



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES

Programa de Diseño Gráfico

Proyecto Educativo del Programa

PEP

Bogotá D.C

2013

La Universidad Piloto de Colombia, en su Proyecto Educativo Institucional (PEI), cuestiona el ejercicio de la Universidad a la luz del principio de proyecto, del concepto *proyectar*; el cual es definido en este mismo documento como “arrojar la flecha hacia un blanco, futuro, distante” (UPC, 2009).

El proyecto como principio hace que el diseño surja como elemento natural a la institución, así pues el diseño más que una disciplina académica se configura como actitud, como un tipo de pensamiento que involucra, conocimiento, raciocinio, intelecto, talento, sensibilidad y pragmatismo. El diseño así como el concepto de proyecto se define en relación con su horizonte posible, que en palabras de Zimmerman (2002) llevan implícita la intencionalidad, que es aquel fundamento que cubre de sentido la relación de la Universidad, consciente de su compromiso, con el mundo, con la sociedad.

Miembros Fundadores**Universidad Piloto de Colombia**

José María Cifuentes Páez

Jairo Farfán Barreto

Olinto Quiñones Quiñones

Carlos Hernández Campo

Orlando Gómez Quintero

Carlos Alberto Hernández Campo

Humberto Hernández Devia Stella

Medina de Bernal Olinto Eduardo

Puyana Quiñones Jorge Sánchez

Andrés Lobo-Guerrero Campagnoli

Guillermo Bermúdez Salgado

Presidente

José María Cifuentes Páez

Rectora

Patricia Piedrahita Castillo

Vicerrectora

Ángela Gabriela Bernal Medina

Decano de Facultad

Arq. Edgar Camacho Camacho

Decano Administrativo

Dg. Rodrigo Lobo-Guerrero

Decano Académico

D.I. Mauricio Gutiérrez Pérez

PROYECTO EDUCATIVO DEL PROGRAMA

El Proyecto Educativo del Programa Diseño Gráfico (PEP), es el documento que contiene la información básica del programa académico, pone en evidencia su identidad y expone su misión, visión, sus propósitos y objetivos de formación, en torno de los cuales se han configurado sus lineamientos curriculares y pedagógicos.

Este documento hace manifiesto que el Programa Diseño Gráfico de la Universidad Piloto de Colombia, en respuesta a las necesidades actuales del país y de la industria de la comunicación gráfica busca formar diseñadores que, más allá de hábiles en su quehacer profesional, sean propositivos y contribuyan en el desarrollo de la nación y en el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades.

PRINCIPIOS DE LA UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

- Libertad de cátedra y libre investigación científica.
- Enfoque de los estudios hacia la solución de los problemas sociales más urgentes del país.
- Unidad entre el aspecto teórico y práctico de los estudios.
- Fundamentación de los programas académicos en la investigación como soporte del desarrollo científico.
- Cooperación entre alumnos y profesores como unidad básica para la investigación, compitiendo en iniciativas y realizaciones.
- Cooperación entre especialistas de diferentes profesiones formando equipos multidisciplinarios.
- Cooperación, entendimiento y aporte de iniciativas de profesores y alumnos en mutua labor de responsabilidad por la buena marcha de la Universidad.
- Propugnar por la plenitud del espíritu de colaboración y solidaridad con la comunidad.
- Formación de ciudadanos conscientes, y como tales, tolerantes y respetuosos de las creencias de los demás, que rindan culto a los deberes e ideales humanos.
- Democratización del acceso a los estudiantes universitarios.
- Formación académica universal ajena a intereses de tipo individual.

PROYECCIÓN DE LOS PRINCIPIOS DISCIPLINARES

El diseño es concebido primordialmente como una actividad intelectual enfocada en la resolución de problemas, situaciones o necesidades –de comunicación visual-, cuyos proyectos y productos son resultado del ingenio, el pensamiento crítico y la sensibilidad estética, combinados con conocimientos en las áreas de la comunicación, la tecnología y la gestión. El profesional en el campo del Diseño Gráfico, tal como lo plantea Icograda¹, es idóneo “en la estructuración y organización de la información visual para facilitar la comunicación y la orientación” (Icograda, 2010). Visto éste desde el horizonte académico como campo disciplinar, el diseño implica tanto la actividad de diseño en términos de proceso del pensamiento, como los productos, servicios, procesos y sistemas resultado de dicha actividad. En ese orden de ideas se trata tanto de los procesos cognitivo, lógico, intelectual y social que el diseño exige, así como el andamiaje técnico y tecnológico que involucran sus producciones. Según Zimmerman (2002) el diseño lleva implícita la intención que tiene el papel rector en todas las decisiones que se toman durante el proceso de conceptualización y configuración. La intención proyectual se genera a partir de la dilucidación de las características específicas de un problema o una expectativa.

¹ Sigla que identifica al International Council of Graphic Design, organismo mundial que representa el diseño de la comunicación a nivel profesional. Ésta organización trabaja en el ámbito multidisciplinar del diseño y los medios de comunicación, con la idea de promover activamente el valor de la práctica del diseño, el pensamiento, la educación, la investigación y la política, representa a más de 200 organizaciones en 67 países y regiones de todo el mundo (ICOGRADA 2010).

