

20  
23  
Bienal del Cartel Bolivia BICEBÉ

international  
council of  
design

member  
event 2023

Santa Cruz de la Sierra  
20-24 | Noviembre  
EVENTO PRINCIPAL

La Paz  
27-29 | Noviembre  
CHARLAS + EXHIBICIONES



Internacionalízate

POSTGRADO UNIVERSIDAD PRIVADA FRANZ TAMAYO | 2DO ANILLO AV BUSCH



UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
BOLIVIANA  
SANTA CRUZ

DISEÑO  
*gráfico*

DISEÑO  
*digital*

POSTGRADO UNIVERIDAD CATÓLICA BOLIVIANA "SAN PABLO" | EQUIPETROL



# TALLERES



agnieszka ZIEMISZEWSKA

POLONIA

>> *todo nivel*

### Raíces. Tipografía experimental

Área: Conceptualización | Experimentación tipográfica | Modos de ver

Los participantes crearán un cartel tipográfico que será una especie de relato visual sobre su región, su tradición y su tipografía. Puede ser un trabajo basado en ejemplos varios tomados de fotografías de tipografía urbana, tipografía escrita en paredes, un tipógrafo local o lenguas indígenas. Todas las técnicas están permitidas.

El resultado del taller será parte del mega proyecto internacional Type Text (<https://type-text.org>).

Las obras seleccionadas se imprimirán en Polonia y se presentarán en la exposición de Varsovia en 2024.

¡Utiliza el potencial de la tipografía y presencia de tu región!

#### Habilidades que adquirirás

Los estudiantes aprenderán cómo componer un cartel tipográfico que tenga una forma moderna y transmita el contenido a través de la tipografía misma.

Pensar sintéticamente, expresar un mensaje a través de la tipografía y crear una composición utilizando varios medios.

#### Primera clase

- Breve presentación sobre el proyecto Type Text y visualización de algunos ejemplos de trabajos tipográficos experimentales de alumnos y maestros (para sugerir algunas soluciones).
- Elección del motivo principal a presentar.
- Bocetos iniciales (manuales o digitales) y elección del mejor cartel tipográfico basado en las instrucciones dadas.

#### Segunda clase

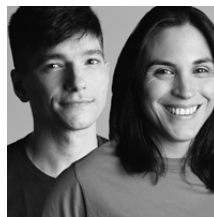
- Trabajar en el proyecto seleccionado.
- Comprobar varias opciones.
- Decisiones finales del proyecto.

#### Tercera clase

- Toques finales.
- Preparación técnica de la obra.
- Presentación final y resumen del taller.

#### Resultado final esperado

Cartel tipográfico basado en el brief otorgado.



YANIGÜILLESKO

ARGENTINA

>> *nivel avanzado*

### Logotipos caligráficos

Área: Diseño de marca | Caligrafía | Experimentación

El taller propone abordar la temática del lettering como el resultado de una relación caligráfica/ tipográfica. Se experimentará sobre diversos tipos de herramientas caligráficas, basándose en estructuras que irán desde lo caligráfico hasta lo tipográfico. Analizaremos sus posibilidades expresivas para reforzar ideas y conceptos, que servirán como base del dibujo de letras para pasar de caligrafiar a dibujar un logotipo final.

#### Habilidades que adquirirás

El alumno aprenderá y experimentará con herramientas caligráficas. Aprenderá sobre terminología tipográfica, toma de decisiones y dibujo de letras como el resultado de una relación caligráfica/ tipográfica.

- Experimentación caligráfica / terminología tipográfica y toma de decisiones / lettering / dibujo de logotipo
- Experimentación en clase con herramientas caligráficas (plumas chatas, tiralíneas, marcadores, etc.)

#### Primera clase

- Experimentación en clase con herramientas caligráficas (plumas chatas, tiralíneas, marcadores, etc.)
- Analizaremos referentes caligráficos y tipográficos.
- A partir de esta experimentación y análisis se buscará desarrollar una palabra que responda, desde lo visual, a un concepto.

#### Segunda clase

- Terminología tipográfica.
- Nociones de espaciado y ritmo tipográfico.
- Composición en el plano y toma de decisiones, desde el dibujo, para el desarrollo de un logotipo final.

#### Tercera clase

- Dibujo manual: refinamiento de logotipo caligráfico final.
- Ajustaremos al máximo nuestros logotipos, haciendo uso de nuestro ojo tipográfico para cuidar la legibilidad, pero al mismo tiempo manteniendo la expresividad.
- Demo de dibujo vectorial digital a cargo de Guille Vizzari.

#### Resultado final esperado

Diseño de un logotipo caligráfico



rikke **HANSEN**

**DINAMARCA**

>> *todo nivel*

**Creatividad y juego. Generación de ideas para hacer carteles**

Área: Conceptualización | Creatividad | Exploración

No sé a dónde voy, pero estoy en camino. La imaginación es un músculo que hay que entrenar. En este taller vamos a hablar sobre creatividad, cómo obtener ideas introduciendo diferentes métodos para despertar nuestra creatividad. No podemos obligar a nuestra mente a obtener ideas brillantes, pero podemos permitirnos tener la mente abierta y ser curiosos haciendo preguntas y permitiéndonos jugar en nuestro camino buscando ideas para usar en la creación de proyectos en este taller: carteles.

**Habilidades que adquirirás**

- Conocimientos y métodos de generación de ideas.
- Entrenar tu capacidad de ver conexiones, lo que fortalece la comprensión del mecanismo que te ayuda a pensar creativamente.
- Convirtiendo los ejercicios del taller en un cartel conceptual.

**Primera clase**

- Charla introducción sobre creatividad y juego.
- Introducción a los métodos de generación de Ideas.
- Diferentes ejercicios de generación de ideas mediante el dibujo.
- Orientación y retroalimentación.

**Segunda clase**

- Charla sobre carteles 1
- Diferentes ejercicios de generación de ideas mediante el dibujo.
- Orientación y retroalimentación.

**Tercera clase**

- Charla sobre carteles 2
- Seleccionar ideas del día 1 y 2 convirtiéndolas en un concepto de cartel.
- Orientación y retroalimentación.

**Resultado final esperado**

- Con este taller realizarás al menos 30 bocetos, para generar al menos 3-5 ideas para carteles y tener 1 concepto de póster final.

SEDE POSTGRADO UCB



alejandra **MAGALLANES**

**MÉXICO**

>> *nivel intermedio*

**Digamos imágenes**

Área: Experimentación | Ilustración | Conceptualización | Creatividad

Crearemos gráfica por medio de ejercicios y procesos lúdicos, experimentales e inesperados que luego aplicaremos a distintos conceptos que se convertirán en carteles.

**Habilidades que adquirirás**

Aprenderemos y recordaremos la relación íntima que existe entre el juego y los procesos creativos. El taller motivará la búsqueda de resultados gráficos distintos a partir de procesos poco usuales.

**Primera clase**

Sorpresa 1

**Segunda clase**

Sorpresa 2

**Tercera clase**

Sorpresa 3

**Resultado final esperado**

4 proyectos por estudiante.

