivos y Juntas de Honor; con objeto principalmente de evitar escisiones futuras.

- Establecer lineamientos de sucesión en cuanto a: Registro ante Notario, trámite de firmas en chequeras y actos de dominio, contabilidad fiscal, reportes financieros y contables.

- Mayor participación en foros organizados por la Dirección General de Profesiones, e incrementar la relación político-gremial con ellos.

- Obtener una Sede permanente, que contenga instalaciones adecuadas para ofrecimiento de servicios a los agremiados.

- Revisar el Estatuto y Código de Ética, por lo menos cada cuatro años.

- Motivar la inscripción a los Colegios en sus distintas Categorías.

- Crear el "Consejo Nacional de Diseño" ya contemplado en el Estatuto del CODIGRAM (Art. 26b.- y Art.-26c); en base a él, el D.I. Juan Gómez Gallardo en una propuesta que presentó al Colegio en el año de 1988, dice en el capítulo Definición: "El Consejo Nacional de Diseño es un órgano creado para coordinar las actividades que se realizan en el país relacionadas con la promoción y difusión del Diseño, así como a la superación y relaciones de los diseñadores a nivel Nacional, respetando siempre la autonomía y atribuciones propias de sus componentes"...

- Fomentar la creación de otros Colegios de Diseñadores en el país, y con ello,

- Crear la Federación de Colegios de Diseñadores.

- Reglamentar el nombramiento de Peritos por Especialidades.

- Promover el nombramiento de nuevos Miembros Honorarios y Curriculares.

- Organizar, a conveniencia del gremio, un eficiente Centro Mexicano de Diseño; alejado de intereses políticos ajenos al de los diseñadores mexicanos.

- Mantener la organización de los Congresos Nacionales de Diseño Industrial y Gráfico.

- Continuar con el Simposium de Diseño; tribuna específica para la relación con la iniciativa privada y el gobierno federal.

- Continuar publicando Libros de Diseño, especialmente en la promoción del trabajo profesional de los diseñadores colegiados. Llegarán a ser seguramente, muy apreciados dentro y fuera del país.

- Actualizar y publicar los Aranceles por Servicios de Diseño.

- Organizar y convocar diferentes Concursos de Diseño y participar en "todos" los concursos de diseño que se organicen





por particulares y de iniciativa gubernamental. Es una prerrogativa de los Colegios, para garantizar la calidad del trabajo profesional y del Jurado Calificador.

- Crear el Premio Nacional de Diseño Industrial y Gráfico, por categorías y por especialidades.

- Acrecentar las relaciones con otras Asociaciones afines... que promuevan realmente la actividad del diseño profesional.

- Asesorar permanentemente a las instituciones de Enseñanza Superior, con convenios de participación.

- Propiciar la difusión personal de los diseñadores mexicanos que lo merezcan, es decir, exaltar los logros obtenidos en lo individual; para que sirvan de ejemplo a la comunidad.

- Publicar periódicamente un boletín informativo del(los) Colegio(s), donde se publique además de las actividades y proyectos a futuro, el trabajo profesional de distintos colegios.

- Mantener siempre en alto el buen nombre de la Institución, como premisa de operación y

- Hacer respetar el trabajo de los funcionarios de los Colegios por parte de sus respectivos agremiados; bajo sanciones diversas contempladas en su Estatuto u otras que se consideren oportunas.

Estoy cierto de que a quienes corresponda coordinar los esfuerzos futuros del CODIGRAM, no les resultará fácil el camino. El México de hoy se encuentra en transición y seguramente será para beneficio de nuestra población; es doloroso crecer; desarrollo implica adaptación a las circunstancias, a las necesidades. Nuestras profesiones de diseño y los diseñadores en particular, hemos transitado por una serie de episodios -todos ellos difíciles e inciertos- que nos han de llevar próximamente a la madurez y a la identificación de nuestra personalidad como partícipes directos del cambio; como actores protagónicos y líderes en nuestro ámbito laboral; como seres con creatividad y responsabilidad.

Mencioné al principio de este trabajo, que una de las preocupaciones trascendentales de los jóvenes estudiantes, es su destino profesional; y que al ser una preocupación legítima, deben buscar oportunidades que satisfagan sus expectativas. Para ello he tratado de transmitir, al través de esta tesis, que la mejor opción, es dedicar el desarrollo de nuestras capacidades para una institución, llamada en este caso: el CODIGRAM. La

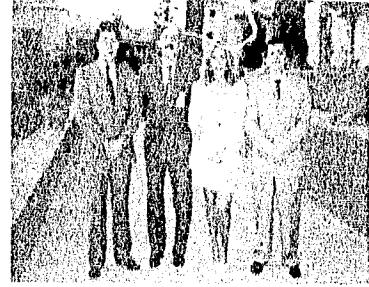


Arturo Domínguez Macouzet



satisfacción del servicio no tiene límites. *Al servirnos unos a otros, nos volvemos libres.* El apoyarnos, solidarizarnos y comprometernos entre nosotros, para nosotros, nos traerá indefectiblemente, beneficios comunes. Debemos aplicar nuestros conocimientos, experiencias y sensibilidad, en favor de instituciones como los Colegios de diseñadores, para hacerlos trascender; para justificar la educación que recibimos; para corresponder a quienes nos procuraron sus cuidados y atenciones académicas y profesionales: maestros, compañeros, jefes, colegas, amigos...; el compromiso debe ser permanente.

Debemos encontrar siempre lo mejor de nosotros y destinarlo al progreso de nuestras comunidades.



74



CODIGRAM

1976-1996

..... **AÑOS**

CIUDAD DE MÉXICO,
MAYO DE 1996

75

**LOS TRIUNFADORES NO SON OTRA COSA MAS,
QUE LOS VERDADEROS Y FIELES
AMANTES DE SU TRABAJO
*copiado de una barda***



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



Por razones de diagramación, me fue necesario presentar por separado los "pies de foto", y puesto que al ser posiblemente la única oportunidad de publicar estas "aportaciones", considero legítimo el presentar algunas referencias visuales que refuercen al lector, de lo escrito en este documento.

Aparezco en la mayoría de las referencias fotográficas; ello no es una mera coincidencia, ya que en mis archivos personales guardo con aprecio las que me fueron obsequiadas por diferentes fotógrafos, como testimonio de mi intervención en diferentes sucesos gremiales. Al referirme a mi persona abreviaré mi nombre con las siglas: ADM.

pág. 1

1) Caricatura realizada como apoyo a una entrevista que me hicieron en la revista: el "Informador Industrial" No. 11, de agosto de 1991.

pág. 9

2) Logosímbolo del Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, A.C. CODIGRAM. Diseñado por: D.I. Manuel Álvarez Fuentes, durante el período del II Consejo Directivo. Como dato: la primera imagen gráfica del CODIGRAM, que consistió en el uso de elementos tipográficos (logotipo), la diseñaron las D.G. Elena Benard Calva e Yvonne Fernández Pino, en el año de 1975.

pág. 17

3) Portada de "Estatutos y Código de Ética Profesional". Reimpresión para distribución al gremio colegiado. 1991.

pág. 25

4) Volante promocional planilla "Creatividad'88", para las elecciones del VII Consejo Directivo. Diseñado e impreso por la D.G. Rebeca Martínez Suárez.

pág. 27

5) Miembros del Comité Electoral, en acto de escrutinio para las elecciones del VII Consejo Directivo y Junta de Honor. D.I. Mauricio Moyssén Chávez; D.I. Gilberto Vicario Veloz y D.I. Javier Castellort Vila. 19 de enero de 1989.

6) D.I. Mauricio Moyssén Chávez; D.I. Gilberto Vicario Veloz; D.I. Javier Castellort Vila; D.I. Emilio Martínez de Velazco, Presidente saliente y D.I. Oscar Salinas Flores.

7) Toma de posesión del VII Consejo Directivo: D.G. Alfonso Méndez Sánchez; ADM, Presidente electo; D.G. Rebeca Martínez Suárez, Vicepresidenta y D.I. Octavio García Rubio.

pág. 29

8) Reunión convocada por el VII Consejo Directivo en desayuno Hotel Paraíso Radisson. D.I. Edgar Pérez Marín; D.I. Octavio García Rubio; D.I. Laura Figueroa Alcocer; ADM; D.G. Rebeca Martínez Suárez; D.I. Luis Soto Walls y D.G. Enrique Fortunat. Enero de 1990.

pág. 31

9) Boletín No. DOS del VII Consejo Directivo.

pág. 33

10) Logosímbolo del Primer Congreso Nacional de Diseño Industrial y Gráfico. Diseñado por: C&L Consultores en Diseño; quienes fueron ganadores del concurso por invitación que se realizó para obtener nuestra imagen.

pág. 35

11) Primer Cartel alusivo al Primer Congreso Nacional de Diseño Industrial y Gráfico. Expodiseño México'90.

