

# Plan y Programas de Estudios de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA  
UNIDAD XOCHIMILCO División de Ciencias y Artes para el Diseño  
Versión aprobada por el Colegio Académico en la sesión 182, celebrada el día 9 de abril de 1997.





Casa abierta al tiempo

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA**  
UNIDAD XOCHIMILCO División de Ciencias y Artes para el Diseño

**Rector General**

Dr. Julio Rubio Oca

**Secretaria General**

M. en C. Magdalena Fresán Orozco

**Rector de la Unidad**

Quim. Jaime Kravzov Jinich

**Secretario de la Unidad**

M. en C. Marina Atragracia Martínez

**Director de la División  
de Ciencias y Artes para el Diseño**

Dr. Emilio Pradilla Cobos

**Secretario Académico**

Dra. Blanca Rebeca Ramírez Velásquez

**Coordinador de la Carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica**

Lic. Alejandro Tapia Mendoza

**Corrección de estilo**

Lic. Amelia Rivaud Morayta

**Diseño y formación**

Programa de Difusión de la División  
de Ciencias y Artes para el Diseño  
Responsable: Joel Vidal Loo

**Comisión de rediseño curricular de la  
Carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica:**

LAV Gonzalo Becerra Prado

Lic. Bruno De Vecchi Espinosa de los Monteros

DCG Jorge Humberto Guzmán Aldaco

Arq. Jorge Medrano Castrejón

Lic. Víctor Muñoz Vega

Dr. Francisco Pérez Cortés

Sr. Abel Roldán Alatraste (alumno )

Lic. Alejandro Tapia Mendoza

# Índice

Introducción al Plan de Estudios de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica .....	5
Justificación .....	6
Conceptualización del objeto de estudio .....	8
Marco general del diseño curricular .....	12
Procesos científicos y tecnológicos involucrados en el diseño gráfico .....	13
Necesidades sociales vinculadas al objeto de estudio .....	14
Prácticas sociales específicas del diseño gráfico.....	15
Perfil profesional.....	17
Prácticas sociales como factores de integración del currículum .....	18
Demanda social previsible para la carrera .....	19
Tipo y cantidad de recursos necesarios para desarrollar el Plan.....	23
Plan de Estudios de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica.....	29
Objetivos generales del Plan.....	30
Estructura general del rediseño curricular.....	31
Estructura académica.....	34
Objetivos de proceso de los módulos.....	35
Objetivos de proceso y contenidos por etapa curricular.....	39



Modelo de operación académica.....	41
Modelo de operación del proyecto .....	42
Modalidades de evaluación .....	43
Plan de estudios de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica .....	44
Programas de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica .....	57
Programa de la UEA “Conocimiento y Sociedad” .....	58
Programas en la UEA “Interacción Contexto Diseño” .....	60
Programas en la UEA “Campos Fundamentales del Diseño” .....	62
Programas en la UEA “Comunicación, Medio Ambiente y Sociedad” .....	64
Programas la UEA “Hombre y Comunicación Gráfica” .....	66
Programas en la UEA “Lenguaje Visual y Medios Técnicos” .....	68
Programas en la UEA “Lenguajes de la Comunicación Gráfica I” .....	70
Programas en la UEA “Lenguajes de la Comunicación Gráfica II” .....	72
Programas en la UEA “Lenguajes de la Comunicación Gráfica III” .....	74
Programas en la UEA “Desarrollo de la Comunicación Gráfica I” .....	76
Programas en la UEA “Desarrollo de la Comunicación Gráfica II” .....	78
Programas en la UEA “Desarrollo de la Comunicación Gráfica III” .....	80
Anexo 1 .....	82
Anexo 2 .....	85



# Introducción al Plan de Estudios de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica

# Justificación

**E**ste documento es el resultado del trabajo de revisión y análisis de los contenidos del Plan de estudios de la Carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica de la UAM-X aprobado parcialmente en 1978 y en su totalidad en 1981 y de los distintos programas modulares que se han operado en la carrera en cerca de 20 años. El propósito principal de la propuesta es la formulación de los programas de estudio en función del avance del conocimiento en la disciplina del diseño gráfico, de los cambios científicos y tecnológicos, y de los procesos de transformación que ha sufrido la práctica profesional en los últimos años.

En él se presentan los puntos principales en los que se sustenta la propuesta de estructura general, la descripción de la carrera, del taller de diseño, las áreas de producción, los objetivos y contenidos de cada etapa, módulo, apoyo y taller, así como su modelo de operación.

El diseño de la comunicación gráfica se ha convertido por la propia evolución de la economía, la sociedad y la cultura mexicanas, en una actividad profesional socialmente relevante dentro del desarrollo económico, político y cultural de la nación. La multiplicación espectacular de las carreras de diseño gráfico en las universidades de los diferentes estados de la República es un fiel testimonio de lo que está sucediendo con nuestra disciplina. La profesión del diseñador gráfico ha entrado recientemente en una etapa de delimitación de sus competencias, de precisión de los conocimientos y habilidades que requiere el mercado de trabajo y de la definición de lo que es la característica propia de los egresados en cada una de las instituciones de educación superior. En este sentido uno de los problemas más complejos para la Comisión de Diseño curricular fue definir cuál debía ser el perfil específico del egresado de nuestra institución, distinto al

de otras instituciones educativas, considerando los requerimientos de un mercado de trabajo en vías de consolidación y las políticas de servicio y el compromiso social que marca la legislación de nuestra Universidad.

En este esfuerzo de definición, nos propusimos precisar el perfil profesional del egresado, para definir lo que podría ser su campo natural de trabajo. Simultáneamente se puso freno a lo que cada vez se parecía más a una formación académica tradicional por materias. A este respecto se redujo el número de apoyos, se integraron grupos o áreas de conocimiento y de habilidades y se les orientó en dirección a un trabajo académico más productivo, realizado en lo que llamamos el taller de diseño. Los diferentes contenidos educativos se articularon para evitar que cada apoyo se convirtiera en un fin en sí mismo y que alguno de ellos se impusiera artificialmente a los demás.

La base de esta definición académica fue recuperar la experiencia de casi 20 años de trabajo en la carrera, revisar las diferentes propuestas que han hecho los profesores a lo largo de ese tiempo y precisar las grandes orientaciones del trabajo académico, tomando en cuenta las características fundamentales de nuestro modelo educativo. Tres experiencias concretas de diseño curricular tuvieron una función preponderante: el Congreso de la carrera de 1982, el rediseño que impulsó la coordinación de 1986 y la reunión de la comisión con asesores en La Trinidad, Tlaxcala en 1990.

Con el propósito de adaptar la formación del estudiante a las necesidades concretas de un mercado de trabajo aún cambiante, para dar un sentido particular a nuestra formación académica, y para llevar a la práctica lo más positivo del modelo educativo de la uam-x, se presenta esta propuesta de diseño curricular que por sí sola se impuso como una necesidad. Sintetizar los contenidos educativos a través de una mejor articulación, conjuntar esfuerzos y experiencias de los profesores en áreas de conocimiento claramente establecidas, dar un sentido más productivo a la formación del estudiante en el taller de diseño, enfatizar las particularidades del egresado de la UAM-X, consecuencia del conocimiento y manejo de nuestro proceso de diseño gráfico y de una visión integral de la práctica profesional, han sido los fundamentos de la propuesta. Sobre esta base nuestro egresado podrá adaptarse a las necesidades de los diferentes mercados de trabajo y podrá acercarse con mejores recursos a un mercado de especialización que sólo a él le corresponde definir.

●

En ese mismo sentido, este documento explica también las razones por las que la operación académica de este programa requiere una sólida infraestructura técnica y un espacio suficiente para la consolidación operativa de sus aulas y talleres.

Para la estructuración de la propuesta de diseño curricular se tomaron en cuenta los “Lineamientos para la presentación de planes y programas de estudio”, aprobados por el Consejo Académico de la Unidad Xochimilco, en la sesión 2.92, celebrada el 27 de abril de 1992.

Cabe mencionar que esta propuesta incluye rubros que no están contemplados en los lineamientos, pero que se consideraron importantes para la sustentación de la propuesta de rediseño curricular, entre ellos una historia del diseño curricular en la carrera en la UAM-X que, para facilitar la lectura, presentamos como anexo al final de este documento. Igualmente se incluyen, como anexos, mapas curriculares que elaboramos con el fin de poder comparar nuestra propuesta con los contenidos que ofrecen otras escuelas en carreras equiparables.



# Conceptualización del objeto de estudio

## a. Conceptualización del diseño

El diseño es una actividad intrínseca a la naturaleza del hombre, en la medida en que es a través del diseño como el hombre transforma la naturaleza y la hace asequible para satisfacer sus necesidades de todo tipo.

En todo acto de transformación de la naturaleza y del hombre con otros hombres y consigo mismo se encuentra presente la actividad de diseño, es a través de esta práctica como el hombre se humaniza.

Antes de ser *homo sapiens* el hombre es *homo faber*, es decir, es un hacedor de realidades. El hombre se hace a sí mismo *sapiens* y en ese esfuerzo elabora conocimientos, habilidades, objetos, artefactos y formas, que le permiten dar un sentido humano a su existencia.

El hombre busca siempre ir más allá de lo que es, busca transformar su realidad natural y de esta manera vuelve humano todo cuanto lo rodea, para bien y para mal. En ese proceso constante de transformación de su realidad y de sí mismo, el diseño ha jugado un papel preponderante, en la medida en que la elaboración de formas, objetos y artefactos ha sido fundamental para la autorrealización de las capacidades humanas. Es, entre otras cosas, a través del diseño como el hombre construye una realidad a su medida y de acuerdo a sus aspiraciones y como la persona ha logrado transformar su realidad natural hasta convertirla en cultura.

El diseño ha sido esa expresión del espíritu humano, por medio del cual la persona afirma su existencia, da sentido a su proceso de realización, edifica una realidad cultural que comparte con los demás y da cuerpo, bajo la forma de imágenes y objetos, al potencial de su intelecto. El hombre se humaniza siempre a través de formas, objetos

y artefactos concretos. El hombre se vuelve humano en cada uno de sus diseños.

## b. Definición de diseño

El diseño es la actividad teórica y práctica que desarrolla el hombre para la realización de formas visuales, objetos y artefactos que responden a una necesidad individual o colectiva determinada. Es la actividad mediante la cual el hombre proyecta y realiza objetivamente una señal, un objeto o un artefacto, en respuesta a una demanda, (de carácter funcional o estética) siempre concreta. <sup>1</sup> El diseño en este sentido es la expresión sensible de una idea planteada por una necesidad.

El diseño es una operación que se realiza siempre a través de un proceso proyectual, por medio del cual el hombre transforma la realidad natural y social en la que vive. Dicho proceso implica todo un trabajo de reflexión y conceptualización (incluida la adquisición de conocimientos) por parte del hombre que diseña, además del desarrollo de una serie de habilidades y destrezas.

Diseñar es siempre una «batalla creativa» (Scott Vandyke) que se sustenta en conceptos sólidos y en formas expresivas, y cuyo resultado debe ser siempre la resolución de un problema planteado por el hombre en un momento determinado de su existencia. Así, el diseño produce objetos a la vez agradables y útiles.<sup>2</sup>

Se ha dicho siempre que en el diseño intervienen al mismo tiempo, la cabeza, el corazón y la mano del hombre, porque de ellos depende la realización de formas y objetos humanos. Esto, dicho de manera más sistemática, quiere decir que en el acto de diseñar

<sup>1</sup> Ver Jordi Llovet, *Ideología y metodología del diseño*, ed. Gustavo Gili "Diseñamos, dice R. Gillam Scott (Fundamentos del diseño) toda vez que hacemos algo por una razón definida. Diseño es toda acción creadora que cumple una finalidad".

<sup>2</sup> Dice el mismo Scott Vandyke, que el diseño es antes que nada la resolución de un problema. Involucra un proceso cíclico y progresivo de evaluación, síntesis y refinamiento de los mismos. El diseño, dice Gui Bonsiepe (El diseño de la periferia), está inseparablemente ligado a la estética pero no necesariamente al arte.

●

intervienen las tres áreas de desarrollo básicas del hombre: el conocimiento, las aptitudes (habilidades y destrezas) y la llamada área afectivo-social, dado el carácter inmediatamente útil de los objetos de diseño.<sup>3</sup> En este sentido el diseño es una actividad integral que implica al todo del hombre, en la medida en que así inventa, dibuja o realiza objetos para el uso. Dice Christopher Jones “el efecto de diseñar es iniciar un cambio en las cosas realizadas por el hombre”. Las fases a través de las cuales el hombre diseña son: el análisis y la detección de un problema, la programación, la conceptualización, el desarrollo del diseño y la realización del objeto y la forma. La creación de diseño no existe en el vacío, forma parte siempre de un proceso humano, individual y social. Hacemos algo por que lo necesitamos, pero para hacerlo debemos estudiar diversas posibilidades, debemos ser creativos en la problematización y la búsqueda de soluciones, en la forma en que hacemos ese algo.

### c. Orígenes del diseño

Por ser una parte de la experiencia del hombre, el diseño tiene una historia tan larga como la del hombre mismo. Como actividad proyectual de formas, objetos y artefactos, el diseño es una ocupación tan antigua, como la más antigua civilización organizada.

El diseño no es un invento del siglo xx. Es una actividad que acompaña el desarrollo mismo de la naturaleza humana. Por lo tanto es tan antiguo como lo es todo el despliegue del espíritu humano. Vivir, al hombre le exige, dice Andre Ricard, transformar y superar su naturaleza y el conjunto de sus realidades.<sup>4</sup> Sólo de esta manera el hombre se abre nuevas posibilidades y se plantea nuevos objetivos para la existencia. Diseñar es en esta medida, un acto humano fundamental que se relaciona con toda la vida individual y colectiva de las personas.

El diseño es una acción creadora realizada por el hombre para dar sentido y significación a su existencia. Cumple de esta forma con lo que es una de sus finalidades más importantes: construir una realidad cultural para su existencia individual y colectiva, la creación en el campo de diseño no es una intuición genial o un arrebato sin realidades, sino es más bien el resultado de un trabajo humano, personal y social, puesto que responde siempre a una necesidad concreta.

Diseñar es parte “del vector esencial intelectual del hombre”, que le ha permitido conocer y transformar la naturaleza, al mismo tiempo que crea otra naturaleza distinta, “artificial”, a la que por costumbre llamamos cultura.<sup>5</sup> El diseño es parte de esa operación transformadora de la realidad natural de los hombres.

Nuestra civilización, dice Jordi Llovet, se ha caracterizado a este respecto por articular tres tipos o modos de producir formas y objetos: la producción naturalista, la producción inventiva y la consumista-mercantilista. Es en esta última donde se manifiesta más claramente lo que concebimos como diseño.

En su sentido más actual, el diseño y en particular el diseño gráfico, cuyo término como se sabe fue acuñado en 1922 por William A. Dwiggins, ha sido concebido como el trabajo de transformación de las ideas y los conceptos en formas visuales y estructurales, manifiestas específicamente en libros, revistas, anuncios, envases o folletos.

Como actividad profesional, el diseño gráfico nace directamente relacionado con el proceso de expansión de las relaciones mercantiles y de consumo que caracterizan el siglo xx, en particular en el proceso de industrialización de las economías modernas. Como disciplina articula una necesidad concreta del hombre con el avance de la racionalidad científico-tecnológica, los nuevos caminos de la producción artística y la expansión de las relaciones mercantiles y salariales de los países en procesos de modernización,<sup>6</sup> dice John Laing: “durante este siglo, el número de bienes de consumo y de servicios ha crecido espectacularmente y todos los productos se ven obligados a competir ferozmente entre sí para conquistar una parte del mercado. Esta competencia ha estimulado el desarrollo de la publicidad y la proliferación de imágenes y palabras que tienen como fin hacernos observar esto en lugar de aquello”.<sup>7</sup>

<sup>3</sup> La aptitud desarrollada es la habilidad. La manera como aplicamos la habilidad en cada caso es la destreza, de ahí el carácter bello de la obra de diseño. El diseño, por ejemplo, dice Jordi Llovet, se presenta como una unidad funcional en la que es difícil separar elementos y composición.