SEDE POSTGRADO UCB



Juan VILLANUEVA

ESTADOS UNIDOS

>> nivel intermedio - avanzado

## Diseño Tipografías display a mano

Área: Tipografía | Exploración | Hecho a mano

Las tipografías display son declaraciones de amor hacia el arte del diseño tipográfico. Ofrecen oportunidades para ampliar los límites de la legibilidad, la creatividad y la autoexpresión mientras nos invitan a entablar una conversación con el idioma, la cultura y la forma. El poder diseñar tipografías display es una habilidad útil para desarrollar una comprensión profunda de las herramientas y los procesos para hacer tipografías, así como para encontrar una propia voz en el campo. En este taller de tres días, dejaremos a un lado nuestras computadoras y aprenderemos lo esencial para hacer tipografías display manualmente. Cubriremos los conceptos básicos de bocetos, espaciado, modularidad y principios de diseño tipográfico. El objetivo de la clase es que los estudiantes adquieran una comprensión del proceso detrás del diseño y análisis de un sistema coherente de letras. Usaremos el lenguaje visual tipográfico que nos rodea para desarrollar un pequeño prototipo que luego podrán seguir ampliando después del taller.

Un estudiante ideal es alguien que ama las letras y quiere sumergirse en la exploración del potencial del oficio a través del dibujo con herramientas analógicas. **No cubriremos la digitalización ni usaremos nuestras computadoras en absoluto.** Este taller es para salir de tu zona de confort y generar ideas para tipografías display. **Se pondrá énfasis en el proceso más que en el dominio técnico o la perfección.** Las cualidades más importantes para el éxito son ser curioso, tener una mente abierta, estar dispuesto a intentar y desafiarse a uno mismo.

¡Prepárate para dibujar y ensuciarte las manos!

### Habilidades que adquirirás

- Descubre tu propio proceso para desarrollar nuevas ideas para crear tipografías.
- Comprende los matices de las tipografías display.
- Desarrolla su ojo para juzgar la consistencia en el diseño tipográfico.
- Aprende habilidades básicas de dibujo analógico.
- Aprende los fundamentos del lettering y la construcción de formas de letras.
- Aprende a diseñar un conjunto de caracteres de prototipo latino básico.
- Aprende a corregir y evaluar una tipografía.

### Primera clase

- Introducción y discusión sobre el concepto y las cualidades de las tipografías display.

SEDE POSTGRADO UCB

- Introducción a las técnicas de dibujo y boceto para experimentar y generar ideas tipográficas.
- Tiempo de práctica con rondas cortas de retroalimentación.
- Discusión en torno al proceso y progreso para seleccionar una idea a desarrollar.

### Segunda clase

- Introducción y discusión sobre parámetros de diseño, consistencia y modularidad de formas de letras en el alfabeto latino.
- Introducción al dibujo y boceto de prototipos de diseño.
- Tiempo de práctica con rondas cortas de retroalimentación.
- Discusión sobre el proceso y el progreso para desarrollar una idea.

### Tercera clase

- Sesión abierta de preguntas y respuestas para cubrir temas adicionales de interés para la clase.
- Tiempo de práctica con rondas cortas de retroalimentación.
- Presentaciones de los participantes y discusión del trabajo producido durante el taller.

### Resultado final esperado

- Un prototipo para una tipografía display
- Orientación y retroalimentación.

**BIGeBé**  
EPICENTRO CREATIVO





**catalina ESTRADA**

**COLOMBIA | ESPAÑA**

» nivel intermedio - avanzado

### Creación de estampados llenos de vida

Área: Ilustración | Diseños de estampados para gráfico, moda u objeto

En este taller aprenderemos a vectorizar dibujos simples y pasarlos a *Adobe Illustrator* para crear estampados con variaciones de color de una forma sencilla. Luego aplicaremos nuestros estampados en dos piezas (*mockups*) para visualizarlos sin tener que producirlos físicamente y compartir así nuestros diseños en redes sociales o portafolio.

#### Habilidades que adquirirás

A crear estampados en *Adobe Illustrator*, manipular sus colores y aplicarlos en plantillas de productos (*mockups*).

#### Primera clase

- Breve presentación de trabajo enfocado en estampados.
- Buscaremos inspiración para nuestro estampado: puede ser un texto, una poesía, una canción o algo que nos haga vibrar y nos impulse a crear.
- Dibujar elementos que hagan referencia a ese texto o canción de manera literal o metafórica.
- Vectorizaremos nuestros dibujos en *illustrator*.

#### Segunda clase

- Aprenderemos a crear paletas de color
- Colorearemos nuestros dibujos en *illustrator* y crearemos pequeñas composiciones con ellos.
- Exploraremos la herramienta de crear estampados de *Adobe Illustrator*. Sacaremos 3 versiones de color de nuestro estampado utilizando la herramienta de volver a colorear.

#### Tercera clase

- Miraremos posibles *mockups* para nuestros estampados.
- Aplicaremos nuestros estampados a estas plantillas.
- Haremos un breve repaso por los resultados de todos los participantes.

#### Resultado final esperado

Al final de este taller los estudiantes dominarán las posibilidades del diseño de patrones y estampados.

SEDE POSTGRADO UCB



**felipe TABORDA**

**BRASIL**

» nivel intermedio

### Rediseñando la música

Área: Diseño de portadas de discos | Conceptualización

Creatividad vs Objetividad

En grupos seleccionaremos las peores tapas de CD o Vinilo de Bolivia. Las más horribles y mal hechas para trabajar en el rediseño de ellas.

#### Habilidades que adquirirás

El taller discutirá el tema de "lo que es bello para uno, no necesariamente es bello para el otro", y trabajamos todas las cuestiones relacionadas a los estereotipos, prejuicios, estilos, etc. Creatividad y objetividad

#### Primera clase

- Coordinación del taller y organización de los grupos de trabajo.
- Empezar a seleccionar las peores tapas de discos.

#### Segunda clase

- Con las tapas seleccionadas, empezaremos los bocetos de el rediseño.

#### Tercera clase

- Finalización y presentación de los trabajos finales.
- Comparación entre la tapa original y su nueva versión rediseñada.

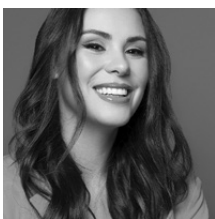
#### Resultado final esperado

Apertura de la mente a otras posibilidades creativas.

#### Sugerencia adicional

Investigar previamente la cultura fonográfica de Bolivia.

SEDE POSTGRADO UNIFRANZ



## lenka NEMER

BOLIVIA

>> *todo nivel*

### It's all about history!

Área: Arte | Inspiración creativa

Un recorrido histórico de la importancia de la manifestación artística para la expresión personal y su relación con el diseño.

#### Habilidades que adquirirás

Aprenderá a contextualizar sus creaciones y encontrar inspiración de los hechos más importantes de la historia, para crear trabajos con trasfondo, que transmitan un mensaje.