12) Segundo Cartel alusivo al Primer Congreso Nacional de Diseño Industrial y Gráfico. Expodiseño México'90. Patrocinado por el D.G. Carlos Trillas Salazar.

pág. 41

13) Cartel-Convocatoria a la Asamblea General Ordinaria, para cambio de Consejo Directivo y Junta de Honor. 25 de abril de 1991. Diseñado e impreso por D.I. Raúl Torres Maya.

pág. 43

14) Arq. Jesús Aguirre Cárdenas, dirigiendo unas palabras a la Asamblea, con motivo de su nombramiento como miembro Honorario del CODIGRAM. Museo Franz Mayer, el 25 de abril de 1991.

pág. 59

15) Vista parcial del Stand que presentó el CODIGRAM durante el Congreso de



Arturo Domínguez Macouzet



ALADI. Hotel Camino Real, Cd. de México, del 12 al 15 de noviembre de 1991.

pág.61

16) Cartel alusivo al Simposium: "El diseño mexicano y su impacto en el mercado global". Coorganizado por SECOFI y CODIGRAM. Febrero de 1992.

pág. 63

17) Portada de la presentación del Director General de BANCOMEXT, Dr. Humberto Soto Rodríguez, para su ponencia en el Simposium de diseño. Él mismo, denotó la importancia que tendrá en el futuro próximo el diseño en nuestro país.

pág. 73

18) El Director de Colegios de Profesionistas, Lic. Guillermo Ornelas, en la ceremonia de entrega de "credencial oficial" como Perito Diseñador, al D.G. Carlos Trillas Salazar; como testigo ADM. Sede: Dirección General de Profesiones. Octubre de 1990. A la fecha, nuestro colega Carlos Trillas es el único Perito Diseñador con credencial oficial, expedida por Profesiones y por CODIGRAM.

pág. 105

19) En la reunión que se organizó en las oficinas de BANCOMEXT, para discutir sobre la viabilidad de un Centro de Diseño en México. D.I. Raúl Torres Maya; ADM y D.G. Deborah Velázquez. La reunión fue convocada por el propio Banco y por CODIGRAM. 15 de febrero de 1993.

20) En la misma reunión, asistentes miembros del Consejo Directivo del ICSID.

pág. 151

21) Desplegado que se publicó en el Excélsior, para convocar a la comunidad colegiada, a participar en el primer libro de diseño en México. Octubre de 1990.

22) Portada del Libro: Diseño Mexicano/ Industrial y Gráfico. En base al diseño de Luis Almeida y fotografía de Lourdes Alrneida.

pág.153

23) Diseñador Deane Richardson, Presidente de ICSID y ADM. Le fue obsequiado un ejemplar del libro Diseño Mexicano. 15 de Febrero de 1993.

pág. 155

24) Diseñadora Mai Felip Hósselbarth, Directora del Barcelona Centro de Diseño BCD y Presidenta del ICSID. Le fue obsequiado un ejemplar del libro Diseño Mexicano. 2 de Octubre de 1993.

pág. 157

25) Lic. Roberto Sánchez de la Vara, Presidente de CANACINTRA y ADM. Ceremonia de firma de Convenio con CODIGRAM y obsequio de un ejemplar del libro de Diseño Mexicano. Febrero de 1992.

pág. 159

26) Cuatro expresidentes del CODIGRAM: M.D.I. Oscar Salinas Flores, Presidente del III Consejo Directivo; D.I. Rafael Cal y Mayor Leach, Presidente del IV Consejo Directivo; ADM, Presidente del VII Consejo Directivo y D.I. Juan Gómez Gallardo Latapí, Presidente Fundador; durante la presentación del libro Diseño Mexicano, en el Museo de Arte Moderno. Cd. de México. 18 de junio de 1992.

pág. 161

27) Cara frontal de invitación para la presentación del libro Diseño Mexicano en el Museo de Arte Moderno. Cd. de México. 18 de junio de 1992.

28) Cara interior de invitación para la presentación del libro Diseño Mexicano en el Museo de Arte Moderno. Cd. de México. 18 de junio de 1992.

29) Lic. Humberto Molina Medina, Director Adjunto de Promoción de BANCOMEXT, como ponente y ADM en la presentación del libro Diseño Mexicano, en el Museo de Arte Moderno. Cd. de México. 18 de junio de 1992.

pág. 167

30) Portada del libro: Diseño Mexicano / Industrial y Gráfico 2. Presentado durante el tercer Congreso Nacional de Diseño, en la Cd. de Acapulco, Gro. 17 de marzo de 1995.

pág. 169

31) Panorámica exterior de la sede del primer Congreso Nacional de Diseño. CICM. Cd. de México. Febrero de 1990.

32) Panorámica del escenario en el Auditorio del CICM. Primer Congreso Nacional de Diseño. Febrero de 1990.

ÍNDICE GRÁFICO



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



pág. 170

33) D.I. Juan Gómez Gallardo Latapí, ponente inaugural del Primer Congreso Nacional de Diseño, en su calidad de Presidente fundador del CODIGRAM. CICM. Cd. de México. 20 de febrero de 1990.

34) Ceremonia de inauguración del Primer Congreso Nacional de Diseño, presidida por el Lic. Patricio Chirinos Calero, Secretario de SEDUE; a su derecha, D.G. Rebeca Martínez Suárez, Vicepresidenta CODIGRAM y ADM. CICM. Cd. de México. 20 de febrero de 1990.

35) Corte del listón, para inauguración de la Expodiseño México'90. Arq. Pedro Ramírez Vázquez; Lic. Patricio Chirinos Calero y ADM. CICM. Cd. de México. 20 de febrero de 1990.

pág. 171

36) Ponencias durante el Primer Congreso. D.I. María Aguirre Tamez y Prof. Horacio Durán Navarro.

37) Visita del Regente del DDF, Manuel Camacho Solís, a la ExpoDiseño México'90.

38) Panorámica de la ExpoDiseño México'90.

pág. 172

39) Cartel alusivo al Segundo Congreso Nacional de Diseño Industrial y Gráfico. Diseño: D.G. Consultores en Diseño. Sede: CICM. Cd. de México. 16 a 19 de marzo de 1993.

40) D.I. Raúl Torres Maya, como moderador en la ceremonia de Inauguración del Segundo Congreso Nacional de Diseño Industrial y Gráfico. marzo de 1993.

pág. 173

41) Promocional del Segundo Congreso Nacional de Diseño.

42) Presidium ceremonia de inauguración en el Segundo Congreso Nacional de Diseño.

43) Recorrido de la Expodiseño'93. Ing. José Luis Soberanes, subsecretario de SEDESOL, quien fue ponente inaugural; ADM y M.D.I. Oscar Salinas Flores, presidente del Comité Organizador del Segundo Congreso Nacional de Diseño; en el stand del CODIGRAM.

pág. 174

44) Pieza promocional del Segundo Congreso Nacional de Diseño. Diseño:

D.G. Luis Humberto Muñoz Parceró / SICRESA.

45) Panorámica ceremonia de inauguración del Segundo Congreso Nacional de Diseño.

pág. 175

46) Recorrido en la Expodiseño'93. Ing. José Luis Soberanes; ADM y M.D.I. Oscar Salinas Flores.

47) Vista parcial Expodiseño'93.

48) Ing. José Luis Soberanes. Expodiseño'93.

pág. 176

49) Cartel alusivo al Tercer Congreso Nacional de Diseño Industrial y Gráfico. Diseño: M.D.I. Luis Carlos Herrera y D.I. Sebastián Pell Valdés. Sede: Centro Cultural y de Convenciones, Acapulco, Gro. 17 a 21 de marzo de 1995.

50) Ponencias durante el Tercer Congreso Nacional de Diseño. D.I. Laura Figueroa Alcocer, Presidenta del IX Consejo Directivo y D.I. Rafael Cal y Mayor Leach, Presidente del Comité Organizador.

pág. 177

51) Panorámica del Presidium en ceremonia de inauguración del Tercer Congreso Nacional de Diseño. 17 de marzo de 1995.

52) Ponencias durante el Tercer Congreso Nacional de Diseño. Sr. Pep Sarid de Barcelona, España y M.D.I. Luis Soto Walls.

53) Antropóloga María Esther Echeverría Zuno y D.I. Rafael Cal y Mayor Leach.

pág. 178

54) Entrevistas realizadas por el diseñador Félix Beltrán, durante el desarrollo del Tercer Congreso Nacional de Diseño, con el Prof. Horacio Durán Navarro.

55) Con M.D.I. Fernando Martín Juez.

56) Con el diseñador Ramón Benedito de Barcelona, España.

pág. 179

57) Portada de las Memorias del Tercer Congreso Nacional de Diseño. Editada por la Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco. Coordinación: Félix Beltrán y la Lic. Milagros Fuentes.

58) Panorámica de la Expodiseño Acapulco'95. Centro Cultural y de Convenciones, Acapulco, Gro. Marzo de 1995.



