

# Rediseño Curricular

## Diseño Gráfico

El presente justifica y resume el rediseño curricular de la Carrera de Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra (UPSA), atendiendo a la necesidad de formar profesionales idóneos y capacitados en base a los requerimientos de la profesión y las empresas.

### F

#### UNDAMENTACIÓN DEL PROGRAMA

##### Justificación

El Diseño Gráfico es una disciplina en continua evolución. Esta innovación continua es fruto de la acción de múltiples factores:

1. La evolución constante y acelerada de las nuevas tecnologías, que proporcionan al diseño gráfico no sólo nuevas y más eficientes herramientas de trabajos sino también nuevas áreas de aplicación del diseño que requieren de conocimientos actualizados y focalizados.

2. El cambio y la propuesta de tendencias innovadoras en las áreas que comparten con el Diseño Gráfico la función estética, como ser las Artes y el Diseño de Moda e Industrial, cuya aceleración e integración han aumentado notablemente a raíz de la globalización.

3. La necesidad, siempre creciente en Bolivia y Santa Cruz, por parte de empresas, instituciones y grupos sociales de una comunicación visual capaz de proporcionar soluciones eficaces a las necesidades de identificación, promoción e información, para el mercado y medios locales e internacionales.

Es así que el nuevo plan de estudio de la Carrera de Diseño Gráfico de la UPSA se mueve en total sintonía con la evolución y las necesidades de la sociedad y del mercado, enriqueciéndose

**Franca Calmotti Crevani**  
Historiadora del Arte.  
Diplomada en Estudios del Oriente Boliviano. Diplomada en Educación Superior (UPSA)  
Jefe de Carrera de Diseño Gráfico (2004-2005)

con materias que permiten un aprendizaje actualizado en el manejo de las nuevas tecnologías, un profundo conocimiento de la evolución del diseño y de su metodología y una práctica constante para proporcionar soluciones creativas y eficaces a las necesidades del empresariado y de la sociedad.

Por otro lado, la preferencia de los diseñadores gráficos graduados de la UPSA para trabajar en forma independiente ha sugerido la incorporación en el plan de estudio de materias de gestión empresarial, que además de preparar al futuro diseñador para la creación y gestión de estudios independientes, le proporcionan un

más de la intervención del diseñador gráfico. Las empresas necesitan identificarse a través de signos y colores que reflejen su identidad, así como de encontrar soluciones siempre nuevas y creativas para promover y comercializar sus productos. Existe también la exigencia de traspasar las fronteras locales a través del diseño de páginas web eficientes y amigables, así como de soportes de información multimedia. Por otro lado, desde los últimos años, existe la conciencia en los directores de medios de las ventajas de un diseño editorial capaz de atraer al lector y garantizarle una correcta legibilidad, mientras que por otro lado se manifiesta el avance del diseño de vía pública, con la continua innovación de la publicidad estática.

---

Las empresas necesitan identificarse a través de signos y colores que reflejen su identidad, así como de encontrar soluciones siempre nuevas y creativas para promover y comercializar sus productos.

---

conocimiento adecuado del "sistema empresa", para el cual diseñará estrategias de comunicación visual en las áreas de identidad, publicidad y marketing.

La UPSA, por otra parte, cuenta con la carrera de Diseño y Gestión de la Moda y la carrera de Diseño Industrial que están orientadas a destacar el valor del diseño y formar recursos humanos creativos y capaces para responder a los requerimientos estéticos y productivos de las empresas. La renovación de la carrera de Diseño Gráfico alimenta una línea de diseño con mucha potencialidad en el país y además está apoyada por el grupo de carreras de estudios empresariales, para el área de gestión de la empresa, y por la carrera de Comunicación Estratégica y Corporativa, para el área de comunicación, imagen y cultura.

#### **Requerimientos del mercado laboral**

El desarrollo de los sectores productivos y de la sociedad cruceña requiere cada día

Todos estos campos de actividad requieren de la acción del diseñador gráfico. Su importancia es cada vez creciente y esto se refleja en la elevada demanda de diseñadores gráficos en el mercado cruceño, demanda que los actuales profesionales del sector pueden satisfacer sólo parcialmente.