MISIÓN INSTITUCIONAL

La Universidad Piloto de Colombia busca la formación de profesionales con conocimiento científico y crítico, con mentalidad abierta a todos los aspectos de la vida y del desarrollo nacional, considerados dentro de una visión global y en particular, de los que caracterizan el contexto de la comunidad colombiana; mediante la investigación científica y la formación integral del hombre como instrumento de cambio, que garantice el bien común, la estabilidad de la sociedad, el bienestar del ciudadano y el manejo adecuado del medio ambiente.

MISIÓN DEL PROGRAMA

El programa de Diseño Gráfico forma diseñadores gráficos en atención a los problemas de información y las necesidades de comunicación visual de los contextos contemporáneos. El programa concibe la disciplina, como una actividad intelectual y técnica cuyos proyectos y productos son resultado del ingenio, el pensamiento crítico y la sensibilidad estética. El programa se proyecta hacia el mercado y la industria como es su naturaleza y hacia las instituciones de carácter social, la empresa pública y privada y a los mercados internacionales.

VISIÓN INSTITUCIONAL

La Universidad Piloto de Colombia se proyecta como un centro universitario de excelencia, que fundamenta su prestigio en la práctica de la gestión institucional en el impacto en la cultura, en la ciencia, en la tecnología y en el desarrollo de la sociedad. El alcance de la Universidad se basa en el reconocimiento por la comunidad académica y científica, como líder en la formación integradora del ser social para el progreso intelectual y científico del hombre libre, con altos valores humanos y comprometida con la sociedad en general.

VISIÓN DEL PROGRAMA

El programa Diseño Gráfico de la Universidad Piloto de Colombia se consolidará en los próximos siete años como un programa de educación superior de alta calidad líder en la gestión del conocimiento que permita desarrollar proyectos, procesos de diseño e investigación en el campo de la comunicación visual que posibiliten un espacio de convergencia para la comunidad académica con los sectores, económicos, políticos y socioculturales.

Contenido

1. LA NECESIDAD DEL DISEÑO EN SOCIEDAD	10
2. HISTORIA DEL PROGRAMA	11
3. PROYECTO DEL PROGRAMA	12
4. PANORAMA DE LA DISCIPLINA.....	13
5. PRINCIPIOS DE FORMACIÓN.....	16
6. PROPÓSITOS DE FORMACIÓN	17
7. OBJETOS DE CONOCIMIENTO, ESTUDIO Y APRENDIZAJE	18
8. PERFILES	19
9. PLAN DE ESTUDIOS	20
10. COMPETENCIAS.....	22
11. INVESTIGACIÓN.....	25
12. PROYECCIÓN SOCIAL.....	26
13. ORGANIGRAMA DE LA FACULTAD	27
14. BIBLIOGRAFIA	28

1. LA NECESIDAD DEL DISEÑO EN SOCIEDAD

Por una parte es importante considerar el rol del Diseño Gráfico en el desarrollo del país, tal como lo plantean las tendencias del mundo productivo, las empresas y las organizaciones tienen el reto de generar diferenciación, básicamente a través de “su estrategia corporativa, su estructura y su capacidad de agregar valor” (MEN; 2003). En este sentido el Diseño Gráfico se presenta como insumo básico para las empresas colombianas, pues a través del manejo de sistemas comunicativos, de la proyección de su imagen en los mercados internacionales, puede colaborar en el nivel de competitividad de la empresa colombiana en general.

Por otra parte, en el marco del plan de desarrollo nacional, el Diseño Gráfico se propone como eje de movimiento a partir de la innovación y conexión de diversos sectores del País. De igual manera, en el caso del crecimiento del producto interno bruto, la disciplina es propuesta como eje de crecimiento y desarrollo del sector de la industria de la comunicación gráfica, considerado como subsector de la industria manufacturera, en la cual la industria editorial tiene lugar y donde se potencia la importancia de la gestión del conocimiento, la información y la comunicación como eje de desarrollo, no solo en términos económicos, también sociales y científicos.

Más importante entonces que el compromiso con el crecimiento de la economía nacional, el Diseño Gráfico establece su principal responsabilidad con la sociedad, con el ciudadano, con las personas, aquellos individuos que le dan sentido al diseño, sean vistos como consumidores, clientes, usuarios o co-creadores. El mundo contemporáneo saturado de información, de imágenes, de datos exige el mayor profesionalismo del diseñador gráfico en términos de que su acción posibilita el acceso a la información, aquella con que el sujeto, a la larga, actúa. Así pues el diseñador gráfico encuentra su asiento en sociedad, al preparar la información y disponerla para el espectador cualesquiera que sean sus características.

2. HISTORIA DEL PROGRAMA

La Universidad Piloto de Colombia como proyecto educativo surgió en 1962 como resultado del empeño de sus estudiantes fundadores, por transformar el modelo de educación superior del momento. El programa con el que inició el sueño fue con Arquitectura que hasta 1978 fue el único programa ofertado y que con la Ley 30 de 1992, del Ministerio de Educación Nacional, pasó a denominarse Facultad de Arquitectura y Artes, para dar cobijo a los programas de Diseño de la Institución, en primer lugar Gráfico y posteriormente de Espacios y Escenarios.