<sup>4</sup> A. Ricard, Diseño ¿ por qué ?...

<sup>5</sup> Dice Chesmayefe: «el diseño de la historia es la historia del diseño»...

<sup>6</sup> Véase David Apter. Política de la modernización.

<sup>7</sup> J. Laing «Haga ud. mismo su diseño».

En el diseño gráfico conviven, por lo tanto, un esfuerzo de conceptualización, la búsqueda de expresiones plásticas adecuadas y avances tecnológicos que se requieren para la satisfacción de demandas concretas planteadas por el hombre. Algunos dicen, inclusive, que el diseño es una tendencia actual de la estética industrial, que entraña la producción de objetos de consumo corriente, reconocidos por sus cualidades plásticas y que poco a poco han sido promovidas al nivel de una obra de arte útil.<sup>8</sup> El diseño gráfico actual nace por la conjunción de un desarrollo que tiene lugar en la producción industrial, del refinamiento de algunas corrientes artísticas como el *art nouveau*, y por el pragmatismo de algunos artistas cansados de la esterilidad de objetos producidos en serie. La conjunción de lo agradable con lo útil fue la clave del encuentro entre el desarrollo económico y social, el arte puesto al servicio de la sociedad y un artista con novedoso sentido práctico.

Con la aparición del diseño se modifican los propósitos del arte tradicional y la actividad artística se ve puesta en contacto con una necesidad concreta. El arte adquiere un carácter útil. El diseño gráfico es lo contrario de la pura decoración, responde a una necesidad y recupera sin embargo los avances de algunas corrientes artísticas a las que sujeta a un manejo científico y tecnológico proveniente de la industria. De ahí la serie de causalidades que establece Gillam Scott para el diseño: la causa primera, que es una necesidad concreta del hombre; la causa formal, que se relaciona con la definición morfológica de los objetos; la causa material y por último la causa tecnológica, que no es otra cosa sino la manera como podemos darle forma a los materiales.

El diseño como práctica profesional escolarizada se puede ubicar hacia el primer cuarto del presente siglo, con la conformación e institucionalización de escuelas que tratan de unir, por un lado, los procesos modernos de fabricación industrial con las necesidades estéticas de una sociedad a través del diseño, todo ello en un contexto de crisis en el arte y de agotamiento del esquema del “arte por el arte”, así como el surgimiento y desarrollo de las vanguardias artísticas del siglo xx y, por otro lado, con el cambio de modelos sociales basados en el fenómeno de la expansión de los mercados, con el desarrollo de los sistemas de información y comunicación, así como con los grandes avances en el campo de la ciencia y la tecnología, en particular la aplicable al desarrollo de artefactos u objetos de producción masiva.

Como práctica social el diseño existe en nuestro país desde

hace mucho tiempo, desde la época prehispánica, pasando por todos los periodos de la historia, institucionalmente como práctica profesional reconocida socialmente y como elemento integrado a los diversos procesos de desarrollo económico, social y cultural. Sin embargo, el diseño gráfico en particular con este carácter sólo aparece hacia fines de la década de los sesenta con la creación de las primeras escuelas de diseño, dándose un amplio crecimiento en la década de los setenta y una franca expansión nacional en la década de los ochenta, teniendo en la actualidad más de cincuenta escuelas de diseño gráfico en todo el país que imparten la disciplina en el nivel de licenciatura, sin contar otras tantas que lo hacen en el nivel técnico o como opción de salida de otras carreras en el nivel medio superior.

#### d. Caracterización de la práctica

En el enfoque de la UAM-X a práctica del diseño gráfico se caracteriza por hacer hincapié en la comunicación gráfica. Esta práctica se entiende como un proceso en el que intervienen tanto factores propios del diseño (la técnica, los recursos expresivos), como factores externos que se relacionan con el medio social y cultural en el cual los objetos son elaborados.

En este sentido, el diseño de la comunicación gráfica representa un modelo alternativo para la realización y distribución de objetos gráficos, frente a los métodos de educación tradicionales. La simple acumulación de conocimientos, el proceso vertical de enseñanza-aprendizaje del maestro y del discípulo y el diseño en abstracto de los objetos, son dejados de lado por el nuevo modelo educativo que nos caracteriza. La autoformación del estudiante, su compromiso social y el análisis de los problemas concretos de la realidad son ahora la nueva alternativa para el trabajo académico.

La carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica de la UAM-X presenta una serie de características que la distingue de las demás. En primer lugar, se propone formar profesionales capaces de organizar procesos de producción para la comunicación gráfica, por esta razón la carrera no se denomina simplemente diseño gráfico. En segundo lugar, la carrera desarrolla sus contenidos académicos a través del sistema modular, cuyos propósitos fundamentales son: la

<sup>8</sup> El diseñador, dice G. Mialaret (Diccionario de pedagogía), es un artista que concibe formas visuales destinadas a la producción industrial.

integración del conocimiento, el desarrollo del mismo en términos de procesos, la aplicación de los conocimientos a problemas concretos de la realidad, la búsqueda de una articulación permanente entre teoría y práctica y el desarrollo de un proceso de enseñanza-aprendizaje particularmente vivo y activo.

En el diseño de la comunicación gráfica de la UAM-X se combinan siempre tres tipos de elementos: los objetivos académicos de la carrera, el modelo educativo y las responsabilidades sociales de nuestra institución. Por eso, los postulados que sirven de base al trabajo académico son los siguientes:

- El diseño de la comunicación gráfica es un proceso en el que se articulan socioculturales técnicos y expresivos.
- La integración permanente de esos factores sólo es posible en la solución de problemas concretos de diseño.
- La realidad social y la distribución y circulación de los productos forman parte del diseño de la comunicación gráfica.
- El diseñador integral es aquel que, además de poseer una alta capacidad teórica, técnica y expresiva, hace suyo el compromiso de contribuir a la solución de los grandes problemas nacionales. Es aquel que, luego de desarrollar los aspectos cognoscitivo, volitivo y afectivo que requiere su actividad profesional, desarrolla una alta vocación de servicio.
- El diseño de la comunicación gráfica es una forma específica de lenguaje que, como cualquier otra, requiere del manejo de las herramientas teóricas y metodológicas que garanticen la comunicación.
- La comunicación es desde este punto de vista el factor preponderante.

# Marco general del diseño curricular

**E**l modelo educativo de la UAM-X imprime una serie de características particulares al diseño de la comunicación gráfica y éste, a su vez, establece nuevas relaciones entre las diversas actividades del trabajo académico. El diseño de la comunicación gráfica se elabora a partir de relaciones específicas entre el docente, el alumno y los contenidos educativos. La docencia y el trabajo de investigación se vuelven inseparables, de la misma manera que la teoría y la práctica. Los contenidos educativos no son impartidos de manera aislada, sino que se desarrollan siempre a través de los procesos globales, sirven de marco de referencia a los diferentes elementos. Dichos contenidos se aplican en la solución de problemas concretos de diseño. La realidad social y la circulación de los productos forman parte del proceso de diseño y no son factores externos. Por lo mismo, el quehacer universitario siempre está directamente ligado al desarrollo de los grandes problemas nacionales. El vínculo entre la organización social y nuestra práctica profesional de diseño tiene que ser siempre muy estrecho, puesto que los contenidos educativos nunca son neutros.

Nuestra propuesta pretende dar respuesta a las transformaciones más recientes de la práctica profesional del diseño gráfico, sin descuidar los objetivos y compromisos académicos y sociales de la institución universitaria. La propuesta trata de presentar programas de estudio abiertos y flexibles, capaces de ser adaptados a las necesidades sociales de un mercado de trabajo en vías de consolidación. Se ha pretendido con ello organizar el trabajo que ya se realiza en la carrera y dar sentido determinado al esfuerzo del conjunto

de profesores que formamos parte de ella. El punto de partida es el reconocimiento e integración del trabajo individual de los agentes que intervienen en el proceso educativo en la formación de los futuros profesionales.

Los criterios que rigen los programas de estudios son, entre otros, los siguientes:

- Dar prioridad a la integración de los contenidos educativos sobre la impartición de conocimientos aislados.

- Fomentar esa integración agrupando las actividades académicas en el taller de diseño, mediante dos grandes bloques: los apoyos teóricos (teoría e historia de la imagen), y los apoyos de expresión (formales y técnicos). Cada actividad gozará de una autonomía relativa, pero estará sujeta a los objetivos generales del módulo y al proyecto o problema que se pretende resolver.

- Dar prioridad al trabajo interdisciplinario sobre los contenidos específicos de cada disciplina.

- Dar prioridad a los objetivos del taller modular sobre los demás apoyos académicos.

- Impulsar el trabajo de autoformación por parte del estudiante.

- Reconocer que el proceso de diseño es el verdadero punto de partida del trabajo académico.

El diseño curricular actual deberá estar sujeto a una revisión periódica de los contenidos académicos, con el objeto de dar respuesta a las transformaciones que aparecen gradualmente en la práctica profesional. Esta revisión se llevará a cabo cuando el pleno de la carrera lo considere conveniente. Mientras no se haga una reformulación general, cada uno de los contenidos del programa tendrá un carácter obligatorio y deberá ser observado por los diferentes miembros de la comunidad de la Carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica.

# Procesos científicos y tecnológicos involucrados en el diseño gráfico

diversos talleres y apoyos que de hecho involucran métodos, técnicas y procedimientos para cada fase y lenguaje específico del diseño.

Concebimos el diseño de la comunicación gráfica como una práctica no sólo de carácter proyectual sino de realización objetual, en la que intervienen procesos de transformación de todo tipo, desde aspectos relacionados con la química en los laboratorios de fotografía y fotomecánica, pasando por los procesos físicos y químicos de reproducción gráfica en los talleres de serigrafía, grabado y offset, hasta aspectos relacionados con la creación de imágenes a través del diseño asistido por computadora en formas del diseño editorial, la ilustración y la animación, o bien de formas tradicionales en estos medios y en los audiovisuales, como el cine, la televisión o el video.

**E**l diseño de la comunicación gráfica se entiende como una forma específica de la comunicación, es decir de los intercambios sociales de significación, y en cada una de sus prácticas concretas confluye un gran número de procesos tecnológicos y de fenómenos que pueden ser estudiados desde distintas perspectivas, especialmente desde los campos de la comunicación y del diseño. Entre los elementos teóricos o científicos podemos mencionar los relacionados con las diversas concepciones teóricas sobre los aspectos de la imagen, el manejo de lenguajes visuales para la comunicación gráfica y los elementos de carácter perceptual desde el punto de vista biológico, psicológico y social. También podemos mencionar una gran cantidad de procesos tecnológicos que se involucran en la práctica del diseñador, los relacionados con los procesos de materialización de los objetos, con el uso de diversos soportes, medios y procedimientos técnicos para la realización de maquetas, experimentaciones formales y realización de originales mecánicos y con la propia reproducción de los diseños. La práctica formativa del diseñador gráfico debe tomar en cuenta estos factores para su desarrollo y enfrentarlo mediante

# Necesidades sociales vinculadas al objeto de estudio

La práctica del diseño gráfico sólo tiene razón de ser en la medida que responde a necesidades sociales concretas, estas necesidades, no obstante que han estado presentes a lo largo de la historia del hombre, son en la actualidad importantes para el desarrollo social y están vinculadas a los procesos de información y comunicación del mundo contemporáneo que demanda cada vez más un sinnúmero de mensajes de carácter gráfico resultado de procesos de carácter económico, ideológico, político y cultural; por un lado, como formas de representación de una realidad o como formas y objetos que satisfacen necesidades de carácter funcional o estético y que en general tienen que ver con el mejoramiento de la calidad de vida.

El diseño gráfico juega un papel predominante en el proceso de circulación y consumo de bienes materiales que se producen en forma masiva. Prácticamente todo a nuestro alrededor ha pasado o ha sido transformado o modificado por la intervención del diseñador gráfico. En este sentido el diseño gráfico se relaciona, con la mercadotecnia y la publicidad y en términos generales con el proceso de agilización de la circulación de mercancías, pero de ninguna manera se agota en estos campos.

Más importante aún desde nuestra perspectiva es el papel fundamental que diseño gráfico juega en la cultura de la sociedad, ya que desarrolla siempre patrones o modelos de representación de una realidad, es parte fundamental de la manera en que la sociedad se ve a sí misma, y en sentido genérico, le dota de una identidad que se manifiesta a través de la imagen. El diseño gráfico no sólo es decoración o manifestación meramente estética, sino que conjunta valores sociales que en determinados periodos de la historia resultan cruciales para el desarrollo del hombre.

El diseño gráfico, al igual que el arte, desarrolla constantemente lenguajes o códigos visuales, se renueva en forma constante y aparece siempre en persistente cambio, innovando o proponiendo nuevas lecturas para la comprensión de nuestra realidad. Así, la práctica del diseñador se relaciona con todos los campos del conocimiento a los cuales sirve y se involucra en todos los niveles de la escala social, satisface múltiples necesidades y siempre está vinculado a todos los procesos de cambio social.

La Carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica en la UAM-X en particular hace hincapié en las necesidades de comunicación gráfica de la sociedad y trata de vincularse con especial atención a los procesos educativos y culturales de las grandes mayorías de nuestra sociedad, trata de responder en forma alternativa a los modelos dominantes del diseño gráfico que están relacionados con el mero consumo de bienes materiales, relacionándose con necesidades de carácter educativo y cultural, proponiendo nuevas formas de conformación de la cultura material y con la superación social, concibiendo al diseño gráfico como una forma de apropiación de sentido e identidad más allá de su valor estético, creando nuevas variedades de relación social.

# Prácticas sociales específicas del diseño gráfico

La práctica profesional del diseño gráfico en México tiene pocos años de existencia. Es el resultado de la demanda de una economía de mercado en constante expansión y siempre ha estado relacionada con la transmisión de valores culturales y el desarrollo de la producción y circulación de mercancías.

La práctica profesional, en cuanto tal, ha sufrido una serie de transformaciones a lo largo de su historia y poco a poco se ha ido precisando tanto el campo de trabajo del diseñador, como las características propias del oficio. A este respecto se puede decir que la actividad profesional se ha desarrollado en cuatro direcciones.

1. Ejercicio libre de la profesión
2. Trabajo asalariado en el sector privado
3. Trabajo asalariado en el sector público
4. Trabajo asalariado para organizaciones civiles y culturales

## Ejercicio libre de la profesión

Con el surgimiento del diseño gráfico en un mercado de libre competencia, la práctica profesional ha encontrado como una opción de desarrollo lo que podríamos llamar el ejercicio liberal de la profesión, en la cual el diseñador tiene la posibilidad de realizar trabajos directamente establecidos con un demandante. Sin embargo,

con el desarrollo económico y tecnológico se han incrementado los niveles de complejidad de los procesos de elaboración del diseño mismo. La práctica, por consecuencia, se ha ido perfilando con características especializadas, al incorporar a diversos profesionales que participan en un proceso complejo y diferenciado y el trabajo tiende a desarrollarse a través de equipos de producción más o menos especializados. Cabe mencionar que la formación de estudiantes de diseño gráfico en la mayoría de las escuelas de diseño sigue dirigida precisamente en este sentido.

Como practicante de un ejercicio libre, casi autónomo, el diseñador se ubica en la misma escala en que una demanda lo requiera, es decir aquella que se relaciona con la necesidad de un pequeño productor, comerciante, pequeño industrial, artesano o agente de servicio independiente.

## Trabajo asalariado en el sector privado

De aparición más reciente, esta práctica profesional corresponde al periodo de expansión acelerada de la producción y circulación de mercancías, que hizo posible la formación de despachos de diseño, capaces de absorber un número determinado de diseñadores gráficos. Se trata de una práctica que se desarrolla en despachos de diferente nivel y jerarquía, de difícil acceso para los diseñadores de nivel medio, y es aquí donde se realizan los proyectos de las grandes empresas, sujetos casi siempre a altos niveles de calidad y eficacia y a determinadas características formales ya establecidas.