#### Primera clase

- Contenido histórico
- Datos clave

#### Segunda clase

- Datos curiosos
- Método de investigación

#### Tercera clase

- Herramientas de la investigación
- Cohesión teórica a práctica

#### Resultado final esperado

Trabajo inspirado con mensajes importantes y trasfondo.

SEDE POSTGRADO UNIFRANZ



## DUGUDUS

FRANCIA

>> *todo nivel*

### Volverse activista gráfico

Área: Conceptualización | Generación de códigos | Ilustración

Este taller te permitirá crear carteles e imágenes sociales y políticas a partir de tus propias opiniones encontrando una manera fácil y divertida de expresar tus ideas.

#### Habilidades que adquirirás

- Usar un contenido ideológico para crear.
- Encontrar los buenos códigos para comunicarse.
- Pensar una imagen y su slogan.

#### Primera clase

- Eligir temática
- Brainstorming colectivo

#### Segunda clase

- Creación de un alfabeto de signos

#### Tercera clase

- Composición de formas y conceptualización del cartel.

#### Resultado final esperado

Serie de carteles hablando de las temáticas que tocan los jóvenes en su sociedad.

SEDE POSTGRADO UNIFRANZ





## parisa TASHAKORI

ESTADOS UNIDOS | IRÁN

>> nivel intermedio

### ¡Nace una marca!

Área: Tipografía | Fundamentos del Lettering | Pensamiento analítico

En este taller de *sprint* de diseño de marca inmersivo(\*), los participantes se embarcarán en un viaje creativo para desarrollar una marca desde cero dentro de un marco de tiempo limitado. "A Brand is Born" desafía a los estudiantes a salir de sus zonas de confort trabajando en equipo con compañeros que no conoces, explorando territorios de proyectos nuevos. Al fomentar una mentalidad colaborativa y alentar el éxito de todo el equipo, los participantes aprenderán a generar ideas innovadoras de manera colectiva en lugar de individualmente.

### Habilidades que adquirirás

A lo largo del taller, los estudiantes adquirirán valiosas habilidades que les permitirán dar vida a los conceptos a través de ideas creativas, ingeniosas y bien articuladas. Participarán en la resolución de problemas de diseño utilizando varias herramientas creativas, incluidos mapas mentales, conexiones cruzadas y software para compartir en línea.

*Design Thinking*: los estudiantes se sumergirán en el proceso de pensamiento de diseño y obtendrán experiencia práctica en técnicas como mapas mentales, pensamiento divergente y convergente, ideación visual y creación rápida de prototipos.

### Primera clase

- Introducción: una breve presentación sobre los principios de diseño de marca, acompañada de ejemplos del mundo real y metodologías de pensamiento de diseño.
- Lluvia de ideas e ideación: los estudiantes formarán grupos aleatorios y elegirán entre múltiples informes para comenzar el proceso de diseño. Se enfatizará la documentación de cada etapa a través de informes visuales y escritos.

### Segunda clase

Presentaciones colaborativas: los estudiantes mostrarán el progreso de su colaboración, destacando los desafíos encontrados y la dirección final elegida. Las presentaciones incluirán mapas mentales y tablas de estado de ánimo para demostrar las fuentes de inspiración. Los compañeros y el instructor proporcionarán comentarios constructivos.

### Tercera clase

- Refinamiento del proyecto: el proyecto de cada equipo se someterá a una revisión exhaustiva para identificar y corregir cualquier error o deficiencia.
- Presentación final. Los estudiantes perfeccionarán sus proyectos en clase, preparándose para una presentación que concluye el taller.

SEDE POSTGRADO UNIFRANZ

### Resultado final esperado

Al concluir el taller, los participantes habrán desarrollado múltiples estudios de casos con una investigación exhaustiva, procesos de diseño de logotipos y maquetas para varias marcas.

### Sugerencia adicional

Se recomienda el conocimiento previo del software de Adobe, particularmente Illustrator, para una experiencia más fluida. Esperamos un taller atractivo y productivo donde los participantes puedan desbloquear su potencial creativo y colaborar de manera efectiva para dar vida a marcas innovadoras.

(\* ) Un *sprint* de marca es un ejercicio que te permite convertir tus ideas dispersas sobre tu marca en un perfil integral. Al responder una serie de preguntas sobre tu marca, puedes iluminar la misión de tu marca, la hoja de ruta y mucho más.



La BICeBé trabaja para garantizar la realización de todas las actividades. Se comunicará con los inscritos en caso de que hayan cambios de fuerza mayor por factores externos que modifiquen nuestra agenda.









*SANTA CRUZ DE LA SIERRA*

martes 21 | miércoles 22 | jueves 23 | NOVIEMBRE

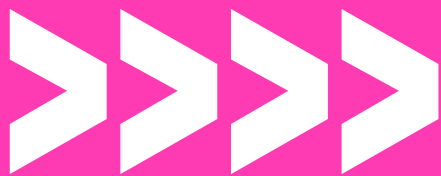


UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
BOLIVIANA  
SANTA CRUZ

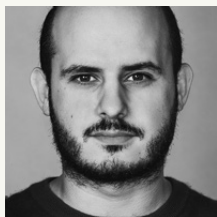
DISEÑO  
*gráfico*

DISEÑO  
*digital*

POSTGRADO UNIVERIDAD CATÓLICA BOLIVIANA "SAN PABLO" SEDE SANTA CRUZ



# TALLERES PREMIUM



javier **JAÉN**

ESPAÑA

>> nivel avanzado

## El rayo y la luciérnaga

Área: Experimentación creativa

Mark Twain dijo que la diferencia entre la palabra adecuada y la casi correcta, es la misma que entre el rayo y la luciérnaga, Ludwig Mies van der Rohe asintió y le contestó que Dios está en los detalles. Truman Capote, que estaba por allí, quiso añadir que el que no imagina es como el que no suda, y Fellini, apuntó que el creador debía conservar un punto de transgresión y que la libertad total es peligrosa para el artista. Anaïs Nin le contestó que no vemos las cosas como son realmente, sino que más bien las vemos como somos nosotros. Desde una pantalla, Katharine Hepburn manifestó en que si sigues todas las normas te pierdes toda la diversión. Milton Glaser quiso acabar la discusión y les recordó el último punto de su decálogo; hay que decir la verdad. Paul Rand tenía toda la razón, el diseño es tan sencillo... por eso es tan complicado.

### Habilidades que adquirirás

En este laboratorio se trabajarán herramientas y recursos para estimular los procesos creativos. El taller consta de ejercicios cortos, teóricos y prácticos. Se tratarán temas como la semántica de los objetos, semiótica, conceptos concretos vs. conceptos abstractos, las palabras, valores expresivos de la imagen, análisis y síntesis, ink vs link, los otros, composición, signos, significados, significantes.

### Primera clase

Introducción teórica. Sintaxis de la imagen y su relación con el diseño, la ilustración y la comunicación visual.

### Segunda clase

Ejercicios cortos sobre síntesis conceptual y uso de elementos simbólicos en la creación de mensajes visuales efectivos.

### Tercera clase

Desarrollo de proyectos y presentación.