Arturo Domínguez Macouzet



59) Expresidentes CODIGRAM reunidos con motivo del Tercer Congreso Nacional de Diseño. De derecha a izquierda y por orden de periodo presidencial (todos diseñadores industriales): Juan Gómez Gallardo; Carlos Ojeda; (faltó: César Fernández de la Reguera); Oscar Salinas; Rafael Cal y Mayor; Emilio Martínez de Velazco; ADM; Laura Figueroa.

pág. 183

60) Portada de la publicación: "Importancia de los Aranceles de Servicios Profesionales" por el D.I. Manuel Álvarez Fuentes. Editado por el CODIGRAM con motivo del Seminario de Actualización Profesional. 1986.

pág. 187

61) Reunión que se realizó en la sede del CODIGRAM, con motivo de la reunión BANCOMEXT/CODIGRAM/BCD (Barcelona Centro de Diseño) el 2 de octubre de 1993. D.I. Javier Bravo Ferreira; D.G. Abelardo Rodríguez; D.I. Marcela Castro Cantú; D.I. Raúl Torres Maya y de perfil, M.D.I. Fernando Martín Juez.

62) En la misma reunión: D.I. Martín Clavé Almeida; Manuel Palencia del BCD; D.I. Raúl Torres Maya; Mai Felip del BCD; D.I. Renato Garza González y de perfil, D.I. Luis Equihua Zamora.

pág. 189

63) En Glasgow, Escocia, durante el Congreso ICSID/ICGRADA/IFI y como representantes del CODIGRAM, en busca de la sede para México del Congreso de ICSID/ICGRADA'97. D.I. Martín Clavé Almeida; ADM y D.G. Deborah Velázquez. Septiembre de 1993.

pág. 197

64) Panorama de la sesión de Asamblea de ICSID/ICGRADA en Glasgow, Escocia, donde se presentó la propuesta del CODIGRAM junto con Trama Visual, para la organización del Congreso ICSID/ICGRADA en México en el año de 1997.

pág. 199

65) Logosímbolos de los tres Colegios de Diseñadores: CODIGRAM (Ciudad de México) / CODIGRAP (Puebla) / CODIGRAQ (Querétaro). Se acordó entre los tres Colegios, que se usara la misma imagen gráfica del CODIGRAM y cada uno se distinguirla con el uso de diferentes colores y por supuesto, de las

siglas: CODIGRAM color rojo, CODIGRAP color azul y CODIGRAQ color verde.

pág. 205

66) Cartel-Convocatoria para el Concurso Nacional de Diseño Gráfico: "La imagen de México en ferias y exposiciones internacionales de carácter comercial". Convocado por SECOFI, BANCOMEXT y CODIGRAM. Febrero de 1992.

67) Primer Lugar: D.I. Eduardo Francisco Malanco Zamora.

68) Segundo Lugar: D.I. Lastenia Stephan Otto.

69) Mención Honorífica: D.I. Sebastián Pell Valdés.

pág. 207

70) Mención Honorífica: D.G. Rebeca Martínez Suárez.

71) Reconocimiento por la participación en el concurso.

72) D.I. Lastenia Stephan Otto, recibiendo el Reconocimiento al segundo lugar del Concurso Nacional de Diseño Gráfico, de manos del Lic. Antonio Argüelles, Oficial Mayor de la SECOFI; el Lic. Humberto Molina de BANCOMEXT y ADM del CODIGRAM. Torre SECOFI, 5 de junio de 1992.

pág. 225

73) ADM, en representación del CODIGRAM.

pág. 229

74) D.I. Ismael Ortiz Ramírez, Presidente Fundador del CODIGRAQ; ADM, Presidente de la Juntas de Honor del CODIGRAM y del CODIGRAQ; D.I. Laura Figueroa Alcocer, Presidenta del IX Consejo Directivo del CODIGRAM y M.D.I. Luis Carlos Herrera Gutiérrez de Velasco, Presidente Fundador del CODIGRAP. Fotografía tomada durante el Segundo Simposium Nacional de Diseño, en Juriquilla, Querétaro, Hotel Misión Park Plaza del 10 al 12 de marzo de 1994.

75) Logosímbolo para el Veinte Aniversario del CODIGRAM. Diseño: D.I. Sebastián Pell Valdés. Mismo que fue usado durante el Tercer Congreso Nacional de Diseño, en Acapulco, Gro.1995.





ANEXO ÚNICO

DEL

CAPÍTULO

C7) ARANCELES

(Pág. 185)



*Aportaciones a la Promoción y Difusión
del Diseño Profesional Mexicano
1989 - 1995*



CENTRO NAFIN

Manual general 1992
Red de Diseño Industrial y Gráfico

Listas de precios y servicios Red de Diseño Industrial y Gráfico CENTRO NAFIN

NAFIN EMF. 1

Diseño Gráfico / Empaque (Etiqueta Unica).

Fases del proyecto y técnicas de presentación	Micro empresa o proyecto sencillo		Empresa pequeña o proyecto mediano		Empresa mediana o proyecto complejo	
	No. Alternativas	No. Presentaciones	No. Alternativas	No. Presentaciones	No. Alternativas	No. Presentaciones
Recopilación de información Conferenciación interna	■ N/A	■ N/A Interno	■ N/A	■ N/A Interno	■ N/A	■ N/A Interno
Desarrollo de Diseños Modelos en serigrafía o laser color.	■ 2	■ 1 Presentación	■ 2	■ 1 Presentación	■ 3	■ 1 Presentación
Refinamiento de Diseño (s). Modelos en serigrafía o laser color.	■ 1	■ 1 Presentación	■ 1	■ 1 Presentación	■ 2	■ 1 a 2 Presentaciones
Contratación y supervisión de producción fotográfica y/o de ilustración u otros. Originales fotográficos y/o ilustraciones.	■ Foto. de 1 a 3 ilustración 1	■ 1 Presentación	■ Foto. de 1 a 3 ilustración 1	■ 1 Presentación	■ Foto. de 1 a 3 ilustración 1	■ 1 Presentación
Optimización de Diseño final Prototipo en serigrafía o laser color y preoriginales mecánicos en laser B/N.	■ N/A	■ N/A	■ 1	■ 1 Presentación	■ 1	■ 1 Presentación
Producción de originales mecánicos con guías técnicas de producción. Dibujos B/N en alta resolución	■ 1	■ 1 principal / 1 secundario si aplica	■ 1	■ 1 principal / 1 secundario si aplica	■ 1	■ 1 principal / 1 secundario si aplica
Precio de venta \$ 18,000,000	Desc. aplicable	50%	Desc. aplicable	25%	Desc. aplicable	N/A
Costos adicionales						
Adaptación a otras presentaciones (tamaños)						
Precio de venta por cada adaptación extra	Sencilla	\$400,000	Sencilla	\$400,000	Sencilla	\$400,000
	Mediana	\$800,000	Mediana	\$800,000	Mediana	\$800,000
	Compleja	\$1,200,000	Compleja	\$1,200,000	Compleja	\$1,200,000
Originales mecánicos						
Precio de venta por cada original extra	Sencilla	\$400,000	Sencilla	\$400,000	Sencilla	\$400,000
Para el caso de empaques múltiples (corrugados), se aplicará la tarifa mencionada por cada cara del empaque (3 a 6 caras).	Mediana	\$600,000	Mediana	\$600,000	Mediana	\$600,000
	Compleja	\$800,000	Compleja	\$800,000	Compleja	\$800,000
	Desc. aplicable	20%	Desc. aplicable	10%	Desc. aplicable	N/A

Diseño Gráfico / Empaque (Etiqueta Unica).**Producción fotográfica**

Estos costos consideran un mínimo de producción de 1/2 día o su equivalente en número de fotografías, así como la toma en el estudio del fotógrafo o en locaciones dentro del Distrito Federal o zona metropolitana

Micro empresa o proyecto sencillo

<i>C/ por día</i>	\$2,500,000
<i>Sencilla</i>	\$400,000
<i>Mediana</i>	\$600,000
<i>Compleja</i>	\$800,000
<i>Desc. aplicable</i>	50%

Empresa pequeña o proyecto mediano

<i>C/ por día</i>	\$2,500,000
<i>Sencilla</i>	\$400,000
<i>Mediana</i>	\$600,000
<i>Compleja</i>	\$800,000
<i>Desc. aplicable</i>	25%

Empresa mediana o proyecto complejo

<i>C/ por día</i>	\$2,500,000
<i>Sencilla</i>	\$400,000
<i>Mediana</i>	\$600,000
<i>Compleja</i>	\$800,000
<i>Desc. aplicable</i>	N/A

**CENTRO NAFIN**

Listas de precios y servicios Red de Diseño Industrial y Gráfico CENTRO NAFIN

NAFIN SMP 2

Diseño Gráfico / Empaque (Etiqueta Línea).

