

A la atención de
Ilma. Sra. Dña. Manuela de Armas Rodríguez
Viceconsejería de Educación y Universidades
Gobierno de Canarias
Avda. Buenos Aires, nº 5
Edf. Tres de Mayo Planta 5ª
38071 Santa Cruz de Tenerife

Mi nombre es Claudia Bethencourt y me dirijo a usted como presidenta de la Asociación de Profesionales y Empresas de Diseño de Canarias (di-Ca), en referencia al "Concurso de logotipo para la EOI Santa Cruz de Tenerife." convocado por la Escuela Oficial de Idiomas Santa Cruz de Tenerife a través de su sitio web oficial <http://eoisantacruz.com/wordpress/2015/04/07/concurso-de-logotipo-para-la-eoi-santa-cruz-de-tenerife/>

Tras tener conocimiento de esta iniciativa, y leer las bases del mismo publicadas en la misma página, nos pusimos en contacto con Dña. Ruth Álvarez Rodríguez, directora de dicha escuela, a través del correo electrónico corporativo 38009916@gobiernodecanarias.org para hacerle llegar comunicado al respecto de dicho concurso.

Desde di-Ca, hemos detectado varios puntos que no se ajustan a los estándares de calidad mínimos exigibles en concursos de diseño promovidos desde instituciones, que atentan contra la integridad del colectivo profesional que representamos. Considerando, además, su condición de centro docente de carácter público perteneciente a la Consejería de Educación, Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias consideramos de esencial interés comunicarle, a continuación, exponerle los puntos concretos.

En el punto **2. Participantes** se cita:

"[...] Podrá participar en el concurso cualquier alumno/a de la Escuela Oficial de Idiomas de Santa Cruz de Tenerife que tenga matrícula activa en el curso 2015-2015. [...]"

Entendemos que cualquier persona no tiene los conocimientos técnicos necesarios para realizar una marca que debe posteriormente cumplir unos objetivos estratégicos y respaldar el trabajo de las instituciones a las que representa, y que por el contrario debe recurrirse a los profesionales del sector como en cualquier otro ámbito industrial y económico .

Si este punto, tuviese como objetivo abrir a la participación ciudadana su convocatoria o realizar con el propio concurso una campaña de difusión (acción de prensa) del proyecto y que este fuese elegido de manera pública, existen otras fórmulas más adecuadas que aseguran a la entidad convocante la calidad y objetivos de esa marca y el cumplimiento de los objetivos de comunicación. Fórmulas como por ejemplo un jurado competente conformado entre otros por profesionales, donde se realice una preselección de propuestas que deberían ser remuneradas y que posteriormente se llevan a votación pública.

De la forma en la que este punto está redactado, se descarta de un plumazo a casi cualquier profesional del sector y por tanto queda en entredicho la entidad convocante y la propia marca resultante.

En el punto **4. Características del diseño**, se cita:

“ 4.2. Los trabajos consistirán en la presentación de un logotipo integral, incluyendo un símbolo y una denominación. Esto significa que en el logotipo tiene que aparecer el acrónimo del centro [...].”

El uso de tipografías también está suscrito a los Derechos de Propiedad Intelectual, por lo que su uso (derecho de explotación) debe ser remunerado a su autor.

Un servicio profesional de diseño le asesora en la selección tipográfica más acorde al mensaje que desea transmitir, y le indica los pasos que deben realizarse para la adquisición, si fuera necesaria, de familias tipográficas para su explotación en documentos oficiales.

En el punto **7. Elección de la propuesta ganadora**, se cita:

“ 7.1 El jurado estará formado por al menos cinco profesores de los departamentos de la EOI así como 2 miembros del personal de administración y servicios de la Escuela Oficial de Idiomas de Santa Cruz de Tenerife. “

En relación al jurado, ICOGRADA, Organismo Internacional de Diseño Gráfico, establece en sus criterios aprobados internacionalmente para jurados de concursos de diseño que, por lo menos el 50% del mismo debe estar compuesto por diseñadores en activo. Y de esta forma asegurar que los criterios técnicos, de objetivos y de comunicación establecidos prevalecen frente a criterios subjetivos.