### Resultado final esperado

No consideramos este taller como un espacio destinado exclusivamente a obtener un resultado final, sino como un laboratorio dinámico en el que se promueve la exploración de la síntesis conceptual y la utilización de la imagen como un lenguaje simbólico y expresivo.

SEDE POSTGRADO UCB



lorenzo **SHAKESPEAR**

ARGENTINA

>> nivel avanzado

## Diseño: voluntad, deseo y persistencia.

Área: Branding | Conceptualización | Análisis | Estrategia

La velocidad del cambio en las comunicaciones implica entender el ánimo de la gente y su predisposición para dedicar tiempo a las cosas. La capacidad y voluntad de las marcas para entender y asumir el diseño, siempre fue limitada. El diseño en el Siglo XXI tiene mucho más que ver con el contexto que con la simplicidad, la forma o la creatividad.

### Habilidades que adquirirás

Hablaremos de marcas más actuales, modernas, impresionantes, contagiosas, apasionadas, ingeniosas, empoderadas, cercanas y comprometidas. Una potencia multiplicada a través de universos visuales, estratégicos y culturales vibrantes, eficientes en la transmisión de cada mensaje, de alta legibilidad y sentido de fascinación, para una generación urgente y sensible.

### Primera clase

Activar la voluntad de hacer de lo mundano, algo extraordinario.

### Segunda clase

- Más claridad y brevedad estratégica en los mensajes.
- Mejor tratamiento de las imágenes.
- Menos cabos sueltos de confusión para el cliente y su cliente.

### Tercera clase

No perder de vista la escala humana, sus perspectivas cambiantes y el contexto latinoamericano.

### Resultado final esperado

- Crear experiencias fluidas que animen a las personas a descubrir e interesarse.
- Lograr esto habiendo obtenido un beneficio económico justo.

### Sugerencia adicional

Vienes a participar e integrarte. Solo te pido atención y curiosidad. Si prefieres instagramear, chatear o ya sabes todo, te entiendo y te aprecio igual, pero por favor no vengas. Cuesta mucho esfuerzo preparar y conducir este taller.

SEDE POSTGRADO UCB



**MADERA**  
CERVECERA INDEPENDIENTE

## BOLDRINI & FIGCARDI

SEDE POSTGRADO UCB

ARGENTINA

>> nivel avanzado

### Beer Packaging: diseño de una cerveza artesanal

Área: Packaging | Conceptualización | Planteamiento comercial

Resolver problemas de creatividad y comunicación respondiendo a las necesidades y actividades comerciales básicas referidas al tema planteado. Analizar y comprender conductas de consumo específicas en un alto grado de complejidad. Conocer nociones proyectuales en referencia al mercado global de bebidas alcohólicas. Como objetivos específicos crearemos ideas y conceptos para el desarrollo futuro de una marca de cerveza artesanal. Conoceremos y aplicaremos conocimientos de comunicación, diseño y maquetación. Compararemos y analizaremos casos reales.

#### Habilidades que adquirirás

- Transportar las ideas a soportes específicos.
- Diseño de elementos (etiquetas y otros).
- Traducción de ideas e iconografía en etiquetas.
- Selección de tipografías, composición, color y tamaño.
- Manejo y jerarquías de información mandatoria.

#### Primera clase

- La cerveza como experiencia.
- Categorías de productos, segmentos de precios.
- Códigos y elementos de reconocimiento.
- Jerarquías de información.
- Análisis de antecedentes. Historia, estilos y referentes.

#### Segunda clase

##### CONCEPTUALIZACION Y BRAND VALUE

- Búsqueda de valores y diferenciación, estrategias creativas y de comunicación propuestas conceptuales para luego aplicar en naming e identidad.

#### CAMINOS CREATIVOS

- Técnicas de creatividad.
- Elección de imágenes e iconografía adecuadas en función de los conceptos y estrategias.

#### Tercera clase

##### CREATIVIDAD APLICADA

- Diseño de elementos.

#### Resultado final esperado

- Lograr un packaging innovador, ilusionante y diferente.
- Crear una marca confiable cuyo nombre se relacione con la naturaleza y sus orígenes.
- Citadas en los objetivos específicos e introducción.
- La cerveza como experiencia: Categorías de productos, segmentos de precios, códigos y elementos de reconocimiento.
- Jerarquías de información.



## PUTOSMODERNOS

SEDE POSTGRADO UCB

ESPAÑA

>> nivel avanzado

### Así trabaja PutosModernos

Área: Creatividad | Publicidad | Copywriting | Metodología

PutosModernos te ayudará a poner en práctica el mismo proceso creativo que usan para trabajar con marcas como L'Oreal, Heinz, Pepsi, Pull & Bear o Cabify entre otras muchas. Te darán un brief y como resultado del taller se obtendrá una campaña de copys por grupo.

#### Habilidades que adquirirás

En el taller, se aprenderá a detectar los *insights*, la materia prima con la que se trabaja en creatividad. Y nos enseñarán los atajos emocionales que usan ellos para conectar con el público.

#### Primera clase

Durante la primera sesión nos hablarán de algunas campañas realizadas para otras marcas, nos explicarán las primeras fases del proceso creativo: se detectará el objetivo a comunicar, el público al que se quiere impactar, se marcarán las líneas rojas que determinarán el campo de juego y se empezarán a detectar los primeros *insights*.

#### Segunda clase

Durante la segunda sesión, se seguirán detectando los *insights* del consumidor, se creará un concepto y se empezarán a usar los atajos emocionales que suele utilizar PutosModernos para llegar a su audiencia: la ironía, la autoparodia, la honestidad radical y las contradicciones modernas.

#### Tercera clase

Durante la tercera sesión, cada grupo acabará de redactar la campaña, se pensará cómo amplificarla, se presentará al resto de compañeros y se recibirá el feedback de PutosModernos.

#### Resultado final esperado

Una campaña de copys.



ronald **KAPAZ**

BRASIL

>> nivel avanzado

## El Branding y el Transition Design®(\*)

Área: Branding estratégico | Fundamentos del Transition design |

Pensamiento analítico

Un recorrido por las diversas dimensiones del diseño y la estrategia hasta llegar a un concepto de branding que atiende a un mundo complejo y dinámico. El concepto de *Transition Design*®.

### Habilidades que adquirirás

Qué habilidades aprenderá el alumno en el taller. Las habilidades para escuchar, observar, pensar, facilitar, imaginar y materializar conceptos, atributos y valores serán el objeto de nuestro recorrido.

#### Primera clase

##### DIBUJO, EL PRINCIPIO DE TODO.

- Diseño: una intención que encanta el mundo.
- Dibujo-pulsión: primera expresión.
- Alfabetización estética.
- Del dibujo hacia el diseño: el mundo tal como es y cómo podría ser.
- Diseño: disciplina integradora.
- El valor del diseño y el diseño del valor.

##### LAS CORPORACIONES: ¿NADADORES O BUCEADORES?

- ¿Nadadores o buceadores?
- Corporaciones: ¿animales sofisticados o corporaciones humanas?
- Del instinto hacia la convicción.