Fases del proyecto y técnicas de presentación	Micro empresa o proyecto sencillo		Empresa pequeña o proyecto mediano		Empresa mediana o proyecto complejo	
	No. Alternativas	No. Presentaciones	No. Alternativas	No. Presentaciones	No. Alternativas	No. Presentaciones
Recopilación de información Documentación interna.	■ N/A	N/A Interno	■ N/A	N/A Interno	■ N/A	N/A Interno
Desarrollo de Diseños Modelos en serigrafía o laser color.	■ 2	1 Presentación	■ 2	1 Presentación	■ 3	1 Presentación
Refinamiento de Diseño (s) con ejemplos de aplicaciones de línea. Modelos en serigrafía o laser color.	■ 1 2 ejem. aplic.	1 Presentación	■ 1 2 o 3 ejem. aplic.	1 Presentación	■ 2 2 o 3 ejem. aplic.	1 o 2 Presentaciones
Contratación y supervisión de producción fotográfica y/o de ilustración u otros. Originales fotográficos y/o ilustraciones.	■ Foto. de 1 a 3 Ilustración 1	1 Presentación	■ Foto. de 1 a 3 Ilustración 1	1 Presentación	■ Foto. de 1 a 3 Ilustración 1	1 Presentación
Optimización de Diseño final Prototipo en serigrafía o laser color y preoriginales mecánicos en laser B/N.	N/A	N/A	■ 1	1 Presentación	■ 1	1 Presentación
Producción de originales mecánicos con guías técnicas de producción. Dibujos B/N en alta resolución.	■ 1	1 principal / 1 secundario si aplica	■ 1	1 principal / 1 secundario si aplica	■ 1	1 principal / 1 secundario si aplica
Precio de venta \$ 24,000,000	Desc. aplicable	50%	Desc. aplicable	25%	Desc. aplicable	N/A
Costos adicionales						
Adaptación a otras presentaciones (tamaños)						
Precio de venta por cada adaptación extra a tamaños o sabores.	Sencilla	\$400,000	Sencilla	\$400,000	Sencilla	\$400,000
	Mediana	\$800,000	Mediana	\$800,000	Mediana	\$800,000
	Compleja	\$1,200,000	Compleja	\$1,200,000	Compleja	\$1,200,000
Originales mecánicos						
Precio de venta por cada original extra	Sencilla	\$400,000	Sencilla	\$400,000	Sencilla	\$400,000
Para el caso de empaques múltiples (corrugados), se aplicará la tarifa mencionada por cada cara del empaque (3 a 6 caras)	Mediana	\$600,000	Mediana	\$600,000	Mediana	\$600,000
	Compleja	\$800,000	Compleja	\$800,000	Compleja	\$800,000
	Desc. aplicable	20%	Desc. aplicable	10%	Desc. aplicable	N/A

Diseño Gráfico / Empaque (Etiqueta Línea).

Producción fotográfica

Estos costos consideran un mínimo de producción de 1/2 día o su equivalente en número de fotografías, así como la toma en el estudio del fotógrafo o en locaciones dentro del Distrito Federal o zona metropolitana.

Micro empresa o proyecto sencillo		Empresa pequeña o proyecto mediano		Empresa mediana o proyecto complejo	
C/ por día	\$2,500,000	C/ por día	\$2,500,000	C/ por día	\$2,500,000
Sencilla	\$400,000	Sencilla	\$400,000	Sencilla	\$400,000
Mediana	\$600,000	Mediana	\$600,000	Mediana	\$600,000
Compleja	\$800,000	Compleja	\$800,000	Compleja	\$800,000
Desc. aplicable	50%	Desc. aplicable	25%	Desc. aplicable	N/A



CENTRO NAFIN

Listas de precios y servicios Red de Diseño Industrial y Gráfico CENTRO NAFIN

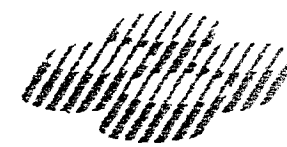
NAFIN SMP 3

Diseño Gráfico / Empaque (Tridimensional Unico).

Fases del proyecto y técnicas de presentación	Micro empresa o proyecto sencillo		Empresa pequeña o proyecto mediano		Empresa mediana o proyecto complejo	
	No. Alternativas	No. Presentaciones	No. Alternativas	No. Presentaciones	No. Alternativas	No. Presentaciones
Recopilación de información <i>Documentación interna.</i>	■ N/A	N/A <i>Interno</i>	■ N/A	N/A <i>Interno</i>	■ N/A	N/A <i>Interno</i>
Desarrollo de Diseños <i>Modelos en serigrafía o laser color.</i>	■ 2	1 <i>Presentación</i>	■ 2	1 <i>Presentación</i>	■ 3	1 <i>Presentación</i>
Refinamiento de Diseño (s). <i>Modelos en serigrafía o laser color.</i>	■ 1	1 <i>Presentación</i>	■ 1	1 <i>Presentación</i>	■ 2	1 o 2 <i>Presentaciones.</i>
Contratación y supervisión de producción <i>fotografica y/o de ilustración u otros.</i> <i>Originales fotograficos y/o ilustraciones.</i>	■ Foto. de 1 a 3 <i>ilustración 1</i>	1 <i>Presentación</i>	■ Foto. de 1 a 3 <i>ilustración 1</i>	1 <i>Presentación</i>	■ Foto. de 1 a 3 <i>ilustración 1</i>	1 <i>Presentación</i>
Optimización de Diseño final <i>Printups en serigrafía o laser color y preoriginales mecánicos en laser B/W.</i>	N/A	N/A	■ 1	1 <i>Presentación</i>	■ 1	1 <i>Presentación</i>
Producción de originales mecánicos con guías <i>técnicas de producción.</i> <i>Dibujos B/W en alta resolución.</i>	■ 1	1 <i>Presentación</i>	■ 1	1 <i>Presentación</i>	■ 1	1 <i>Presentación</i>
Precio de venta \$ 24,000,000	<i>Desc. aplicable</i>	50%	<i>Desc. aplicable</i>	25%	<i>Desc. aplicable</i>	N/A
Costos adicionales						
Adaptación a otras presentaciones (tamaños)						
Precio de venta por cada adaptación extra	<i>Sencilla</i>	\$500,000	<i>Sencilla</i>	\$500,000	<i>Sencilla</i>	\$500,000
	<i>Mediana</i>	\$1,200,000	<i>Mediana</i>	\$1,200,000	<i>Mediana</i>	\$1,200,000
	<i>Compleja</i>	\$1,800,000	<i>Compleja</i>	\$1,800,000	<i>Compleja</i>	\$1,800,000
Originales mecánicos						
Precio de venta por cada original extra	<i>Sencilla</i>	\$500,000	<i>Sencilla</i>	\$500,000	<i>Sencilla</i>	\$500,000
<i>Para el caso de empaques múltiples (corrugados), se aplicara la tarifa mencionada por cada cara del empaque (3 a 6 caras).</i>	<i>Mediana</i>	\$900,000	<i>Mediana</i>	\$900,000	<i>Mediana</i>	\$900,000
	<i>Compleja</i>	\$1,200,000	<i>Compleja</i>	\$1,200,000	<i>Compleja</i>	\$1,200,000
	<i>Desc. aplicable</i>	20%	<i>Desc. aplicable</i>	10%	<i>Desc. aplicable</i>	N/A

Diseño Gráfico / Empaque (Tridimensional Unico).

	Micro empresa o proyecto sencillo		Empresa pequeña o proyecto mediano		Empresa mediana o proyecto complejo	
Producción fotográfica						
<i>Estos costos consideran un mínimo de producción de 1/2 día o su equivalente en número de fotografías, así como la toma en el estudio del fotógrafo o en locaciones dentro del Distrito Federal o zona metropolitana.</i>						
	<i>C/ por día</i>	\$2,500,000	<i>C/ por día</i>	\$2,500,000	<i>C/ por día</i>	\$2,500,000
	<i>Sencilla</i>	\$400,000	<i>Sencilla</i>	\$400,000	<i>Sencilla</i>	\$400,000
	<i>Mediana</i>	\$600,000	<i>Mediana</i>	\$600,000	<i>Mediana</i>	\$600,000
	<i>Compleja</i>	\$800,000	<i>Compleja</i>	\$800,000	<i>Compleja</i>	\$900,000
	<i>Desc. aplicable</i>	50%	<i>Desc. aplicable</i>	25%	<i>Desc. aplicable</i>	N/A



CENTRO NAFIN

Listas de precios y servicios Red de Diseño Industrial y Gráfico CENTRO NAFIN

NAFIN EMP 14

Diseño Gráfico / Empaque (Tridimensional Línea).

