SAN NICOLÁS · 29 DE SEPTIEMBRE DE 2026

El futuro de la IA, *y el tuyo.*

Francisco Javier Misuraca

La charla completa, para leer · 38 minutos de lectura

ÍNDICE

- Apertura

BLOQUE 1

1 El miedo

2 De hacer a resolver

3 Qué IA usar

4 Tu equipo

BLOQUE 2

5 Empleo o freelance

6 Remoto o presencial

- Cierre



Apertura

Soy Javier, y soy de acá de San Nicolás.

Hace más de 30 años que trabajo en negocios digitales. Arranqué en el '95, cuando Internet en Argentina era apenas una curiosidad.

Les cuento tres cosas para que sepan desde dónde les hablo.

En octubre de 2001 me fui de vacaciones a México. En diciembre estalló la crisis acá, y no usé el pasaje de vuelta. Me fui quedando.
Volví diez años después, con dos empresas armadas, y un equipo de trabajo repartido entre México, Perú, España y acá.

La segunda. Hoy sigo trabajando por mi cuenta buscando clientes, tomando proyectos y haciendo los míos propios, que es lo que más me motiva. No les vengo a hablar de algo que hice hace 20 años sino de lo que hago ahora, en mi día a día.

Y la tercera, que es la que más me gusta porque es de acá.
En el año 2000 hice la página de uno de los equipos de básquet de la ciudad, cuando jugábamos en la Liga Nacional.
El dominio era la14.com.ar.

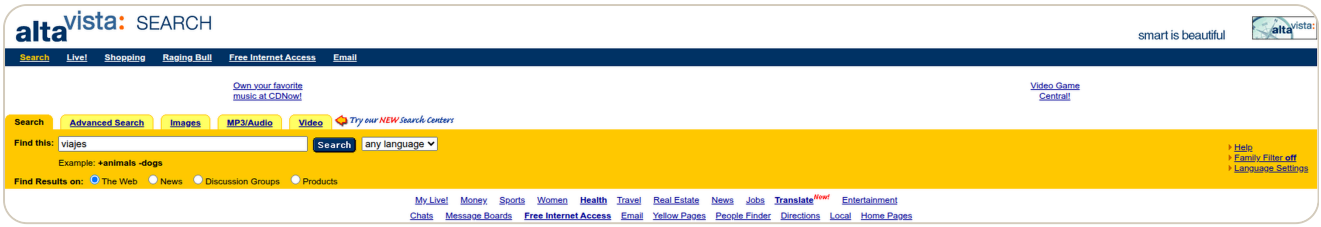
Ese dominio todavía es mío. O sea que es más viejo que muchos de ustedes.

Hace años que no tenía nada adentro. Lo conservaba por una cuestión emocional.
Pero lo volví a usar, y por eso están leyendo esto ahí. Todo lo que nombro en la charla está publicado en la14.com.ar/ia.
Así que volvió a servir para algo. Y es para ustedes.

Ahora que ya me conocen un poquito, vamos a ustedes. Y para llegar ahí, les cuento algo del mismo año que ese dominio, porque de ahí sale todo lo demás.

Tres agencias de viajes se habían juntado para vender pasajes de avión por Internet. Yo tenía una agencia digital con la que les resolvía algunas cosas. Tenía veintipico de años.
Y tenían un problema que hoy suena ridículo. Nadie los podía encontrar y les costaba "despegar".

Los buscadores de esa época ordenaban los resultados alfabéticamente.



AltaVista, uno de los buscadores más usados de la época, el 1 de marzo de 2000.

No existía el posicionamiento en buscadores ni redes sociales. Si tu marca empezaba con D, estabas condenado a aparecer atrás de todos los que empezaban con A, B y C. Punto. El presupuesto publicitario que tenían en esa época no daba para empapelar Buenos Aires, como después hicieron, y el boca a boca era demasiado lento.

En esa época no existía la idea de mandarle un correo a una lista de gente, porque las listas no existían. Apenas sabíamos que cada uno tenía un correo, el que le daba su proveedor de Internet. Así que escribí un programita que iba descubriendo los correos registrados en cada proveedor, y con eso armamos las listas. No había tutorial. No había curso. No había a quién copiarle.

Y voy a ser honesto con lo que hice, porque si no les estoy vendiendo una película. Eso que armé fue, básicamente, el primer spam de la Argentina.

No estoy orgulloso de eso. Hoy está mal, en muchos lados hasta es ilegal, y sé que no lo volvería a hacer. Pero en ese momento no existía ni la palabra ni la regla. Y funcionó. Se los cuento porque es algo que les va a pasar a ustedes con la IA. Van a poder hacer cosas antes de que exista la regla que diga si está bien o está mal. Y van a tener que decidir solitos, sin que nadie les avise.

Lo que aprendí ahí fue que el problema viene primero y la solución o la herramienta que la trae viene después.

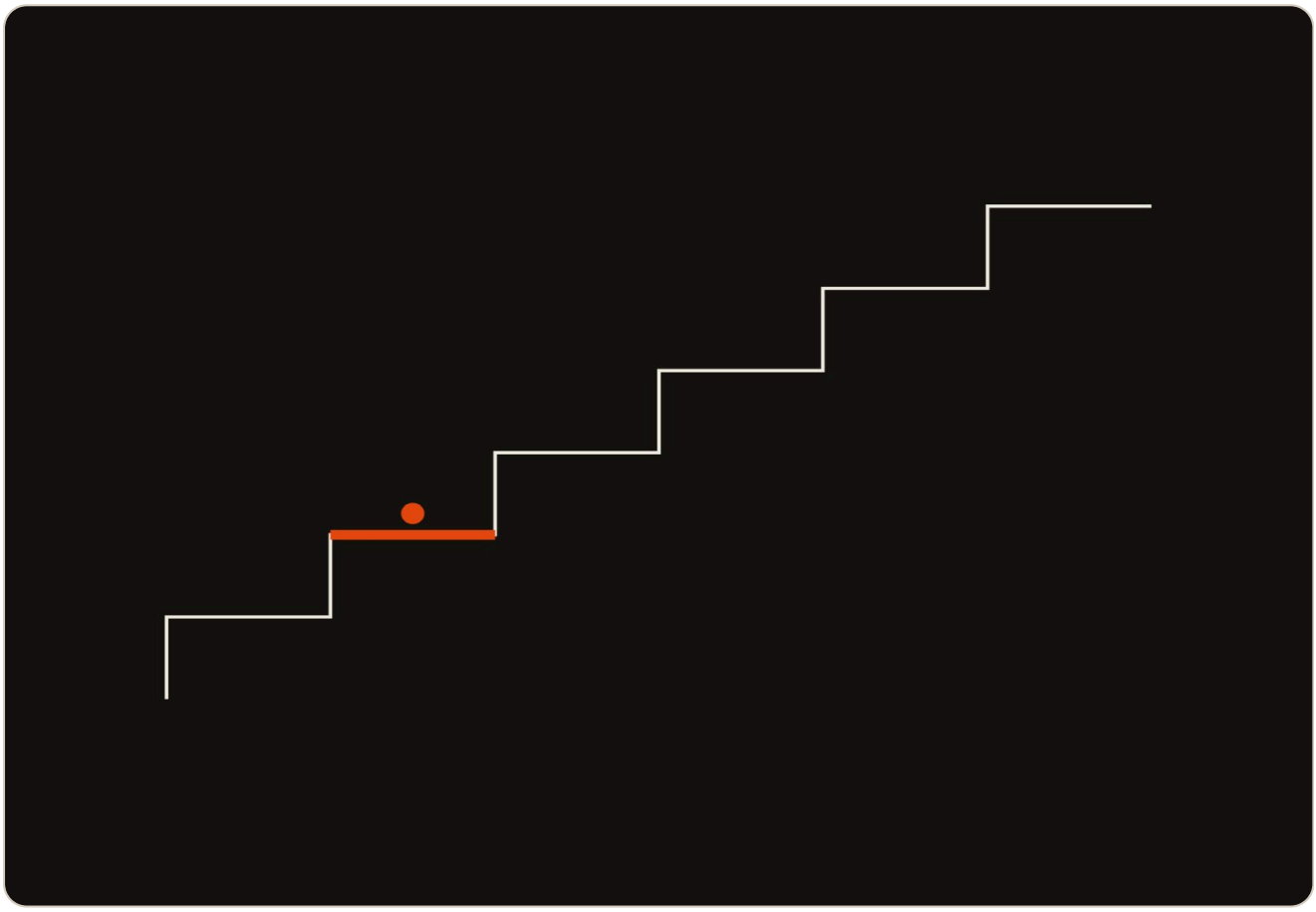
> El problema va primero. La herramienta va después.