En la Facultad de Humanidades y Comunicación de la UPSA se han recibido, desde febrero hasta octubre del 2004, un promedio de tres requerimientos mensuales, sumando en ocho meses un total de 27 ofertas de trabajos para diseñadores graduados, particularmente en las áreas del diseño de página web, identidad visual y diagramación para imprenta. Siendo que la disponibilidad de egresados de la Universidad ha podido cubrir sólo una cuarta parte de las necesidades, se destaca no sólo la necesidad de fortalecer y actualizar la carrera, sino de elaborar una estrategia para informar a los bachilleres sobre las oportunidades de trabajo que la misma ofrece.

## Preferencias de la Población Estudiantil

La UPSA ha realizado un estudio entre el público local, focalizado exclusivamente a identificar el grado de interés para esta carrera entre los bachilleres de colegio de medianos y altos ingresos de Santa Cruz. En una encuesta realizada en la PromoUPSA 2004, resultaron 22 interesados en la carrera de Diseño Gráfico de un universo de 1411 bachilleres, en el 2004. En carreras similares como Marketing y Publicidad sumaron además 35 alumnos.

2. Desarrollar la capacidad de conjugar innovación proyectual y nuevas tecnologías, agregando valor estético y económico a la solución de problemas de comunicación visual.

3. Establecer sinergias con los actores que intervienen en el sistema y el control constante de las necesidades del mercado.

4. Promover la realidad cultural y productiva boliviana a nivel internacional

---

El Licenciado en Diseño Gráfico que forma la UPSA utiliza su capacidad analítica, creativa y conceptual para proponer estrategias de comunicación visual.

---

Por otro lado, con el fin de difundir la información sobre las oportunidades de trabajo y la función del Diseñador Gráfico, se realizó el taller vivencial "Diseñador Gráfico por un día", al cual acudieron 27 bachilleres. Entre ellos, 14 manifestaron una actitud altamente positiva hacia la decisión de estudiar esta carrera.

### Objetivos de la Carrera

#### Objetivo General

Formar un diseñador gráfico capacitado profesionalmente para detectar necesidades del contexto social y productivo en el campo de la comunicación visual y dar soluciones creativas y efectivas, sustentadas en el análisis crítico y la conceptualización de los problemas, en capacidades de gestión empresarial y de innovación, así como en el uso apropiado de los medios tecnológicos.

#### Objetivos específicos

1. Promover la cultura del diseño contribuyendo, con acciones de tipo formativo y divulgativo, al desarrollo del sistema productivo y de la sociedad.

### Perfil Profesional

#### Objetivo

Formar un diseñador gráfico capacitado profesionalmente para detectar necesidades del contexto social y productivo en el campo de la comunicación visual y dar soluciones creativas y efectivas, sustentadas en el análisis crítico y la conceptualización de los problemas, en capacidades de gestión empresarial y de innovación, así como en el uso apropiado de los medios tecnológicos.

#### Características Profesionales:

El Licenciado en Diseño Gráfico que forma la UPSA utiliza su capacidad analítica, creativa y conceptual para proponer estrategias de comunicación visual elaboradas individualmente o en equipos interdisciplinarios, así como para proyectar, realizar y supervisar la producción de diseños en los ámbitos informativos, persuasivos y educativos, los mismos que son plasmados a través de los diferentes soportes tradicionales, virtuales y multimedia.

En concreto tiene las siguientes características:

---

El diseñador gráfico que forma la UPSA es capaz de detectar necesidades de orden visual para convertirse en intérprete de las exigencias de la sociedad, del mercado y de los sectores productivos.

---

- Es capaz de detectar necesidades de orden visual para convertirse en intérprete de las exigencias de la sociedad, del mercado y de los sectores productivos.

- Propone soluciones innovadoras a problemas de orden conceptual y visual, traduciendo ideas a imágenes a través de sus capacidades lingüísticas y de interpretación de la forma.

- Tiene habilidades y competencias para activar sinergias con diferentes profesionales y coordinar equipos interdisciplinarios.

- Es innovador, debido a su capacidad de utilizar el pensamiento divergente para proponer soluciones diversas a un mismo problema.

- Posee habilidades metodológicas y de negociación para introducir y gestionar la innovación en los procesos de diseño.