A través de la resolución de Consiliatura No 045-2005 y cuyo soporte es el acta de consiliatura No 009 del 29 de marzo de 2005, se aprobó la solicitud del Registro Calificado para el programa Diseño Gráfico de la Universidad Piloto, proceso que arrojó sus frutos el 29 de Noviembre de 2007 mediante la resolución 7333 del Ministerio de Educación Nacional, lo que posibilitó el inicio de actividades académicas en agosto de 2008.

El programa de Arquitectura líder en la Institución y en la Facultad, cuenta con acreditación de alta calidad otorgada por el Consejo Nacional de Acreditación (CNA) desde el 2007 y renovada en 2013 por la misma entidad. El programa Diseño Gráfico por su parte durante el periodo 2012-3 y 2013-1 viene adelantando el proceso de renovación de su registro calificado y proyectando su proceso de acreditación para el año 2016-2017.

3. PROYECTO DEL PROGRAMA

A pesar de que el proyecto de la Universidad inició en 1962, fue hasta 2002 que publicó oficialmente su Proyecto Educativo Institucional (PEI), que bajo la denominación de *Etopeia* relaciona su oferta educativa con la ética y la poesía. Por su parte, un Proyecto Educativo de Programa (PEP) también es “un conjunto de valores en marcha que proceden de los genes institucionales” surge de los intereses de los programas académicos y se dirige hacia la comunidad académica que involucra. Ambos, tanto el PEP, como el PEI, son construcciones “de sueños que vienen del pasado, que seguirán animando el presente y caminando hacia el futuro” (UPC, 2009).

Desde los acercamientos iniciales a la formulación del Proyecto Educativo del Programa de Diseño Gráfico, la filosofía institucional y la promoción de los valores institucionales han estado presentes y se ha hecho explícito el interés del programa por hacer realidad el sueño de los estudiantes fundadores al denominar la Universidad como *Piloto*, pues con ello quisieron manifestar la postura de la institución como “modelo de universidad y experimento permanente; institución pionera, innovadora y renovadora; un experimento que explora nuevos caminos” (UPC, 2009).

Así pues, el programa Diseño Gráfico está en constante reflexión sobre su quehacer y emprende acciones que permitan la renovación permanente de su proyecto académico, que beneficien la experiencia educativa de los estudiantes, potencie el perfil profesional y a la larga, que generen impacto en el medio, así como lo manifiesta la misión institucional, el profesional Piloto como instrumento de cambio. Las principales estrategias comprenden desde comités permanentes de autoevaluación y currículo, contacto regular con los empleadores donde los estudiantes hacen práctica empresarial y donde se ubican laboralmente nuestros egresados, y finalmente a través de la observación de necesidades de la industria de la comunicación gráfica a nivel nacional e internacional.

4. PANORAMA DE LA DISCIPLINA

Panorama Internacional

Las tendencias internacionales de formación en Diseño Gráfico establecen la orientación de la profesión al servicio de la comunicación humana, la transmisión de ideas, información, hechos y, en general, mensajes mediante la concreción de formas visuales. Asimismo, se sientan las bases disciplinares en el proceso proyectual en donde convergen aspectos relacionados con la intuición, la investigación, la creación de metodologías, la valoración de la historia y la creación concreción y planteamiento de soluciones innovadoras a problemas sociales; el compromiso profesional se centra entonces en la determinación de los problemas o situación comunicacionales y sus posibles soluciones de manera creativa, ética y tomando conciencia del impacto de los productos desarrollados a nivel cultural y social.

El programa Diseño Gráfico de la UPC se manifiesta afín con las tendencias internacionales de la disciplina y al mismo tiempo reconoce que su compromiso es vincularlas con la realidad nacional e impulsarlas mediante el desarrollo potencial del país y sus localidades a través de la investigación y la proyección social.

Panorama Nacional

La tendencia nacional de formación en Diseño Gráfico evidencia un énfasis en la enseñanza de habilidades en técnicas de representación, lo que manifiesta la importancia del nivel operativo y comunicativo para concretar representativamente un proyecto de diseño en el contexto nacional. Asimismo, las habilidades de negocios son parte importante de la educación en diseño. Con ellas se toman decisiones estratégicas en favor de la integración del diseño al proceso de prosperidad empresarial. La formación en Diseño en el País está orientada por directrices oficiales y el horizonte de constitución de la calidad de los programas está regida por las políticas relativas a la autoevaluación con fines de acreditación y las pruebas de Estado.

Enfoque Piloto

La Universidad Piloto de Colombia establece su compromiso con el liderazgo a partir de la misma denominación que recibió de sus fundadores, condición que le implica a todos sus programas académicos mantenerse a la vanguardia y anticipar el horizonte de la educación en cada disciplina para convertirse incluso en pionera del cambio. Así pues, el programa Diseño Gráfico asume el compromiso institucional y perfila un enfoque disciplinar que, consiente de la situación local y de las necesidades del país, se proyecta a los diversos contextos internacionales con un nivel competitivo.