Parece una obviedad, pero no lo es. Guárdense esa idea.

Ahora sí, el título de esta charla.
"El futuro de la IA, y el tuyo". Que leído rápido, suena a que les vine a contar hacia dónde va la tecnología, qué modelo va a salir el año que viene o qué va a poder hacer la IA en el futuro.

Pero no es eso. Y les digo más, nadie lo sabe. El que se pare frente a ustedes y les diga que sabe cómo va a estar la IA en 2 años, seguramente es porque quiere venderles algo.

El título habla del futuro de ustedes usando la IA.
Y lo que sí sé es que ese futuro va a ser tan bueno como la forma en que aprendan a usarla. Y esa forma no es una sola. Es una escalera. Hoy estamos parados en un escalón. Y en unos meses vamos a tener que estar en el que sigue, porque la herramienta se nos mueve abajo de los pies.



La forma de usar la IA es una escalera, y cada uno está parado en un escalón.

> No importa tanto cuán lejos llegue la tecnología. Importa en qué escalón está cada uno.

En esta charla vamos a ver caminos muy distintos entre sí. Empleo, trabajo independiente, remoto y presencial. Pero todos tienen una cosa en común y es que ninguno funciona si no sabés organizar tu tiempo. Ninguno.

Muchos de ustedes están por recibirse, y seguro tienen una pregunta que nadie anima a decir en voz alta. Así que la digo yo.

¿Esto me va a dejar sin trabajo?

Les contesto de frente. No les puedo prometer que no. Y recién les dije que desconfíen del que predice. Lo que sí les puedo decir es de qué depende.
Y para eso uso algo de mi experiencia, que para eso soy viejo. Lo de las listas de correo que les conté. No había tutorial, no había curso, no había a quién copiarle. Y eso incomodaba.
Lo que descubrí con los años es que esa incomodidad no significa estar en problemas. Significa estar parado donde todavía no llegó nadie. Y el que llega primero a un lugar nuevo es el que después trabaja ahí.
Así que depende de que se animen a entrar antes que el resto.

De cómo hacerlo se trata todo lo que sigue.

BLOQUE 1 · EJE 1

Enfrentar el miedo

Arranquemos por el miedo, que más o menos es este. La IA hace en diez segundos algo que a mí me lleva dos días. Entonces, ¿para qué me van a pagar a mí?

Empecemos por lo que la IA sí hace. Genera. Y genera rápido, y casi siempre lo hace bien. Eso no se puede discutir, y el que les diga lo contrario es porque nunca la usó.

Ahora, cuando ustedes diseñan, ¿qué es lo que hacen realmente?
Alguien les trae un problema. Casi siempre mal explicado. Ustedes tratan de entender qué hay que resolver, qué tiene que sentir el que lo mira, qué se puede sacar y qué no hay que tocar. Después eligen. Y después justifican esa elección delante de un cliente que quiere el logo más grande, o cambiar el "colorcito" este, o aquel, ya saben...
Para llegar hasta ahí necesitan creatividad. Necesitan criterio, sensibilidad y animarse a decidir.
Y una máquina no tiene nada de eso. Te genera mil opciones y no tiene idea de cuál sirve. Ese "cuál sirve" es únicamente de ustedes.

Andrej Karpathy, que es una de las personas que más sabe de esto en el mundo, lo dijo hace unos meses en una charla, con una imagen que me encanta.

> «En este momento los agentes son como pasantes. Todavía tenés que estar a cargo de la estética, el juicio, el gusto y la supervisión.»
>
> Andrej Karpathy, Sequoia Ascent 2026

Un agente es una IA que, en vez de solo contestarte, hace el trabajo por vos.
Piénsenlo un segundo, porque la comparación es exacta.
Un pasante te saca un montón de trabajo de encima. Pero no lo mandás solo a la reunión con el cliente, y menos le dejás decidir la identidad de una marca. Lo dirigís vos.

Les doy un ejemplo mío, de cómo se juntan el criterio, la herramienta y la delegación.
Yo conozco todas las funciones de CorelDRAW. Bueno, casi todas.
Y sin embargo no soy diseñador. No estudié diseño gráfico. De teoría del color, por ejemplo,

sé lo que leí por ahí. Y seguro hay un montón de cosas que ustedes vieron en la carrera que yo ni me imagino que existen.

Un logo lo puedo hacer, y más o menos funciona. Pero cuando necesito algo serio, algo que tenga que transmitir calidad, llamo a alguien que sepa tomar las decisiones correctas. En mi caso, desde hace más de 30 años, llamo a Andrés. Le encargo el trabajo porque él tiene el criterio para resolver el problema, y sabe con qué herramienta hacerlo.

Si yo agarrara la mía, sin ese criterio, caería en el viejo refrán.

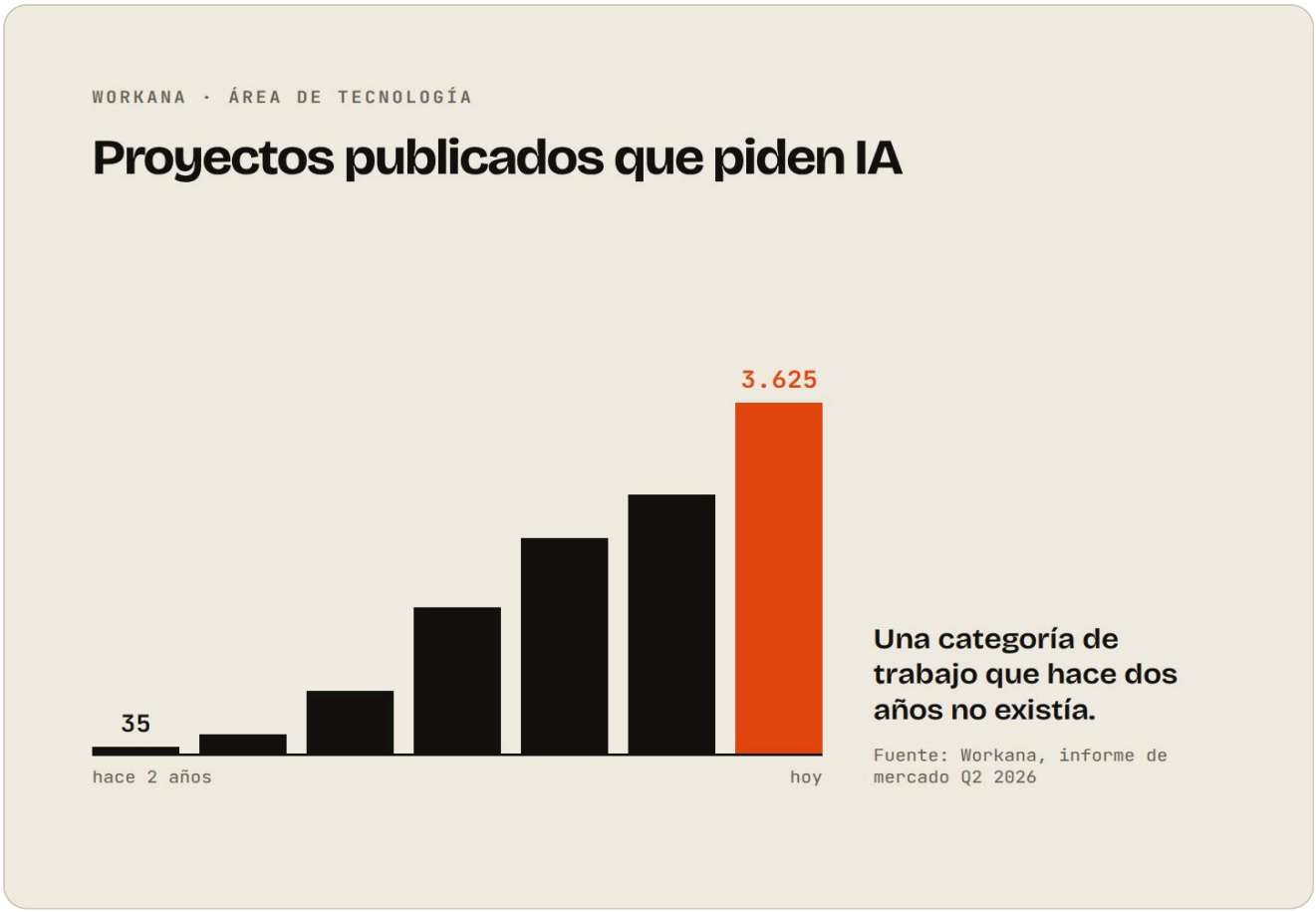
> «Cuando lo único que tenés es un martillo, todos los problemas se parecen a un clavo.»