La tendencia general ha derivado en la creación de despachos de diseño, en los que intervienen diseñadores con diversas especialidades, así como agentes relacionados con la mercadotecnia y la publicidad. Debido a las demandas de diseño gráfico que se presentan en forma compleja y en la cual intervienen diferentes necesidades específicas, cada vez más se presenta la demanda de diseño total para una empresa o institución, ya no es el diseño de carácter aislado la que predomina, sino el establecimiento de procesos complejos que involucran inclusive otras disciplinas, en este sentido predomina el diseño de campañas promocionales, imagen total de carácter corporativo o empresarial o bien el desarrollo de proyectos gráficos relacionados con la presentación de proyectos que implican, por ejemplo, no sólo la creación de la imagen del sector demandante,

sino también las aplicaciones que de ella se derivan; papelería, impresos tridimensionales, aplicaciones en oficinas, vehículos, anuncios espectaculares, etc, labor que cada día se dinamiza más y se vuelve más compleja. En estos casos, el diseñador o bien juega en una pequeña parte del proceso o participa de manera integral en el desarrollo de proyectos de manera global, conduciendo dicho propósito de comunicación gráfica.

También podemos mencionar que en nuestro país, si bien predomina este esquema, coexisten otros modelos en diferentes escalas, desde despachos de cierta importancia, hasta pequeños despachos integrados por pocos profesionales y que en conjunto satisfacen en diversos grados las demandas de la sociedad.

Como dijimos, el diseñador en ejercicio libre también interviene en estos procesos, pero cada vez es menor su participación individual y casi siempre la hace de una u otra manera en el desarrollo de una demanda mayor ya establecida previamente, con lineamientos específicos que sólo continúan en apoyo de un esquema de diseño prefigurado.

### **Trabajo asalariado en el sector público**

El diseño gráfico realizado en el sector público tiene sus antecedentes en nuestro país hacia los años veinte de este siglo, periodo histórico en el que el Estado requería de una imagen que correspondiera a su proceso de desarrollo y consolidación. No se trata de la práctica profesional tal y como la conocemos actualmente, porque ésta hará su aparición institucionalmente en los años sesenta con la creación de la licenciatura en diseño gráfico.

Fue preciso que el oficio de diseñador gráfico se desprendiera de prácticas como las artes plásticas, la arquitectura y el diseño industrial, para que pudiera contribuir al desarrollo de la economía de mercado y a la transmisión de valores culturales promovidos por el gobierno a través de sus múltiples instituciones.

En estas condiciones, muchos profesionales del diseño encontraron en el sector público un mercado de trabajo importante y un terreno para la elaboración de imágenes que correspondieran a lineamientos y políticas de identidad nacional. Se trata de un diseño gráfico que no necesariamente satisface demandas sociales concretas y que por lo general se ve limitado en sus posibilidades creativas y de

innovación por el uso de códigos delineados de antemano.

Podemos decir que prácticamente todas las dependencias de gobierno cuentan con una pequeña oficina de diseño gráfico y las que no lo tienen de alguna manera contratan algún diseñador o dibujante que realiza un tipo de diseño gráfico que generalmente está ubicado en labores de promoción e información de los servicios que presta la institución o dependencia, ya sea en alguna delegación política, secretaría de estado u oficina de gobierno.

### **Trabajo asalariado para organizaciones civiles y culturales**

El diseño gráfico que se realiza para organizaciones civiles y culturales, tradicionalmente elaborado por productores gráficos y artistas plásticos, recientemente ha adquirido el carácter de un verdadero mercado de trabajo profesional para los diseñadores, quienes paulatinamente se han ido incorporando a este campo. En este sentido, la formación de diseñadores gráficos en la UAM-Xochimilco, contempla la posible inserción de sus egresados en este terreno que cada vez adquiere una mayor importancia social y responde a nuestros propósitos universitarios.

Podemos mencionar también en este sector la participación de diseñadores en la red cultural a través las instituciones educativas o las relacionadas con los museos o bien las casas de la cultura delegacionales o de los estados de la República para citar solo algunos ejemplos.

Aunque este sector no ha sido suficientemente estudiado, la experiencia que se tiene de los egresados de la carrera indica que la inserción en este sector tiene amplias perspectivas, aunque generalmente esta práctica se combina con otras de servicio profesional para el sector privado o el sector público. Es a esta última práctica a la que hemos enfocado esta propuesta de desarrollo curricular para la carrera.

# Perfil profesional

**E**l perfil profesional del egresado de la carrera de diseño gráfico en la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco se puede definir como el de un diseñador integral, capaz de producir y organizar mensajes de comunicación gráfica, en donde se articulen los elementos teóricos y prácticos del proceso de diseño, que sirvan para la solución de problemas concretos de la realidad, desde una perspectiva crítica y de compromiso social con su quehacer profesional.



# Prácticas sociales como factores de integración del currículum

Las prácticas sociales particulares que se ubican en el terreno del diseño gráfico se encuentran en proceso de cambio permanente y cada vez más tienden a expandirse, pero también a diversificarse y especializarse, ello producto de la cada vez más compleja demanda de diversos sectores de la sociedad.

Básicamente las prácticas que se identifican en el currículum de la carrera son, por un lado, las de carácter general y por decirlo así tradicional, como las relacionadas con los medios impresos, a través de medios de comunicación y difusión como los carteles, folletos, libros y diversas publicaciones; los relacionados con el diseño de imagen de identidad social, institucional y corporativa, como los logotipos, marcas, diseño de anuncios y lo que actualmente se conoce como imagen total, capaz de reproducirse y aplicarse prácticamente a cualquier soporte bidimensional y tridimensional; por otro lado, las prácticas relacionadas con los medios audiovisuales y electrónicos, como el cine, la televisión, el video y particularmente con la animación por computadora; un nuevo campo muy cercano a éste se abre ahora con la multimedia.

Otra de las prácticas que se incorporan en el currículum son las relacionadas con el diseño gráfico «monumental» o de gran formato, ambientales y con posible inserción en propuestas museográficas, escenográficas para teatro, representación, sets o montaje de

exposiciones, pabellones o escenarios diversos.

También se ha integrado recientemente como una práctica específica del diseño el área de ilustración en sus diversas aplicaciones a diferentes campos de expresión gráfica, como son los medios impresos, la fotografía relacionada con la ilustración y los medios electrónicos, en interacción con los avanzados procesos de desarrollo de imagen por computadora, combinando imagen directa con ilustración electrónica o montaje y retoque fotográfico, así como la derivación de objetos tridimensionales resueltos a través de programas de computación.

En particular, la carrera se ha estructurado a través de tres áreas diferenciadas que en gran medida representan un interés en las prácticas actuales del diseño gráfico; el área editorial relacionada con los procesos de diseño en medios impresos; el área de gráfica de gran formato, relacionada con los medios tridimensionales y de carácter monumental y ambiental; y el área de medios sonoros y visuales, donde se incluyen los medios electrónicos, como la televisión y el video auxiliados por computadora.

Estas tres áreas se desarrollan en la etapa intermedia (módulos VII, VIII y IX), donde se hace hincapié en los procesos de producción gráfica, teniendo su secuencia en la etapa terminal de la carrera (módulos X, XI y XII) donde se desarrollan proyectos relacionados con alguna de estas áreas, dependiendo de la necesidad del proyecto de comunicación gráfica del que se trate.

En este sentido, estas prácticas como factores de integración del currículum se relacionan tanto con los objetos de transformación, como con los problemas eje (véase cuadro de organización teórica y metodológica del aprendizaje), para el desarrollo de los proyectos de comunicación gráfica que se realizan en cada módulo y en la etapa terminal de la carrera.

Por otro lado, y en correspondencia con el desarrollo de estas prácticas establecidas por las áreas mencionadas se involucran como elementos adicionales a la estructura curricular de la carrera: el taller de diseño, los apoyos teóricos y los apoyos de expresión que involucran la práctica en talleres y laboratorios (véase estructura académica).

# Demanda social previsible para la carrera

## a. Prerrequisitos curriculares para demandar la especialidad

A través de estudios y de encuestas realizadas a una gran cantidad de alumnos aspirantes a esta licenciatura y en diferentes escuelas, se han encontrado tendencias generales que permiten caracterizar, sin jerarquizar, los supuestos de elección de la población que desea estudiar esta carrera:

- a) Elección por propia convicción, orientación vocacional, información previa, conocimiento de medio profesional y otros.
- b) Elección por antecedentes familiares en el medio profesional.
- c) Elección por la supuesta habilidad psicomotriz (habilidad manual).
- d) Elección por la aparente remuneración elevada que se obtiene económicamente en esta profesión.
- e) Elección por la ausencia en la currícula de asignaturas de las ciencias “duras” (matemáticas p.e.).
- f) Elección por moda.
- g) Otras

De acuerdo a lo anterior, la propuesta de este programa de diseño contempla y propone los siguientes prerrequisitos como una forma de posibilitar cierta congruencia entre el aspirante y

el plan de estudios:

En general, la población estudiantil demandante de esta especialidad debe cumplir con las condiciones que establece la reglamentación universitaria de nuestra institución (Título Segundo “Del ingreso al nivel licenciatura” del RESNL, Artículo 2 Fracción I y Artículo 3 fracciones II y III).

En particular las características deseables para cursar esta licenciatura son:

- conocimientos: contar con bases de proyectación y formalización gráfica, nociones de composición gráfica, un nivel elemental sólido de herramientas teórico-metodológicas para la investigación y tener nociones básicas de un sistema operativo de computación.
- aptitudes: tener habilidades psicomotrices concretas (destreza manual), niveles óptimos de observación, sensibilidad y capacidad de análisis y síntesis creativa.
- actitudes: poder establecer un real compromiso con una carrera universitaria, tener un sentido crítico y autocrítico con su trabajo y con el de su equipo, tener disciplina y tenacidad que le permitan conformar un esquema de trabajo y flexibilidad para poder asumir cambios para mejorar su práctica.

Se ha observado que el espectro de la población que demanda esta licenciatura ha venido aumentando considerablemente durante los últimos cuatro años, por lo que se preveé una fuerte demanda en un futuro de por lo menos cinco años lo que, por lo menos en el papel, daría mejores posibilidades de selección de nuestros alumnos. Esto sólo se concretará cuando se incuyan habilidades específicas, y no sólo conocimientos en el examen de admisión a la UAM.

## b. Oferta de la especialidad en otras instituciones de educación superior, en el área geográfica de incidencia del plan

Con base en los datos de la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior ANUIES , el total registrado de escuelas

que imparten esta licenciatura en el país era de 59 en 1991, si bien se tienen informes extraoficiales de la existencia de escuelas de nueva creación que alcanzarían a elevar esta cifra a 80 escuelas de diseño gráfico durante el presente año. Para el Valle de México, área de posicionamiento geográfico de nuestra institución (comprendido en dos localidades, Distrito Federal y Estado de México) las escuelas que ofrecen esta disciplina son las que se presentan en el siguiente cuadro.

### c. Elementos adicionales relacionados con demandas específicas de sectores de la población

El profesional egresado de la carrera de diseño gráfico de la UAM-X, tiene la capacidad de dar una respuesta satisfactoria a las demandas específicas de amplios sectores de la población:

**Escuelas que ofrecen las licenciaturas en Diseño de la Comunicación Gráfica, Diseño Gráfico y Comunicación Gráfica en el Valle de México**

Universidad	Título	Ubicación	Tipo	Duración
U. Iberoamericana (Santa-Fé)	DG*	Poniente	Privada	4 años
U. Anáhuac	DG	Norte	Privada	4 años
U. Anáhuac del Sur	DG	Sur-Poniente	Privada	4 años
U. Intercontinental	DG	Sur	Privada	4 años
U. del Nuevo Mundo	DG	Norte	Privada	4 años
U. La Salle	DG	Centro-Sur	Privada	4 años
U. Autónoma Metropolitana (Azcapotzalco)	DCG**	Norte	Pública	4 años
U. del Valle de México (Tlalpan)	DG	Sur	Privada	4 años
U. del Valle de México (San Rafael)	DG	Centro	Privada	4 años
U. del Valle de México (Lomas Verdes)	DG	Poniente-Norte	Privada	4 años
Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación	DG	Centro	Privada	4 años
Escuela de Diseño del INBA	DG	Centro	Pública	4 años
Escuela Nacional de Artes Plásticas UNAM	DG	Sur	Pública	4 años
Escuela Nacional de Artes Plásticas UNAM	CG***	Sur	Pública	4 años
Escuela Nac. de Estudios Profesionales -Acatlán	DG	Poniente-Norte	Pública	4 años
U. del Pedregal	DG	Sur	Privada	4 años

\* Diseño gráfico

\*\* Diseño de la comunicación gráfica

\*\*\* Comunicación gráfica

- Es un egresado que desarrolla una visión amplia de su práctica profesional, en la medida en que conoce que las realidades económicas y sociales del país, forma parte del proceso de diseño que a su vez ha sido la guía conductora de su formación académica. El egresado, una vez que ha conocido dicho proceso, es capaz de ponerlo en práctica para la satisfacción de demandas específicas de la población.
- Por las características específicas del modelo educativo de la UAM-X, el egresado está acostumbrado a resolver problemas concretos de la realidad, pues a lo largo de su formación lo ha hecho a diferentes niveles de complejidad.
- Debido al trabajo académico que el estudiante realiza en los talleres y laboratorios de la carrera, el egresado está en condiciones no sólo de diseñar sino de producir y organizar la producción de objetos de diseño gráfico, a diferencia de lo que sucede en otras instituciones educativas. Por lo mismo, el egresado es capaz de adaptarse a las demandas concretas de los diferentes sectores de la población.
- Nuestro egresado, por los motivos anteriores, es capaz de adaptarse también a los diferentes mercados de trabajo, así como de desarrollar distintas especialidades de su campo profesional, con una visión amplia.

#### **d. Estudios sobre la ocupación futura de los profesionales calificados que formará el programa**

De los cuatro mercados de trabajo ya descritos en otra parte de este documento, la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica de la UAM-X considera que el trabajo con agrupaciones civiles y culturales es actualmente una de las opciones de desarrollo profesional para nuestro egresado, sea como profesional libre o como asalariado. Sobre este punto es preciso remitirse al apartado de las prácticas sociales específicas del diseño gráfico.

Los escenarios futuros que plantean los actuales procesos socioeconómicos en el nuevo orden mundial, han hecho necesario que los procesos de enseñanza deban completar el estudio, aplicación y desarrollo de tecnologías de punta en los medios impresos y audiovisuales. Esto, a la vez, permitirá nuevas posibilidades para esta profesión, como el desarrollo de multimedios.

Lo anterior necesariamente exigirá formas de enseñanza más complejas para generar en los futuros profesionales nuevas formas de elaboración de imágenes y análisis de procesos de comunicación gráfica (estudios semióticos, experimentación y aplicación de nuevos materiales, etc.), por lo general se prevee la inclusión de nuevos planteamientos teóricos en la currícula. Por lo tanto, esta deberá ser lo suficientemente flexible para asumir cambios rápidos en sus contenidos.

#### **e. Ventajas selectivas que representa el programa propuesto en relación a otras instituciones de educación superior**

El análisis cuidadoso de un buen número de programas curriculares de otras instituciones de educación superior permitió definir la especialidad del perfil para nuestro egresado (véase perfil profesional), cuyas ventajas son, entre otras, las siguientes:

- Los egresados adquieren una visión más integral de su quehacer profesional, a través del desarrollo y aplicación de lo que hemos llamado el “proceso de diseño”, en donde se articulan elementos teóricos, técnicos y expresivos, al mismo tiempo que se consideran los factores económicos, sociales y culturales como parte integrante del acto proyectual.
- El egresado de la carrera no sólo (a diferencia de la gran mayoría de otras escuelas de diseño) desarrolla la etapa proyectual de su discurso gráfico, sino que por el trabajo que realiza en los talleres es capaz de producir y organizar la producción de sus mensajes gráficos. Por la presencia de los talleres y por la función que tiene en la formación de los egresados, estos últimos tienen una experiencia más completa de su campo profesional.
- El egresado de la carrera tiene una visión más objetiva de su quehacer profesional, porque ha desarrollado la capacidad de resolver problemas concretos de diseño, a diferentes niveles de complejidad.
- El egresado tiene un conocimiento más profundo de los aspectos técnicos del diseño gráfico, por el trabajo permanente que realiza sobre ellos en los talleres con que cuenta la carrera.