Fases del proyecto y técnicas de presentación	Micro empresa o proyecto sencillo		Empresa pequeña o proyecto mediano		Empresa mediana o proyecto complejo	
	No. Alternativas	No. Presentaciones	No. Alternativas	No. Presentaciones	No. Alternativas	No. Presentaciones
Recopilación de información <i>Documentación interna.</i>	■ N/A	N/A	■ N/A	N/A	■ N/A	N/A
		<i>Interno</i>		<i>Interno</i>		<i>Interno</i>
Desarrollo de Diseños <i>Modelos en serigrafía o laser color.</i>	■ 2	1	■ 2	1	■ 3	1
		<i>Presentación</i>		<i>Presentación</i>		<i>Presentación</i>
Refinamiento de Diseño (s) con ejemplos de aplicaciones de línea. <i>Modelos en serigrafía o laser color.</i>	■ 1	1	■ 1	1	■ 2	1 o 2
	2 ejem. aplic.	<i>Presentación</i>	2 o 3 ejem. aplic.	<i>Presentación</i>	2 o 3 ejem. aplic.	<i>Presentaciones</i>
Contratación y supervisión de producción fotográfica y/o de ilustración u otros. <i>Originales fotográficos y/o ilustraciones.</i>	■ Foto. de 1 a 3	1	■ Foto. de 1 a 3	1	■ Foto. de 1 a 3	1
	<i>ilustración 1</i>	<i>Presentación</i>	<i>ilustración 1</i>	<i>Presentación</i>	<i>ilustración 1</i>	<i>Presentación</i>
Optimización de Diseño final <i>Prototipo en serigrafía o laser color y preoriginales mecánicos en laser B/N.</i>	N/A	N/A	■ 1	1	■ 1	1
				<i>Presentación</i>		<i>Presentación</i>
Producción de originales mecánicos con guías técnicas de producción. <i>Dibujos B/N en alta resolución</i>	■ 1	1	■ 1	1	■ 1	1
		<i>Presentación</i>		<i>Presentación</i>		<i>Presentación</i>
Precio de venta \$ 28,000,000	<i>Desc. aplicable</i>	50%	<i>Desc. aplicable</i>	25%	<i>Desc. aplicable</i>	N/A
Costos adicionales						
Adaptación a otras presentaciones (tamaños)						
Precio de venta por cada adaptación extra a tamaños o sabores.	Sencilla	\$600,000	Sencilla	\$600,000	Sencilla	\$600,000
	Mediana	\$1,200,000	Mediana	\$1,200,000	Mediana	\$1,200,000
	Compleja	\$1,800,000	Compleja	\$1,800,000	Compleja	\$1,800,000
Originales mecánicos						
Precio de venta por cada original extra	Sencilla	\$600,000	Sencilla	\$600,000	Sencilla	\$600,000
Para el caso de empaques múltiples (corrugados), se aplicará la tarifa mencionada por cada cara del empaque (3 a 6 caras).	Mediana	\$900,000	Mediana	\$900,000	Mediana	\$900,000
	Compleja	\$1,200,000	Compleja	\$1,200,000	Compleja	\$1,200,000
	<i>Desc. aplicable</i>	20%	<i>Desc. aplicable</i>	10%	<i>Desc. aplicable</i>	N/A

Diseño Gráfico / Empaque (Tridimensional Línea).

	Micro empresa o proyecto sencillo		Empresa pequeña o proyecto mediano		Empresa mediana o proyecto complejo	
Producción fotográfica						
<i>Estos costos consideran un mínimo de producción de 1/2 día o su equivalente en número de fotografías, así como la toma en el estudio del fotógrafo o en locaciones dentro del Distrito Federal o zona metropolitana.</i>						
	<i>C/ por día</i>	\$2,500,000	<i>C/ por día</i>	\$2,500,000	<i>C/ por día</i>	\$2,500,000
	<i>Sencilla</i>	\$400,000	<i>Sencilla</i>	\$400,000	<i>Sencilla</i>	\$400,000
	<i>Mediana</i>	\$600,000	<i>Mediana</i>	\$600,000	<i>Mediana</i>	\$600,000
	<i>Compleja</i>	\$800,000	<i>Compleja</i>	\$800,000	<i>Compleja</i>	\$800,000
	<i>Desc. aplicable</i>	50%	<i>Desc. aplicable</i>	25%	<i>Desc. aplicable</i>	N/A

**CENTRO NAFIN**

Listas de precios y servicios Red de Diseño Industrial y Gráfico CENTRO NAFIN

NAFIN I. CORP. 5

Diseño Gráfico / Identificación Corporativa.

Fases del proyecto y técnicas de presentación	Micro empresa o proyecto sencillo		Empresa pequeña o proyecto mediano		Empresa mediana o proyecto complejo	
	No. Alternativas	No. Presentaciones	No. Alternativas	No. Presentaciones	No. Alternativas	No. Presentaciones
Recopilación de información <i>Documentación interna.</i>	■ N/A	N/A <i>Interno</i>	■ N/A	N/A <i>Interno</i>	■ N/A	N/A <i>Interno</i>
Desarrollo de Diseños <i>Bocetos en laser B/N (Símbolo y Logotipo).</i>	■ 2	1 <i>Presentación</i>	■ 2	1 <i>Presentación</i>	■ 3	1 <i>Presentación</i>
Refinamiento de Diseño (s). <i>Bocetos en serigrafía o laser color.</i>	■ 1 3 ejem. aplic.	1 <i>Presentación</i>	■ 1 3 ejem. aplic.	1 <i>Presentación</i>	■ 2 5 ejem. aplic.	1 o 2 <i>Presentaciones</i>
Optimización de Diseño final y definición de colores <i>Bocetos en serigrafía o laser color y preoriginales mecánicos en laser B/N.</i>	N/A	N/A	■ 1 3 ejem. aplic.	1 <i>Presentación</i>	■ 1 5 ejem. aplic.	1 <i>Presentación</i>
Producción de originales mecánicos con guías técnicas de producción. <i>Dibujos B/N en alta resolución.</i>	■ 3	Hoja carta (1) Sobre oficio Trajeta pres.	■ 3	Hoja carta (1) Sobre oficio Trajeta pres.	■ 5	Hoja carta (1) y (2) Sobre oficio Trajeta pres. Folder
Precio de venta \$ 12,000,000	Desc. aplicable	50%	Desc. aplicable	25%	Desc. aplicable	N/A
Costos adicionales						
Aplicación a otras formas administrativas						
Precio de venta por cada aplicación extra incluyendo original mecánico con guías técnicas de producción. <i>Para el caso de formas de 2 caras (frente y reverso), se aplicará la tarifa mencionada por cada cara conforme a su dificultad.</i>	Sencilla	\$240,000	Sencilla	\$240,000	Sencilla	\$240,000
	Mediana	\$360,000	Mediana	\$360,000	Mediana	\$360,000
	Compleja	\$480,000	Compleja	\$480,000	Compleja	\$480,000
Aplicación a elementos tridimensionales						
Precio de venta por cada aplicación extra incluyendo dibujos y originales mecánicos.	Aplic. mayores de hasta	\$240,000 \$480,000	Aplic. menores de hasta	\$240,000 \$480,000	Aplic. menores de hasta	\$240,000 \$480,000
Aplicaciones menores: Artículos promocionales, uniformes, etc. Aplicaciones mayores: Equipos de transporte, tachadas, etc.	Aplic. mayores de hasta	\$960,000 \$1,920,000	Aplic. mayores de hasta	\$960,000 \$1,920,000	Aplic. mayores de hasta	\$960,000 \$1,920,000
	Desc. aplicable	20%	Desc. aplicable	10%	Desc. aplicable	N/A

Listas de precios y servicios Red de Diseño Industrial y Gráfico CENTRO NAFIN

NAFIN EDI. 6

Diseño Gráfico / Editorial (Volante).

(Volante, instructivo o similar hasta tamaño carta 1 cara a 1 o 2 tintas).

Fases del proyecto y técnicas de presentación	Micro empresa o proyecto sencillo		Empresa pequeña o proyecto mediano		Empresa mediana o proyecto complejo	
	No. Alternativas	No. Presentaciones	No. Alternativas	No. Presentaciones	No. Alternativas	No. Presentaciones
Recopilación de información Documentación interna y análisis de textos del cliente.	■ N/A	N/A Interno	■ N/A	N/A Interno	■ N/A	N/A Interno
Desarrollo de Diseños Modelos en laser B/ N con textos ejemplificados.	■ 1	1 Presentación	■ 1	1 Presentación	■ 1	1 Presentación
Contratación y supervisión de producción de textos. (opcional) Documento mecanografiado por parte del proveedor externo.	■ 1	1 Presentación en sig. etapa diseño	■ 1	1 Presentación en sig. etapa diseño	■ 1	1 Presentación en sig. etapa diseño
Producción de originales mecánicos con guías técnicas de producción. Originales mecánicos en laser B/ N.	■ 1	1 Presentaciones	■ 1	1 Presentaciones	■ 1	1 Presentaciones
Precio de venta \$ 1,400,000	Desc. aplicable	50%	Desc. aplicable	25%	Desc. aplicable	N/A
Costos adicionales						
Elaboración de viñetas y/o gráficas						
Precio de venta por cada elemento requerido	Sencilla	\$360,000	Sencilla	\$360,000	Sencilla	\$360,000
Esta tarifa se aplica para elementos no tipográficos de la pieza como son: Original de símbolo, gráficas, viñetas, etc.	Mediana	\$480,000	Mediana	\$480,000	Mediana	\$480,000
	Compleja	\$600,000	Compleja	\$600,000	Compleja	\$600,000
	Desc. aplicable	20%	Desc. aplicable	10%	Desc. aplicable	N/A
Producción de textos						
Redacción Considera la producción de los textos a partir del concepto y la información condensada proporcionada por el cliente.	Costo estimado hasta 2 cuartillas Cuart. extra 40% +	\$210,000	Costo estimado hasta 2 cuartillas Cuart. extra 40% +	\$210,000	Costo estimado hasta 2 cuartillas Cuart. extra 40% +	\$210,000
Corrección de estilo Considera la revisión y corrección de los textos a partir de la redacción final, cuando ésta sea proporcionada por el cliente.	Costo estimado hasta 2 cuartillas Cuart. extra 40% +	Costo estimado hasta 2 cuartillas Cuart. extra 40% +	Costo estimado hasta 2 cuartillas Cuart. extra 40% +	\$60,000		\$60,000
	Desc. aplicable	20%	Desc. aplicable	10%	Desc. aplicable	N/A

Listas de precios y servicios Red de Diseño Industrial y Gráfico CENTRO NAFIN

NAFIN EDI. 7

Diseño Gráfico / Editorial (Promocional sencillo).