Y eso es exactamente lo que les va a pasar si lo único que aprenden es a manejar la IA. Van a querer resolver todo con eso, hasta las cosas que no se resuelven así.

Mi problema nunca fue no saber usar el programa. Es de criterio. Y el criterio no pasa por saber usar la herramienta.

> El criterio es saber para qué usarla, cuándo sí y cuándo no.

Les paso un dato que me sorprendió. Workana, una plataforma para conseguir trabajos por proyecto, publicó el informe de su mercado del segundo trimestre de este año. En el área de tecnología, los proyectos que piden IA pasaron de 35 a más de 3.600 en dos años.



Proyectos de tecnología que piden IA en Workana, de 35 a más de 3.600 en dos años. Fuente: Workana, informe del segundo trimestre de 2026.

De 35 a 3.600. O sea que la IA no se comió esos trabajos. Creó una categoría de trabajo que hace dos años no existía.

En ese mismo informe hay varias categorías que van para atrás. Y hay una que nos toca de cerca. Diseño web figura como "absorbido".
Armar un sitio, suelto, sin nada más alrededor, se está evaporando como servicio.

Así que la conclusión es esta.

El trabajo no desaparece. Se mueve de lugar.

¿Y en diseño adónde se mueve? Eso lo vemos más adelante, con números del mismo informe.

Esto de que un trabajo se mude de lugar ya lo vi pasar de cerca varias veces.
Antes de Internet, por ejemplo, si una empresa le quería hablar directo a la gente, le

mandaba cartas de papel a su casa. Eso se llamaba marketing directo, y había consultoras grandes que vivían de eso.
Llegó Internet, y ese mismo trabajo se mudó al correo electrónico.
Las consultoras tardaron en darse cuenta. Yo ya tenía las listas de correos que les conté al principio. Y una parte de ese mercado se vino para mi lado.

No les gané porque fuera mejor que ellos. Les gané porque yo estaba mirando el bosque entero mientras ellos miraban su árbol.
Ellos miraban su negocio, que eran las cartas. Yo miraba lo que necesitaba el cliente, que era llegarle a la gente por donde fuera.

Y fíjense contra quién perdieron esas consultoras. Contra alguien que usaba Internet. Una persona, igual que ellos, con una herramienta nueva.

Con la IA pasa exactamente lo mismo. Y ahí está el error de comparación.
Ustedes se están comparando con la IA, y esa comparación no existe. Nadie los va a poner a competir contra un modelo.
La comparación real, la que sí va a pasar, es entre un diseñador que usa IA y uno que no la usa. Los dos humanos. Los dos con título. Uno entrega tres propuestas y el otro entrega una.
Ese es el partido, y se juega hoy. Es como ese chiste que dice que "No hace falta correr más rápido que el oso, alcanza con correr más rápido que el que tenés al lado."

Por eso les propongo cambiar la vara.

¿Qué puede hacer esto? es una pregunta de curioso, buena para el primer día.
¿Qué problema mío puede resolver esto? es la pregunta de un profesional, y tiene una condición que a nadie le gusta, que es que primero hay que entender el problema.
Porque si no sabés qué estás tratando de resolver, la IA te va a dar mil respuestas hermosas, rápidas y con buena tipografía, pero a la pregunta equivocada.

Y de eso se trata lo que sigue.

BLOQUE 1 · EJE 2

De hacer a resolver

Hay una frase que Karpathy leyó en un tuit, que lo dejó pensando tanto que la anda repitiendo en todos lados. Dice así.

> «Podés externalizar tu pensamiento, pero no podés externalizar tu comprensión.»
>
> Andrej Karpathy, Sequoia Ascent 2026

Léanla de nuevo, despacito. Es la misma idea que les conté al principio con lo de las listas de correo, pero dicha por uno de los que más saben de esto.

Externalizar el pensamiento es fácil. Le pedís a la máquina que piense por vos y te devuelve algo. Eso hoy ya lo hacen todas.
Pero externalizar la comprensión es imposible. Nadie puede entender el problema en tu lugar.
Y ojo, que no es una cosa o la otra. No es "o pensás o usás IA". Es una secuencia. Primero comprendés y resolvés. Después hacés. O mejor dicho, después hace la máquina.

Les doy un ejemplo personal, que es el que más se parece a lo que ustedes van a tener que hacer.
Hace más de 35 años que "no me alcanza el tiempo", así que me convertí en un estudioso de la productividad y la organización personal. He leído más de 50 libros, cursos, seminarios, lo que se les ocurra.
Y nunca encontré una aplicación que se adaptara a la forma en que yo necesito planificar. Ninguna. Todas te imponen el método de otro.
Así que me hice mi propia app.
Ahora, fíjense cómo.
No abrí una IA y le dije "hacéme una aplicación de productividad". Eso me hubiera dado una aplicación genérica, igual a casi todas las que ya existen.
Lo que hice fue darle mi criterio. Le pasé el marco de trabajo que venía armando desde hacía años, con cuatro libros como base y dos más que atraviesan todo lo demás. Le expliqué por qué esos y no otros. Y con eso le pedí que escribiera el documento de producto. De ahí en adelante, fuimos iterando.

¿Ven dónde estaba el valor?
No estaba en el pedido. Estaba en los 35 años.
La IA no tenía manera de saber qué método me sirve a mí. Esa parte es la comprensión, y es justo la que no se puede externalizar. Es la frase de Karpathy, pero pasada por mi vida.

Y hay otra cosa. Esa aplicación está hecha a mi medida, como un traje. Si se la paso a ustedes, capaz que les tira de un lado o les sobra del otro, pero a mí me queda justo.
Hasta hace poco, algo a medida para una sola persona salía una fortuna. Con la IA sale muchísimo menos. Y piensen lo que eso significa para ustedes. A un cliente ya no le tienen que vender lo mismo que a todos. Le pueden armar algo que le quede justo a él.
Eso sí, primero tienen que entender qué necesita. Si no, le hacen un traje precioso... con las medidas de otro.

Y siempre en ese orden. Primero entendés el problema y planteás la solución, y recién después hace la máquina. Si lo das vuelta, la velocidad no te sirve para nada. **Solo te vas rápido a la mierda...**

Ahora vamos a un tema que sé que a más de uno le estará dando vueltas. La culpa.
Esa sensación de que si usás IA estás haciendo trampa. De que si se entera el profesor, o se entera el cliente, lo tuyo vale menos.
Esa culpa se la pueden sacar de encima hoy mismo. Y les explico por qué.

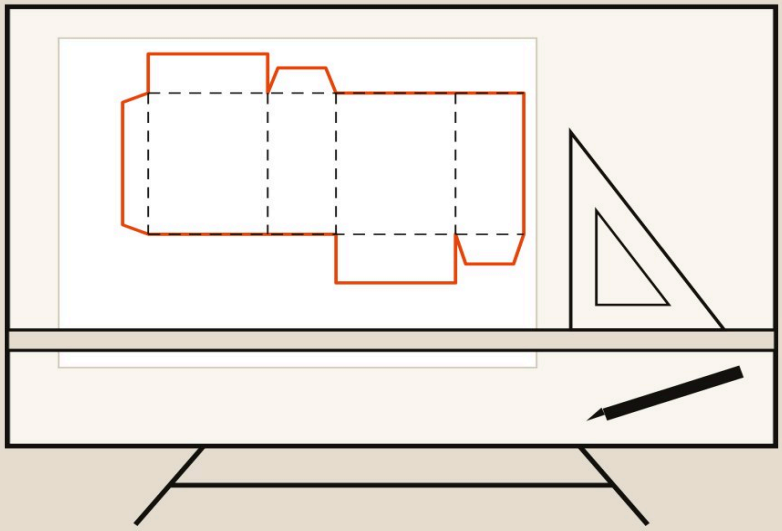
Esto ya pasó antes, en esta misma profesión, y yo lo vi.
A mediados de los '90 yo iba al estudio de Andrés. Tenía un tablero gigante. Y una mano tenía este animal... Yo me quedaba mirándolo hacer maquetas de packaging a mano, artesanales, una por una.