En lo referente a los recursos humanos e infraestructura con que cuenta la División, se pueden destacar las siguientes ventajas:

*Profesores de planta.* La División cuenta con un cuerpo docente

cuyo número de profesores de planta de tiempo completo así como de medio tiempo rebasa la proporción respecto a otras escuelas en el valle de México, sin embargo, esta comisión considera que es necesario aumentar el número de plazas en determinadas áreas para lograr una operación eficiente del nuevo plan de estudios.

*Infraestructura.* Las instalaciones con que cuenta la escuela permiten ubicarnos a la altura de las instituciones y las escuelas mejor equipadas del país como la UDLA y la UAM-A. Para poder continuar con este nivel es necesario fortalecer y consolidar los programas de mantenimiento e inversión en talleres y laboratorios, en donde históricamente se han generado los principales problemas de operación de la carrera.

*Publicaciones.* En los estudios realizados con otras instituciones, hemos detectado que tanto la carrera, como la División en su conjunto, tienen una producción editorial cuantitativa y cualitativamente superior al resto de las demás escuelas, sólo comparable con la UAM-A.

*Investigación docente.* Por ser una característica propia de esta Universidad, somos la única institución que tiene un sistema departamental (a diferencia de otras escuelas) que permite y obliga a tareas de investigación y en donde difícilmente se presenta la «simulación» de este quehacer. Sin embargo, creemos que se deben generar nuevas estrategias para mejorar cuantitativa y cualitativamente este aspecto.

## **f. Desarrollo de las actividades productivas o de servicio que ocuparán a los profesionales que se formen**

Además de un conocimiento general de las diferentes actividades productivas que caracterizan a la práctica del diseño gráfico en México, el egresado desarrolla una importante vocación de servicio a través de proyectos que realiza durante la carrera. El egresado de la carrera no sólo resuelve constantemente problemas de diseño en diferentes niveles de complejidad, sino que además dichos problemas responden siempre a una necesidad concreta por parte del demandante. Su trabajo como estudiante comienza siempre con la detección de una necesidad que determina la definición del problema de diseño que pretende satisfacer. La vocación de servicio es una parte integrante de su formación profesional.

En la solución de los problemas de diseño, el egresado se desenvuelve a diferentes niveles de la realidad social que le rodea:

En lo individual, el estudiante puede diseñar y producir mensajes gráficos que satisfagan necesidades específicas de la persona. Siempre su diseño es la respuesta a una necesidad personal y profesional concreta.

En el ámbito social, el egresado es capaz de resolver problemas de diseño que tienen que ver con una necesidad económica, política, ideológica o cultural, planteada por algún sector de la comunidad en la que vive.

Por la complejidad de la profesión y por el lugar que ella ha ocupado en la producción, distribución y consumo de mercancías, objetos o mensajes de una comunidad, el diseño gráfico está íntimamente ligado a diferentes sectores de la producción económica y a las actividades sociales, educativas y culturales de una comunidad. Hacer un mensaje gráfico es elaborarlo para alguien, para un fin, de ahí la necesidad de conformarlo de acuerdo a los lenguajes del diseño, que es por cierto una de las prioridades (véase área de teoría) del programa de estudios. Satisfacer demandas, contribuir al desarrollo cultural y a la producción, distribución y consumo de objetos, en particular el producir mensajes útiles y positivos para el desarrollo del hombre, son el punto de partida y el punto de llegada de la práctica del diseño gráfico.

## **g. Aspectos relativos a la demanda de estos especialistas en diversas actividades**

Por la complejidad propia del campo profesional del diseñador gráfico, el egresado de la carrera puede realizar muy diferentes tipos de actividades a título personal o en equipo. Individualmente ya se ha señalado en el apartado de las prácticas sociales específicas del diseño gráfico, lo que uno de nuestros egresados podría realizar en los mercados de trabajo.

En equipo, el diseñador gráfico podría trabajar con todo tipo de trabajadores de la cultura, entre otros, con los siguientes profesionales: artistas visuales, comunicadores en medios impresos o audiovisuales, editores de libros, diseñadores industriales, arquitectos, diseñadores de programas de cómputo, directores creativos, publicistas, etcétera.

# Tipo y cantidad de recursos necesarios para desarrollar el Plan

## a. Recursos Humanos

Actualmente la planta docente de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica en la UAM-X cuenta con un promedio de 33 profesores y técnicos académicos programados por trimestre; con ellos se cubren casi por completo las áreas de docencia y trabajo proyectual que propone este Plan. Sin embargo existen carencias en algunas áreas y problemas de estabilidad de la planta docente que deben resolverse para la adecuada operación del mismo, aquí las presentamos en su totalidad, incluyendo las de técnicos administrativos y otras que se entenderán con mayor facilidad una vez que se conozca la parte de necesidades de planta física de este documento:

### a) Académicos y/o técnicos académicos:

- 1) Existe una deficiencia en el área de fotografía en los módulos intermedios que se ha subsanado a costa de los apoyos de fotografía del área editorial.
- 2) En el área intermedia, en los apoyos teóricos existe una clara inconsistencia originada porque algunos de estos apoyos son

cubiertos con base en la licencia de una profesora del área editorial, lo que dejará un hueco en el área teórica cuando regrese la maestra que goza de esa licencia para estudios.

- 3) En el área básica, el taller de principios de impresión no cuenta con docente en la plantilla actual.
- 4) El laboratorio de audio del área de medios audiovisuales tampoco cuenta con docente en la actualidad.
- 5) Los apoyos de fotografía en el área de ilustración están suspendidos desde hace un año por la imposibilidad a nivel departamental de sustituir un sabático.

### b) Técnicos administrativos:

- 1) Existe la necesidad de contar con un técnico administrativo (de nivel maestro) para que se haga cargo de los equipos del taller de fotoilustración, ya que éste —sustento de un área terminal— no cuenta con ningún técnico en este momento. El mismo podría hacerse cargo del taller de gráfica monumental, que en esta propuesta se acerca al de fotoilustración.
- 2) Entre las deficiencias más claras de nuestra infraestructura está la ausencia de laboratorios y aulas de cómputo; al ser subsanadas dichos espacios deberán estar bajo la responsabilidad de un técnico administrativo (de nivel maestro).
- 3) Tanto la diapoteca como el archivo de la carrera deberán ser atendidos por un técnico administrativo (de nivel maestro), con conocimientos de fotografía y de técnicas de clasificación y archivo de material gráfico y fotográfico.
- 4) El uso intensivo de los laboratorios de fotografía y la dimensión que tendrán en el nuevo edificio de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica hará necesario contar con un técnico adicional (con nivel de maestro) que será auxiliado por el técnico que existe actualmente. Hay que señalar que las actuales autoridades divisionales han planteado el crecimiento de la diapoteca hasta un centro de producción audiovisual que atenderá las necesidades de toda la División, y que dependerá directamente de la Dirección. Este cambio deja pendiente el problema del archivo histórico de la carrera.

- 5) Como necesidades menos urgentes, pero reales, hay que señalar la falta de una plaza de maestro para el Taller de serigrafía, y la ausencia de responsable técnico en los talleres de grabado y de computación gráfica.
- 6) Finalmente, hay que señalar que existen dos plazas de técnico administrativo de nivel oficial vacantes desde meses, o años, según el caso, una de ellas de tiempo completo (fotomecánica) y una de medio tiempo (animación).

## b. Infraestructura

Dentro de las prioridades del Plan Rector de la Unidad Xochimilco se encuentra la construcción del edificio de la Carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica, ya que la situación actual de sus instalaciones es crítica, tanto en lo que se refiere a las aulas (insuficientes e inadecuadas) como en cuanto a los talleres (de los que se carece en algunos casos y en el resto se encuentran desde la creación de la Unidad en edificios provisionales inseguros, inadecuados e incómodos).

Dentro de la propuesta para el diseño del nuevo edificio se contempla la construcción de los espacios necesarios para el desarrollo de la docencia y el trabajo de proyectos modulares que plantea este documento:

- 1) 10 aulas-taller que contarán con el mobiliario y las facilidades necesarias para los apoyos de diseño, de teoría, algunos de representación y el desarrollo de los proyectos en sus fases de diseño;
- 2) la ampliación de algunos talleres ya existentes como serigrafía, fotoilustración, fotocomposición, offset, grabado, medios audiovisuales y gráfica monumental.
- 3) La ampliación y reequipamiento de los talleres de dibujo, fotomecánica y fotografía.
- 4) La creación y equipamiento de dos laboratorios de cómputo — planteados en dos etapas distintas—, un laboratorio de edición computarizada y tres sets fotográficos para uso de distintas áreas de la carrera.
- 5) La creación y equipamiento de espacios de uso general como el

archivo de la carrera, un aula magna para cursos, seminarios, proyección de materiales audiovisuales, etcétera y, finalmente, un espacio de usos múltiples que daría cabida a exposiciones de trabajos generados en la propia carrera y a muestras de apoyo a la docencia.

Cubriendo estas necesidades de planta docente, planta técnico administrativa e infraestructura se podría operar la carrera de acuerdo a esta propuesta de rediseño curricular, respondiendo de una forma adecuada a los retos que el desarrollo tecnológico y la docencia de la propia disciplina nos plantean.

La viabilidad de la operación de esta propuesta curricular puede enfrentarse desde dos perspectivas claramente distintas:

La primera considera las condiciones óptimas para la adecuada operación del sistema modular en lo que se refiere a recursos humanos (número y calificación), número de grupos, tamaño de los grupos, disponibilidad de talleres y aulas suficientes y adecuadamente equipadas, etcétera.

La segunda perspectiva, más acorde con la situación real de operación de las licenciaturas en este momento la UAM-X, pondría en marcha la propuesta con un esfuerzo mayor y algunas limitaciones.

Antes de presentar ambas propuestas habría que hacer algunas breves consideraciones acerca de lo que ha sido la operación de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica en la UAM-X en algunas etapas anteriores y en la actual.

En su inicio la carrera operó con grupos muy pequeños de alumnos y con una infraestructura sumamente limitada, especialmente en lo que a talleres se refiere. Hacia 1980 aproximadamente, al ser más conocida la UAM y la propia carrera, la matrícula se incrementó y paralelamente, se empezaron a equipar con seriedad algunos de los talleres y a crear otros que eran necesarios. En esta época se discutió dentro de la carrera el incremento de la matrícula y se llegó a un acuerdo que, en función de los requerimientos de operación del sistema modular, se limitaba a 17 el número máximo de alumnos por grupo.

Hacia 1984 sucedió algo paradójico: la demanda de la carrera creció y se incrementó de manera forzada la matrícula sin ofrecer ningún sostén real para este incremento (especialmente notable en cuanto al número de plazas docentes); al mismo tiempo se suspendió

el apoyo que se había tenido para el turno vespertino. El resultado fue que para atender al número de alumnos inscritos en la carrera, fue inevitable aumentar el número de alumnos por grupo, ya que no era posible tener más grupos pequeños puesto que no había suficientes docentes, talleres, y aulas para poder atenderlos adecuadamente.

A la larga, la situación —que tiene explicaciones mucho más complejas y que rebasan los alcances de este documento— se tradujo en la necesidad de encontrar una forma de operación nueva, que implantamos en 1986 y nos acercó peligrosamente a una forma de educación tradicional por materias, lo cual naturalmente dificultó la realización de proyectos modulares en algunos niveles de la carrera.

La situación no es muy distinta de la de 1986: la demanda de ingreso a la carrera es enorme y se agrava por el manejo indebido que se hace de la información que se ofrece a los alumnos de nuevo ingreso con respecto a sus posibilidades reales de cambiarse de carrera. Considerando los cambios de carrera que sí se otorgan, actualmente los grupos de cuarto trimestre cuentan con más de 35 alumnos por grupo ( el máximo histórico es de 39 ) y no es posible dividirlos en más grupos en vista de que la planta docente es prácticamente la misma del inicio de la década del 80, cuando la licenciatura no contaba siquiera con la mitad de alumnos que ahora. Otra razón para no incrementar el número de grupos es la escasez de aulas en la Unidad Xochimilco, situación que desde 1985 nos obliga a programar apoyos en salones asignados a otras divisiones o a tomar clases en el jardín. Para dar idea de la dimensión del problema basta mencionar, por ejemplo, que en el trimestre 93-O se nos asignaron un total de seis aulas para catorce grupos, cada uno de ellos con un promedio de 29 horas de clase por semana.

En cuanto a los talleres, hay que señalar que, aunque en instalaciones provisionales e incómodas, son suficientes para la operación actual con algunas salvedades como son la falta de talleres en el área de cómputo, la ausencia de un set para ciertas prácticas fotográficas y la insuficiencia en espacio y equipo de algunos de los talleres como fotomecánica y grabado, por mencionar sólo los casos más problemáticos.

Hecho este análisis, pasamos a determinar el tipo y la cantidad de recursos necesarios para el adecuado desarrollo de esta propuesta de rediseño curricular.

En el mejor de los casos deberíamos como primer paso

poder reducir el número de alumnos hasta un máximo de 17 por grupo, lo que implica incrementar el número de grupos de 14 a 22, es decir, aumentar de ocho a dieciséis el total en las áreas básica e intermedia, manteniendo las áreas terminales con un total de seis grupos, suponiendo una tasa no muy grande de deserción entre el cuarto y el décimo módulos. De esta forma, manteniendo el ingreso constante, los grupos tendrían 18 alumnos poco más o menos. Esto sólo podría sostenerse incrementando en la misma proporción tanto la planta docente y del personal técnico de apoyo al funcionamiento de los talleres, como la capacidad de los talleres, parte de su equipamiento y el presupuesto de operación y de talleres de la carrera, todo ello siguiendo los supuestos del Plan Rector.

De las necesidades de formación de recursos humanos y de refuerzo a la planta actual hablaremos más adelante.

En la segunda opción, es decir manteniendo el número y tamaño actual de los grupos, sería igualmente conveniente como requisito máximo contar con aulas suficientes.

En lo que a talleres y laboratorios se refiere es indispensable dotar de equipo de cómputo a las áreas terminales de la carrera (editorial, medios audiovisuales e ilustración) e instalarlo en sendos laboratorios, ya que las necesidades de salidas y de la configuración misma de los equipos no permiten pensar en un solo laboratorio de uso general para resolver todas las necesidades de la carrera. Adicionalmente, sería necesario contar con otro laboratorio, con equipo más sencillo, para resolver las necesidades de la docencia de cómputo en el área intermedia. De estos cuatro laboratorios sólo existe actualmente uno, el del área de medios audiovisuales, que opera con dos máquinas en cierta medida anticuadas y a todas luces insuficientes, por lo menos debería de contar con una estación adicional de pintado y equipo y programas más actualizados; los otros tres laboratorios de cómputo de los que hablamos aquí no existen hoy en día, aunque una sala de cómputo general con unas 15 máquinas será programada para la carrera en plazo muy breve.

El área de fotografía de la carrera ve limitadas enormemente las posibilidades de docencia en los módulos del nivel intermedio por la ausencia de un set fotográfico y, en lo general, por lo limitado y en ocasiones anticuado del equipo con que se trabaja.

La clara insuficiencia de espacio y equipo que sufre el taller de fotomecánica, otro de los espacios conflictivos en la actualidad, puede

resolverse duplicando su equipo y espacio actuales, aunque gran parte del problema quedará resuelto cuando se cuente con el laboratorio de cómputo del área editorial, a través de salidas computarizadas directamente a negativo. El contar con este tipo de equipo y un técnico adicional aliviaría considerablemente la sobredemanda que se sufre en el taller de fotomecánica.

Otro taller problemático es el de grabado, que debería de duplicar su espacio de trabajo y sus equipos actuales, y debería contar con equipo para realizar trabajos en fotograbado.

Para completar y actualizar sus procesos, el taller de serigrafía requiere de un segundo pulpo para impresión.

