



TRAZO CREATIVO

EL DISEÑO GRÁFICO OTORGA IDENTIDAD VISUAL A PRODUCTOS E IDEAS. ACTUALMENTE, LOS PROFESIONALES DE ESTA CARRERA PUEDEN DESEMPEÑARSE EN NUEVOS Y AMPLIOS CAMPOS LABORALES.

ESCRIBE BRUNELLA VÁSQUEZ FOTOS ELÍAS ALFAGEME ILUSTRACIÓN MÓNICA GONZALES

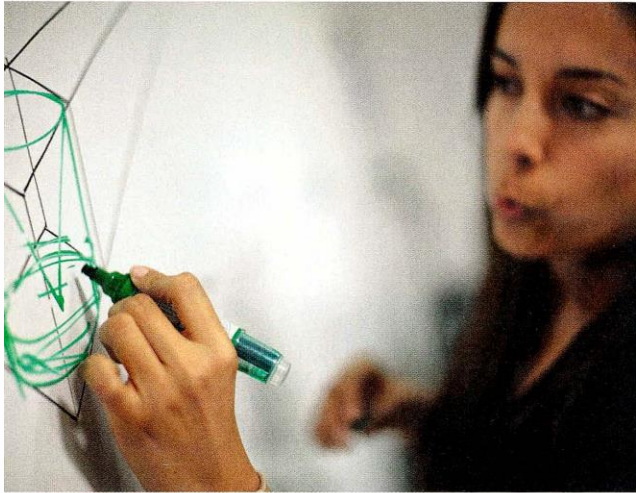
Photoshop, Illustrator, InDesign, 3D Max: el pan de cada día de todo diseñador. Sin embargo, ninguno de estos programas sería útil sin las herramientas correctas para usarlos. La creatividad, la innovación y la sensibilidad son solo algunas de ellas. Un diseñador gráfico tiene el don de la creación y en su ADN se encuentra la habilidad de la persuasión. “Los diseñadores vemos y sentimos el mundo de diversas perspectivas. Un alumno que decide estudiar esta carrera debe ser comprometido, disciplinado, ordenado, obsesivamente observador, flexible, dinámico, autocrítico, colaborador, no debe tener miedo a fallar, debe ser independiente, no convencional, sensible y con una motivación interna suprema”, describe Óscar Mas, Director de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario de la Universidad de Ciencias y Artes

DÓNDE ESTUDIAR

- **Centro de la imagen**
www.centrodelaimagen.edu.pe
- **Instituto San Ignacio de Loyola** www.isil.edu.pe
- **Leo Design**
www.leodesign.edu.pe
- **New System Institute**
www.newsystem.edu.pe
- **Pontificia Universidad Católica del Perú PUCP**
www.pucp.edu.pe
- **Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas UPC**
www.upc.edu.pe
- **Universidad Peruana Unión UPEU**
www.upeu.edu.pe
- **Universidad Tecnológica del Perú UTP**
www.utp.edu.pe
- **Centro de la imagen**
www.centrodelaimagen.edu.pe
- **Universidad de Ciencias y Artes de Latinoamérica UCAL**
www.ucal.edu.pe
- **CIBERTEC**
www.cibertec.edu.pe
- **Instituto Toulouse Lautrec**
www.tls.edu.pe
- **Instituto Peruano de Arte y Diseño IPAD**
www.ipad.edu.pe
- **Instituto Poussin**
www.institutopoussin.com
- **Instituto Superior Sise**
www.sise.edu.pe
- **Instituto Superior Tecnológico de Lima**

de América Latina (UCAL).

Un diseñador muchas veces no es consciente del poder que le proporciona su labor. Su influencia en el mundo al crear mensajes, sensaciones y acciones determina más de lo que uno imaginaría. Como consumidores –tanto de productos como servicios– nos entregamos y muchas veces hasta confiamos ciegamente en lo que ellos producen. “Localmente la carrera ha tenido un origen de nivel técnico, ya que en un inicio su labor estuvo basada en la destreza del manejo del software para atender proyectos estéticos. Ello solo requería unos años de aprendizaje. Sin embargo, la propuesta del diseñador gráfico egresado de la UPC es la de un completo ‘comunicador visual’, multidisciplinario y capaz de atender proyectos de cualquier magnitud. El ascenso profesional ha cambiado con los años, puesto que hoy en día existen muchos



SELLO PROPIO. Disciplina, flexibilidad y no sentir temor frente al fracaso o los desafíos son características de todo creador.



DISEÑO DIGITAL. La creación de aplicaciones móviles, portales web e incluso videojuegos resulta muy atractiva para los jóvenes de hoy.

TESTIMONIO

JIMENA VENERO BÉJAR

PRACTICANTE DE DISEÑO PUBLICITARIO EN LA CONSULTORA DE BRANDING STUDIOA

Comunicar una idea

Cuando estaba en el colegio pensaba que trabajaría haciendo comerciales para Coca Cola. Es más, Jimena admite que esa era la única marca que utilizaba para explicar a las personas qué es lo que iba a estudiar. Sin embargo, además de las gráficas de las campañas publicitarias, ella quería trabajar desde la concepción de la idea. "En UCAL me enseñaron que eso es parte de mi formación como Diseñadora Estratégica, lo que me nutre como alumna y futura profesional", explica.