Hoy Andrés da clase en esta escuela, y les enseña lo mismo que hacía en ese tablero, pero con las herramientas de ahora.
El tablero ya no está. Pero lo que sabía hacer con esa mano lo sigue sabiendo, ninguna computadora se lo sacó.

PREGÚNTENLES A SUS PROFESORES

Del tablero a la computadora

Cambió la herramienta. El oficio es el mismo.



Cambió la herramienta. El oficio es el mismo.

En esa época también se discutía esto. Cuando el diseño se mudó del tablero a la computadora, hubo años en que se decía que el que diseñaba en pantalla no era un diseñador de verdad. Que era hacer trampa. Que se perdía el oficio.
Pregúntenles a sus profesores, que varios estaban ahí.
Hoy nadie se acuerda de esa discusión. Y no se terminó porque alguien la ganara.
Se terminó porque los resultados hablaron solos.

Cuando el trabajo es bueno, la herramienta se vuelve invisible. Y cuando el trabajo es malo, la herramienta tampoco importa, porque el trabajo es malo igual.

Esto mismo ya se ve en las entrevistas de trabajo.
La hija de una conocida mía se postuló en Polygon Labs, una empresa internacional de tecnología. Le dieron un desafío técnico, y ella se animó a preguntar si podía usar IA.
¿Saben qué le contestaron? Que a ellos les interesaba ver si resolvía el problema. Con qué herramienta lo hacía era asunto de ella.
Hoy trabaja en Polygon. Desde su departamento, en Ramallo.

Quédense con esa imagen, porque Ramallo está a veinte minutos de San Nicolás.
No se fue a vivir a Estados Unidos. No tuvo un golpe de suerte. Resolvió un problema mejor que el resto, y usó lo mejor que tenía a mano para resolverlo.

Las empresas serias ya lo entendieron. Usar IA con criterio no es algo que haya que esconder. Es parte de lo que sabés hacer.
Lo que se evalúa cambió de lugar.

> Antes te evaluaban la mano. Ahora te evalúan el criterio.

Ahora bien, para ponerle criterio a una herramienta, primero hay que elegir cuál. Y ahí hay bastante ruido.

BLOQUE 1 · EJE 3

Qué IA usar y por qué

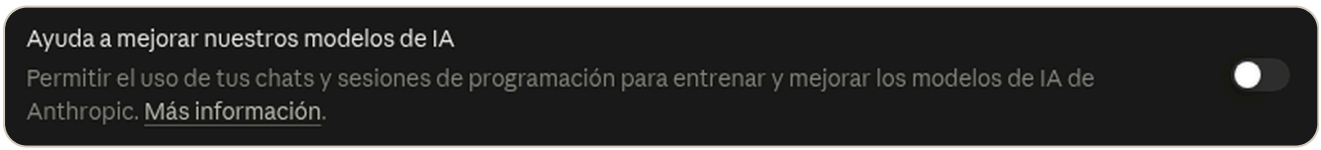
Bien. ¿Con cuál trabajo yo? Me van a disculpar si esperaban una lista interminable, pero para eso está Google. Les cuento las pocas que uso, y para qué, así ven el criterio. Cada una está ahí por una tarea.

Claude es mi día a día. Cuando tengo que decidir algo importante o escribir algo con calidad, voy ahí.
Hermes es un agente, de esos que hacen el trabajo por vos, y se puede usar sin gastar un peso. Lo uso para las tareas repetitivas que quiero delegar y olvidarme.
Y para imágenes, Qwen, que es gratis, y Gemini, la de Google.

Y seguro más de uno se está preguntando por ChatGPT. No lo uso. Para lo que yo hago, Claude me funciona mejor. Pero eso es lo mío. Ustedes elijan cada herramienta por lo que les resuelve a ustedes, que eso también es criterio.

Y ya que hablamos de elegir, hay algo que casi nadie mira cuando empieza a usar una de estas herramientas. Todo lo que le das puede terminar entrenando al modelo. Tus trabajos, tus ideas, tus imágenes.

Así que les dejo algo práctico, que sirve para cualquiera que usen. Incluida la mía.
Entren a la configuración de su cuenta y busquen la opción que dice si sus conversaciones se pueden usar para entrenar al modelo. Y la apagan. Es un botoncito que casi nadie toca, y se hace en un minuto. Háganlo hoy, antes de que se les olvide.



En Claude la opción se llama «Ayuda a mejorar nuestros modelos de IA». Las demás herramientas tienen una parecida.

Ustedes van a vivir de lo que crean. No se lo regalen a nadie sin darse cuenta.

Ahora, el consejo que más me costó aprender a mí.
No intenten correr atrás de la IA. Es una carrera perdida.
Y se los digo con un papelón propio. Hace meses que estoy escribiendo un libro sobre esto.

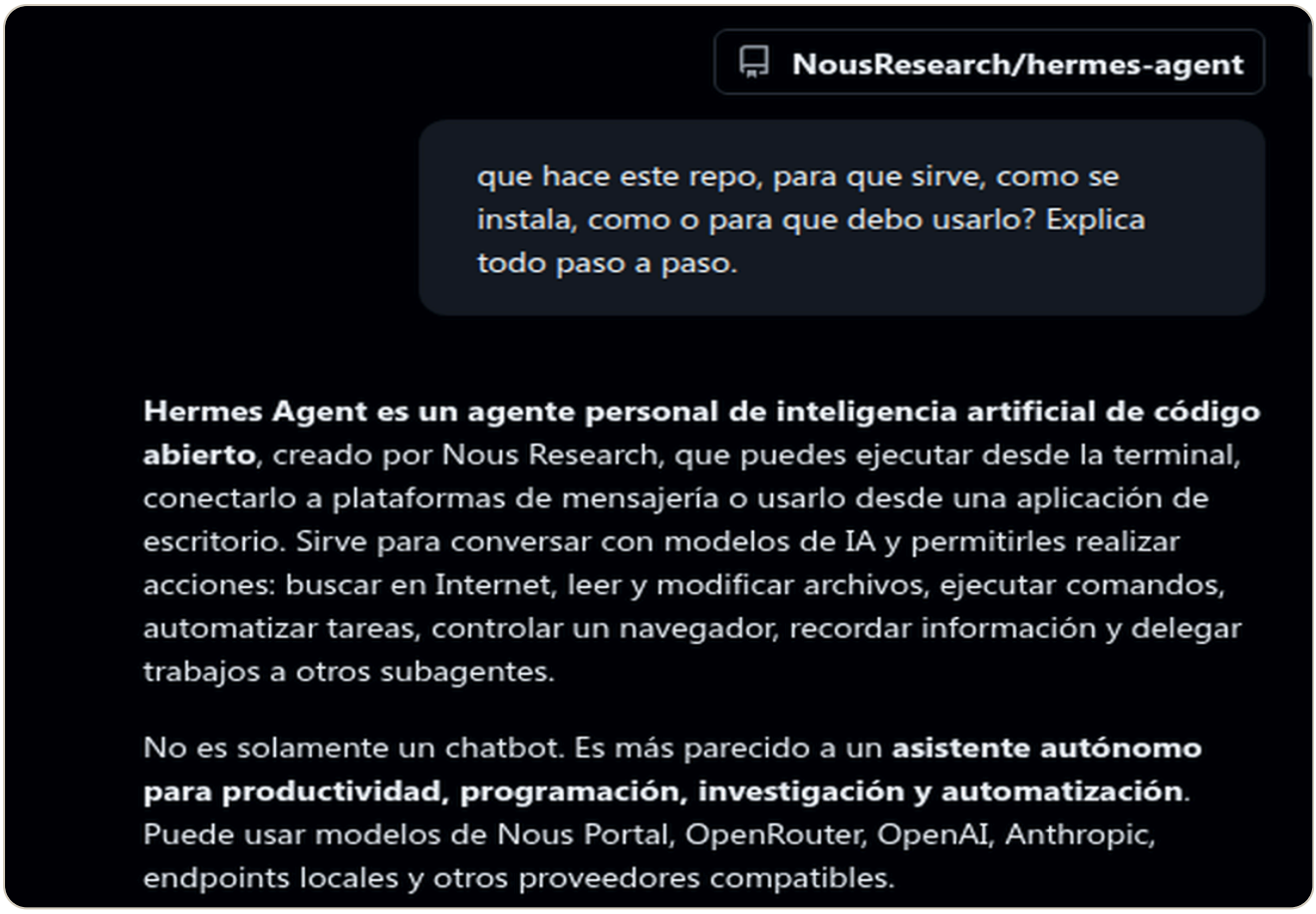
Lo termino, y justo cuando estoy por lanzarlo, la herramienta cambió. Lo actualizo, y vuelve a cambiar. Y así estoy... Todavía no lo publiqué.