Modelo Pedagógico

El desarrollo del perfil profesional del programa, que comparte horizonte con el propuesto por Icograda, ve al diseñador como ciudadano global y la enseñanza del diseño como en proceso de transformación, de una instrucción del tipo “de uno hacia muchos” hacia una instrucción “de muchos hacia muchos”, así la formación debe:

- Inculcar una mentalidad sensible y crítica, y alimentar una actitud autorreflexiva, más la habilidad de adaptarse y evolucionar con el apoyo de herramientas y métodos de aprendizaje innovadores para la comunicación y la colaboración.

- Incluir las siguientes dimensiones: imagen, texto, contexto, espacio, movimiento, tiempo, sonido e interacción.

- Producir modelos para la comunicación transcultural e interdisciplinaria y para la colaboración del mercado global con la industria, los usuarios, otras disciplinas de diseño y los interesados.

- Integrar teoría, historia, crítica, investigación y administración para incrementar la producción de conocimientos de diseño con el objetivo de enriquecer la innovación y la eficacia con respecto a factores ambientales y humanos.

- Enseñar métodos de investigación cuantitativos y cualitativos (por ejemplo etnografía) para apoyar, definir y solucionar problemas.

- Motivar la práctica profesional con resultados que aporten nuevos conocimientos al discurso interdisciplinario.

- Preparar a los estudiantes para el cambio tecnológico, ambiental, cultural, social y económico. Con ese fin, debe evolucionar de proyectos generados por el profesor hacia una definición más participativa de los problemas, que permita a los estudiantes abordar democráticamente sus propios intereses y modos de aprendizaje con proyectos iniciados por los propios estudiantes.

- Promover la curiosidad intelectual y un compromiso con el aprendizaje a lo largo de la vida en estudiantes de todos los niveles, incluso los de pre-universitario. A través de programas de ayuda

social, la enseñanza del diseño debe diversificar la profesión y crear oportunidades para que las minorías sean escuchadas.

- También debe suministrar nuevos programas de aprendizaje permanente a los futuros profesionales que están cada vez más necesitados de actualizar sus habilidades y de entrenarse en métodos de investigación.

- Imbuir en los estudiantes un sentido de responsabilidad personal hacia el impacto ambiental y social de su práctica.

Entonces, el papel del formador de diseñadores cambia de proveedor de conocimientos a mediador que motiva y facilita la orientación para una práctica más sólida. El poder pensar en el futuro cercano y lejano debe ser parte esencial de la enseñanza y la práctica del diseño mediante la investigación. Una nueva concepción del diseño apunta a devolver el equilibrio a la naturaleza, la humanidad y la tecnología, al tiempo que armoniza norte y sur, este y oeste, así como pasado, presente y futuro en un equilibrio dinámico (ICOGRADE, 2011).

Diálogo de saberes

El diálogo primordial se da entre estudiantes y profesores:

- El sentido de diálogo apunta a la facilitación del aprendizaje más autónomo posible por parte del estudiante.
- El punto de partida del diálogo es la idea propia del estudiante inmerso en los ejes problemáticos propios de los espacios académicos, a partir de la cual el estudiante es interlocutor válido del docente.
- El equilibrio en el diálogo se da por cuanto, al tener siempre como referencia a una realidad que es común a profesor y estudiante, para esta es tan importante el bagaje y experiencia docentes como la intuición y creatividad estudiantiles.

5. PRINCIPIOS DE FORMACIÓN

- Desarrollo equitativo de las competencias teóricas y prácticas en el proceso de formación del diseñador gráfico.
- Concepción de la investigación como parte fundamental de la práctica disciplinar y argumentativa, además de ser el eje de desarrollo de la misma
- Cultivo de los capitales culturales como soportes del ejercicio disciplinar y su inserción en sociedad.
- Responsabilidad con el proyecto de vida personal, exploración y consolidación del estilo propio y consciencia de la importancia del autogestionamiento.
- Perfeccionamiento de las habilidades comunicativas oral y escrita y de las argumentativa e interpretativa.
- Estimulo del espíritu curioso, de indagación y exploración escenario de cultivo del ingenio, de las ideas consecuentes gracias al conocimiento cercano del contexto, sus sujetos y sus características.
- El diseño antes que nada es un proceso del intelecto (pensamiento proyectual) por tanto es indispensable el afianzamiento de los procesos cognitivos más complejos, el análisis, la síntesis y la jerarquización.
- El proceso de formación es activo por tanto implica en igualdad de compromiso y cooperación entre estudiantes y docentes.
- Consciencia de la naturaleza interdisciplinar del diseño y en consecuencia lo indispensable del trabajo cooperativo con profesionales de otras disciplinas y la necesidad en la formación de otros saberes complementarios.
- Interés por la función social del diseño y el rol social del diseñador gráfico en el mejoramiento de la calidad de vida.
- Detección y comprensión de los problemas de la sociedad que pueden ser solucionados a partir del diseño.