#### Segunda clase

##### BRANDING Y BUCEO:

##### UNA INMERSIÓN EN EL YO Y EN EL OTRO

- El *Branding*: de la idea de producto hacia la idea de proceso
- Pausa creativa
- El tetraedro de la marca
- Mirar hacia el interior: el sujeto
- Mirar hacia fuera: el mundo
- Vocación y Aristóteles

#### Tercera clase

##### GARIMPO: EXPLORAR EL UNIVERSO DE POSIBILIDADES Y POTENCIA

- Arena a Perla
- Entrevistas individuales
- ¿Misión? ¿Visión? ¿Valores?
- La gran síntesis: la visión nacida de la inmersión y la visión del mundo
- Las tres preguntas filosóficas
- *Why, How y What*: una matriz de ordenación del ser
- Propósito y vocación: el "por qué" de la marca.
- Transformación de lo objeto
- Transformación del sujeto
- El diseño de lo "Yo" *Transition Design*.

SEDE POSTGRADO UCB

### Resultado final esperado

Profundizar y ampliar la visión de marcas, sociedad y valores, entendiendo la responsabilidad del diseñador estratega para iluminar el camino de las corporaciones para ir más allá del resultado financiero y hacia la idea de misión, vocación y propósito, económico, social y cultural.

(\*) Una nueva área de investigación, práctica y estudio del diseño que propone transición social impulsada por el diseño hacia futuros más sostenibles. El *Transition Design* reconoce que estamos viviendo en "tiempos de transición", toma como su premisa central la necesidad de transiciones sociales hacia futuros más sostenibles y argumenta que el diseño tiene un papel clave que desempeñar en estas transiciones. Aplica un entendimiento de la interconexión de los sistemas sociales, económicos, políticos y naturales para abordar problemas en todos los niveles de la escala espacio-temporal de manera que mejoren la calidad de vida.



daniel **ESCUDEIRO**

BRASIL

>> nivel avanzado

## Tipos 3D con Illustrator

Área: Diseño de tipografía | Tipografía 3D en Illustrator

Diseñaremos una serie completa de 36 *Days of Type*(\*) con las potentes herramientas 3D fáciles de usar de *Adobe Illustrator*.

### Habilidades que adquirirás

A crear estampados en *Adobe Illustrator*, manipular sus colores y aplicarlos en plantillas de productos (*mockups*).

#### Primera clase

- Información básica sobre el diseño de tipos.
- Grandes secretos de iluminación y materiales.
- Cómo renderizar correctamente el inglés.

#### Segunda clase

- Explorar los modos y estilos 3D, la iluminación y los materiales de *Adobe Illustrator*.
- Iterando diseños de letras.
- Exploración de opciones.

#### Tercera clase

- Reducción de las opciones de letras.
- Conseguir el aspecto adecuado.
- Representación de diseños finales de alta resolución.

### Resultado final esperado

El estudiante debe poder navegar en 3D de *Adobe Illustrator* para un uso futuro impactante y creativo.

SEDE POSTGRADO UCB



*SANTA CRUZ DE LA SIERRA*

**FEXPOCRUZ | SALÓN CHIQUITANO**

martes 21 | miércoles 22 | jueves 23 | viernes 24 | NOVIEMBRE

*CONGRESO INTERNACIONAL BIGeBé*

**>>>> CONFERENCIAS**



## alejandra ROS

ARGENTINA

### Diseño para música y editorial

Un viaje narrado sobre la experiencia de Alejandro como diseñador para música y editorial. Inspiración musical y diseño.



## paula CASALDERREY

ARGENTINA

### Mundo feo, imaginemos

Mundos que sean mezclas geniales de arte y funcionalidad estructural donde se entrelazan inextricablemente. Una razón proyectual capaz de conjugar la inspiración artística con las normativas funcionales. Mundos en el que los proyectistas, a través las líneas que trazan movimientos de pura expresividad, infundan en la materia del objeto su energía vital, la propia, y que ella se exprese en su forma. Arte aplicado a la industria, poesía utilitaria. Mundos que aceptan cambiar las reglas y jugar para ser humildes, multiformes y libres. Reivindicando el papel del arte en la producción de objetos cotidianos.



## chantal FISCHZANG

BOLIVIA

### Diseño y comunidad

Chantal contará cómo a través de su experiencia docente encontró una intersección clara y un intercambio productivo entre su trabajo en diseño en comunicación, su rol en el salón de clases y su responsabilidad con la comunidad. Metodología, el diseño centrado en el ser humano *Human Centered Design*, con enfoque en compromiso social como marco de referencia para sus planes que integran colaboración, aprendizaje cooperativo e investigación empírica y empática, para comprender los comportamientos, necesidades y aspiraciones de las personas a través del diseño en comunicación visual.

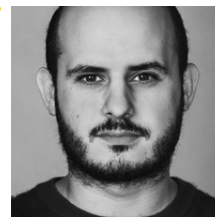


## ronald KAPAZ

BRASIL

### ¿Por qué viniste?

Plantea una doble interpretación: la primera, una pregunta dirigida a cada uno de los presentes sobre qué los motivó a estar allí, en ese encuentro. La segunda, una síntesis de la gran pregunta que cada uno de nosotros debemos responder sobre nuestra vida, nuestras elecciones, nuestra vocación y nuestro compromiso como profesionales. Como diseñador, mi compromiso de ayudar es a través de forma y contenido; inseparables, nuestros clientes y la sociedad también a responder sobre su identidad y razón de ser, en estos tiempos complejos en los que vivimos, que realmente necesitan una profunda reflexión y un mejor diseño. Un recorrido por los problemas que he enfrentado a lo largo de mi trayectoria profesional, y la belleza de tratar con este lenguaje único y poderoso, que organiza y encanta nuestra vida y nuestra cultura.



## javier JAÉN

ESPAÑA

### La verdad toda la verdad y nada más que la verdad

Javier Jaén todavía no ha escrito un niño, no ha plantado un libro ni dado a luz a un árbol, por eso en la conferencia hablará sobre su trabajo, desde el proceso de conceptualización hasta las soluciones gráficas en el mundo editorial, la ilustración, la comunicación cultural y las instalaciones artísticas.



## agnieszka ZIEMISZEWSKA

POLONIA

### Mensaje al mundo

El cartel es un medio único que a menudo transmite una historia a través de una sola frase o símbolo. La Escuela Polaca del Cartel ha demostrado el papel de la metáfora y la atracción del espectador. En una realidad cambiante, el lenguaje del arte también está cambiando. Una cosa sigue siendo la misma: un cartel no solo son bellas imágenes, es ante todo un mensaje. Verás ejemplos de carteles-mensajes que han sobrevivido al paso del tiempo, o cuyo significado ha cambiado con el tiempo.