Y no es por vago, eh. La herramienta cambia más rápido de lo que uno tarda en explicarla. Si me pasa eso con un libro, imagínense con un curso, o con una carrera universitaria. Para cuando una facultad aprueba el programa de una materia de IA, ese programa ya quedó viejo. Y los profesores no tienen la culpa. Esto va demasiado rápido para cualquiera, para todos.

Y antes de que alguno piense que estoy en contra de estudiar, aclaro.
Tengo todas las certificaciones de Anthropic, la empresa que hace Claude, y me sirvieron. Háganlas, que son gratis. La que más les recomiendo es AI Fluency, porque no te enseña a usar una herramienta, te enseña a trabajar con cualquiera.
Pero sirven para arrancar, nada más. Con todas esas certificaciones encima, el libro me sigue ganando igual. No hay diploma que te mantenga al día.

Entonces, ¿cómo se aprende esto?
Usándolo. En serio, no hay otra.
Y con trabajo de verdad. Un cliente, un proyecto, algo que tengas que entregar con fecha. Porque lo que estudiás hoy, en unos meses ya cambió. Pero lo que aprendiste resolviendo un problema de verdad te queda para siempre.

Y les doy un truco concreto que casi nadie usa.
Muchas de estas herramientas se amplían con agregados que sus desarrolladores publican en GitHub, que es un sitio donde se comparte el código de los proyectos. Ustedes entran y se encuentran con una pantalla llena de carpetas y texto en inglés que no dice nada. La reacción normal es cerrar la pestaña.
No cierren nada. Arriba a la derecha está el ícono de una IA, que se llama Copilot, y conoce ese proyecto entero.
Ábranla y pregúntenle en castellano qué hace eso, para qué les sirve, cómo se instala, cómo se configura.



Copilot abierto en el proyecto de Hermes, con la pregunta en castellano y la respuesta.

Y si la respuesta no se entiende, le vuelven a preguntar. Que se los explique más simple, las veces que haga falta.
Eso es aprender de la IA usando la IA. Sin cursos y sin pagar nada.
Si quieren probarlo, arranquen por el proyecto de Hermes, que es el de la captura.

Igual, formarse hay que formarse. Siempre, y toda la vida.
Cuando me tocó contratar gente, entrevisté a varios muy bien formados que no conocían las herramientas que un equipo usa todos los días. Eso no se los había enseñado nadie. Y lo tuvieron que aprender solos para no quedarse afuera. Y a ustedes les puede pasar lo mismo.
Eso sí, salgan a buscar con cuidado, porque hay mucho vivo dando vueltas.
Casi todo lo que van a encontrar gratis sobre IA está puesto ahí para venderles algo después. Un curso, o entrar a una comunidad paga.
No digo que sea todo malo. Pero hay una prueba muy simple para darse cuenta.

¿Lo que te prometieron enseñar, te lo explican ahí mismo?

Si para ver el resultado tenés que entrar a un grupo de WhatsApp, dejar tu correo o anotarte en una lista, eso no era una clase. Era un anzuelo. Y el pescado sos vos.

¿Y qué buscar, entonces? Cursos que les enseñen a pensar el problema y a dirigir el trabajo, más que a saber qué botón apretar. Eso les va a servir aunque mañana cambie la herramienta.

BLOQUE 1 · EJE 4

La IA como tu equipo, no tu colega

Antes de seguir, les tengo una buena noticia y una mala.
La buena es que desde hoy ustedes tienen un empleado.
Trabaja las 24 horas, no se cansa, no se queja, no se toma vacaciones. Y en la parte operativa es mejor que cualquiera de nosotros.

La mala es que hay que pagarle.
Pero eso se los cuento al final.

Y ya que hablamos de empleados, hay una idea que anda por todos lados. Que la IA es tu colega. Tu compañero de escritorio, con el que pensás las cosas de igual a igual.
Y no.

> No es tu colega. Es gente a tu cargo.

Y a alguien de tu equipo lo dirigís.

Boris Cherny, que creó una de las herramientas de Claude en Anthropic, publicó una escalera de cinco escalones sobre cómo se usa la IA. Se la resumo en criollo.

El escalón cero lo adapto para ustedes, porque Cherny pensaba en empresas. Es donde está casi todo el mundo, usándola como un buscador mejorado. Le preguntás algo suelto, te contesta, copiás y seguís.



La escalera de adopción de la IA, según Boris Cherny. El escalón 0 está adaptado.

Escalón uno. Vos más un agente. Le pedís algo, te lo hace, y vos revisás cada paso. Es cómodo, pero seguís pegado a la pantalla mientras trabaja.
Escalón dos. En vez de uno, dirigís varios agentes a la vez, cada uno en lo suyo. Ya no mirás cada paso, mirás el resultado. Acá ya te empezás a parecer a un director de arte con tres juniors.
Escalón tres. Ya no dirigís agentes, dirigís a los que dirigen agentes.
Y escalón cuatro. El sistema se mueve sin que vos lo empujes. Vos decís qué querés lograr, y se organiza solo.

No se asusten con los dos últimos. Ninguno de ustedes necesita estar ahí todavía.

Pero fíjense qué le queda a la persona, incluso arriba de todo. Escribir el documento del que arranca el sistema, con las reglas del negocio adentro. Y las decisiones que nunca se delegan, que son la estrategia, lo legal, lo financiero y lo ético.

El valor no está en el sistema. Está en el documento que escribe una persona.
Y eso vale para toda la escalera. Lo que te hace subir, escalón por escalón, no es saber la herramienta. Es cómo dirigís.

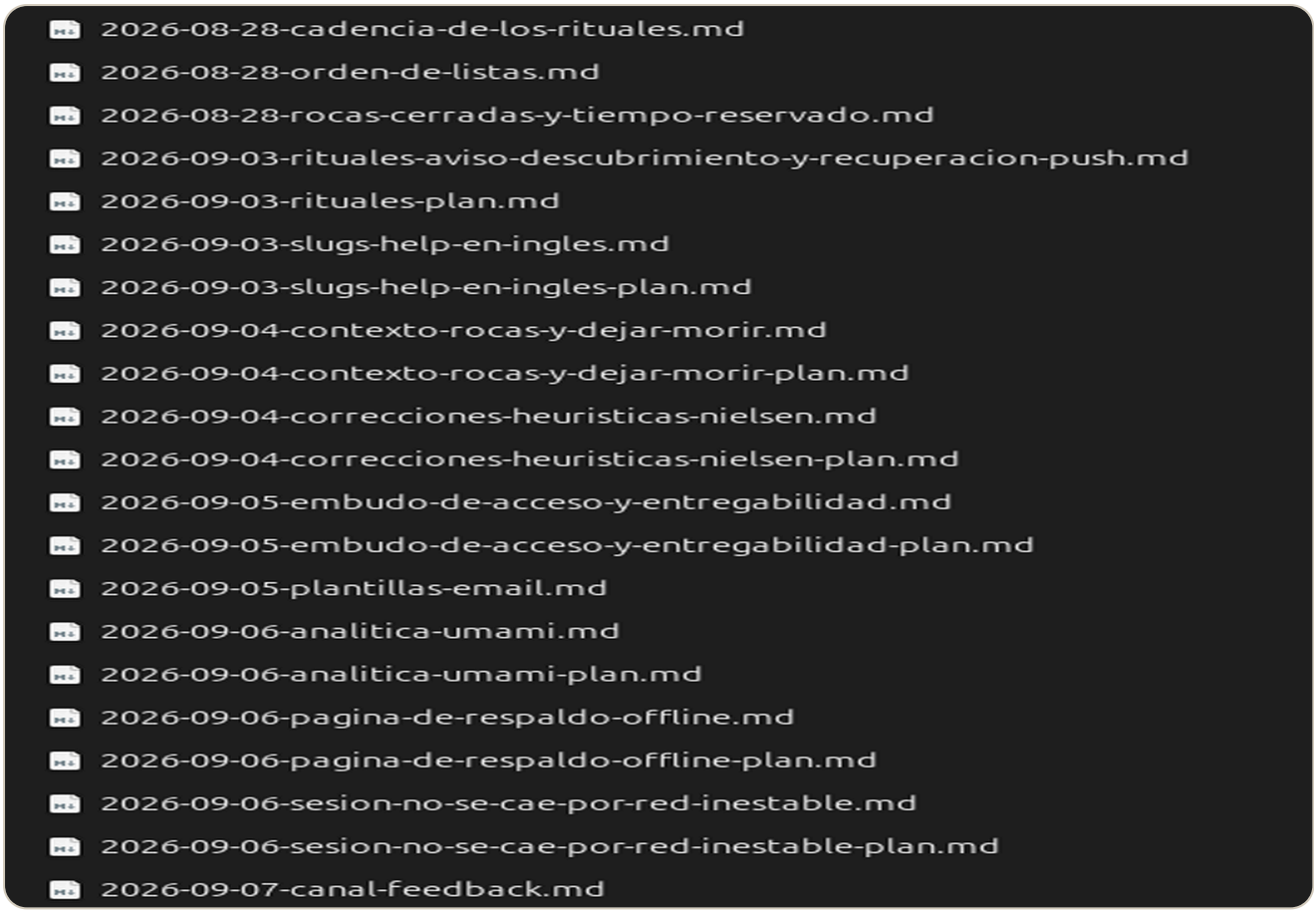
Y esto es una gran noticia, porque la herramienta va a cambiar mil veces, pero saber delegar, dar contexto y revisar con criterio no se vence nunca. Es lo que hace un buen líder de equipo desde hace 50 años.