6. PROPÓSITOS DE FORMACIÓN

- Formar profesionales en el diseño gráfico que aporten al desarrollo de la disciplina tanto en su fundamentación como en el ejercicio práctico.
- Fundamentar el diseño gráfico como disciplina que cumple un rol social y que puede colaborar en el mejoramiento de la calidad de vida y el desarrollo de la sociedad.
- Posibilitar en los diseñadores gráficos consciencia de su responsabilidad con el medio ambiente.
- Implementar la tecnología como herramienta del diseño y como uno de sus motores de desarrollo.
- Promover la interdisciplinariedad y el trabajo en equipo como parte de la naturaleza del ejercicio del diseño.
- Estimular el bilingüismo como herramienta fundamental del diseñador en un mundo globalizado.
- Generar en los diseñadores gráficos agudeza visual, hermética y conceptual en la construcción, uso y lectura de códigos visuales diversos.
- Promover la autonomía en el cultivo del capital cultural del diseñador.
- Entender la importancia de la información y la comunicación en el destino de la sociedad y las acciones y decisiones de las personas.
- Fomentar el conocimiento legislativo y comercial adecuado para correcto desempeño del ejercicio profesional en las posibles situaciones.
- Posibilitar las herramientas administrativas para promover el emprendimiento como un campo de desempeño del diseño.
- Potenciar la capacidad de solucionar problemas y solventar necesidades con propuestas ingeniosas y consecuentes.
- Estimular la formación de criterio propio sobre la realidad nacional y contextual y la importancia de esta mirada en el ejercicio de diseño.

7. OBJETOS DE CONOCIMIENTO, ESTUDIO Y APRENDIZAJE

Teniendo presente que el objeto de conocimiento es aquel indispensable que soporta la carga conceptual de la disciplina y que a su vez le suministra el acervo fundamental; el programa considera que el Diseño, es su objeto de conocimiento, visto éste desde el horizonte académico como campo disciplinar que implica tanto la actividad de diseño en términos de proceso del pensamiento, como los productos, servicios, procesos y sistemas resultado de dicha actividad. En ese orden de ideas se trata tanto de los procesos cognitivo, lógico, intelectual y social que el diseño exige, así como el andamiaje técnico y tecnológico que involucran sus producciones. Según Zimmerman (2002) el diseño lleva implícita la intención que tiene el papel rector en todas las decisiones que se toman durante el proceso de conceptualización y configuración. La intención proyectual se genera a partir de la dilucidación de las características específicas de un problema o una expectativa.

Con la idea de que los objetos de estudio son aquellos determinados a cumplir una función de relación entre el saber y el hacer contextual; el programa concibe los elementos académicos constitutivos del Diseño Gráfico como sus objetos de estudio, principalmente teorías, constructos (entendidos desde la epistemología y desde la psicología como conceptos y procesos del pensamiento incluyendo el proyectual), modelos, métodos e instancias, todos aquellos elementos indispensables para el ejercicio disciplinar en el emprendimiento de proyectos que solucionen problemas o satisfagan necesidades de comunicación visual.

Los objetos de aprendizaje son comprendidos como las estrategias y campos dinamizadores del proceso de enseñanza-aprendizaje que favorecen el acceso a los contenidos educativos gracias a la contextualización que posibilitan al ser extraídos de la realidad. En este sentido, el programa determina sus objetos de aprendizaje como las situaciones problemáticas o las necesidades de comunicación visual que se resuelven o que surgen a través de la interrelación entre las dimensiones: imagen, texto, contexto, espacio, movimiento, tiempo, sonido e interacción.

8. PERFILES

Perfil de ingreso_ El aspirante que desee convertirse en estudiante del programa debe manifestar habilidades comunicativas en lectura, escritura y expresión oral. Comprensión y valoración de los procesos análogos. Evidenciar capitales culturales fundados e interés por el cultivo de los mismos. Disposición para la creación, la experimentación visual y el ser propositivo. Que comprenda la idea de proceso en todos los aspectos, tanto personales, formativos y disciplinares.

Perfil de egreso_ El Diseñador Gráfico egresado del programa, es un profesional íntegro e ingenioso, capacitado para concebir y desarrollar proyectos visuales (enmarcados en las líneas de orientación–profundización) que respondan a las demandas del mundo contemporáneo, a partir de un apropiado diagnóstico de las necesidades reales de información y comunicación visual, y del dominio de las herramientas conceptuales, técnicas y tecnológicas a su disposición.

Perfil ocupacional_ El Diseñador Gráfico egresado del programa de la Universidad Piloto de Colombia puede desempeñarse en varios campos, principalmente en diseño tipográfico, editorial, audiovisual, digital, motion graphics, branding, diseño de información, entre otros. Además se encuentra en la capacidad de ocupar cargos como los siguientes:

- Conceptualizador y desarrollador de proyectos de comunicación visual.
- Diseñador editorial y de fuentes tipográficas, rotulación y caligrafía.
- Director de proyectos de estrategia gráfica en diferentes medios.
- Diseñador y asesor de manejo de marca e identidad visual.
- Colaborador en equipos interdisciplinarios de trabajo.
- Diseñador de piezas de comunicación.
- Director de arte en diversos campos.