A pesar de que sabía exactamente a qué se quería dedicar, admite que no solo es cuestión de saber diseñar y plasmar una idea. "Tienes que ser una persona con la intención de estar en un aprendizaje abierto y continuo. Además, hay que estar al día con lo que pasa en el mundo. Estar informado sobre temas de arte, diseño, cultura, noticias, política, historia, etc. ya que de eso se alimenta el trabajo que día a día irás realizando", revela Jimena, quien actualmente se encuentra trabajando en la consultora de branding STUDIOa que está asociada con la consultora Interbrand.

Antes de eso, Jimena realizaba sus prácticas en Volver D6, una agencia de publicidad integral; sin embargo, un profesor de la UCAL le propuso terminar sus prácticas en STUDIOa, en donde admite estar profundizando en un tema que en este punto de su carrera le ha comenzado a interesar: la identidad e imagen corporativa de una empresa. "Pensaba e imaginaba que solo trabajaría en las gráficas de las campañas publicitarias y eso era algo que me preocupaba, pero mi trabajo va desde la conceptualización y realización de la campaña hasta la definición de objetivos y estrategias de comunicación", concluye.



IDENTIDAD. Jimena se especializa en imagen corporativa.

puestos de primer nivel dentro de grandes industrias que son cubiertos por diseñadores gráficos profesionales, debido a la capacidad de gestión con la que cuentan también”, revela Rodrigo Vivar, Director de la carrera de Diseño Profesional Gráfico de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

Detrás de todo lo que nos rodea se encuentra el sello del diseñador. Ya sea publicitario, editorial, digital, corporativo, de productos o servicios, ambiental, de moda. “Debajo de este gran paraguas de especialidades hemos identificado cuatro grandes campos profesionales: Ciencias sociales (universidades, colegios, laboratorios, organizaciones), negocios (bancos, servicios financieros, supermercados, retail, consumo, industriales, servicios), diseño (consultoras en innovación, firmas, agencias digitales, de comunicación, de publicidad, etc.) y tecnología (empresas que desarrollan software, aplicacio-

PRINCIPALES ESPECIALIDADES Y CAMPOS PROFESIONALES

DISEÑO PUBLICITARIO •

Piezas para campañas publicitarias como avisos de prensa, volantes, publicidad exterior (en vía pública), merchandising, BTL, etc.

DISEÑO EDITORIAL •

creación, maquetación y diseño de publicaciones impresas, tales como revistas, periódicos, libros, etc.

DISEÑO DIGITAL • software de edición gráfica, retoques digitales, aplicaciones móviles, portales web, etc.

DISEÑO CORPORATIVO •

asesoría de imagen, diseño de logotipos, branding, etc.

TESTIMONIO

MARÍA JOSÉ BALTA

PRACTICANTE DE DISEÑO GRÁFICO E INDUSTRIAL EN BELCORP

Arte funcional

En un principio quería ser diseñadora o abogada. Sabía que ambas profesiones son muy diferentes, pero a María José le gustaba tanto la creatividad y libertad del Diseño, como también la estructura y análisis del Derecho. Sentía que ese balance entre libertad y estructura lo encontró en la carrera gráfica y admite que la idea del arte con funcionalidad fue la que finalmente la convenció.

“Siempre pensé que terminaría trabajando en algo involucrado con editorial o publicidad. Dentro de la malla curricular de Diseño Profesional Gráfico de la UPC hay cuatro líneas formativas: Diseño Publicitario, Diseño Corporativo, Diseño Digital y Diseño Editorial. Por eso supe de manera temprana qué quería hacer después de graduarme, ya que estuve expuesta a todos estos campos desde el comienzo de mi formación”, revela. La vida de diseñador no es fácil y uno tiene que trabajar sin horarios. Sin embargo, María José reconoce que su oficio le resulta divertido ya que se encuentra constantemente dentro de un mundo creativo y con espacio para explorar.

Actualmente trabaja en Belcorp, en el área de diseño de producto. Tenía un contacto en la empresa y les mandó su CV. Ya había hecho una práctica pre profesional anteriormente y otras actividades con focus en diseño. Desde inicios de su carrera le interesó poner sus conocimientos a andar y cree que gracias a su proactividad consiguió el puesto apenas estando en cuarto ciclo.



ESENCIA. Creatividad para diferenciar y creatividad para vender o posicionar una marca: ambas competencias provienen del diseño.



CREAR. Este oficio permite espacio para explorar, dice María José.

nes móviles, juegos, multimedia, Internet/web)”, explica Óscar Mas, de la UCAL.

“El Diseño Gráfico en sí mismo se ocupa directamente de dar personalidad a un producto, servicio o empresa, diseñándole su identidad visual, para que se distinga de su competencia. Es creatividad para diferenciar. El Diseño Publicitario desarrolla estrategias y las aplica en campañas en medios tradicionales y no tradicionales para promocionar un producto, servicio o empresa, creando la necesidad de consumo en el público obje-

tivo. Es creatividad para vender, para posicionar la marca”, detalla Felipe Cortázar, Director Académico de Diseño del Instituto Superior de Comunicación y Diseño Toulouse Lautrec.

En un mundo tan competitivo como el nuestro es esencial que los profesionales de diseño sean capaces de crear estrategias visuales arriesgadas, impactantes y persuasivas, que faciliten la comunicación desde lo cotidiano hasta lo extraordinario. El acto creativo es el núcleo gestor del proceso de diseño. Sin embargo, la capacidad de diseñar no es innata, se adquiere mediante la práctica y la reflexión. ●