¿Y cómo se dirige, en la práctica?
Igual que cuando le delegás algo a una persona. Son tres cosas.

1. **El briefing.** Qué problema resolvemos y para quién. En el mundo del producto le decimos PRD, pero es un briefing, y ustedes lo hacen desde primer año.
2. **La especificación, o spec.** Los detalles concretos. Qué entra, qué no entra, qué no se toca.
3. **El plan.** Antes de que empiece a trabajar, le pedís que te diga cómo lo va a hacer. Y ahí es donde corregís vos, que es cuando todavía sale barato corregir.

¿Les suena? Es exactamente lo que hace un buen estudio de diseño con un cliente.

Les cuento cómo se ve esto en un trabajo real, con error incluido.
La aplicación para organizar el tiempo que les conté la construyo exactamente así.



La carpeta de especificaciones de la aplicación. Cada cosa nueva tiene su especificación y su plan.

Cada cosa nueva arranca con una especificación y un plan, y recién ahí el agente ejecuta. Yo no escribo código.

Ahora sí, la parte que importa.
Un día el agente cambió un ajuste de la aplicación, y le puso un valor que el servicio donde la tengo publicada no acepta. Él no tenía cómo saberlo.
Durante tres días, todo lo que yo daba por entregado en realidad no se publicaba. Diez entregas seguidas. Y en cada una, el agente me decía que estaba todo bien.
¿Cómo me di cuenta? Mirando. Abrí la aplicación y vi un texto que yo había borrado tres días antes.

Ese es el pasante del que habla Karpathy. Rápido, incansable, hace casi todo bien, hasta que un día toma una decisión perfectamente razonable que rompe algo que no sabía que existía.
Eso es la supervisión, y no es una frase linda para una charla. Es abrir la pantalla y darte cuenta de que algo está mal.

Y hay un segundo uso, que para el trabajo de ustedes capaz que es el más valioso de los dos.
No la usen solo para producir. Úsenla para investigar.
Pueden tener agentes que salgan a buscarles clientes. Que rastreen sitios, los analicen y les armen una lista de a quién le pueden servir y por qué. Y ahí entran ustedes, a escribir la propuesta.
Y sirve igual para estudiar a la competencia de un cliente o para preparar una reunión.

Y ahora sí, les debo la mala noticia que dejé colgada al principio.

El empleado cuesta US$ 20 por mes.

Sé lo que son US$ 20 para un estudiante.
Arranquen gratis. Todas tienen versión gratuita, y para aprender alcanza y sobra.
Pero el día que vivan de esto, la IA pasa a ser una herramienta de trabajo. Y las herramientas de trabajo se presupuestan. A nadie se le ocurre pedir que la computadora sea gratis, o el alquiler del estudio.

Y les digo algo incómodo. Lo gratis no existe.
Lo que no pagás con plata, lo pagás con tus datos.
Y encima la versión gratuita tiene un tope. La usás un rato y te hace esperar varias horas para seguir.
Mientras estás aprendiendo, esperar no te cuesta nada. Pero cuando tenés una entrega el jueves y un cliente esperando, esa espera te sale mucho más cara que US$ 20.

Así que mi consejo es sencillo. El día que cobren su primer trabajo, lo primero que compran es la herramienta. Antes que cualquier otra cosa.
Esos US$ 20 por mes van a ser la inversión más barata de toda su carrera.

BLOQUE 2 · EJE 5

Relación de dependencia vs. freelance/autónomo

Paremos un segundo acá.

Al principio les dije que lo que importa es en qué escalón está cada uno con la IA. De eso hablamos hasta ahora. Del criterio, de las herramientas y de cómo dirigir a su equipo de agentes.

Pero de poco sirve saber dirigir a la IA con criterio si no saben qué más hace falta hoy para trabajar de esto. Ya sea en una empresa o por su cuenta.

De eso se trata lo que queda.

Arranquemos por la pregunta que se hacen todos cuando se acerca la fecha de recibirse. ¿Busco trabajo o salgo por mi cuenta?

Les doy el mapa, con lo bueno y con lo feo.
Va en tres partes. Primero, qué te piden para entrar a una empresa. Después, cómo se consigue trabajo por tu cuenta. Y al final, los comparamos.

Qué te piden hoy para entrar a una empresa

Empecemos por la relación de dependencia. Hoy, para entrar, hay cuatro cosas que se repiten en casi todas las búsquedas.

Figma.
Es el programa donde hoy se diseñan casi todas las interfaces. Sitios, aplicaciones, pantallas. Funciona en el navegador, y varias personas pueden trabajar en el mismo archivo al mismo tiempo, como en un documento compartido.
Y eso es justamente lo que les van a pedir. Trabajar con componentes y librerías en un archivo donde hay otras cinco personas metidas, sin romper nada.
Y acá va algo que pueden aprovechar ya. Figma es gratis para estudiantes. El plan

profesional completo, no una versión recortada. Lo sacan en figma.com/education con un certificado de alumno regular, y lo pueden tramitar solos esta misma semana.

Scrum.
Es la forma en que se organizan casi todos los equipos de producto. El trabajo se divide en tramos de dos semanas, que se llaman sprints, y todas las mañanas hay una reunión cortita, la daily. Si nunca lo vivieron se pueden pegar un porrazo. Así que aprendan lo básico antes de postularse.

Atomic Design.
Es armar las interfaces por piezas, empezando por lo más básico, un color o una tipografía, hasta llegar a la pantalla entera. Si cambiás una pieza, se actualiza en todos lados. Y eso es lo que separa a un junior de alguien que ya puede meterse en un equipo de producto.

Inglés.
Si el trabajo es remoto, es filtro de entrada. No es un plus en el currículum, es la puerta. Sin eso no pasás a la segunda entrevista.
Y ya sé lo que están pensando muchos. Que la IA traduce en tiempo real y que entonces el inglés ya está resuelto. Les cuento lo que me pasó a mí.

En marzo me contactó por LinkedIn una empresa muy grande. Yo no estaba buscando trabajo. Vieron mi perfil y les interesó.
Fui de entrada con la verdad y les dije que no manejo el inglés hablado. Me contestaron que no había problema, que el trabajo era todo por escrito. Y por escrito me defiendo bien. Todo perfecto. Avanzamos.
Y en la preselección me encuentro con que era una entrevista asincrónica. O sea, sin nadie del otro lado. Grabás tus respuestas en video, en inglés, y después una IA las analiza para elegir a los candidatos.