9. PLAN DE ESTUDIOS

La Universidad Piloto de Colombia establece su política de manejo de créditos académicos de acuerdo a la normatividad vigente en el país, el decreto 808 del 2001 y decreto 2566 de 2003, los cuales establecen que un crédito académico equivale a 48 horas de trabajo académico del estudiante, en las cuales se comprenden las horas de acompañamiento del docente y las horas que el estudiante debe emplear en actividades independientes de estudio, prácticas u otras que sean necesarias para alcanzar las metas de aprendizaje. De igual manera, esta misma normatividad establece una relación de 1:2 entre el tiempo dirigido y autónomo, es decir que, una hora de clase de acompañamiento directo implica dos horas de trabajo independiente del estudiante en nivel de pregrado. Sin embargo la Institución otorga a los programas académicos total autonomía en el establecimiento de sus créditos de acuerdo a las necesidades de su población estudiantil.

El Programa de Diseño Gráfico de la UPC actualmente otorga el título profesional en Diseño Gráfico a los estudiantes que alcancen un mínimo de 133 créditos aprobados a través de su plan de estudios a 8 niveles en jornada única, con un total de 41 espacios académicos, entre los cuales 7 tienen carácter electivo (17%). El plan de estudios que actualmente ofrece el programa, se estructura de acuerdo a las etapas del proceso de formación así:

- El área de formación básica es definida por la UPC como “un conjunto de disciplinas básicas que dan fundamento al proceso formativo y dan la base para la formación profesional, mediante el aprendizaje sistematizado de las ciencias, que a su vez garantizan el manejo conceptual apropiado, la rigurosidad metodológica; sirven de base para generar una estructura mental para definir y abordar problemas en forma rigurosa y sistémica” (UPC; 2009:38).
- El área de formación profesional por su parte es descrita por la institución como “el conjunto de saberes, métodos y estrategias de las áreas que fundamentan la profesión y que le brindan las herramientas prácticas para su aplicación y para su desarrollo, es decir, tiene un carácter práxico en cuanto que articula en forma íntima la teoría y la práctica” (UPC; 2009:38).
- El área de formación complementaria “da la posibilidad de ampliar el conocimiento del estudiante permitiéndole definir su propia ruta de aprendizaje, de acuerdo a sus intereses y necesidades. Abarca una oferta de cursos, seminarios y eventos que requieren ser

incorporados en el proceso formativo y comprende disciplinas relacionadas con algunos énfasis propios de cada una de las carreras” (UPC, Vicerrectoría, 2009)

La configuración de cada una de estas áreas en espacios académicos y créditos académicos está determinada así:

Área de formación	Espacios Académicos	No. Créditos
Área de formación básica	12	34
Área de formación profesional	21	68
Área de profundización	8	31

En concordancia con el artículo 2 del decreto 3463 de diciembre 30 de 2003 bajo el cual se establecen los componentes mínimos que deben conformar los planes de estudio de los programas de formación profesional en el campo del diseño, la estructura del plan de estudios está compuesta de la siguiente manera:

Componentes	Espacios Académicos	No. Créditos
Teoría e Investigación	5	11
Humanidades y Emprendimiento	2	15
Historia	5	12
Tecnológico	3	8
Proyectual	7	33
Expresión y Representación	7	21
Idiomas	4 <i>(2 electivos)</i>	12 <i>(6 electivos)</i>
Orientación y Profundización	4	12
Eje Fundamental Piloto (1 Electiva Institucional)	4	9

10. COMPETENCIAS

Competencias Genéricas

- Competencia en el pensar críticamente, capacidad para desarrollar un pensamiento autónomo fundamentado.
- Competencia argumentativa, capacidad para razonar de manera fundamentada desde la indagación, la teoría y la historia.
- Capacidad para conceptualizar, generar ideas y representaciones de realidades particulares a partir de referentes puntuales que fortalezcan su producción visual.
- Habilidad para manejar y aplicar las herramientas propias de la expresión análoga.
- Destreza en la percepción, la reflexión y la representación de la bidimensionalidad y la tridimensionalidad.
- Comprensión del espacio, del volumen en tres dimensiones y las maneras en que estos se interrelacionan.
- Competencia para establecer las necesidades informativas, perceptivas y comunicativas de los usuarios en contextos definidos de manera que se facilite el acceso y la comprensión de información.

Competencias Específicas

- Capacidad para detectar y analizar problemas de comunicación visual y encontrar salidas desde lo metodológico, la recolección de datos y la revisión de fuentes.
- Competencia investigativa y capacidad para su aplicación en el ejercicio de diseño.
- Habilidad para comprender, interpretar y aplicar el lenguaje visual como insumo en su quehacer profesional.
- Capacidad para incrementar sus capitales culturales y su discurso disciplinar a partir de referentes visuales y audiovisuales.
- Habilidad para comprender, abordar y debatir sobre los problemas de la disciplina.
- Aplicar las teorías de la percepción visual en la valoración y creación de imágenes con fines comunicativos específicos.
- Capacidad para desarrollar e imprimir un criterio estético con base en los requerimientos de un proyecto establecido.