(Díptico o tríptico tamaño carta extendido o similar).

Fases del proyecto y técnicas de presentación	Micro empresa o proyecto sencillo		Empresa pequeña o proyecto mediano		Empresa mediana o proyecto complejo	
	No. Alternativas	No. Presentaciones	No. Alternativas	No. Presentaciones	No. Alternativas	No. Presentaciones
Recopilación de información Documentación interna y análisis de textos del cliente.	■ N/A	N/A Interno	■ N/A	N/A Interno	■ N/A	N/A Interno
Desarrollo de Diseños Modelos en serigrafía o laser con fotos y textos ejemplificados.	■ 1	1 Presentación	■ 1	1 Presentación	■ 1	1 Presentación
Contratación y supervisión de producción de textos. (opcional) Documento mecanografiado por parte del proveedor externo.	■ 1	1 Presentación en sig. etapa diseño	■ 1	1 Presentación en sig. etapa diseño	■ 1	1 Presentación en sig. etapa diseño
Refinamiento de Diseño (s). Modelos en serigrafía o laser B/ N o color con primer alternativa de textos y fotografía ejemplificada.	■ 1	1 Presentación	■ 1	1 Presentación	■ 1	1 o 2 Presentaciones
Contratación y supervisión de producción fotográfica y/o de ilustración u otros. Originales fotográficos 35 mm. y/o ilustraciones o viñetas.	■ Conforme a requerimientos de la pieza	1 Presentación	■ Conforme a requerimientos de la pieza	1 Presentación	■ Conforme a requerimientos de la pieza	1 Presentación
Supervisión del refinamiento de textos y/ o contratación de corrección de estilo, captura e integración a diseño final.	■ 1	1 Presentación en sig. etapa diseño	■ 1	1 Presentación en sig. etapa diseño	■ 1	1 Presentación en sig. etapa diseño
Producción de originales mecánicos con guías técnicas de producción. Preoriginales mecánicos en laser B/ N con textos finales para aprobación y dibujos B/ N en alta resolución.	■ 1	1 o 2 Presentaciones	■ 1	1 o 2 Presentaciones	■ 1	1 o 2 Presentaciones
Precio de venta \$ 7,200,000	Desc. aplicable	50%	Desc. aplicable	25%	Desc. aplicable	N/A
Costos adicionales						
Elaboración de cuadros estadísticos y o gráficas Precio de venta por cada elemento extra Esta tarifa se aplica para elementos no tipográficos o fotográficos de la pieza como son: Original de símbolo, gráficas, cuadros, etc.	Sencilla	\$360,000	Sencilla	\$360,000	Sencilla	\$360,000
	Mediana	\$480,000	Mediana	\$480,000	Mediana	\$480,000
	Compleja	\$600,000	Compleja	\$600,000	Compleja	\$600,000
	Desc. aplicable	20%	Desc. aplicable	10%	Desc. aplicable	N/A

Diseño Gráfico / Editorial (Promocional sencillo).

	Micro empresa o proyecto sencillo		Empresa pequeña o proyecto mediano		Empresa mediana o proyecto complejo	
Producción fotográfica						
<i>Estos costos consideran un mínimo de producción de 1/2 día o su equivalente en número de fotografías, así como la toma en el estudio del fotógrafo o en locaciones dentro del Distrito Federal o zona metropolitana.</i>	<i>C/ por día</i>	\$2,500,000	<i>C/ por día</i>	\$2,500,000	<i>C/ por día</i>	\$2,500,000
	<i>Sencilla</i>	\$400,000	<i>Sencilla</i>	\$400,000	<i>Sencilla</i>	\$400,000
	<i>Mediana</i>	\$600,000	<i>Mediana</i>	\$600,000	<i>Mediana</i>	\$600,000
	<i>Compleja</i>	\$800,000	<i>Compleja</i>	\$800,000	<i>Compleja</i>	\$800,000
	<i>Desc. aplicable</i>	50%	<i>Desc. aplicable</i>	25%	<i>Desc. aplicable</i>	N/A
Producción de textos						
Redacción <i>Considera la producción de los textos a partir del concepto y la información condensada proporcionada por el cliente.</i>	<i>Costo estimado hasta 2 cuartillas</i>	\$420,000	<i>Costo estimado hasta 2 cuartillas</i>	\$420,000	<i>Costo estimado hasta 2 cuartillas</i>	\$420,000
	<i>Cuart. extra 40% +</i>		<i>Cuart. extra 40% +</i>		<i>Cuart. extra 40% +</i>	
Corrección de estilo <i>Considera la revisión y corrección de los textos a partir de la redacción final, cuando ésta sea proporcionada por el cliente.</i>	<i>Costo estimado hasta 2 cuartillas</i>	\$120,000	<i>Costo estimado hasta 2 cuartillas</i>	\$120,000	<i>Costo estimado hasta 2 cuartillas</i>	\$120,000
	<i>Cuart. extra 40% +</i>		<i>Cuart. extra 40% +</i>		<i>Cuart. extra 40% +</i>	
Traducción <i>Considera la traducción de los textos a partir de la redacción final aprobada por el cliente.</i>	<i>Costo estimado hasta 2 cuartillas</i>	\$240,000	<i>Costo estimado hasta 2 cuartillas</i>	\$240,000	<i>Costo estimado hasta 2 cuartillas</i>	\$240,000
	<i>Cuart. extra 40% +</i>		<i>Cuart. extra 40% +</i>		<i>Cuart. extra 40% +</i>	
<i>Desc. aplicable</i>	20%	<i>Desc. aplicable</i>	10%	<i>Desc. aplicable</i>	N/A	


CENTRO NAFIN

Listas de precios y servicios Red de Diseño Industrial y Gráfico CENTRO NAFIN

NAFIN EDI 8

Diseño Gráfico / Editorial (Promocional intermedio).

(Díptico, triplicado o similar tamaño doble o triple carta extendido).

Fases del proyecto y técnicas de presentación	Micro empresa o proyecto sencillo		Empresa pequeña o proyecto mediano		Empresa mediana o proyecto complejo	
	No. Alternativas	No. Presentaciones	No. Alternativas	No. Presentaciones	No. Alternativas	No. Presentaciones
Recopilación de información Documentación interna y análisis de textos del cliente.	■	N/A	■	N/A	■	N/A
		N/A Interno		N/A Interno		N/A Interno
Desarrollo de Diseños Modelos en serigrafía o laser con fotos y textos ejemplificados.	■	1	■	1	■	2
		1 Presentación		1 Presentación		1 Presentación
Contratación y supervisión de producción de textos. (opcional) Documento mecanografiado por parte del proveedor externo.	■	1	■	1	■	1
		1 Presentación en sig. etapa diseño		1 Presentación en sig. etapa diseño		1 Presentación en sig. etapa diseño
Refinamiento de Diseño (s). Modelos en serigrafía o laser B/N o color con primer alternativa de textos y fotografía ejemplificada.	■	1	■	1	■	1
		1 Presentación		1 Presentación		1 o 2 Presentaciones
Contratación y supervisión de producción fotográfica y/o de ilustración u otros. Originales fotográficos 35 mm. y/o ilustraciones o viñetas.	■	Conforme a requerimientos de la pieza	■	1 Presentación	■	1 Presentación
		1 Presentación		1 Presentación		1 Presentación
Supervisión del refinamiento de textos y/ o contratación de corrección de estilo, captura e integración a diseño final.	■	1	■	1	■	1
		1 Presentación en sig. etapa diseño		1 Presentación en sig. etapa diseño		1 Presentación en sig. etapa diseño
Optimización de Diseño final Prototipo en serigrafía o laser color y preoriginales en laser B/N.		N/A	■	1	■	1
		N/A		1 Presentación		1 Presentación
Producción de originales mecánicos con guías técnicas de producción. (No incluido en el costo) Dibujos B/N en alta resolución.	■	1	■	1	■	1
		1 Presentación		1 Presentación		1 Presentación
Precio de venta \$ 9,500,000		Desc. aplicable		50%	Desc. aplicable	25%
					Desc. aplicable	N/A
Costos adicionales						
Originales mecánicos						
Precio de venta por cada orig. mecánico requerido				\$360,000		\$360,000
					Desc. aplicable	10%
		Desc. aplicable		20%	Desc. aplicable	N/A

Diseño Gráfico / Editorial (Promocional intermedio).