## BOLDRINI & FIGGARDI

ARGENTINA

**Beber con los ojos diseñar con el corazón. Diseño para vinos y bebidas alcohólicas**

Si el Malbec argentino tuviera que elegir un sello de calidad, probablemente B&F sería la primera opción. Fundaron su estudio de diseño hace 30 años en el corazón de la privilegiada región vitivinícola de Mendoza, Argentina. Desde entonces, han sido una pieza fundamental en el crecimiento del vino argentino en el mundo con diseños innovadores, elegantes y sofisticados, influyendo a las próximas generaciones de diseñadores de vinos y espirituosos de todo el mundo.



## felipe TABORDA

BRASIL

**Innovación**

A través de ejemplos, demuestra como la humanidad sigue ideas y conceptos de una persona o un grupo de personas y todos los cambios que se generan son a través de ahí. Ideas simples que hacen los cambios.



## Juan VILLANUEVA

ESTADOS UNIDOS

**Comprendiendo la tipografía peruana a través del contexto, la identidad y la cultura**

La tipografía todavía tiene un largo camino por recorrer para desafiar la narrativa eurocéntrica dominante. En 2021, dicté una clase titulada "Sobre tipografía y lenguaje en el Perú", que fue la primera visión general de la rica cultura visual del Perú a través del lente de la tipografía y el lenguaje que abarca la comunicación visual y escrita desde la época precolombina hasta los primeros años del siglo 21. Usando mi investigación y experiencia como educador como punto de partida, expondré las formas en que la colonización y la narrativa de Europa occidental han impactado nuestra comprensión del diseño latinoamericano y el desarrollo de la tipografía en Perú. Esta charla cubrirá cómo podemos usar nuestra identidad y experiencia para dar forma a la cultura del diseño y la tipografía en una que reconozca y refleje las realidades de nuestro mundo.



## PUTOSMODERNOS

ESPAÑA

**PutosModernos**

PutosModernos es una marca que se ríe de la modernidad desde la modernidad. En su charla chapa hablarán de cómo convertir la publicidad en contenido, de sus campañas más virales y del proceso creativo que siguen para trabajar para marcas como Pepsi, Cabify, L'Oreal, Heinz, Desigual, Pull and Bear y Tinder entre otras muchas más. Además, nos contarán cómo han construido una marca de productos con una audiencia y un tono propio. Esto último, les ha permitido poder colaborar con otras marcas y decir todo aquello que por sí solas no se atreverían a decir.



## daniel ESCUDEIRO

BRASIL

**Letras infladas**

Desde experimentos personales hasta la pantalla de inicio de Adobe Illustrator: Cómo las referencias inusuales dieron forma a mi estilo personal más información sobre el proceso, los experimentos, los errores y las lecciones del diseño de letras en un espacio 3D limitado.



## Javier GARCÍA

BOLIVIA - CHILE

**La importancia de la empatía en la creatividad**

Herramientas y conocimientos para mejorar nuestra capacidad de comunicación y potenciar nuestra creatividad. Exploraremos cómo ponerse en el lugar del otro puede ser un recurso poderoso para fortalecer nuestras habilidades creativas. Analizaremos en detalle la curiosidad y el sentido común, mientras que el sentido común nos ayuda a comprender las sutilezas y necesidades de nuestra audiencia.



## alfredo ENCISO

COSTA RICA

**Cosas serias**

Desde su fundación en el 2010, PUPILA ha creado y desarrollado —en paralelo a sus servicios de diseño— numerosos proyectos independientes, desde pequeños productos y experimentos visuales, hasta festivales internacionales de más de 3000 personas. En esta charla, PUPILA hará un repaso por algunos de estos proyectos y de lo que han provocado en la oficina y la comunidad de diseño de Costa Rica.



lorenzo **SHAKESPEAR**

**ARGENTINA**

**El diseño como declaración de principios**

El mundo evoluciona cada vez más rápido. La interacción entre personas y marcas cambió, y más allá de la tecnología, *management* y visión necesarias, la nueva interacción se construye a partir de la claridad y de la empatía. Juntas son el prólogo al componente más valioso: la confianza. Ésta y cada una de las acciones de *branding* que incidan en las vidas de las personas y sus comunidades, le dan todo el sentido al abordaje de esta decisión. El primer paso para lograr una marca consistente es definir reglas consensuadas y entendidas por los gestores de su cotidianidad. Así será entendida y apropiada por los clientes (el público exigente y dinámico), deseada por quienes aún no lo son y respetada por los demás actores de la sociedad (industria, mercado, competidores, organizaciones afines, entre otros). La influencia e intereses de una marca trascienden el ámbito de los negocios y del *retail* y se entrelazan con innovación, oportunidades de cambio, realidades sociales y desarrollo.

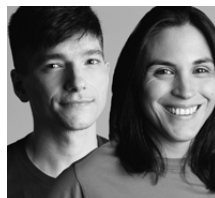


catalina **ESTRADA**

**COLOMBIA | ESPAÑA**

**El optimismo del color. El poder de la belleza y la fuerza de la naturaleza.**

Esta charla es un relato de su historia personal, lo que significó para Catalina haber crecido en Colombia, tanto las cosas buenas como las no tan buenas. Cómo el contacto que tuvo con la naturaleza (la importancia del jardín) marcó su vida y su trabajo. Cómo al llegar a Barcelona en el '99 se convirtió en ilustradora y cómo fue formando su propio lenguaje gráfico o estilo a través de proyectos voluntarios de carácter social que le han servido para mantenerse conectada con su país. Hablará un poco sobre su recorrido profesional y mostrará alguno trabajos más destacados. También contará sus influencias más fuertes y dónde encuentra inspiración para sus proyectos. Mostrará un poco de su proceso.



yaniguille & go

**ARGENTINA**

**Letras con voz**

Las maneras en que el contexto cultural influyen en nuestra profesión, nos demuestran que la perfección, siendo algo subjetivo, va en contra de la expresividad y de la búsqueda de nuevos paradigmas en torno al diseño de letras. Pensamos la caligrafía, la tipografía y el *lettering* al servicio de mensajes llenos de energía y expresión, en los que la emoción, la gestualidad y el impulso comunican a través de letras imperfectas, portando voz e identidad.



cecilia **BAYÁ**

**BOLIVIA**

**Pensar diferente**

El universo de Roberto Valcárcel.



alejandro **MAGALLANES**

**MÉXICO**

*Santa Cruz y La Paz*

**Hago lo que pienso**

Alejandro nos hablará sobre procesos de diseño resultantes de su trabajo final. Una conferencia inspiradora.