- Está capacitado para coordinar y controlar todas las fases del proceso productivo, de acuerdo a las características físicas del soporte diseñado.

- Está constantemente actualizado en el campo de las nuevas tecnologías de la comunicación visual.

### Funciones

El Diseñador Gráfico puede desempeñarse como:

- **Planificador y coordinador** del proceso creativo y productivo en agencias publicitarias, empresas editoriales y periódicos y en departamentos y/o consultoras de imagen de empresas e instituciones.

- **Diseñador** de todos los aspectos visuales y gráficos en campañas publicitarias y de sensibilización social, gestión de identidad visual de empresas e instituciones, servicios on-line y productos de diseño virtual y multimedia.

- **Asesor** de comunicación visual para empresas e instituciones.

- **Gestor** de empresas de diseño gráfico y agencias publicitarias.

- **Docente** en instituciones de formación especializada (institutos, universidades u otros centros).

### Campo de trabajo

- Consultoras de Comunicación Integral.
- Departamentos de Comunicación Visual en empresas, instituciones públicas y ONG.
- Agencias publicitarias.
- Empresas editoriales.
- Empresas de servicios gráficos especializados (señalética, gigantografía etc.).
- Medios de comunicación y periódicos.

### Condiciones del estudiante

Capacidad de observación, espíritu inquieto y creativo. Habilidad e interés para traducir ideas en imágenes. Conocimiento y curiosidad por las diferentes áreas de la cultura y de la ciencia. Sensibilidad estética, capacidad de innovación y alto sentido de responsabilidad y espíritu emprendedor. Disposición para relacionarse con otras

personas y habilidad para organizar su tiempo, trabajar en equipo y dirigir grupos de trabajo.

### **Metodología y recursos de la carrera**

Se aplican clases magistrales teóricas-prácticas, talleres de proyecto y producción, prácticas y visitas a empresas, revisión de material impreso especializado. Estudio de casos.

Las clases prácticas se realizarán en talleres equipados con equipos y material pertinente; las relaciones con agencias y empresas permitirán las prácticas y pasantías profesionales.

### **Organización y estructura curricular**

El primer semestre es introductorio en lo conceptual y en lo técnico y creativo. En el resto de los semestres se continúa con algunas materias conceptuales que sustentan la base de cultura, gestión, marketing y publicidad, pero como corresponde, el énfasis se encuentra en las áreas de proyecto y técnico-instrumental, alrededor de materias y talleres especializados, cuya conexión algunas veces es directa (requisito obligatorio) y en otras la relación es indirecta.

La carrera está organizada en dos grandes áreas de enseñanza y aprendizaje. Un área mayor y otra área menor. Cada una de ellas se subdivide en áreas especializadas.

### **Área Mayor: Diseño**

**Proyecto:** Estudio de la metodología y de las fases fundamentales del desarrollo de un proyecto en todas sus expresiones. Es el área en el que se utiliza una síntesis de los conocimientos culturales, técnicos-instrumentales y empresariales, con la finalidad de realizar un proyecto equilibrado y funcional a la vez que se adquieren competencias profesionales específicas.

**Técnicas-instrumentales:** Conocimiento de los aspectos tecnológico y de los instrumentos relativos a las actividades del diseñador gráfico. En esta área están previstas todas aquellas materias necesarias para adquirir conocimiento y capacidad práctica en la utilización de las herramientas técnicas y tecnológicas relativas, tanto al proyecto y a las técnicas productivas del sector gráfico.

### **Área Menor: Marketing y Publicidad, Imagen y Comunicación, Gestión, Cultura**

**Marketing y Publicidad:** Análisis de los aspectos económicos y de mercado en el posicionamiento de una marca, con particular referencia al mercado internacional.

**Imagen y Comunicación** Estudios de métodos y técnicas de imagen y comunicación corporativa así como de gestión de la marca.

**Gestión:** Estudio de la organización de la empresa, con particular énfasis en los procesos comunicacionales y de gestión de la misma.

**Cultura:** Conocimiento y estudio profundo de los aspectos históricos y teóricos propios de la cultura de proyecto.

## MALLA DISEÑO GRAFICO (Plan 2005)