No lo hice. Les dije que no y me bajé. El inglés hablado no lo puedo sostener.
Perdimos tiempo los dos. Y yo perdí la ilusión de entrar a una corporación grande. Ilusión que, la verdad, tampoco tenía tanta.

Pero falta la mejor parte.
Esa empresa tiene su sede en Silicon Valley. Pero el CEO es argentino. Los socios son argentinos. Los directores son argentinos. Y trabajan todos desde acá.

Todos hablan castellano entre ellos. Y la entrevista era en inglés igual.
Me imagino que es porque sus clientes son del mercado de habla inglesa.

Así que sáquense de la cabeza la idea de que el inglés es un capricho de las empresas de afuera. Lo pide el mercado, aunque la empresa sea de argentinos.

Y les cuento todo esto porque a ustedes también les puede tocar. Ese tipo de entrevista se usa cada vez más.
Usen los subtítulos y los traductores para aprender, que para eso son buenísimos. Pero en una entrevista así, no hay subtítulo que valga.

Cómo llegar sin gastar plata

Ahora, ¿cómo se llega a todo eso sin gastar plata? Les doy las prioridades, en orden.



La escalera de formación. Primero lo gratis, y la plata recién al final.

1. **El título que están por sacar.** Ya les alcanza para postularse a un puesto junior o para tomar clientes chicos. No esperen a estar listos, porque listos no van a estar nunca.
2. **Las certificaciones gratuitas de Anthropic** que les nombré antes. Son oficiales y hoy te diferencian en una entrevista.

3. **Inglés gratis en freeCodeCamp**, con certificación por nivel.

4. **Recién acá, y si el camino que elegiste lo justifica, ahí sí invertís plata.**
   Y esto no va en contra de lo que están estudiando en la escuela. Va al lado.
   Ahí entran los cursos online. Coderhouse, por ejemplo, es pago, pero es accesible y es bueno. Yo les recomiendo tres cosas puntuales. Product Manager, UX/UI básico y avanzado, y Metodologías Ágiles. No es el único que existe, investiguen.
   Y una advertencia que no les va a dar el folleto.
   Ahí la calidad depende muchísimo del profesor que te toque. El mismo curso puede ser excelente o no servirte para nada. Pero tiene solución. Si te toca un profesor que no te sirve, no abandones. Suspendés el cursado y lo retomás en otra comisión, con otro profesor. Las veces que haga falta, hasta que te toque uno bueno. Se los digo porque yo lo hice.

Y esta lista no se hace una sola vez. Lo que piden para entrar cambia todos los años, así que cada año vuelvan a recorrerla. Primero lo gratis, y la plata recién al final.

Trabajar por tu cuenta

Vamos al otro lado. Trabajar por su cuenta, lo que se llama freelance.

Lo de Atomic Design también sirve acá. Nadie se los va a exigir, pero les da consistencia y rapidez, y los salva de volverse locos con sus propios archivos.

Ahora, ¿de dónde sale el trabajo? Hay tres canales, y son bien distintos.

CANAL UNO, LAS PLATAFORMAS

Workana es la que uso yo, y acá vuelvo al informe de Workana del que les hablé al principio.
Préstenle atención a esto, porque les puede ayudar a elegir en qué especializarse.
El video ya es la subcategoría número uno de diseño. Casi 8.000 proyectos publicados en un solo trimestre. ¿Y cuántos hubo de diseño de logo? Menos de 2.000.



Proyectos publicados en un trimestre en Workana, video contra logo. Fuente: Workana, informe del segundo trimestre de 2026.

Más de cuatro veces más trabajo de video que de logo. Y el informe lo titula sin anestesia.

> «El logo muere, el video explota.»

Y cierra con una frase que les copio tal cual.

> «El cliente de diseño paga un 39% más por proyecto que hace un año, pero espera especialistas, no generalistas.»

¿Y en qué se especializan? Según ese mismo informe, hoy la demanda está en cuatro áreas.

- Branding e identidad corporativa.

- Edición y producción de video y reels.
- Motion graphics y animación.
- UX/UI con diseño de producto digital.

Fíjense la diferencia. El que pone “hago de todo” compite contra miles y termina bajando el precio. El que dice “hago identidad de marca” compite contra pocos y cobra mejor.
Así que elijan una sola área. Pueden cambiarla el año que viene, pero elijan una.
Y cuando digo especializarse, hablo de elegir un problema y seguirlo a donde vaya. El software después cambia.

Y el mismo informe muestra hacia dónde están yendo los que más ganan. En diseño lo dice así.



De creador de logos, a director de arte y branding corporativo.

Es la misma persona. No se cambió de carrera. No volvió a estudiar cuatro años. No se hizo programador.
Subió un escalón adentro de lo suyo.
Y ese escalón tiene poco de técnico. El que hace logos ejecuta lo que le piden. El director

de arte decide qué hay que comunicar, y después dirige la ejecución.
¿Les suena de algo? Es lo mismo que hablamos en la primera parte. De hacer, a resolver.

CANAL DOS, LOS CLIENTES PROPIOS

Es el que más rinde y el que casi nadie hace, porque da trabajo.
Primero elegís a qué clientes les vas a apuntar. Negocios que venden en su ciudad, empresas que le venden a todo el mundo de habla hispana, o empresas que le venden al mercado de habla inglesa. Después salís a buscar.
Y el método es simple. Buscás sitios que estén mal. Mal diseñados, mal escritos, abandonados. Y sobre todo, sitios donde no se entiende para qué existen. Ese es el mejor de todos, porque ahí el problema es más grande que el diseño.
Y en vez de mandar un currículum, les mandás una propuesta concreta para mejorar eso que viste mal.
Adivinen quién contesta ese correo. El que recibe una solución. El que recibe un currículum, no.

¿Se acuerdan de las agencias de viajes con las que abrí la charla?
Así los conseguí. Con un correo.
Y a Solo10, a 123 Casino y a varios más. Siempre de la misma manera.
En esa época casi nadie lo hacía. Hoy tampoco. Por eso sigue funcionando.

Y hoy ese mismo método lo pueden hacer con los agentes que les conté antes. La parte aburrida ya no la tienen que hacer ustedes.

Para los precios, no se guíen por lo que cobra el conocido. Hay tarifarios de referencia armados para diseñadores, como el de la ARDG o tarifario.org. No les voy a dar números acá, porque cambian todo el tiempo.

Y les dejo una vieja historia sobre cuánto cobrar, y sobre qué es lo que se cobra en realidad.
Una central eléctrica se rompe y deja sin luz a toda la ciudad. Los ingenieros de la planta están horas y no la pueden arreglar. Al final llaman a un tipo que había trabajado ahí y que ya estaba jubilado.
El tipo llega, mira cinco minutos, pone un cable, y vuelve la luz.
Después manda la factura. Diez mil un dólares.
El encargado de pagos la mira y salta. ¿Diez mil un dólares por poner un cablecito?
Y el tipo le contesta. No. El cablecito es un dólar. Los otros diez mil son por saber dónde ponerlo.

> US$ 1 el cablecito. US$ 10.000 saber dónde ponerlo.

Lo que cobró fue el criterio. Los años que le llevó saber dónde poner ese cable.

Y ahora les cuento la otra cara de la misma moneda, que no es un cuento. Es un amigo mío, electricista.
Cada vez que va a una urgencia, aunque ya sepa cuál es el problema y aunque sepa que lo resuelve en diez minutos con un destornillador, les pide a sus empleados que bajen todas las herramientas de la camioneta. Todas.
Tardan más en bajar las herramientas que en hacer el trabajo.

¿Y por qué lo hace?
Para que nadie le diga "¿tanto me cobrás, si lo arreglaste con un destornillador?".

Y tiene razón en hacerlo. Lo resolvió en diez minutos porque sabe. Pero además llegó con una camioneta llena de herramientas y con su gente, preparado para cualquier problema que apareciera. El cliente paga todo eso, aunque esta vez haya alcanzado con un destornillador.

Con la IA les va a pasar lo mismo. Cuando resuelvan en 20 minutos algo que antes llevaba tres días, les va a aparecer la culpa de cobrar lo mismo que antes. Y sí, lo pueden cobrar. Porque en esos 20 minutos está todo lo que saben, y todo lo que armaron para poder resolverlo así de rápido.
Por eso lo del electricista no es teatro. Lo que ustedes saben no se ve, y parte de su trabajo va a ser hacerlo visible.
Si no aprenden a mostrar lo que hay detrás de lo que entregan, les van a discutir el precio toda la vida.