**DUGODUS**

# SANTA CRUZ DE LA SIERRA

miércoles 22 | jueves 23 | NOVIEMBRE

**ENTRADA LIBRE** POR ORDEN DE LLEGADA  
CUPOS LIMITADOS



AUDITORIO UNIVERSIDAD PRIVADA FRANZ TAMAYO | SANTA CRUZ

# »»»» **CHARLAS** **DE CREATIVOS**





claudia **OPORTO**

**BOLIVIA**

**El futuro**

La IA ha irrumpido frontalmente, especialmente en la industria creativa. Cada día surgen más y más herramientas que parece van a suplantar el ejercicio creativo de los humanos. Esta charla, busca abrir una puerta amplia y esperanzadora sobre el rol del diseño en el futuro, desde un trabajo cognitivo personal hacia un interior más empático, pasando por la innovación y finalizando con el desarrollo de sistemas creativos integradores.



alejandra **SALVATIERRA**

**BOLIVIA**

**Con todo se hace sopa**

Cuando empezamos a dibujar pensamos que todo tiene que nacer de nuestra cabeza, pero sin influencias, referencias y referentes nos sería casi imposible crear imágenes. Quisiera mostrar qué contiene el "equipaje visual" que he recolectado a lo largo de mi vida, mis influencias, lo que me inspira y como lo uso para crear mis ilustraciones. Los participantes de la charla también podrán descubrir a través de un par de ejercicios a conocer sus propias influencias y la importancia de usar imágenes de referencia cuando se ilustra.



melissa **ROKO**

**BOLIVIA**

**Ser diseñador: Lo que nunca me dijeron**

Un enfoque de integración entre lo profesional y la salud mental. Esta charla es una invitación a desafiar nuestras perspectivas y reescribir la narrativa del Ser diseñador: Valorar tu trabajo, cómo definir presupuestos y deadlines realistas sin morir en el intento. Desmitificaremos creencias limitantes, como el mito del multitasking como la única clave del éxito, o que el diseño se limita al dominio de herramientas o software específicos. Abordaremos la importancia del bienestar mental y físico en nuestra profesión proporcionando técnicas prácticas para manejar la ansiedad y nutrir tu creatividad en un entorno desafiante. Reescribe tu enfoque en el mundo del diseño y reconéctate con tu potencial creativo.



roberto **UNTERSADSTAETTER**

**BOLIVIA**

**Cerveza Madera**

Como se creó la identidad de la cerveza MADERA y las experiencias detrás del diseño de la marca y su etiquetas.



alfredo **ROMÁN**

**BOLIVIA**

**Obras de un arquitecto confundido, con algunas ideas y poco tiempo en el tercer mundo.**

Un viaje compilado de trabajos 2003 – 2023. Inspiraciones y anécdotas.



andrea **GUADROS**

**BOLIVIA**

**¡Oh! hermosa procrastinación**

Siempre estamos buscando recompensas y la procrastinación es la manera más fácil de encontrar esas recompensas, buscamos ese estímulo o premio a tareas y/o acciones que no nos gustan o no sabemos cómo enfrentarlas una y otra vez hasta que encontramos algo mejor que hacer. La procrastinación es un asunto de emociones, no de productividad. Manejar nuestras emociones de una manera diferente y aprender a sacar provecho de eso. Evadimos tareas por un trabajo rutinario o nos inventamos actividades con tal de procrastinar. Ese el momento exacto en qué debemos aprovechar para que nuestro cerebro reformule las ideas, para que al retomar la tarea sea más fácil y el trabajo fluya.



christopher **ROJAS**

**BOLIVIA**

**¿Qué onda con el estilo?**

Charla sobre el dilema de tener un estilo marcado o nadar en muchos estilos diferentes, ¿Cómo es la búsqueda? Pros y contras, experiencia personal.



jorge **GIL**

**BOLIVIA**

**Cocinando publicidad**

Conoce los ingredientes que necesita un arte publicitario para ser atractivo al público y además cumplir con los objetivos de venta. Mostraremos la importancia del concepto y el *insight* como sopa y segundo, así como el postre que es la dirección de arte que permite dar vida a lo que deseamos mostrar en cada publicidad. Trataría de ser una presentación muy didáctica con una relación gastronómica entre ambos conceptos



diana **RAMÍREZ**

**BOLIVIA**

**Dar un paso afuera**

¿Cómo puedo llegar a trabajar con marcas grandes?, ¿cómo pudiste trabajar con marcas en el extranjero?, son preguntas que siempre rondan en mis charlas. Las herramientas para darte a conocer están al alcance de todos, pero tener un perfil y presentación más profesional con tu marca personal hace la diferencia para que los clientes te tomen en cuenta.

# FORO TALLER

## POLÍTICAS DE FOMENTO AL DISEÑO

SANTA CRUZ DE LA SIERRA viernes 24 | NOVIEMBRE | 8:30 a 12:30

>>>> *entrada con invitación*



Internacionalízate

AUDITORIO UNIVERSIDAD PRIVADA FRANZ TAMAYO | SANTA CRUZ

### > **CONFERENCIA**



manuel **FIGUEROA**



**CHILE**

#### **Políticas Públicas para el Diseño: Un acercamiento desde las políticas públicas para el fomento y el desarrollo sectorial**

El diseño como un área relevante de la economía y del tejido del bienestar humano, requiere de distintas acciones, orientaciones y planes que le permitan a un país enfocarla en el prospecto de una disciplina integral y aportativa a un país.

### > *COMENTARIOS Y REFLEXIONES* > *COFFEE BREAK*

### > **TALLER**

manuel **FIGUEROA** y daniel **BERGZELLER**

**Manifiesto de intenciones para y por el diseño boliviano**

> *TRABAJO POR EQUIPOS*

> *COMENTARIOS Y REFLEXIONES*

> *CONSTRUCCIÓN Y LECTURA DEL MANIFIESTO*

# EQUIPO *BIGeBé*



SUSANA MACHICAO  
Directora



FRANK ARBELO  
Coordinador General



VICTOR ORDOÑEZ  
Exhibiciones y fotografía



TELMA LOZANO  
Coordinación Regional  
Cochabamba



FRANCISCO CORTÉS  
Colaborador Regional  
Cochabamba



JUAN PABLO  
DE LA REZA  
Coordinador de Producción  
y Patrocinio Santa Cruz



MAYTE BEJAR  
Asistencia Santa Cruz



GABRIELA CÓRDOVA  
Inscripciones



MARIANA VILLARROEL  
Exhibiciones La Paz



CARLOS MACEDA  
Asistente exhibiciones



# LA PAZ

lunes 27 | NOVIEMBRE

## CONFERENCIA & MEET GREET

AUDITORIO UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA "SAN PABLO"