- Capacidad para expresar de manera gráfica una idea, un concepto o la solución a un problema de diseño o de comunicación visual planteado.
- Habilidad para pensar de manera proyectual aplicando y articulando sus conocimientos teóricos, históricos, contextuales y tecnológicos en la generación de proyectos de diseño en comunicación visual.
- Capacidad para generar soluciones de comunicación visual de acuerdo a los usuarios, sus contextos específicos y sus necesidades particulares.
- Idoneidad para comprender y emprender procesos productivos en los diferentes campos o áreas del diseño y la comunicación visual.
- Habilidad para reconocer y estructurar los elementos visuales y comunicativos en un espacio compositivo de diversas naturalezas.
- Capacidad para razonar de manera analítica, sintética y jerárquica para producir proyectos gráficos de carácter visual.
- Destreza para seleccionar y usar tipografías y letras en proyectos de comunicación visual teniendo en cuenta criterios de legibilidad, visibilidad, contexto de uso e identidad.
- Desarrollar conocimientos y habilidades básicas en el uso de herramientas tecnológicas que apoyen proyectos y procesos de comunicación visual desde la conceptualización hasta su finalización.
- Desarrollar habilidades para organizar, representar y estructurar información visual que responda a las necesidades tecnológicas de la sociedad actual.

Competencias complementarias (Icograda)

- Realiza diseño de identidad; diseño editorial y de libros; diseño de tipografía; diseño de información; publicidad; ilustración; fotografía; caligrafía; sistemas de señalización y de pictogramas; envases y embalajes; diseño de animación; gráfica para televisión y títulos de películas; diseño de interfaz de productos, de la web y de juegos; gráfica de exposiciones, de interacción y ambiental; visualización de datos; y cualquier otra actividad que cree formas visuales online y offline.
- Posee la sensibilidad intelectual y la destreza, alimentadas por la experiencia profesional y el entrenamiento docente, para crear imágenes o diseños que serán reproducidos por cualquier medio de comunicación visual.
- Contribuye a conformar la vida y el paisaje visual del comercio y la cultura en un equilibrio estable.
- Crea significados para una comunidad de clientes y usuarios diversos, no sólo interpretando sus intereses sino ofreciendo también soluciones conservadoras e innovadoras que sean cultural, ética y profesionalmente apropiadas.
- Identifica y define problemas y los soluciona, a la vez que analiza las posibilidades en equipo, a través del pensamiento crítico, la creatividad, y la experimentación, así como de la evaluación.

- Conceptualiza, articula y transmite identidad, mensajes, ideas y valores a productos, sistemas, experiencias y servicios nuevos, actualizados o fusionados.
- Usa un enfoque inclusivo que enfatiza la diferencia, respeta la diversidad humana, ambiental y cultural, y lucha por conseguir puntos en común.
- Aplica principios éticos para evitar daños y tiene en cuenta las consecuencias de la acción del diseño sobre la humanidad (individuos y comunidades) y el medio ambiente.
- Se adapta al cambio tecnológico con facilidad y acepta el desafío de aprender y dominar las nuevas maneras de visualizar y comunicar conceptos mediante diferentes medios de comunicación y nuevos materiales atractivos.
- Es un Diseñador que posee un enfoque disciplinario y aplica esa habilidad al trabajar en equipos interdisciplinarios con antropólogos, programadores de software, científicos, ingenieros, arquitectos y otros expertos (ICOGRADE, 2011).

11. INVESTIGACIÓN

En armonía con las políticas institucionales, el programa Diseño Gráfico determina la formación investigativa como uno de los principales propósitos de su que-hacer formativo, con la idea de promover en el cuerpo estudiantil el espíritu que ocasiona la indagación y la curiosidad que permite romper el conocimiento estanco ocasionado por la transmisión y que le permite al estudiante hacer uso de su pensamiento autónomo y ser el constructor de su propio conocimiento, promoviendo incluso la producción del mismo, bajo la claridad de la identificación de los problemas que le competen a la disciplina, la idoneidad en su tratamiento y el ingenio involucrado en la proposición de alternativas de solución pertinentes y adecuadas para el grupo objetivo de inserción.

Actualmente el Programa Diseño Gráfico tiene establecidas una serie de estrategias, tanto curriculares como extracurriculares, orientadas al desarrollo de la competencia investigativa:

- **Estrategias curriculares:**
 - El espíritu investigativo como eje transversal del plan de estudios.
 - Los espacios académicos del componente investigativo
 - Las opciones de grado
- **Estrategias extracurriculares:**
 - El Laboratorio de Investigación en Diseño (Pertenece al grupo de investigación “Hábitat, Diseño e Infraestructura”)