El taller de dibujo al desnudo se encuentra sumamente limitado de espacio; su adecuada operación requeriría de duplicar su espacio a través de dos aulas similares a la actual con espacios para docentes y materiales, iluminación adecuada, modelos de yeso, etcétera.

En lo que a necesidades de personal académico se refiere, en este momento está detectada, en lo general, la carencia de personal actualizado en las distintas áreas de trabajo del diseño gráfico asistido por computadora; el taller de medios audiovisuales carece de un experto en animación por computadora.

La formación de los recursos humanos actuales debería reforzarse —para el adecuado funcionamiento de esta propuesta de rediseño curricular— en las áreas de taller de diseño y producción modular, historia del diseño y su vinculación con el desarrollo de los procesos de trabajo, teoría del diseño e historia del diseño y, desde luego, en las áreas de diseño por computadora. Algunas de estas necesidades, por ejemplo las de apoyo al taller de diseño, se pueden resolver a través de seminarios en la propia carrera, otras de la necesidades en este campo sólo pueden resolverse a través de cursos del tipo de educación continua, dentro o fuera de la UAM, según el caso, y algunas otras a través del trabajo de investigación departamental de los propios docentes.

### c. Formación del personal académico

Podemos decir que la revisión y actualización de los objetivos y contenidos de aprendizaje del plan de estudios resultará estéril si

no se cuenta con la planta docente con la capacidad y experiencia necesarias para formar al diseñador integral que se pretende.

En este sentido nos parece importante contar, además de los mecanismos de selección e ingreso propios de la Universidad, con programas de actualización y perfeccionamiento del personal docente de la carrera. Pareciera inminente centrar dichos programas de formación de profesores en estudios de posgrado, de acuerdo a las necesidades y posibilidades de programas impulsados a nivel de la División y la Unidad. Los paquetes de apoyo a la formación en estudios de posgrado (Programas estratégicos de carrera académica) tienen a este respecto una importancia primordial.

Consideramos, por otro lado, que el punto de partida para un programa de formación de profesores en el campo de diseño debiera fundamentarse en la actividad docente como una práctica que articula, entre otros, los siguientes aspectos: la experiencia en el aula, laboratorio o taller, los propósitos del docente, los objetivos y contenidos del proceso de enseñanza-aprendizaje y los objetivos y propósitos institucionales. La formulación de un programa serviría para recuperar experiencias y para proponer opciones para el desarrollo académico y la profesionalización de la práctica educativa.

De acuerdo a estas consideraciones básicas podemos mencionar las siguientes temáticas para la formación del personal académico:

#### 1. *Condicionantes del diseño*

- Proceso de diseño.
- Diseño y sociedad.
- Sistema modular, diseño curricular y teoría pedagógica.
- Planeación y evaluación del trabajo académico.

#### 2. *Formalización del diseño.*

- Teoría de la comunicación.
- Semiótica visual.
- Historia de la imagen y en específico historia del diseño gráfico.

### 3. Metodología de la enseñanza.

- Técnicas didácticas.
- Tecnología educativa para el diseño.
- Desarrollo de material didáctico.
- Especializaciones profesionales.
- Teorías del aprendizaje y aprendizaje grupal.
- Dinámica de grupos.
- Interacción profesor-alumno.

### 4. Socialización, enseñanza e investigación de diseño.

- Modelos de evaluación del proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Investigación educativa.
- Modelos de investigación en diseño.

### 5. Procesos tecnológicos

- Edición por computadora.
- Procesos editoriales computarizados.
- Computación gráfica.
- Ilustración computarizada.
- Perspectiva y posibilidades de las plataformas en desarrollo.

Esta estructura general sólo contempla algunos temas posibles, que sin embargo nos permiten visualizar de manera integral la formación del personal, se trata de no caer en el error frecuente de concebir la formación sólo en el sentido instrumental en aspectos de habilitación técnica o de especialización profesional.

En particular la propuesta de rediseño curricular requiere el impulso de programas específicos para las áreas del taller de diseño y producción modular, la historia y teoría del diseño y su vinculación con el desarrollo de procesos de trabajo y, desde luego, las áreas relacionadas con los procesos técnicos y en particular con el diseño asistido por computadora.

Algunas de estas necesidades (por ejemplo las de apoyo al

taller de diseño) se pueden resolver a través de seminarios en la propia carrera, mientras que otras necesidades en este campo sólo podrán resolverse a través de cursos de educación continua, actualización o diplomados, dentro y fuera de la UAM, según el caso, y algunos otros mediante el trabajo de investigación de los propios docentes.

Cabe mencionar que la problemática relacionada con la formación de profesores es compartida con otras muchas escuelas de diseño gráfico en el país, por lo que resultaría conveniente promover acciones de intercambio académico, vía cursos de formación con otras escuelas similares, así como la organización conjunta de encuentros académicos en esta dirección.

No obstante que varias actividades de este tipo ya se han venido realizando, es necesario reforzarlas y promoverlas en diversos encuentros y congresos institucionales. La experiencia en este sentido es rica debido a que precisamente la UAM-Xochimilco a través de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica organizó, en el año de 1990, el “Primer Encuentro Nacional de Escuelas de Diseño Gráfico” y es miembro fundador en 1991, de la Asociación Nacional de Escuelas de Diseño Gráfico.

A lo anterior sólo habría que agregar que, a través de los departamentos y áreas de investigación de la División de CYAD se podrían integrar programas de apoyo a la formación profesional en áreas de diseño específicas, formación que sin duda redundaría en beneficios inmediatos a la práctica docente. A manera de ejemplo podríamos referirnos a especialidades tales como la fotografía, la ilustración, los procesos técnicos de expresión y reproducción, al diseño asistido por computadora, a los medios audiovisuales, al video, la animación por computadora, etcétera.

### d. Objetivos numéricos que pretende cumplir el plan

Esta propuesta de rediseño no parte del planteamiento de objetivos de tipo numérico, sino más bien de tipo académico. Aún así parece importante mostrar la situación actual de la carrera desde un punto de vista numérico, especialmente en cuanto a grupos y alumnos atendidos, planta docente e infraestructura disponible.

Actualmente la carrera opera con 14 grupos cada trimestre lectivo; de ellos, cuatro corresponden al área básica (cuarto a sexto módulos), cuatro al área intermedia (módulos séptimo a noveno) y seis a las áreas terminales (décimo a duodécimo módulos). Los ocho primeros se ofrecen para un cupo máximo de 30 alumnos, los restantes, es decir los

del tronco de áreas de concentración, para 20 alumnos. Estas cifras dan un cupo máximo total de 360 alumnos en el tronco de carrera, cantidad que no consideraría ni deserciones ni reprobación.

Sin embargo las cifras reales de alumnos inscritos en la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica han sido menores, de alrededor de 250 a 270 alumnos para 1988 a 1991, por ejemplo. En los últimos años se ha hecho un esfuerzo por incrementar el número de alumnos atendidos y actualmente se tienen inscritos cerca de 320 alumnos, cifra que consideramos muy cercana a la del número máximo real de alumnos que puede tener la carrera, ya que para alcanzar esta cifra se ha violentado considerablemente el cupo máximo en los módulos iniciales -carrera -cuarto y quinto trimestres- que han llegado a tener hasta 39 alumnos por grupo; esto ocasiona problemas en la operación que inciden en el nivel académico, ya que la infraestructura de aulas y talleres con que contamos está diseñada para un número más reducido de alumnos.

Paralelamente, y como consecuencia de este incremento de la matrícula, hay que señalar que la relación docente alumno ha alcanzado cerca de 8.5 alumnos por docente en el último año, una de las más altas de nuestra División.

La fijación de metas cuantitativas más amplias, entendidas como incrementos de la matrícula, relación docente alumno, uso de los talleres y aulas, y en general de un aumento de la eficiencia de la carrera, no depende de esta propuesta de rediseño curricular, sino de un planteamiento de tipo operativo que implicaría un incremento en la capacidad de las aulas y talleres, que necesariamente debería acompañarse de ajustes cuantitativos en la planta docente, que habría que sumar a las necesidades que ya se señalan en otra parte de este documento.

•

# Plan de Estudios de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica

# Objetivos generales del Plan

**F**ormar profesionales en el manejo del diseño de mensajes gráficos que sean capaces de:

1. Comprender y aplicar los elementos teóricos, técnicos y formales del proceso de diseño, que les permitan realizar su quehacer y renovarlo constantemente al situar la especificidad del diseño gráfico en la realidad social.
2. Producir y organizar mensajes de la comunicación gráfica de cualquier complejidad, aplicando las habilidades y los conocimientos teóricos, técnicos y expresivos del proceso de diseño para la producción y organización de los mensajes de la comunicación gráfica.
3. Comprender y realizar mensajes de comunicación gráfica, en donde se articulen los elementos teóricos y prácticos del proceso del diseño que sirvan para la solución de problemas concretos de la realidad, desde una perspectiva crítica y de compromiso social con su quehacer profesional.

# Estructura general del rediseño curricular

social; lo cual permite una mayor vinculación entre teoría y práctica, y una mayor vinculación con el exterior. En ese sentido la creación de objetos de diseño va más allá de lo que se realiza en el campo universitario.

## El diseño como lenguaje

Al concebir al diseño como un proceso, no sólo se busca la solución integral de los problemas que se plantean, sino al mismo tiempo, hacer que dichas soluciones tengan un carácter más sistemático, en la medida en que son elaboradas como un lenguaje. El proceso de diseño integra el recurso del estudio del lenguaje en la solución de problemas concretos de la realidad.

## El taller de diseño

El taller de diseño es el espacio en donde se articulan los conocimientos y habilidades teóricas y prácticas de los estudiantes para la solución de problemas concretos de diseño. Es el centro de trabajo modular. Es el lugar alrededor del cual giran los diferentes contenidos académicos de los apoyos. Las características del taller cambian de acuerdo con las necesidades de cada etapa de la currícula.

Además de estos supuestos principales se considera al propio proceso de diseño como el factor integrador de la estructura curricular en el cual se incluyen diversas etapas, factores y aspectos relacionados con el diseño.

La estructura general de la Carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica se basa en cinco supuestos principales:

### La integración de conocimientos

A diferencia del sistema tradicional por materias, nuestro modelo educativo prioriza la integración de los conocimientos, por lo cual la base de la estructura y la operación académica busca articular los contenidos por medio del taller de diseño y de las áreas de teoría y expresión.

### El diseño como proceso

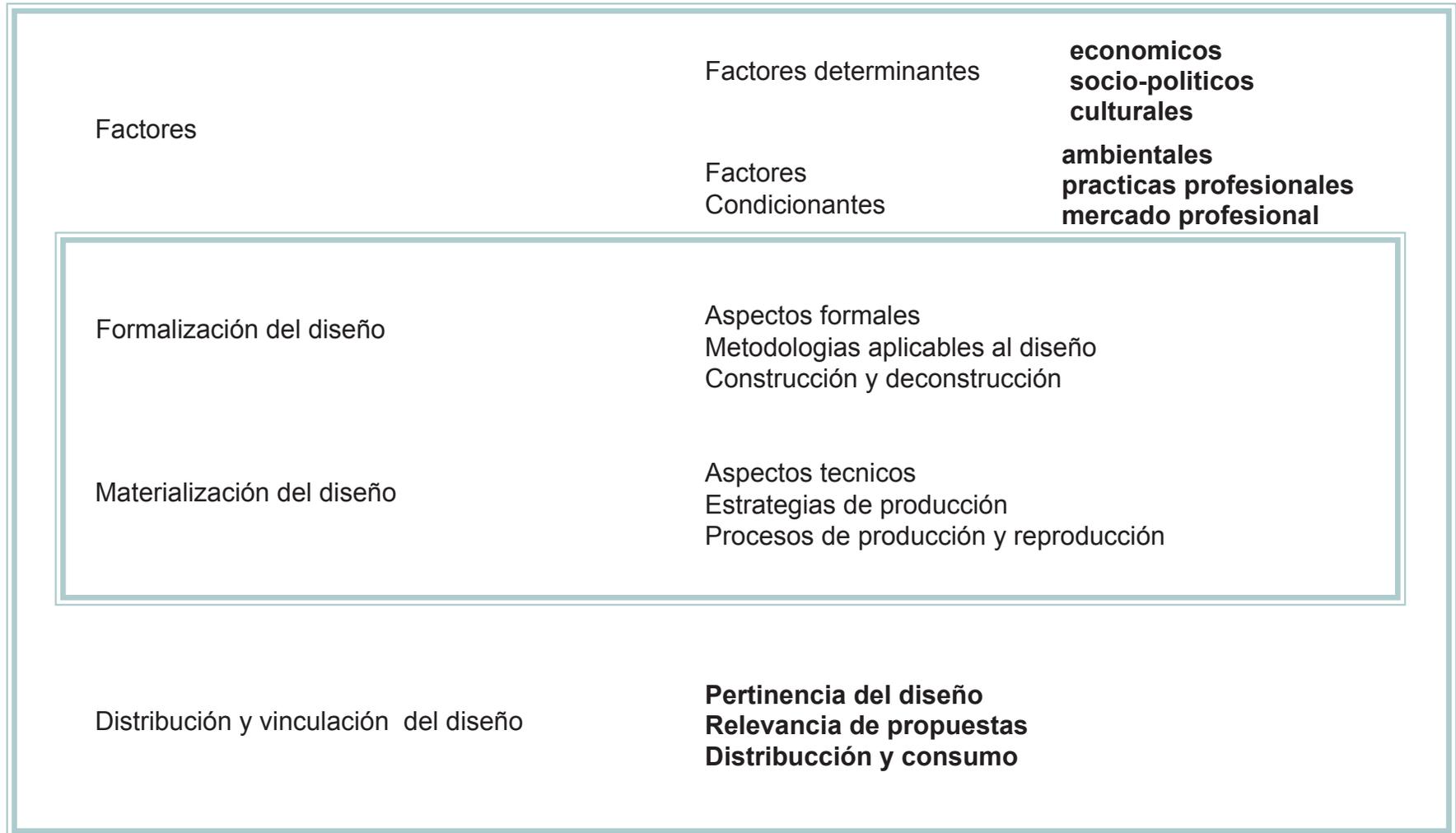
La Carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica se caracteriza porque concibe al diseño gráfico como un proceso que se divide en cuatro etapas: las condicionantes y determinantes del diseño, la formalización, su materialización y la circulación y evaluación de los objetos.