En el punto **8. Premio**, se cita:

“ Se establece un único premio en efectivo consistente en la cantidad de 100 euros. El concurso podrá declararse desierto, en caso de que ninguna de las propuestas presentadas resulte suficientemente satisfactoria para los objetivos del concurso. “

La publicidad que la Institución que Vd representa va a obtener gracias al concurso, debiera verse reflejada en el valor del premio. Un pago bajo, deja entrever el valor que se le da al conjunto del proyecto. Un logotipo no es un adorno. Es la cara de su empresa, producto o proyecto. Una mala imagen siempre hablará mal de lo que hay detrás. Además, cuando un profesional va a concurso, invierte horas de su trabajo, le cuesta dinero y recursos, sin tener seguridad de recibir un pago a cambio, por tanto el riesgo hay que premiarlo.

Desde DI-CA sugerimos que los concursos, como mínimo deben ofertar un premio superior al precio de mercado si se contratara de forma directa, ya que la publicidad que recibe la institución convocante llega a multitud de personas, entre ellas a los clientes de nuestros asociados, los cuales no justificarían pagar honorarios si luego aceptamos participar en un concurso cuyo premio es inferior al coste real del trabajo realizado.

El principal compromiso de un profesional es el de ofrecer una prestación de calidad. Cosa imposible en concursos en los que los buenos profesionales jamás entrarían si el premio no se torna coherente con la realidad de precios del mercado, ya que las posibilidades de perder son muy altas, y por ende, muchas horas de trabajo que no han sido remuneradas.

En el punto **9. Derechos de Propiedad**, se cita:

“9.1. La aceptación del premio conlleva que el ganador del concurso, cede todos los derechos en relación con el trabajo realizado y presentado a la Escuela Oficial de Idiomas de Santa Cruz de Tenerife, por lo que ésta pasará a ser propietaria de todos los derechos de propiedad industrial e intelectual que pudiesen corresponderle en relación con el gráfico y con la denominación, así como cualesquiera otros que le pudiesen corresponder, así como su “copyright”. De la misma forma se ceden también los derechos de manipulación, edición, exposición y reproducción.”

La Ley de Propiedad Intelectual vigente actualmente en España (Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual aprobado por Real Decreto Legislativo 1/1996 de 12 de abril, y Directiva 2001/29/CE sobre derechos

de autor y derechos afines en la sociedad de la información) diferencian específicamente entre los Derechos de Autor y los Derechos de Explotación.

Los Derechos de Autor son, por ley, inalienables e intransferibles teniendo así la protección acerca de la autoría de la obra, no pudiendo en ningún caso cedérselos.

Si bien entendemos que deberían Vds. solicitar la cesión de los Derechos de Explotación (derechos de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación) de la obra ganadora, un profesional que ha realizado un labor como autor debe ver remunerada de forma justa ya no solo la creación sino la cesión de dichos derechos, por parte del beneficiario de dicha cesión.

Una vez manifestados los hechos, solicitamos la rectificación de dichas bases de acuerdo con lo expuesto.

Cabe destacar que iniciamos este segundo intento de comunicación , esta vez a Su Persona, debido a la nula respuesta por parte del centro de Vds dependiente y concedores de la defensa del diseño que se lleva a cabo desde su institución, siendo uno de los puntos álgidos la aprobación el 23/06/2010 en el Parlamento de Canarias de la Proposición No de Ley en la que se reconoce el Diseño como factor de innovación empresarial (7L/PNL-0204).

Y desde di-Ca, la Asociación de Profesionales y Empresas de Diseño de Canarias, ponemos nuevamente a su disposición los servicios que prestamos con carácter gratuito para la mejora del ámbito profesional del diseño en las islas.

- Asesoría para Bases y Pliegos Técnicos de concursos de Diseño. (Certificado por DI-CA)
- Jurados especializados para concursos de Diseño. Asesoría para la contratación de servicios de Diseño como factor de Innovación a través de las líneas subvencionadas del Gobierno de Canarias.
- Convenios con instituciones para obtención de descuentos en los servicios de diseño de nuestros asociados.
- Difusión entre las empresas de los beneficios de la innovación en diseño y su correcta gestión.

- Difusión de contenidos avanzados y buenas prácticas en la gestión estratégica del diseño.
- Contribuimos a la internacionalización del diseño canario. Su proyección exterior contribuye a reforzar la imagen de progreso y modernidad de la Comunidad Canaria.
- Contamos con un directorio de profesionales de las distintas ramas del diseño (gráfico, multimedia, audiovisual, industrial, producto, interiores, ...).

Esperando su respuesta, reciba un cordial saludo.



Asociación de Profesionales y
Empresas de Diseño de Canarias
G-38986725

Claudia Bethencourt
Presidenta de di-Ca