12. PROYECCIÓN SOCIAL

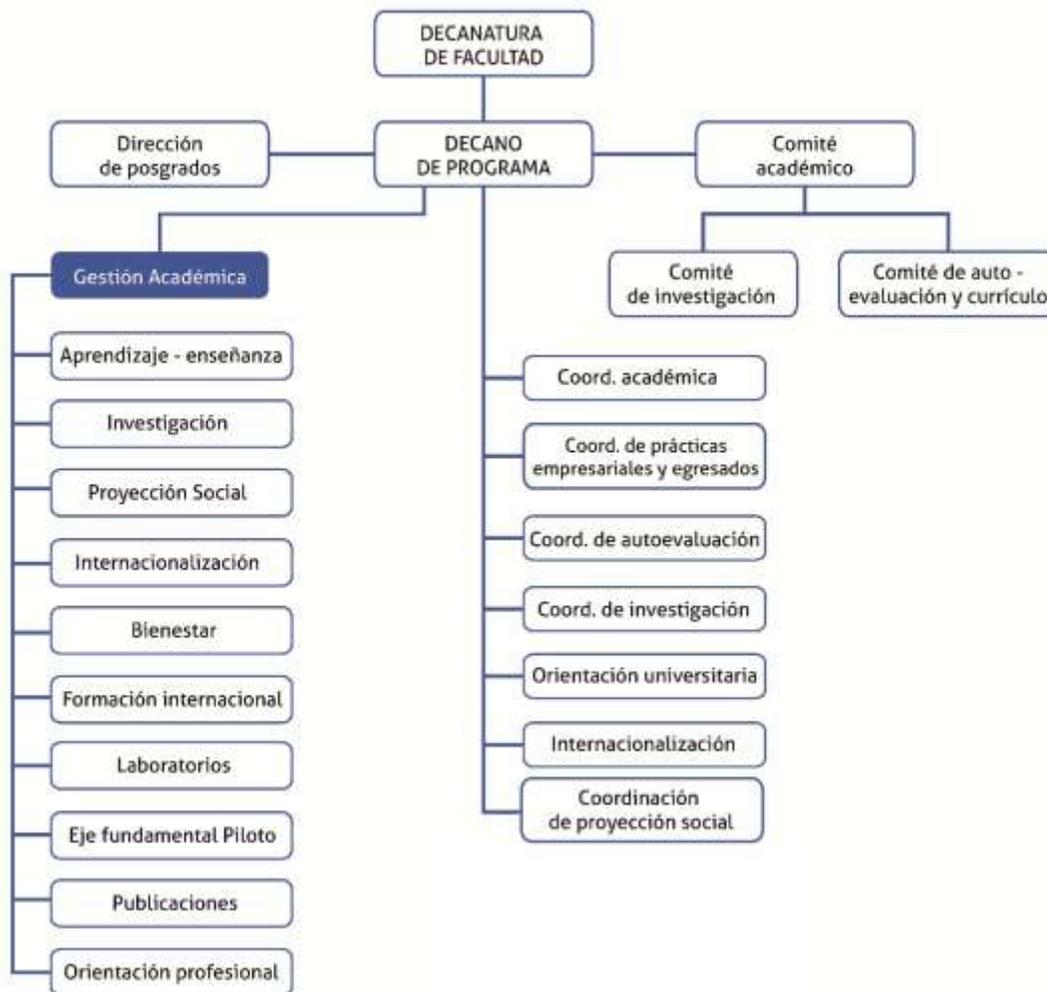
El programa de Diseño Gráfico se proyecta hacia la sociedad a partir de la comprensión de los distintos grupos que intervienen o que se consideran externos a las actividades académicas, de forma tal que las acciones de intercambio se puedan dar. Así, el programa entabla relaciones con tres sectores principalmente:

- **Con el sector productivo**, con la idea de introducir a los estudiantes a la realidad laboral y de emprendimiento; así las principales actividades que se establecen con este sector son la práctica empresarial y los estudios relacionados con los egresados y su situación laboral.
- **Con el sector académico**, a través de la educación continuada, la participación en redes, la realización de seminarios, actividades académicas, comunicaciones de programación externa y demás actividades de extensión.
- **Con el sector comunitario**, con aquellas actividades que involucran la comunidad en general o algunas en particular, proyectos del programa, e incluso ejercicios de aula y proyectos de grado.

En términos generales las relaciones externas que establece el programa giran en torno a la reflexión, construcción y divulgación del conocimiento en Diseño Gráfico, la innovación y la atención a los problemas y necesidades concernientes a la disciplina; asimismo cimentar en los estudiantes la función social del diseño y la necesidad de potenciar el rol social de su profesión.

13. ORGANIGRAMA DE LA FACULTAD

De acuerdo a la organización institucional, el programa de Diseño Gráfico organiza su estructura interna estableciendo coordinaciones que impulsan el desarrollo de las funciones sustantivas. La estructura general puede observarse en el siguiente esquema:



14. BIBLIOGRAFIA

- ZIMMERMAN, Yves. Del Diseño. Editorial Gustavo Gili SA. Barcelona, España. 2002.
- UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA. Proyecto Educativo Institucional PEI. Bogotá, Colombia. 2009.
- ICOGRADA. Manifiesto. Habana, Cuba. 2010.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Tendencias del mundo productivo y sus Implicaciones en el perfil esperado en los trabajadores. Bogotá, Colombia. 2003.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Ley 30 de 1992.
- UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA. Directrices para el manejo de los créditos y la flexibilidad en la Universidad Piloto. Bogotá, Colombia. 2008.