CANAL TRES, LOS PROYECTOS PROPIOS

Es válido, pero da para una charla completa aparte. Si les interesa, escríbanme por WhatsApp desde la14.com.ar/ia y lo charlamos.

Empleo o freelance

Para cerrar el tema, comparemos los dos caminos en tres cosas.

1. **Ingresos.** En relación de dependencia sabés cuánto cobrás el mes que viene. En freelance no. Podés ganar más, y podés ganar cero en enero.

2. **Aprendizaje.** En una empresa aprendés de gente con más oficio que vos, y eso es un lujo. Por tu cuenta aprendés a la fuerza, y aprendés lo que en una empresa nunca ves. Vender, cobrar y decir que no.
3. **Riesgo.** En un caso lo asume la empresa. En el otro, vos.

Y un error muy común es creer que esto es una decisión para toda la vida.
No lo es. Se alterna, y yo soy el ejemplo.
Treinta años por mi cuenta. El año pasado entré por primera vez a trabajar en una empresa, como Product Manager. Y hoy estoy otra vez por mi cuenta. Si hubiera creído que la primera decisión era para siempre, me habría perdido todo lo que vino después.

Y les dejo algo que conecta con lo que les dije al principio.
En una empresa, el método te organiza el tiempo. Está el sprint, está la daily, hay alguien esperando tu entrega el jueves.
Por tu cuenta, no hay nada de eso. El lunes a la mañana no te espera nadie.
Esa es la diferencia real entre los dos caminos.

> No es el dinero. Es quién organiza tu tiempo.

BLOQUE 2 · EJE 6

Remoto vs. presencial

Vamos con la última variable. Remoto o presencial.

El trabajo remoto no nació con la pandemia. Una de las empresas que les conté al principio, la que armé en México, arrancó en 2005 con gente en cuatro países, sin Zoom, sin Slack, sin WhatsApp. Y funcionaba igual.
En 2020 lo único que cambió fueron las herramientas. Otra vez las herramientas, ¿me van siguiendo?

¿Cuándo te conviene el remoto?
Cuando tu mercado deja de tener límite geográfico. Es el cambio más grande que les puede pasar en la carrera. Dejás de competir por los clientes de San Nicolás y empezás a poder trabajar para cualquier lado. Como la chica en Ramallo que les conté, que labura para Polygon desde su casa.
Pero el trabajo remoto tiene una letra chica, y es bastante grande. Te exige una disciplina de comunicación que el presencial te perdona. Si estás en una oficina y algo no se entendió, te das vuelta y preguntás. A distancia no. Tenés que escribir bien, dejar registro, avisar antes de desaparecer y entregar cuando dijiste que ibas a entregar.
Para ordenarse a distancia hay herramientas estándar. Jira o Asana para organizar las tareas, y Slack, que es como un WhatsApp del equipo, para comunicarse.
Pero ojo con esto.

> La herramienta no arregla la comunicación. La ordena.

Que es bastante distinto.

¿Y cuándo te conviene lo presencial?
Cuando querés menos competencia.
Piénsenlo. En una plataforma internacional competís contra miles de personas por un trabajo. Acá, en San Nicolás, ¿cuántos diseñadores hay que sepan de IA, de sistemas de diseño y de cómo funciona un negocio?

El presencial tiene algo que el remoto no te da, que es la relación directa. El café con el dueño de la empresa. El laburo que aparece porque alguien te vio hacer algo bien. Eso todavía existe, y se subestima muchísimo.

Les doy un ejemplo mío.
Año 2002, en México. Entro a una tienda de ropa deportiva. Como cliente, a comprarme una camiseta para ir a ver a Tigres en Monterrey.
Me pongo a charlar con la gente del local, que eran argentinos. Eso fue todo. Argentinos charlando en un negocio, en otro país.
De esa charla salió una invitación a un asado. Y del asado, con el tiempo, fue decantando un trabajo.
Terminé haciéndole el comercio electrónico a toda la cadena, que fue uno de los primeros de México.

Nadie me encontró en una plataforma. No gané ninguna licitación. No mandé ningún currículum.
El boca a boca no es una cosa de antes. Es el único canal donde no tenés competencia, porque no hay forma de postularse.

Y antes de que piensen que acá no hay lugar, déjenme decirles que hay lugar para todos. Esto no es una torta que se reparte.



Hay lugar para todos. San Nicolás y las ciudades de la zona. Mapa esquemático, no a escala.

Son clientes chicos, sí, pero hay muchos más de los que podemos atender.
Y si se “termina” San Nicolás, tienen Villa Constitución, San Pedro, Zárate. Y para el que se anime, están Rosario o Buenos Aires, que quedan relativamente cerca y pueden valer el esfuerzo.

Y sea remoto o presencial, hay algo que no cambió en treinta años.
Muchos clientes no saben para dónde van. Están perdidos. Y no los salva una herramienta nueva. **Necesitan que alguien entienda qué quieren lograr y les muestre un camino de solución.**
Para eso hay que saber escuchar y saber explicar. Si van a invertir tiempo en algo, que sea en eso. Rinde más que cualquier app nueva. Y como diseñadores ya tienen ventaja, porque el diseño es justamente eso. Comunicar. Se pasaron años aprendiendo a hacer que una idea se entienda.

Entonces, ¿remoto o presencial?
No hay una respuesta correcta, y tampoco define quién sos. Depende del momento en el que estés, y ese momento cambia.
Podés arrancar presencial, con clientes cerca, para aprender rápido. Pasarte a remoto cuando tengas oficio. Y volver, si te conviene.

Cierre

Vuelvo al principio.

Al empezar dije en voz alta la pregunta que muchos tenían y nadie decía.

> ¿Esto me va a dejar sin trabajo?

Les dije que no les podía prometer que no. Y sigo sin poder prometerlo.
Pero ahora ya vieron de qué depende. El trabajo no desaparece, se mueve de lugar. Y estar donde se mueve depende mucho más de ustedes que de la IA.

En el año 2000, a aquellas agencias de viajes no las encontraba nadie. La herramienta no existía, y tuve que inventarla. Un programita, hecho a mano, sin tutoriales ni a quién copiarle.

A ustedes les pasa al revés. La herramienta ya la tienen. Pero la herramienta no trae criterio, por más que lo parezca. Para ponérselo, primero hay que entender qué problema hay que resolver. Y eso es lo que les van a pagar.

Y lo otro que les dije al principio. Nada de esto funciona si no le hacen lugar en la semana. Con la IA van a poder hacer casi todo. Justamente por eso, elijan poco. Si no es un sí rotundo, es un no.
Y yo no nací organizado, eh. Aprendí porque no me quedaba otra.

El empleado que les presenté antes, el que trabaja las 24 horas y no se queja nunca, todavía no tiene nada que hacer.
El lunes le tienen que dar la primera tarea.

Elijan un problema real. Uno solo, aunque sea chico. Un trabajo de la facultad, un cliente, algo suyo. Y pónganle día y hora en la agenda, como si fuera una reunión con un cliente.
En la14.com.ar/ia, aquel dominio del básquet que les dije que iba a volver a servir para algo, les dejé la plantilla.

Escriban el briefing. Pídanle la especificación. Pídanle el plan. Revísenlo. Y recién ahí, que trabaje.
Ese día suben el primer escalón.
No lean más sobre esto. No esperen a entenderlo todo.

Háganlo el lunes.

Y les aviso lo que va a pasar.
En algún momento de ese lunes van a estar frente a la pantalla sin saber bien qué pedir. No va a haber tutorial, ni curso, ni a quién copiarle. Y va a ser incómodo.
Esa incomodidad yo la conozco. Es la misma que sentí en el 2000, con aquellas listas de correo, frente a algo que nadie entendía del todo.
Y no significa que están en problemas. Significa que están parados donde todavía no llegó nadie.

Y cuando estén ahí, sin saber qué pedirle, acuérdense de lo único que tienen que llevarse de todo esto.

El problema va primero. La herramienta va después.

El futuro de la IA, y el tuyo · Francisco Javier Misuraca · San Nicolás, 29 de septiembre de 2026.

Todo lo que se nombra en la charla está en la14.com.ar/ia.