### La solución de problemas concretos

El modelo de enseñanza-aprendizaje se realiza mediante de la solución de problemas concretos de la realidad con una orientación



Proceso de diseño: Factor integrador de la estructura curricular



## Organización teórica y metodológica del aprendizaje

TRIM	OBJETO DE TRANSFORMACIÓN	PROBLEMAS EJE	OBJETIVOS DE PROCESO
IV	LOS PROCESOS SOCIALES, CULTURALES Y AMBIENTALES QUE CONDICIONAN Y DETERMINAN LAS PRÁCTICAS PRODUCTIVAS DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA	ESTUDIO DE LA INFLUENCIA QUE TIENEN LOS FACTORES SOCIOCULTURALES Y AMBIENTALES SOBRE EL DESARROLLO DE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN GRÁFICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	CONOCER LOS FACTORES CONDICIONANTES DEL PROCESO DE DISEÑO. CONOCER LOS FACTORES TEÓRICOS Y EXPRESIVOS DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA. CONOCER LOS SISTEMAS BÁSICOS DE REPRODUCCIÓN. REALIZAR UN PROYECTO DE COMUNICACIÓN GRÁFICA PRODUCIDO CON UN SISTEMA BÁSICO DE REPRODUCCIÓN
V	LAS RELACIONES ENTRE LOS PROCESOS FORMALES Y DE LENGUAJE DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA Y LOS FACTORES SOCIOCULTURALES EN DIFERENTES CONDICIONES HISTÓRICAS	ESTUDIO DE LAS RELACIONES ENTRE LAS FORMAS Y LOS MEDIOS DE EXPRESIÓN GRÁFICA, LOS PROCESOS DE DISEÑO Y LAS CONDICIONES SOCIOCULTURALES EN DIFERENTES CONTEXTOS HISTÓRICOS	MANEJAR LOS FACTORES TEÓRICOS, TÉCNICOS Y EXPRESIVOS DEL PROCESO DE DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA. MANEJAR LAS TÉCNICAS BÁSICAS DE REPRODUCCIÓN. REALIZAR UN PROYECTO DE COMUNICACIÓN GRÁFICA PRODUCIDO CON MEDIOS SERIGRÁFICOS
VI	LAS RELACIONES ENTRE LAS CONDICIONES CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS QUE INTERVIENEN EN LA MATERIALIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	ESTUDIO DE LAS INTERACCIONES ENTRE LAS TECNOLOGÍAS DE PRODUCCIÓN GRÁFICA DE ACUERDO AL DESARROLLO TECNOLÓGICO EN QUE SE ENCUENTRAN LAS PRÁCTICAS DE DISEÑO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL.	CONOCER LOS MÉTODOS BÁSICOS PARA LA PRODUCCIÓN DE MENSAJES DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA. REALIZAR UN PROYECTO DE COMUNICACIÓN GRÁFICA CON MEDIOS SERIGRÁFICOS
VII	LOS MÉTODOS Y TÉCNICAS DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN GRÁFICA EDITORIAL Y LAS CONDICIONES SOCIOCULTURALES EN QUE SE ENCUENTRA LA INDUSTRIA EDITORIAL NACIONAL E INTERNACIONAL.	ESTUDIO DE LOS LENGUAJES DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA EN MEDIOS EDITORIALES Y EN RELACIÓN CON EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA EDITORIAL NACIONAL E INTERNACIONAL.	CONOCER, MANEJAR Y APLICAR MÉTODOS Y TÉCNICAS DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN EDITORIAL DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA. CONOCER, MANEJAR Y APLICAR LENGUAJES DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN EDITORIAL DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA. REALIZAR UN PROYECTO DE COMUNICACIÓN GRÁFICA UTILIZANDO EL SISTEMA DE OFFSET
VIII	LOS MÉTODOS Y TÉCNICAS DE LOS PROCESOS DE LA PRODUCCIÓN GRÁFICA EN ILUSTRACIÓN Y GRAN FORMATO Y LAS CONDICIONES SOCIOCULTURALES EN QUE SE LLEVA A CABO LA PRODUCCIÓN GRÁFICA EN NUESTRO PAÍS.	ESTUDIO DE LOS LENGUAJES DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA EN ILUSTRACIÓN Y GRAN FORMATO Y LA RELACIÓN CON LAS CONDICIONES SOCIALES POLÍTICAS Y CULTURALES EN QUE SE PRODUCE ESA FORMA DE EXPRESIÓN EN LA SOCIEDAD MEXICANA.	CONOCER, MANEJAR Y APLICAR MÉTODOS Y TÉCNICAS DEL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA BIDIMENSIONAL Y TRIDIMENSIONAL DE GRAN FORMATO. CONOCER, MANEJAR Y APLICAR LENGUAJES DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN GRÁFICA DE GRAN FORMATO. REALIZAR UN PROYECTO DE COMUNICACIÓN GRÁFICA AMBIENTAL Y DE GRAN FORMATO
IX	LOS PROCESOS PRODUCTIVOS DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA EN MEDIOS AUDIOVISUALES EN RELACIÓN CON EL DESARROLLO NACIONAL E INTERNACIONAL DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL.	ESTUDIO DE LOS LENGUAJES DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA EN MEDIOS AUDIOVISUALES Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA CULTURA DE LAS IMÁGENES EN MÉXICO Y EN EL MUNDO.	CONOCER, MANEJAR Y APLICAR MÉTODOS Y TÉCNICAS DEL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA AUDIOVISUAL. CONOCER, MANEJAR Y APLICAR LENGUAJES DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN GRÁFICA AUDIOVISUAL. REALIZAR UN PROYECTO DE COMUNICACIÓN GRÁFICA EN MEDIOS AUDIOVISUALES
X	PRODUCCIÓN DE MENSAJES GRÁFICOS EDUCATIVOS Y CULTURALES EN MEDIOS EDITORIALES, AUDIOVISUALES Y DE ILUSTRACIÓN Y GRAN FORMATO.	FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN Y COMUNICACIÓN GRÁFICA EDUCATIVA Y CULTURAL	DESARROLLAR ESTRATEGIAS PARA LA REALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE OBJETOS COMPLEJOS DE COMUNICACIÓN GRÁFICA. DESARROLLAR ESTRATEGIAS PARA LA DIFUSIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS COMPLEJOS DE COMUNICACIÓN GRÁFICA. DESARROLLAR LAS ETAPAS DE UN PROYECTO COMPLEJO DE COMUNICACIÓN GRÁFICA EN MEDIOS EDITORIALES, AUDIOVISUALES O DE ILUSTRACIÓN Y DE GRAN FORMATO
XI	PRODUCCIÓN DE MENSAJES GRÁFICOS EDUCATIVOS Y CULTURALES EN MEDIOS EDITORIALES, AUDIOVISUALES Y DE ILUSTRACIÓN Y GRAN FORMATO.	DESARROLLO DE ESTRATEGIAS PARA LA COMUNICACIÓN GRÁFICA EDUCATIVA Y CULTURAL	
XII	PRODUCCIÓN DE MENSAJES GRÁFICOS EDUCATIVOS Y CULTURALES EN MEDIOS EDITORIALES, AUDIOVISUALES Y DE ILUSTRACIÓN Y GRAN FORMATO.	REALIZACIÓN DE ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN PARA LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA Y CULTURAL.	

# Estructura académica

**E**l trabajo académico que se realiza en cada una de las unidades de enseñanza-aprendizaje de la carrera está ordenado por una estructura general, que es el marco de referencia para la operación académica. La estructura académica comprende las tres etapas curriculares del programa (básica, intermedia y terminal) y además de definir los objetivos generales de cada una de ellas, establece las relaciones que puede haber entre las diferentes actividades del módulo.

En la etapa básica (módulos iv, v y vi) la estructura académica establece que el objetivo primordial es la habilitación teórica, técnica y de expresión gráfica del estudiante, en el contexto sociocultural nacional e internacional.

En la etapa intermedia (módulos vii, viii y ix) el objetivo general es la capacitación del estudiante en el conocimiento y el manejo de los lenguajes del diseño de la comunicación gráfica para los diferentes procesos de producción gráfica en México y el mundo.

En la etapa terminal (módulos x, xi y xii) el objetivo principal es la capacitación del estudiante para la organización de estrategias de la comunicación gráfica, en el contexto sociocultural de la sociedad mexicana

En cada etapa de desarrollo hay dos áreas de apoyo al taller de diseño, compuestas por diferentes actividades académicas. El área de teoría está dividida en dos: teoría e historia de la imagen, cada una con su respectivo programa, además de la asesoría que el o los docentes brindan a los estudiantes para el proyecto del taller. El área de expresión está dividida en dos: técnicas de representación y procesos técnicos por talleres; también éstas se desarrollan conforme a un

programa específico y brindan apoyo directo y permanente al proyecto del taller.

La teoría del diseño proporciona al estudiante el conocimiento de los factores teóricos y metodológicos que necesita para el análisis, realización y producción de imágenes. La historia de la imagen proporciona el conocimiento de algunos periodos de la evolución del diseño con un sentido productivo, por la relación que guarda con el taller de diseño, en este sentido no se trata de una historia tradicional del arte .

Las técnicas de representación, compuestas por el dibujo, la ilustración y la fotografía, proporcionan los conocimientos y habilidades para la expresión gráfica. Se trata de contenidos educativos relacionados con los procesos proyectuales del diseño. Los procesos técnicos que se desarrollan en talleres proporcionan los conocimientos y habilidades técnicas para la producción y reproducción de objetos de diseño gráfico.

De este modelo de operación académica se desprende la necesidad de que esta licenciatura cuente con un sólido equipamiento técnico y con un adecuado equilibrio entre aulas y talleres.

# Objetivos de proceso de los módulos

## Comunicación, Medio Ambiente y Sociedad. Módulo IV

### Objetivo:

Introducir al alumno al conocimiento de los factores socioculturales y ambientales del proceso de diseño, así como a los fundamentos teóricos, técnicos y expresivos de la comunicación gráfica y a los sistemas básicos de reproducción.

### Comprensión y aplicación de:

Proceso de diseño gráfico y su relación con los factores sociales, ambientales y culturales

Contexto socio-cultural nacional e internacional y desarrollo de las prácticas productivas de la comunicación gráfica.

Conceptualización, formalización y realización del diseño gráfico en las sociedades contemporáneas.

Principios de proyectación y formalización gráfica de objetos bi y tridimensionales.

Principios de composición gráfica. Principios de geometría.

Teoría e investigación del diseño: La cultura y la comunicación como dimensiones de la organización social e ideológica.

Estrategias de producción de imágenes en el arte primitivo, en la antigüedad y la época clásica.

Percepción, prefiguración y configuración del dibujo de línea. Trazo, visión global, ubicación y proporción.

Introducción a la fotografía. Manejo de la cámara.

Historia y principios básicos de los sistemas de reproducción.

Técnicas básicas de reproducción. Procesos de impresión en relieve y por estarcido.

Introducción a los sistemas de cómputo. Sistema Operativo, procesador de textos.

## Hombre y Comunicación Gráfica. Módulo V

### Objetivo:

Habilitar al alumno en el manejo de los factores teóricos, técnicos y expresivos como parte integrante del proceso de diseño de la comunicación gráfica, así como en el manejo de las técnicas de reproducción adaptadas a las condiciones socioculturales nacionales e internacional

### Comprensión y aplicación de:

Relaciones entre los factores morfológicos, sociales y culturales de la comunicación gráfica.

Metodologías, lenguajes y medios de expresión de la comunicación gráfica en las sociedades contemporáneas.

Proyectación y formalización gráfica de objetos bi y tridimensionales.

Composición gráfica. Geometría aplicada.

Teoría e investigación del diseño: la gestalt, el problema de la percepción y de la representación como formas de interacción del sujeto con su entorno social.

Estrategias y producción de imágenes en el período renacentista y barroco. Orígenes sociales y culturales del diseño gráfico moderno.

Percepción, prefiguración y configuración en el dibujo. Volumen y tono

Principios ópticos y fotografía en blanco y negro.

Técnicas básicas de fotografía de laboratorio en blanco y negro.

Técnicas de reproducción. Serigrafía.

Manejo de sistemas y programas de procesadores de texto.  
Introducción a los ambientes operativos.

## Lenguaje Visual y Medios Técnicos. Módulo VI

### Objetivo:

Introducir al alumno al conocimiento de los métodos y técnicas para la producción y reproducción de mensajes de comunicación gráfica en el contexto sociocultural nacional e internacional

### Comprensión y aplicación de:

Relaciones entre los procesos técnicos, la materialización del diseño gráfico y el desarrollo científico y tecnológico nacional e internacional.

Innovaciones tecnológicas y desarrollo de las prácticas de los diseños contemporáneos.

Presentación, formalización y realización gráfica de objetos bi y tridimensionales.

Sistemas de composición gráfica. Geometría aplicada.

Teoría e investigación del diseño. Producción, mercado y contexto cultural de la comunicación gráfica.

Estrategias y producción de imágenes en el período neoclásico, romántico y moderno.

Técnicas de dibujo de prefiguración y dibujo con modelos tridimensionales. Perspectiva.

Técnicas básicas de fotografía para impresión en blanco y negro.

Técnicas de fotografía en blanco y negro en el diseño. Efectos fotográficos.

Técnicas de reproducción. Serigrafía.

Fotomecánica. Alto contraste.

## Lenguajes de la Comunicación Gráfica I. Módulo

## VII

### Objetivo:

Introducir al alumno al conocimiento de los métodos, técnicas y lenguajes del proceso de producción editorial de la comunicación gráfica en las condiciones actuales de la industria editorial en México y el mundo.

### Comprensión y aplicación de:

Relación entre la situación nacional e internacional de la industria editorial y sus lenguajes gráficos.

Formas de expresión y representación en el diseño editorial contemporáneo. Texto e imagen.

Procesos de comunicación gráfica en el diseño editorial en México y el mundo.

Sistemas de composición gráfica editorial. Generos editoriales.

Teoría del diseño. La contribución de las teorías del lenguaje en la comunicación gráfica.

Estrategias y producción de imágenes de las vanguardias artísticas y de diseño durante la primera mitad del siglo XX.

Dibujo de figura humana y la configuración de objetos de diseño.

Técnicas complejas de impresión en fotografía blanco y negro. Película alto contraste en 35mm. Efectos fotográficos.

Géneros del lenguaje fotográfico y fotografía para el diseño editorial.

Procesos de producción editorial.

Sistemas de reproducción. Offset.

Fotomecánica. Medio tono, duotono y selección de color.

Introducción a los sistemas y programas de cómputo para autoedición.

## Lenguajes de la Comunicación Gráfica II. Módulo VIII

### Objetivo:

Introducir al alumno al conocimiento, manejo y aplicación de los métodos, técnicas y lenguajes del proceso de producción de la comunicación gráfica bidimensional y tridimensional de gran formato en el contexto sociocultural de nuestro país.

## Comprensión y aplicación de:

Relación entre los procesos sociales, políticos y culturales y los lenguajes visuales en el diseño bi y tridimensional de gran formato

Códigos formales de expresión y representación gráfica ambiental y de gran formato en las sociedades contemporáneas

Procesos de comunicación gráfica, ambiental y de gran formato en México

Sistemas de composición gráfica ambiental y de gran formato.

Teoría del diseño. Diseño y comunicación en la producción gráfica ambiental bi y tridimensional.

Principales estrategias de la producción gráfica en México y Latinoamérica en el siglo XX.

Dibujo de figura humana y perspectiva.

Técnicas de presentación bi y tridimensional.

Técnicas de proyectación, simulación y realización.

Principios de la fotografía en color, material diapositivo.

Principios de iluminación para medios audiovisuales.

Procesos de producción del diseño de gran formato. Mural, ambientación y principios de escenografía.

Introducción a los sistemas y programas de cómputo para

## Lenguajes de la Comunicación Gráfica III. Módulo IX

### Objetivo:

Introducir al alumno al conocimiento de los métodos, técnicas y lenguajes del proceso de producción de la comunicación gráfica en los medios audiovisuales, en el contexto nacional e internacional de la comunicación social.

### Comprensión y aplicación de:

La comunicación audiovisual en las sociedades contemporáneas

Formas de expresión y representación gráfica en los medios audiovisuales en México y el mundo.

Procesos de producción y comunicación gráfica en los medios audiovisuales en México.

Composición gráfica a través de imagen y sonido.

Teoría del diseño. Estructuras narrativas de la imagen en movimiento.

Estrategias y producción de imágenes en las vanguardias futuristas, bauhaus, expresionismo abstracto, pop art, op art, arte cibernético y procesual. Tendencias del diseño hacia la segunda mitad del siglo XX

Dibujo de figura humana y movimiento. Interpretación representación y expresión.

Técnicas de fotografía e iluminación para los medios audiovisuales.

Lenguaje fotográfico y medios audiovisuales estáticos.

Estructuras literarias. Principios del guión para la comunicación audiovisual.

Técnicas de producción en los medios audiovisuales.

Introducción a los sistemas y programas de cómputo para la gráfica animada.

## Desarrollo de la Comunicación Gráfica I. Módulo X

### Objetivo:

Capacitar al alumno en el diseño, planeación y organización de estrategias para la comunicación gráfica en alguna de las áreas de la etapa terminal, dentro del contexto sociocultural de la sociedad mexicana.

### Comprensión y aplicación de:Objetivos:

Metodologías actuales de investigación aplicables al campo del diseño, que permitan la formulación de un proyecto complejo de comunicación gráfica

Estrategias de producción y organización de mensajes gráficos en medios editoriales, audiovisuales y de ilustración aplicables a las condiciones de elaboración de diseño en México.

Teorías actuales aplicables a la producción de diseños: los principios de autorganización, complejidad, orden y desorden, acumulación

Estrategias y producción de imágenes contemporáneas en México y el mundo: neofiguración, nuevo realismo y fundamentos de la postmodernidad

Apoyos específicos al desarrollo de proyectos en el área de expresión.