	Micro empresa o proyecto sencillo		Empresa pequeña o proyecto mediano		Empresa mediana o proyecto complejo	
Elaboración de cuadros estadísticos y o gráficas						
<i>Precio de venta por cada elemento extra</i>	<i>Sencilla</i>	\$360,000	<i>Sencilla</i>	\$360,000	<i>Sencilla</i>	\$360,000
<i>Esta tarifa se aplica para elementos no tipográficos o fotográficos de la pieza como son: Original de símbolo, gráficas, cuadros, etc.</i>	<i>Mediana</i>	\$480,000	<i>Mediana</i>	\$480,000	<i>Mediana</i>	\$480,000
	<i>Compleja</i>	\$600,000	<i>Compleja</i>	\$600,000	<i>Compleja</i>	\$600,000
	<i>Desc. aplicable</i>	20%	<i>Desc. aplicable</i>	10%	<i>Desc. aplicable</i>	N/A
Producción fotográfica						
<i>Estos costos consideran un mínimo de producción de 1/2 día o su equivalente en número de fotografías, así como la toma en el estudio del fotógrafo o en locaciones dentro del Distrito Federal o zona metropolitana.</i>	<i>C/ por día</i>	\$2,500,000	<i>C/ por día</i>	\$2,500,000	<i>C/ por día</i>	\$2,500,000
	<i>Sencilla</i>	\$400,000	<i>Sencilla</i>	\$400,000	<i>Sencilla</i>	\$400,000
	<i>Mediana</i>	\$600,000	<i>Mediana</i>	\$600,000	<i>Mediana</i>	\$600,000
	<i>Compleja</i>	\$800,000	<i>Compleja</i>	\$800,000	<i>Compleja</i>	\$800,000
	<i>Desc. aplicable</i>	50%	<i>Desc. aplicable</i>	25%	<i>Desc. aplicable</i>	N/A
Producción de textos						
Redacción	<i>Costo estimado por cada cuartilla requerida</i>	\$210,000	<i>Costo estimado por cada cuartilla requerida</i>	\$210,000	<i>Costo estimado por cada cuartilla requerida</i>	\$210,000
<i>Considera la producción de los textos a partir del concepto y la información condensada proporcionada por el cliente.</i>						
Corrección de estilo	<i>Costo estimado por cada cuartilla requerida</i>	\$60,000	<i>Costo estimado por cada cuartilla requerida</i>	\$60,000	<i>Costo estimado por cada cuartilla requerida</i>	\$60,000
<i>Considera la revisión y corrección de los textos a partir de la redacción final, cuando esta sea proporcionada por el cliente.</i>						
Traducción	<i>Costo estimado por cada cuartilla requerida</i>	\$120,000	<i>Costo estimado por cada cuartilla requerida</i>	\$120,000	<i>Costo estimado por cada cuartilla requerida</i>	\$120,000
<i>Considera la traducción de los textos a partir de la redacción final aprobada por el cliente.</i>						
	<i>Desc. aplicable</i>	20%	<i>Desc. aplicable</i>	10%	<i>Desc. aplicable</i>	N/A


CENTRO NAFIN

Listas de precios y servicios Red de Diseño Industrial y Gráfico CENTRO NAFIN

NAFIN EDI 9

Diseño Gráfico / Editorial (Catálogo de productos o folleto corporativo).

(Folleto encuadernado o similar tamaño doble carta extendido).

Fases del proyecto y técnicas de presentación	Micro empresa o proyecto sencillo		Empresa pequeña o proyecto mediano		Empresa mediana o proyecto complejo	
	No. Alternativas	No. Presentaciones	No. Alternativas	No. Presentaciones	No. Alternativas	No. Presentaciones
Recopilación de información Documentación interna y análisis de textos del cliente.	■ N/A	N/A Interno	■ N/A	N/A Interno	■ N/A	N/A Interno
Desarrollo de Diseños Modelos en serigrafía o laser con fotos y textos ejemplificados.	■ 1	1 Presentación	■ 1	1 Presentación	■ 2	1 Presentación
Contratación y supervisión de producción de textos. (opcional) Documento mecanografiado por parte del proveedor externo.	■ 1	1 Presentación en sig. etapa diseño	■ 1	1 Presentación en sig. etapa diseño	■ 1	1 Presentación en sig. etapa diseño
Refinamiento de Diseño (s). Modelos en serigrafía o laser B/ N o color con primer alternativa de textos y fotografía ejemplificada.	■ 1	1 Presentación	■ 1	1 Presentación	■ 1	1 o 2 Presentaciones
Contratación y supervisión de producción fotográfica y/o de ilustración u otros. Originales fotográficos 35 mm. y/o ilustraciones o viñetas.	■ Conforme a requerimientos de la pieza	1 Presentación	■ Conforme a requerimientos de la pieza	1 Presentación	■ Conforme a requerimientos de la pieza	1 Presentación
Supervisión del refinamiento de textos y/ o contratación de corrección de estilo, captura e integración a diseño final.	■ 1	1 Presentación en sig. etapa diseño	■ 1	1 Presentación en sig. etapa diseño	■ 1	1 Presentación en sig. etapa diseño
Optimización de Diseño final Prototipo en serigrafía o laser color y preoriginales en laser B/ N.	N/A	N/A	■ 1	1 Presentación	■ 1	1 Presentación
Producción de originales mecánicos con guías técnicas de producción. (No incluido en el costo) Dibujos B/ N en alta resolución.	■ 1	1 Presentación	■ 1	1 Presentación	■ 1	1 Presentación
Precio de venta \$ 16,000,000	Desc. aplicable	50%	Desc. aplicable	25%	Desc. aplicable	N/A
Costos adicionales						
Originales mecánicos		\$360,000		\$360,000		\$360,000
Precio de venta por cada orig. mecánico requerido	Desc. aplicable	20%	Desc. aplicable	10%	Desc. aplicable	N/A

Diseño Gráfico / Editorial (Catálogo de productos o folleto corporativo).

	Micro empresa o proyecto sencillo		Empresa pequeña o proyecto mediano		Empresa mediana o proyecto complejo	
Elaboración de cuadros estadísticos y o gráficas Precio de venta por cada elemento extra <i>Esta tarifa se aplica para elementos no tipográficos o fotográficos de la pieza como son: Original de símbolo, gráficas, cuadros, etc.</i>	Sencilla Mediana Compleja	\$360,000 \$480,000 \$600,000	Sencilla Mediana Compleja	\$360,000 \$480,000 \$600,000	Sencilla Mediana Compleja	\$360,000 \$480,000 \$600,000
	Desc. aplicable	20%	Desc. aplicable	10%	Desc. aplicable	N/A
Producción fotográfica <i>Estos costos consideran un mínimo de producción de 1/2 día o su equivalente en número de fotografías, así como la toma en el estudio del fotógrafo o en locaciones dentro del Distrito Federal o zona metropolitana.</i>	C/ por día Sencilla Mediana Compleja	\$2,500,000 \$400,000 \$600,000 \$800,000	C/ por día Sencilla Mediana Compleja	\$2,500,000 \$400,000 \$600,000 \$800,000	C/ por día Sencilla Mediana Compleja	\$2,500,000 \$400,000 \$600,000 \$800,000
	Desc. aplicable	50%	Desc. aplicable	25%	Desc. aplicable	N/A
Producción de textos						
Redacción <i>Considera la producción de los textos a partir del concepto y la información condensada proporcionada por el cliente.</i>	Costo estimado por cada cuartilla requerida	\$210,000	Costo estimado por cada cuartilla requerida	\$210,000	Costo estimado por cada cuartilla requerida	\$210,000
Corrección de estilo <i>Considera la revisión y corrección de los textos a partir de la redacción final, cuando esta sea proporcionada por el cliente.</i>	Costo estimado por cada cuartilla requerida	\$60,000	Costo estimado por cada cuartilla requerida	\$60,000	Costo estimado por cada cuartilla requerida	\$60,000
Traducción <i>Considera la traducción de los textos a partir de la redacción final aprobada por el cliente.</i>	Costo estimado por cada cuartilla requerida	\$120,000	Costo estimado por cada cuartilla requerida	\$120,000	Costo estimado por cada cuartilla requerida	\$120,000
	Desc. aplicable	20%	Desc. aplicable	10%	Desc. aplicable	N/A



Listas de precios y servicios Red de Diseño Industrial y Gráfico CENTRO NAFIN

NAFIN PROMO. 10

Diseño Gráfico / Promocional (sencillo).

(Material Punto de Venta, Carteles o similares).