alejandro **MAGALLANES** | MÉXICO

## EXHIBICIONES

FUNDACIÓN PATIÑO LA PAZ

alejandro **MAGALLANES** | MÉXICO

javier **JAÉN** | ESPAÑA

ALIANZA FRANCESA LA PAZ

20 AÑOS **DGR.UCB** | BOLIVIA

martes 28 | NOVIEMBRE

## CONFERENCIA & MEET GREET

AUDITORIO "DOÑA ALBINA" | FUNDACIÓN PATIÑO LA PAZ

daniel **BERGZELLER** | CHILE

**DUGUDUS** | FRANCIA

javier **JAÉN** | ESPAÑA

miércoles 29 | NOVIEMBRE

## EXHIBICIONES

CASA DE LA CULTURA FRANZ TAMAYO

bruno **RIVERA** | BOLIVIA

GRÁFICA QUE SE **SIENTE**. Diseño & Arte UMSA | BOLIVIA



# CONGRESO INTERNACIONAL BICeBé 2023

SEDE **FEXPOCRUZ** | SALÓN CHIQUITANO

LUNES 20	MARTES 21	MIÉRCOLES 22	JUEVES 23	VIERNES 24
<b>ACREDITACIÓN DE INSCRITOS Y ENTREGA DE MANILLAS</b> de 08:30 a 16:30 (Lugar de acreditación por definir)	13:30 Acreditaciones 14:00 Cierre de Puertas	13:30 Apertura del espacio 14:00 Cierre de Puertas	13:30 Apertura del espacio 14:00 Cierre de Puertas	13:30 Apertura del espacio 14:00 Cierre de Puertas
	14:30 / 14:45 <b>Inauguración del Congreso Internacional BICeBé 2023</b>	14:30 / 14:45 <b>Cecilia Bayá</b> Pensar diferente <b>BOLIVIA</b>	14:30 / 14:40 <b>Inauguración del Congreso día 3</b>	14:30 / 14:40 <b>Inauguración del Congreso día 4</b>
	14:55   15:40 <b>Catalina Estrada</b> El optimismo del color <b>COLOMBIA   ESPAÑA</b>	14:55   15:40 <b>Lorenzo Shakespear</b> El diseño como declaración de principios <b>ARGENTINA</b>	14:45   15:30 <b>Daniel Berczeller</b> Diseño todoterreno <b>CHILE</b>	14:45   15:30 <b>Alejandro Magallanes</b> Lo que hago pienso <b>MÉXICO</b>
	15:50   16:35 <b>Felipe Taborda</b> Innovación <b>BRASIL</b>	15:50   16:35 <b>Agnieszka Ziemiszewska</b> Mensaje al mundo <b>POLONIA</b>	15:40   16:25 <b>YaniGuille&amp;Co</b> Letras con voz <b>ARGENTINA</b>	15:40   16:25 <b>Juan Villanueva</b> Comprendiendo la tipografía peruana. Contexto, identidad y cultura <b>ESTADOS UNIDOS</b>
	16:45   17:30 <b>Paula Casalderrey</b> Mundo FEO. Imaginemos <b>ARGENTINA</b>	16:45   17:30 <b>Alejandro Ros</b> Diseño para música y editorial <b>ARGENTINA</b>	16:35   17:20 <b>Ronald Kapaz</b> ¿Por qué viniste? <b>BRASIL</b>	16:35   17:20 <b>PutosModernos</b> PutosModernos <b>ESPAÑA</b>
	17:40   18:25 <b>Javier García</b> La importancia de la empatía en la creatividad <b>BOLIVIA - CHILE</b>	17:40   18:25 <b>Chantal Fischzang</b> Diseño y comunidad <b>BOLIVIA - EEUU</b>	17:30   18:15 <b>Boldrini &amp; Ficcardi</b> Beber con los ojos. Diseñar con el corazón <b>ARGENTINA</b>	17:30   18:15 <b>JAVIER JAÉN</b> La verdad, toda la verdad y nada más que la verdad <b>ESPAÑA</b>
	18:35   19:20 <b>Alfredo Enciso</b> Cosas serias <b>COSTA RICA</b>			18:25   19:10 <b>Daniel Escudeiro</b> Letras infladas <b>BRASIL</b>

## CHARLAS DE CREATIVOS

AUDITORIO DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA FRANZ TAMAYO | SANTA CRUZ

Mie 22 | Jue 23 de Noviembre

UNIFRANZ  
Internacionalízate

**INGRESO LIBRE**

**MIÉRCOLES 22** 09:00-12:35

**ALFREDO ROMÁN** Obras de un arquitecto confundido  
**CLAUDIA OPORTO** El futuro  
**CRISTOPHER ROJAS** ¿Qué onda con el estilo?  
**ROBERTO UNTERLADSTAETTER** Cerveza Madera

**JUEVES 23** 09:00-12:35

**DIANA RAMÍREZ** Dar un paso afuera  
**JORGE GIL** Cocinando publicidad  
**ANDREA CUADROS** ¡Oh! Hermosa procrastinación  
**MELISSA ROKO** Ser diseñador: Lo que nunca me dijeron  
**ALEJANDRA SALVATIERRA** Con todo se hace sopa



La bienal se reserva el derecho de modificar el orden de las participaciones a causa de situaciones de fuerza mayor.

# TALLERES

FUNDACIÓN  
**SOLYDES**



UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
BOLIVIANA  
SANTA CRUZ



SEDES POSTGRADO

UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA "SAN PABLO" (EQUIPETROL) y UNIVERSIDAD PRIVADO FRANZ TAMAYO (2DO ANILLO Y BUSCH)

Duración: 3 mañanas Mar 21 | Mie 22 | Jue 23 Noviembre

## **A** Mañanas de 8:00 a 10:00 | SEDE UNIFRANZ

*Si decides tomar dos talleres, por horario, sólo podrás elegir entre los talleres de A y B*

YANI & GUILLE. Logotipos caligráficos  
PARISA TASHAKORI. ¡Nace una marca!  
DUGUDUS. Volverse activista gráfico

## **B** Mañanas de 10:15 a 12:15 | SEDE UNIFRANZ

*Si decides tomar dos talleres, por horario, sólo podrás elegir entre los talleres de B y A*

FELIPE TABORDA. Rediseñando la música  
LENKA NEMER. It's all about history!  
AGNIESZKA ZIEMISZEWSKA. Raíces. Tipografía experimental

## **C** Mañanas de 09:00 a 12:00 | SEDE UCB

*Sólo puedes tomar un taller*

JUAN VILLANUEVA. Diseño tipografías display a mano  
RIKKE HANSEN. Creatividad y juego. Generación de ideas para hacer carteles  
ALEJANDRO MAGALLANES. Digamos imágenes  
CATALINA ESTRADA. Creación de estampados llenos de vida

## **PREMIUM** Mañanas de 09:00 a 12:00 | SEDE UCB


*Sólo puedes tomar un taller*


BOLDRINI & FICCARDI. Beer Packaging: diseño de una cerveza artesanal  
RONALD KAPAZ. El Branding y el Transition Design®  
JAVIER JAÉN. El rayo y la luciérnaga  
DANIEL ESCUDEIRO. Tipos3D con illustrator  
LORENZO SHAKESPEAR. Diseño: voluntad, deseo y persistencia  
PUTOSMODERNOS. Así trabaja PutosModernos





 [facebook.com/BICeBe](https://facebook.com/BICeBe)

 [@bicebebolivia](https://www.instagram.com/bicebebolivia)


 [@bicebebolivia](https://www.tiktok.com/@bicebebolivia)

 [@bicebe](https://twitter.com/bicebe)

 [vimeo.com/bicebebolivia](https://vimeo.com/bicebebolivia)

 [linkedin.com/company/bicebebolivia](https://www.linkedin.com/company/bicebebolivia)

 [flickr.com/photos/bicebe](https://www.flickr.com/photos/bicebe)

 [issuu.com/bicebe](https://issuu.com/bicebe)

 [pinterest.com/bicebe](https://www.pinterest.com/bicebe)

 Tik Tok/ [@bicebebolivia](https://www.tiktok.com/@bicebebolivia)