Desarrollo de estrategias para la realización de proyectos complejos.

Procesos de realización y producción de mensajes gráficos.

Sistemas y programas de cómputo para el desarrollo de proyectos en los medios editoriales, audiovisuales y de ilustración.

## Desarrollo de la Comunicación Gráfica II. Módulo XI

### Objetivo:

Introducir al alumno en el desarrollo de estrategias para la realización, producción, difusión y evaluación de proyectos complejos de comunicación gráfica en las prácticas específicas del diseño gráfico, dentro del contexto sociocultural de la sociedad mexicana.

### Comprensión y aplicación de:

Metodología de la investigación.

Estrategias de producción y organización de mensajes gráficos en medios editoriales, audiovisuales y de ilustración.

Teorías actuales aplicables a la producción de diseño: el principio del caos y las lógicas deconstructivas, lo fractal y la

apropiación postmoderna de los objetos de diseño

Estrategias y producción de imágenes contemporáneas: arte en expansión: land art, instalaciones, arte povera, neo-expresionismo, neo-conceptualismo.

Desarrollo de estrategias para la comunicación gráfica.

Procesos de realización y producción de mensajes gráficos.

Sistemas y programas de cómputo para el desarrollo de proyectos en los medios editoriales, audiovisuales y de ilustración.

## Desarrollo de la Comunicación Gráfica III. Módulo XII

### Objetivo:

Capacitar al alumno en la aplicación de estrategias para la realización, producción, difusión y evaluación de proyectos complejos de comunicación gráfica en las prácticas específicas del diseño gráfico, dentro del contexto socioculturales de la sociedad mexicana.

### Comprensión y aplicación de:

Metodología de la investigación.

Estrategias de producción y organización de mensajes gráficos en medios editoriales, audiovisuales y de ilustración en México.

Teorías actuales nacionales e internacionales aplicables a la producción de diseños: la lógica virtual y la virtualización del mundo, lo material y lo inmaterial en el arte y el diseño, nuevas aproximaciones a lo real

Estrategias y producción de imágenes contemporáneas: arte y diseño virtual, animación y arte por computadora.

Apoyos específicos al desarrollo proyectual en el área de expresión.

Realización de estrategias para la producción, difusión y evaluación de proyectos complejos.

# Objetivos de proceso y contenidos por etapa curricular

## Etapa Básica

Proporcionar al alumno los elementos básicos de la teoría y la expresión del diseño y una visión general del proceso de diseño que le permita abordar problemas concretos y plantear soluciones, en los que se tomen en cuenta los elementos fundamentales de materialización, formalización y evaluación de la producción de objetos de diseño, en contextos socio-culturales nacionales e internacionales.

## Taller de Diseño:

Conocimientos básicos de los fundamentos socio-culturales y ambientales del diseño gráfico en México y el mundo.

Conceptualización de la comunicación gráfica contemporánea.

Metodología del proceso de diseño (investigación socio-cultural, formal, técnica).

Procesos de construcción de los mensajes visuales

Principios básicos de la proyectación y formalización gráfica

Principios básicos de composición de imágenes

Conocimiento de las técnicas de representación gráfica

## Teoría de la imagen:

Historia de la imagen y contextos socio culturales.

Metodología de la investigación aplicable al diseño.

## Apoyos de expresión:

Dibujo de imitación y prefiguración

Elementos de proyectación y configuración del diseño gráfico

Representación de objetos tridimensionales

Técnicas básicas de expresión en fotografía

## Taller de procesos técnicos

Introducción a los principios de reproducción

Historia de los sistemas de reproducción

Técnicas básicas de reproducción

Mimeografía

Serigrafía

Offset

Experimentación técnica y formal en la construcción de imágenes

## Etapa Intermedia

Capacitar al alumno en los procesos de producción y comunicación gráfica, haciendo hincapié en la realización y producción de objetos de diseño en diversos medios y contextos socio-culturales nacionales e internacionales.

Proporcionar al alumno el conocimiento, manejo y aplicación de los códigos y lenguajes visuales en mensajes de comunicación gráfica en prácticas específicas en los medios editoriales, audiovisuales y de gráfica de gran formato.

## Taller de Diseño:

Conocimiento y manejo de los lenguajes visuales para la construcción de mensajes significativos en las prácticas específicas del diseño gráfico.

- Aplicación y desarrollo de sistemas de composición gráfica.
- Desarrollo y aplicación de códigos formales en la expresión y representación gráfica.
- Desarrollo de los procesos de comunicación gráfica.
- Optimación de recursos técnicos para el diseño de medios para la comunicación gráfica.

## Apoyos Teóricos:

- Teoría del diseño
- El lenguaje visual en el arte y el diseño
- Semiótica de la imagen
- Narratividad
- Lo imaginario cultural
- El mercado cultural
- Historia de la imagen
- Corrientes y vanguardias de los siglos XIX y XX

## Apoyos de Expresión:

- Dibujo y figura humana; configuración de objetos de diseño
- Técnicas de ilustración y representación
- Principios básicos del lenguaje fotográfico
- Técnicas de fotografía aplicada al diseño de mensajes gráficos
- Introducción a los medios editoriales
- Introducción a los medios audiovisuales

- Introducción a los medios bidimensionales y tridimensionales de gran formato

## Taller de procesos técnicos:

- Conocimiento, manejo y organización de las etapas de trabajo de los procesos de producción
- Conocimiento, manejo y aplicación de técnicas, procedimientos, equipo y materiales para los medios editoriales, audiovisuales y monumentales
- Experimentación técnica formal para la construcción de imágenes

## Etapa Terminal

Capacitar al alumno en el diseño, planeación y organización de estrategias para la comunicación gráfica.

Capacitar al alumno en el desarrollo de estrategias para la organización, realización, producción, difusión y evaluación de proyectos complejos de comunicación gráfica en las prácticas específicas del diseño gráfico.

## Taller de Diseño:

Conocimiento, manejo y aplicación de metodologías para la planeación, organización, desarrollo y evaluación de estrategias para la comunicación gráfica.

Diseño de estrategias de producción y organización de mensajes gráficos complejos.

Optimación de los medios y recursos técnico formales en la producción de mensajes en las prácticas específicas del diseño de la comunicación gráfica.

# Modelo de operación académica

Las unidades de enseñanza-aprendizaje estarán compuestas por un taller de diseño y por dos áreas de conocimiento que son la teoría y la expresión. El taller de diseño es el centro de la operación académica, donde convergen y se ponen en práctica los conocimientos y habilidades obtenidas en las otras dos áreas. En este taller se realizan los proyectos y se resuelven problemas concretos de diseño y su importancia es mayor de acuerdo con la etapa de desarrollo curricular establecida en el plan de estudios.

Las áreas están conformadas por diversas actividades académicas que son puestas en práctica en el taller de diseño para dar solución a problemas gráficos.

En la etapa básica (módulos IV, V y VI) las áreas de teoría, expresión y el taller de diseño tienen una importancia semejante, puesto que el objetivo principal es la habilitación y expresión gráfica del estudiante. En la etapa intermedia (módulos VII, VIII y IX), el taller de diseño se convierte en la actividad más importante, dado que el objetivo primordial es el desarrollo del proceso productivo de diseño. En la etapa terminal (módulos X, XI y XII) el taller de diseño es la actividad dominante y las dos áreas pasan a ser apoyos o asesorías directamente relacionadas con el desarrollo del proyecto, puesto que el objetivo de esta etapa es la organización de estrategias para la comunicación gráfica.

En cada unidad de enseñanza-aprendizaje habrá un responsable del desarrollo de las actividades académicas que es el coordinador de módulo. Es este coordinador el encargado de vigilar el cumplimiento de los objetivos del taller de diseño y de los diversos apoyos, y también se encarga de coordinar los contenidos educativos curriculares.

El área de teoría será impartida mediante de exposiciones, seminarios, audiovisuales y asesorías, de acuerdo con los programas propuestos y en apoyo al proyecto que se desarrolle en el taller de diseño. El área de expresión, que incluye actividades técnicas y formales será impartida por medio de ejercicios de los diferentes contenidos educativos en el trabajo en los talleres y mediante visitas a empresas, exposiciones artísticas, científicas o tecnológicas, además de asesorías de capacitación individuales por parte de los docentes. La relación entre el área de expresión y el taller de diseño es muy estrecha y permanente, de manera que en aquella se desarrollan muchas actividades en apoyo a los proyectos.

Las áreas de teoría y de expresión no funcionan de manera autónoma, a pesar de que cada una de ellas se desarrolla conforme a un programa, puesto que ambas están orientadas por el taller de diseño, centro del trabajo modular. Teoría y expresión con cada uno de sus componentes, son un apoyo al problema eje que se realiza en el taller.

# Modelo de operación del proyecto

## Proceso de Diseño del Taller de diseño (desarrollo del proyecto)

<p>A) Investigación -Problematización -Problemática: teoría/práctica -Síntesis de la investigación</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Observación interdisciplinaria de fenómenos</li> <li>* Identificación del problema</li> <li>* Recopilación de información</li> <li>* Investigación gráfica y bibliográfica</li> <li>* Investigación de campo</li> <li>* Reporte de investigación</li> <li>* Definición de necesidades de comunicación gráfica</li> <li>* Definición de posibilidades</li> </ul>
<p>B) Anteproyecto -Formular hipótesis de comunicación gráfica. -Propuestas de diseño. -Evaluación de posibilidades -Selección de opción</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Conceptualización</li> <li>* Elaboración de opciones</li> </ul>
<p>C) Proyecto -Desarrollo de la solución (representación bi-tridimensional)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Formalización</li> <li>- aspectos técnicos</li> <li>- aspectos formales</li> </ul>
<p>D) Realización -Procesos de producción y reproducción -Factores de proceso</p>	
<p>E) Evaluación del proyecto</p>	
<p>F) Distribución y consumo</p>	

# Modalidades de evaluación

## PORCENTAJE DE EVALUACIÓN POR MÓDULO

### Énfasis por etapa

ETAPA BÁSICA Módulos IV, V y VI. Habilitación y expresión gráfica	TEORÍA E HISTORIA DE LA IMAGEN	30%
	TALLER DE DISEÑO	40%
	EXPRESIÓN	30%
ETAPA INTERMEDIA Módulos VII, VIII y IX Proceso de producción	TEORÍA E HISTORIA DE LA IMAGEN	20%
	TALLER DE DISEÑO	60%
	EXPRESIÓN	20%
ETAPA TERMINAL Módulos X, XI y XII Organización de la comunicación gráfica	TEORÍA E HISTORIA DE LA IMAGEN	10%
	TALLER DE DISEÑO	80%
	EXPRESIÓN	10%

La evaluación tendrá un carácter integral. Será una calificación única, compuesta de la siguiente manera:

En la etapa básica el taller de diseño equivale al 40% de la calificación total, mientras que las áreas de teoría y expresión tienen 30% respectivamente. En la etapa intermedia el taller de diseño tendrá un valor de 60%, y les corresponderá 20% al área de teoría y 20% al área de expresión. En la etapa terminal la realización del proyecto equivale al 80% de la calificación total y el valor para las áreas de teoría y expresión será el 10% en cada una de ellas.

Para poder acreditar la unidad de enseñanza-aprendizaje el alumno deberá obtener una calificación aprobatoria tanto en el taller de diseño como en cada uno de los apoyos. No se podrá acreditar la unidad de enseñanza-aprendizaje sin haber aprobado todos los apoyos y el taller de diseño. El alumno podrá presentar examen de recuperación de las áreas de teoría, de expresión y el taller de diseño, pero sólo podrá acreditarlo aprobando todos ellos.

# Plan de estudios de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica

**UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA  
UNIDAD XOCHIMILCO  
DIVISION DE CIENCIAS Y ARTES PARA EL DISEÑO**

**LICENCIATURA EN DISEÑO DE LA COMUNICACION GRAFICA  
TITULO: DISEÑADOR DE LA COMUNICACION GRAFICA**

**PLAN DE ESTUDIOS**

**I OBJETIVOS GENERALES DEL PLAN**

Formar profesionales en el diseño de mensajes gráficos que sean capaces de :

1. Comprender, manejar y aplicar los elementos teóricos y formales del proceso de diseño, que les permitan realizar su quehacer y renovarlo constantemente, al situar la especificidad del diseño gráfico en la realidad social.
2. Producir mensajes gráficos de cualquier nivel de complejidad, aplicando las habilidades y los conocimientos teóricos y expresivos del proceso de diseño para la producción y organización de los mensajes de la comunicación gráfica.
3. Comprender, producir, y realizar mensajes de comunicación gráfica, en donde se articulen los elementos teóricos y prácticos del proceso del diseño, que sirvan para la solución de problemas concretos de la realidad, desde una perspectiva crítica y de compromiso social con su quehacer profesional.

**II ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS**

**1. PRIMER NIVEL: TRONCO GENERAL**

1.1 Primer subnivel: Tronco Interdivisional

a) Objetivos:

Que el estudiante desarrolle las características necesarias para obtener una actitud crítica y una concepción creativa e interdisciplinaria de los fenómenos a través del manejo del método científico, que sirva como fundamento para su práctica profesional.

b) Trimestre: Uno (I)

c) Unidad de enseñanza-aprendizaje:

CLAVE	NOMBRE	OBL/OPT	HS. TEO.	HS. PRAC.	CRÉDITOS	TRIMESTRE	SERIACIÓN
300000	CONOCIMIENTO Y SOCIEDAD	OBL.	14		28	I	

1. El proceso histórico de la ciencia y su filosofía
2. La diferenciación de las ciencias
3. Introducción al proceso de la investigación científica
4. Papel de la educación superior en la sociedad.

#### 1.2 Segundo Subnivel: Tronco Divisional

##### a) Objetivos:

Proporcionar al alumno, a manera de introducción, un conocimiento general del Diseño y sus campos de aplicación. Proporcionar al alumno elementos de juicio que le permitan fundamentar la elección de una carrera específica de Diseño, a través de la aplicación concreta del Diseño, a un problema de la realidad, conjuntando la investigación y el servicio.

##### b) Trimestre: Dos (II y III)

##### c) Unidad de enseñanza-aprendizaje:

CLAVE	NOMBRE	DISEÑO	OBL.	17.5	15	50	II
		OBL/OPT	HS. TEO.	HS. PRAC.	CRÉDITOS	TRIMESTRE	SERIACIÓN
340000	INTERACCIÓN CONTEXTO						300000

1. Aproximación para una ubicación del Diseño
2. La producción de objetos materiales
3. El consumo de objetos materiales
4. La distribución e intercambio de objetos materiales
5. Hipótesis analítica de la situación del diseño en México



CLAVE	NOMBRE	OBL/OPT	HS. TEO.	HS. PRAC.	CRÉDITOS	TRIMESTRE	SERIACIÓN
340001	CAMPOS FUNDAMENTALES DEL DISEÑO	OBL.	15	15	45	III	340000

1. Planteamiento del problema: aparato educativo y diseño
  2. Definición del problema:  
aparato educativo y diseño
  3. Síntesis del programa
  4. Propuesta esquemática de diseño
- TOTAL DE CRÉDITOS EN ESTE NIVEL                      123

## 2. SEGUNDO NIVEL: TRONCO BÁSICO PROFESIONAL

a) Objetivos:

Proporcionar al alumno los elementos básicos de la teoría y la expresión del diseño y una visión general del proceso de diseño que le permita abordar problemas concretos y plantear soluciones, en los que se tomen en cuenta los elementos fundamentales de materialización, formalización y evaluación de la producción de objetos de diseño, en contextos socio-culturales y ambientales nacionales e internacional.

b) Trimestres: Tres ( IV, V, VI)

c) Unidades de enseñanza aprendizaje:

### CLAVE

CLAVE	NOMBRE	OBL/OPT	HS. TEO.	HS. PRAC.	CRÉDITOS	TRIMESTRE	SERIACIÓN
340008	COMUNICACIÓN, MEDIO AMBIENTE Y SOCIEDAD	OBL.	10	25	45	IV	340001

Objetivos:

Introducir al alumno al conocimiento de los factores, socioculturales y ambientales del proceso de diseño, así como a los fundamentos y teóricos de la comunicación gráfica y a los sistemas básicos de reproducción.