Fases del proyecto y técnicas de presentación	Micro empresa o proyecto sencillo		Empresa pequeña o proyecto mediano		Empresa mediana o proyecto complejo	
	No. Alternativas	No. Presentaciones	No. Alternativas	No. Presentaciones	No. Alternativas	No. Presentaciones
Recopilación de información. Documentación interna y análisis de textos del cliente.	■ N/A	■ N/A Interno	■ N/A	■ N/A Interno	■ N/A	■ N/A Interno
Desarrollo de Diseños Bocetos a escala en plumón con textos ejemplificados.	■ 2	■ 1 Presentación	■ 2	■ 1 Presentación	■ 3	■ 1 Presentación
Contratación y supervisión de producción de conceptos publicitarios y textos. (opcional) Documento mecanografiado por parte del proveedor externo.	■ 1	■ 1 Presentación en sig. etapa diseño	■ 1	■ 1 Presentación en sig. etapa diseño	■ 1	■ 1 Presentación en sig. etapa diseño
Contratación y supervisión de producción fotográfica y/o de ilustración u otros. Originales fotográficos 35 mm. y/o ilustraciones o viñetas.	■ Conforme a requerimientos de la pieza	■ 1 Presentación	■ Conforme a requerimientos de la pieza	■ 1 Presentación	■ Conforme a requerimientos de la pieza	■ 1 Presentación
Producción de originales mecánicos con guías técnicas de producción. (No incluido en el costo) Originales mecánicos en laser B/N.	■ 1	■ 1 Presentaciones	■ 1	■ 1 Presentaciones	■ 1	■ 1 Presentaciones
Precio de venta \$ 6,000,000	Desc. aplicable	50%	Desc. aplicable	25%	Desc. aplicable	N/A
Costos adicionales						
Originales mecánicos	Tam. carta \$360,000		Tam. carta \$360,000		Tam. carta \$360,000	
Precio de venta por cada orig. mecánico requerido	Tam. doble carta \$430,000		Tam. doble carta \$430,000		Tam. doble carta \$430,000	
	Tam. cuatro cartas \$500,000		Tam. cuatro cartas \$500,000		Tam. cuatro cartas \$500,000	
	Desc. aplicable	20%	Desc. aplicable	10%	Desc. aplicable	N/A
Elaboración de elementos gráficos	Sencilla \$360,000		Sencilla \$360,000		Sencilla \$360,000	
Precio de venta por cada elemento requerido	Mediana \$480,000		Mediana \$480,000		Mediana \$480,000	
Esta tarifa se aplica para elementos no tipográficos de la pieza como son: Original de símbolo, gráficas, viñetas, etc.	Compleja \$600,000		Compleja \$600,000		Compleja \$600,000	
	Desc. aplicable	20%	Desc. aplicable	10%	Desc. aplicable	N/A

Diseño Gráfico / Promocional (sencillo).

	Micro empresa o proyecto sencillo		Empresa pequeña o proyecto mediano		Empresa mediana o proyecto complejo	
Producción fotográfica						
<i>Estos costos consideran un mínimo de producción de 1/2 día o su equivalente en número de fotografías, así como la toma en el estudio del fotógrafo o en locaciones dentro del Distrito Federal o zona metropolitana.</i>	<i>C/ por día</i>	\$2,500,000	<i>C/ por día</i>	\$2,500,000	<i>C/ por día</i>	\$2,500,000
	<i>Sencilla</i>	\$400,000	<i>Sencilla</i>	\$400,000	<i>Sencilla</i>	\$400,000
	<i>Mediana</i>	\$600,000	<i>Mediana</i>	\$600,000	<i>Mediana</i>	\$600,000
	<i>Compleja</i>	\$800,000	<i>Compleja</i>	\$800,000	<i>Compleja</i>	\$800,000
	<i>Desc. aplicable</i>	50%	<i>Desc. aplicable</i>	25%	<i>Desc. aplicable</i>	N/A
Producción de textos						
<i>Elaboración de conceptos publicitarios y redacción</i>		\$210,000		\$210,000		\$210,000
<i>Considera la producción del concepto y los textos a partir de la información proporcionada por el cliente.</i>						
<i>Corrección de estilo</i>		\$60,000		\$60,000		\$60,000
<i>Considera la revisión y corrección de los textos a partir de la redacción final, cuando esta sea proporcionada por el cliente.</i>						
	<i>Desc. aplicable</i>	20%	<i>Desc. aplicable</i>	10%	<i>Desc. aplicable</i>	N/A



CENTRO NAFIN

Listas de precios y servicios Red de Diseño Industrial y Gráfico CENTRO NAFIN

Diseño Industrial / (Proyecto básico conceptual).

NAFIN IND. 11

Alcances del Proyecto	Micro empresa	Empresa pequeña menor a 2,500 m. fact. anual	Empresa pequeña mayor a 2,500 m. fact. anual
Fase 1 (Breve investigación y análisis)	A) Breve investigación de las condiciones del problema, sus requerimientos y requisitos generales. B) Análisis de la información obtenida para determinar el modelo de solución a seguir.		
Fase 2 (Diseño)	C) Búsqueda de alternativas de diseño a nivel general y elección de un (1) concepto de solución. (Formal, Funcional ó Constructivo según sea el caso) D) Desarrollo formal de el concepto elegido y presentación de dos (2) alternativas a nivel boceto. E) Elección y realización de ajustes.		
Fase 3 (Comunicación del proyecto)	F) Realización de memoria descriptiva del proyecto (no mayor a 5 cuartillas) G) Realización de un (1) modelo, maqueta o perspectiva, según el caso, a escala adecuada. H) Realización de tres (3) planos dimensionales descriptivos, con especificaciones a nivel general.		
Precio de venta \$ 18,000,000	Desc. aplicable 75%	Desc. aplicable 50%	Desc. aplicable N/A
Desarrollo de Proyecto	Después del Diseño Básico el cliente podrá contratar la etapa de DESARROLLO. Dado que en esta etapa el alcance no se puede determinar hasta no conocer las características del proyecto, el presupuesto se presentará por HORAS / DESPACHO a razón de \$ 460,000.00 (Cuatrocientos sesenta mil pesos 00/100 M.N.) la hora, especificando a cada cliente por adelantado el alcance y el número de horas que esta etapa incluirá, con el objeto de proporcionarle los elementos suficientes para tomar una decisión.		
Precio de venta HORA / DESPACHO \$ 460,000	Desc. aplicable 50%	Desc. aplicable 25%	Desc. aplicable N/A



CENTRO NAFIN

Colaboradores externos.

Redacción (opcional).

Proveedores recomendados:

Producción de imágenes (opcional). Fotografía.

Proveedores recomendados: Sr. Santiago Tassier.

Renta de material fotográfico de banco de imágenes. (sólo en caso necesario)

Fotografía con modelos \$ 500,000

Fotografía sin modelos \$ 400,000

Ilustración y retoques.

Proveedores recomendados:

El costo por ilustración estará determinado por el tipo y características de las imágenes.

Traducción (opcional).

Proveedores recomendados:

Impresión. Los costos por impresión se cotizarán una vez que el diseño y la diagramación final de la pieza concluyan y se hayan definido las cantidades y características técnicas para la reproducción de la pieza.

Condiciones generales.

- *Al costo por la elaboración de este proyecto de diseño, se le cargará el 10% correspondiente al Impuesto al Valor Agregado.*
- *Las condiciones de pago serán las siguientes:
50% como anticipo a la aprobación e inicio de los trabajos correspondientes.
25% como anticipo a la aprobación de los diseños
25% como saldo contra entrega de originales mecánicos.
En caso de contratar la supervisión de impresión, su importe total deberá cubrirse al término de la misma.*
- *Los costos y tiempos de entrega de los trabajos a realizar por los colaboradores externos son aproximados, ya que su valor y tiempo real podrá determinarse una vez que las características de la pieza hayan sido definidas.*
- *La elaboración de este programa de diseño iniciará a partir de la fecha en que sea aprobado y firmado este contrato.*
- *El cliente facilitará en todo momento la información y documentación necesarias, y llevará a cabo las revisiones y aprobaciones que se requieran durante el desarrollo de los proyectos.*
- *El plazo de ejecución se prorrogará en el supuesto de que el mismo no pudiera cumplirse por causas ajenas al Diseñador, sean de fuerza mayor, por motivos imputables al cliente o bien por demoras en los tiempos de entrega de los proveedores externos, como son: redactores, traductores, fotógrafos, ilustradores, retocadores e impresores.*
- *En caso de que el cliente contrate al Diseñador para la supervisión de impresión, el Diseñador tendrá la obligación de vigilar la calidad del trabajo en forma permanente, a través de visitas periódicas al impresor, revisión de pruebas y presentación de muestras al cliente. La fecha de entrega quedará bajo la exclusiva responsabilidad del proveedor contratado por el cliente, conforme al tiempo estipulado en su presupuesto.*
- *El diseño presentado por el Diseñador una vez aprobado y abonado, queda en exclusiva propiedad de explotación del cliente, en tanto que los diseños presentados que no hayan sido aprobados, quedarán en propiedad del Diseñador.*
- *El Diseñador queda en libertad de publicar o mostrar el diseño aprobado como parte integrante de su curriculum profesional.*
- *Cualquier trabajo adicional a lo especificado en el presupuesto derivado de modificaciones por parte del cliente, gastos complementarios por artículos y servicios no especificados, así como gastos de viaje autorizados, facultará al Diseñador a revisar el precio y plazo acordados.*
- *Para el caso de los trabajos que no incluyen la producción de originales mecánicos estos serán cuantificados en su importe total, una vez que la diagramación final de la pieza concluya y se estime la cantidad y tipo de originales a realizar. Los costos indicados corresponden a originales en versión español. Para la versión en inglés, en caso de requerirse, los costos se incrementarán en un 50%.*