1. Proceso de diseño gráfico y su relación con los factores sociales, ambientales y culturales
2. Contexto socio-cultural nacional e internacional y desarrollo de las prácticas productivas de la comunicación gráfica.
3. Conceptualización, formalización y realización del diseño gráfico en las sociedades contemporáneas.

4. Principios de proyectación y formalización gráfica de objetos bi y tridimensionales.
5. Principios de composición gráfica. Principios de geometría.
6. Teoría e investigación del diseño: La cultura y la comunicación como dimensiones de la organización social e ideológica.
7. Estrategias de producción de imágenes en el arte primitivo, en la antigüedad y la época clásica.
8. Percepción, prefiguración y configuración del dibujo de línea. Trazo, visión global, ubicación y proporción.
9. Introducción a la fotografía. Manejo de la cámara.
10. Historia y principios básicos de los sistemas de reproducción.
11. Técnicas básicas de reproducción. Procesos de impresión en relieve y por estarcido.
12. Introducción a los sistemas de cómputo. Sistema Operativo, procesador de textos.

CLAVE	NOMBRE	OBL/OPT	HS. TEO.	HS. PRAC.	CRÉDITOS	TRIMESTRE	SERIANCIÓN
340004	HOMBRE Y COMUNICACIÓN GRÁFICA	OBL.	10	25	45	V	340008

Objetivo:

Habilitar al alumno en el manejo de los factores teóricos, y expresivos como parte integrante del proceso de diseño de la comunicación gráfica, así como en el manejo de las técnicas de reproducción dentro de contextos socio-culturales y ambientales nacionales e internacional.

1. Relaciones entre los factores morfológicos, sociales y culturales de la comunicación gráfica.
2. Metodologías, lenguajes y medios de expresión de la comunicación gráfica en las sociedades contemporáneas.
3. Proyectación y formalización gráfica de objetos bi y tridimensionales.
4. Composición gráfica. Geometría aplicada.
5. Teoría e investigación del diseño: la gestalt, el problema de la percepción y de la representación como formas de interacción del sujeto con su entorno social.
6. Estrategias y producción de imágenes en el período renacentista y barroco. Orígenes sociales y culturales del diseño gráfico moderno.
7. Percepción y prefiguración y configuración en el dibujo. Volumen y tono
8. Principios ópticos y fotografía en blanco y negro.
10. Técnicas básicas de fotografía de laboratorio en blanco y negro.
11. Técnicas de reproducción. Serigrafía.
12. Manejo de sistemas y programas de procesadores de texto. Introducción a los ambientes operativos.

CLAVE	NOMBRE	OBL/OPT	HS. TEO.	HS. PRAC.	CRÉDITOS	TRIMESTRE	SERIACIÓN
340012	LENGUAJE VISUAL Y MEDIOS TÉCNICOS	OBL.	10	25	45	VI	340004

Objetivo.

Introducir al alumno al conocimiento de los métodos y técnicas para la producción y reproducción de mensajes de comunicación gráfica dentro de contextos socio-culturales y ambientales nacionales e internacional.

1. Relaciones entre los procesos técnicos, la materialización del diseño gráfico y el desarrollo científico y tecnológico nacional e internacional.
2. Innovaciones tecnológicas y desarrollo de las prácticas de los diseños contemporáneos.
3. Presentación, formalización y realización gráfica de objetos bi y tridimensionales.
4. Sistemas de composición gráfica. Geometría aplicada.
5. Teoría e investigación del diseño. Producción, mercado y contexto cultural de la comunicación gráfica.
6. Estrategias y producción de imágenes en el período neoclásico, romántico y moderno.
7. Técnicas de dibujo de prefiguración y dibujo con modelos tridimensionales. Perspectiva
8. Técnicas básicas de fotografía para impresión en blanco y negro.
9. Técnicas de fotografía en blanco y negro en el diseño. Efectos fotográficos.
10. Técnicas de reproducción. Serigrafía.
11. Fotomecánica. Alto contraste.

TOTAL DE CRÉDITOS EN ESTE NIVEL      135

### 3. TERCER NIVEL. TRONCO INTERMEDIO PROFESIONAL

a) Objetivos:

Capacitar a alumno en los procesos de producción y comunicación gráfica, haciendo énfasis en la realización y producción de diseño en diversos medios. Proporcionar al alumno el conocimiento, manejo y aplicación de los códigos y lenguajes visuales en mensajes de comunicación gráfica en prácticas específicas en los medios editoriales y de gráfica de gran formato dentro de contextos socio-culturales y ambientales nacionales e internacionales.

b) Trimestres. Tres (VII, VIII, IX)

c) Unidades de enseñanza aprendizaje:

CLAVE

340038	NOMBRE	OBL/OPT	HS. TEO.	HS. PRAC.	CRÉDITOS	TRIMESTRE	SERIACIÓN
	LENGUAJES DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA I	OBL.	10	25	45	VII	340012

Objetivo:

Introducir al alumno al conocimiento de los métodos, técnicas y lenguajes de la comunicación gráfica en la producción editorial.

1. Relación entre la situación nacional e internacional de la industria editorial y sus lenguajes gráficos.
2. Formas de expresión y representación en el diseño editorial contemporáneo. Texto e imagen.
3. Procesos de comunicación gráfica en el diseño editorial en México y el mundo.
4. Sistemas de composición gráfica editorial. Generos editoriales.
5. Teoría del diseño. La contribución de las teorías del lenguaje en la comunicación gráfica.
6. Estrategias y producción de imágenes de las vanguardias artísticas y de diseño durante la primera mitad del siglo XX.
7. Dibujo de figura humana y la configuración de objetos de diseño.
8. Técnicas complejas de impresión en fotografía blanco y negro. Película alto contraste en 35mm. Efectos fotográficos.
9. Géneros del lenguaje fotográfico y fotografía para el diseño editorial.
10. Procesos de producción editorial.
11. Sistemas de reproducción. Offset.
12. Fotomecánica. Medio tono, duotono y selección de color.
13. Introducción a los sistemas y programas de cómputo para autoedición.

CLAVE	NOMBRE	OBL/OPT	HS. TEO.	HS. PRAC.	CRÉDITOS	TRIMESTRE	SERIACIÓN
340039	LENGUAJES DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA II	OBL.	10	25	45	VIII	340038

#### Objetivo.

Introducir al alumno al conocimiento y aplicación de los métodos, técnicas y lenguajes del proceso de producción de la comunicación gráfica bidimensional y tridimensional de gran formato y a técnicas de ilustración, dentro de contextos socio-culturales y ambientales nacionales e internacionales.

1. Relación entre los procesos sociales, políticos y culturales y los lenguajes visuales en el diseño bi y tridimensional de gran formato
2. Códigos formales de expresión y representación gráfica ambiental y de gran formato en las sociedades contemporáneas
3. Procesos de comunicación gráfica, ambiental y de gran formato en México
4. Sistemas de composición gráfica ambiental y de gran formato.
5. Teoría del diseño. Diseño y comunicación en la producción gráfica ambiental bi y tridimensional.
6. Principales estrategias de la producción gráfica en México y Latinoamérica en el siglo XX.
7. Dibujo de figura humana y perspectiva.
8. Técnicas de presentación bi y tridimensional.
9. Técnicas de proyectación, simulación y realización.
10. Principios de la fotografía en color, material diapositivo.
11. Principios de iluminación para medios audiovisuales.
12. Procesos de producción del diseño de gran formato. Mural, ambientación y principios de escenografía.
13. Introducción a los sistemas y programas de cómputo para la ilustración y el procesamiento de imágenes.

CLAVE	NOMBRE	OBL/OPT	HS. TEO.	HS. PRAC.	CRÉDITOS	TRIMESTRE	SERIACIÓN
340040	LENGUAJES DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA III	OBL.	10	25	45	IX	340039

Objetivo.

Introducir al alumno al conocimiento de los métodos, técnicas y lenguajes del proceso de producción de la comunicación gráfica en los medios audiovisuales dentro de contextos socio-culturales y ambientales nacionales e internacionales.

1. La comunicación audiovisual en las sociedades contemporáneas
2. Formas de expresión y representación gráfica en los medios audiovisuales en México y el mundo.
3. Procesos de producción y comunicación gráfica en los medios audiovisuales en México.
4. Composición gráfica a través de imagen y sonido.
5. Teoría del diseño. Estructuras narrativas de la imagen en movimiento.
6. Estrategias y producción de imágenes en las vanguardias futuristas, bauhaus, expresionismo abstracto, pop art, op art, arte cibernético y procesual. Tendencias del diseño hacia la segunda mitad del siglo XX
7. Dibujo de figura humana y movimiento. Interpretación representación y expresión.
8. Técnicas de fotografía e iluminación para los medios audiovisuales.
9. Lenguaje fotográfico y medios audiovisuales estáticos.
10. Estructuras literarias. Principios del guión para la comunicación audiovisual.
11. Técnicas de producción en los medios audiovisuales.
12. Introducción a los sistemas y programas de cómputo para la gráfica animada.

TOTAL DE CRÉDITOS EN ESTE NIVEL      135

#### 4. CUARTO NIVEL: TRONCO TERMINAL PROFESIONAL

a) Objetivos:

Capacitar al alumno en el diseño, planeación y organización de estrategias para la comunicación gráfica.

Capacitar al alumno en el desarrollo de estrategias para la organización, producción, difusión y evaluación de proyectos complejos de comunicación gráfica en las prácticas específicas del diseño gráfico, dentro de contextos socio-culturales de la sociedad mexicana.

b) Trimestres Tres: (X, XI y XII)

c) Unidad de enseñanza-aprendizaje:

CLAVE	NOMBRE	OBL/OPT	HS. TEO.	5 HS. PRAC.	30 CRÉDITOS	40 TRIMESTRE	X SERIACIÓN
340041	DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA I	OBL.					

340040

Objetivos:

Capacitar al alumno en el diseño, planeación y organización de estrategias para la comunicación gráfica en una de las áreas (editorial, medios audiovisuales, ilustración) de la etapa terminal, de acuerdo a las condiciones actuales de la sociedad mexicana.

1. Metodologías actuales de investigación aplicables al campo del diseño, que permitan la formulación de un proyecto complejo de comunicación gráfica
2. Estrategias de producción y organización de mensajes gráficos en medios editoriales, audiovisuales y de ilustración aplicables a las condiciones de elaboración de diseño en México.
3. Teorías actuales aplicables a la producción de diseños: los principios de autorganización, complejidad, orden y desorden, acumulación
4. Estrategias y producción de imágenes contemporáneas en México y el mundo: neofiguración, nuevo realismo y fundamentos de la postmodernidad
5. Apoyos específicos al desarrollo de proyectos en el área de expresión.
6. Desarrollo de estrategias para la realización de proyectos complejos.
7. Procesos de realización y producción de mensajes gráficos.
8. Sistemas y programas de cómputo para el desarrollo de proyectos en los medios editoriales, audiovisuales y de ilustración.

CLAVE	NOMBRE	OBL/OPT	HS. TEO.	5 HS. PRAC.	30 CRÉDITOS	40 TRIMESTRE	XI SERIACIÓN
340042	DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA II	OBL.					340041

Objetivo:

Introducir al alumno en el desarrollo de estrategias para la realización, producción, difusión y evaluación de proyectos complejos de comunicación gráfica en las prácticas específicas del diseño gráfico, dentro del contexto sociocultural de la sociedad mexicana.

1. Metodología de la investigación.
2. Estrategias de producción y organización de mensajes gráficos en medios editoriales, audiovisuales y de ilustración.
3. Teorías actuales aplicables a la producción de diseño: el principio del caos y las lógicas deconstructivas, lo fractal y la apropiación postmoderna de los objetos de diseño
4. Estrategias y producción de imágenes contemporáneas: arte en expansión: land art, instalaciones, arte povera, neo-expresionismo, neo-conceptualismo.
5. Desarrollo de estrategias para la comunicación gráfica.
6. Procesos de realización y producción de mensajes gráficos.
7. Sistemas y programas de cómputo para el desarrollo de proyectos en los medios editoriales, audiovisuales y de ilustración.

CLAVE	NOMBRE	OBL/OPT	HS. TEO.	HS. PRAC.	CRÉDITOS	TRIMESTRE	SERIACIÓN
340043	DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA III	OBL.	0	35	35	XII	340042

Objetivo.

Capacitar al alumno en la aplicación de estrategias para la realización, producción, difusión y evaluación de proyectos complejos de comunicación gráfica en las prácticas específicas del diseño gráfico, dentro del contexto sociocultural de la sociedad mexicana.

1. Metodología de la investigación.
2. Estrategias de producción y organización de mensajes gráficos en medios editoriales, audiovisuales y de ilustración.
3. Teorías actuales aplicables a la producción de diseños: la lógica virtual y la virtualización del mundo, lo material y lo inmaterial en el arte y el diseño, nuevas aproximaciones a lo real
4. Estrategias y producción de imágenes contemporáneas: arte y diseño virtual, animación y arte por computadora.
5. Apoyos específicos al desarrollo proyectual en el área de expresión.
6. Realización de estrategias para la producción, difusión y evaluación de proyectos complejos.

7. Procesos de realización y producción de mensajes gráficos.

8. Sistemas y programas de cómputo para el desarrollo de proyectos en los medios editoriales, audiovisuales y de ilustración.

TOTAL DE CRÉDITOS EN ESTE NIVEL 115

### **III DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS**

Primer nivel: Tronco general

123

Segundo nivel: Tronco Básico Profesional

135

Tercer nivel: Tronco Intermedio Profesional

135

Cuarto nivel: Tronco Terminal Profesional

115

TOTAL

508

### **IV NUMERO DE CRÉDITOS QUE PODRÁN CURSAR POR TRIMESTRE**

El número mínimo, normal y máximo de créditos que podrán cursarse por trimestre es de:

28 para el módulo I, 50 para el II, 45 para los módulos III a IX, 40 para los X y XI, y 35 para el XII.

### **V REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE LA LICENCIATURA EN DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA.**

1. Haber cubierto un total de 508 créditos.

2. Cumplir con el servicio social de acuerdo con el Reglamento de Servicio social de Nivel Licenciatura de la UAM y demás lineamientos aprobados por los órganos colegiados correspondientes.

### **VI DURACIÓN PREVISTA PARA LA CARRERA.**

12 trimestres.

# TABLA DE EQUIVALENCIAS

UNIDAD: XOCHIMILCO	DIVISION: CYAD	CARRERA: DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA	FECHA	DÍA   MES   AÑO
-----------------------	-------------------	---	-------	-----------------

PLAN DE ESTUDIOS APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO EL 28 de julio de 1978						PLANE ESTUDIOS APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO EL _____						OBSERVACIONES
CLAVE U.E.A.	NOMBRE U.E.A.	H T	H P	C R	PRERRE- QUISITO	CLAVE U.E.A.	NOMBRE U.E.A.	H T	H P	C R	PRERRE- QUISITO	
340016	OPTIMIZACION DEL MENSAJE GRAFICO Y SU REPRESENTACION I	10	25	45	340012	340038	LENGUAJES DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA I	10	25	45	340012	
340020	OPTIMIZACION DEL MENSAJE GRAFICO Y SU REPRESENTACION II	10	25	45	340016	340039	LENGUAJES DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA II	10	25	45	340038	
340024	PROCESO PRODUCTIVO DE LA COMUNICACION GRAFICA I	10	25	45	340020	340040	LENGUAJES DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA III	10	25	45	340039	
340028	PROCESO PRODUCTIVO DE LA COMUNICACION GRAFICA II	5	30	40	340024	340041	DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA I	5	30	40	340040	
340032	DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA I	5	30	40	340028	340042	DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA II	5	30	40	340041	
340036	DESARROLLO DE LA COMUNICACION GRAFICA II	5	35	35	340032	340043	DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA III	0	35	35	340042	

REVISO
NOMBRE Y FIRMA

Vo Bo D.S.E.
--------------

Vo Bo ORGANICO COLEGIADO
--------------------------