

00265
3

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA MÉXICO.

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS.

ANTOLOGÍA DE DISEÑO Y TEMAS AFINES.

Tesis que para obtener el título de Maestría en Artes Visuales
(Diseño Gráfico)

Presenta

LDG. María Elena Martínez Durán.

Director y asesor de tesis.

Mtro. Juan Antonio Madrid Vargas.

México, D.F. febrero del 2002.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedico el proyecto

*Al Maestro **Juan Antonio Madrid Vargas**, ejemplo de dedicación, vocación y calidad humana.*

*A los compañeros **Maestros**, que comparten conmigo el privilegio de formar parte de la historia de la ENAP.*

*A los **Estudiantes**, vocación de vida y motivación infinita..*

*A mis **Padres**, por la vida, por su ejemplo y por su amor*

*A mis **Hermanos**, por enseñarme el camino y mantenerme en él.*

*A mis **Sobrinos** por ser inspiración permanente.*

*A **Gustavo**, por todo su apoyo, consejo y amor.*

*A **Jimena, Gaby y Gus** por ser la razón, motivo y misión de mi vida.*

*Gracias, Señor por todo lo que me diste
Gracias por los días de sol y los nublados tristes
Gracias por las noches tranquilas y por las inquietas horas oscuras
Gracias por la salud y la enfermedad
Gracias por las penas y las alegrías
Gracias por lo que prestaste y después me pediste
Gracias Señor, por la sonrisa amable y la mano amiga, por el amor y todo lo hermoso y bello.
Gracias por las flores y las estrellas y la existencia de los niños y las almas buenas
Gracias por la soledad, por el trabajo, por las dificultades y las lágrimas,
por todo lo que me acercó a ti más íntimamente.
Gracias por tu presencia en los días aciagos y en los atardeceres de invierno.
Gracias Señor por dejarme vivir,
deseo que mi esfuerzo demuestre que lo agradezco eternamente.*

Introducción

La comunicación visual como actividad profesional es un producto de nuestros tiempos, y aunque su referencia histórica es múltiple, su aparición es inminente con la necesidad del hombre por la comunicación misma. Los antecedentes más próximos de la comunicación visual como ejercicio inherente a los medios de producción se determinan con la aparición de los mensajes impresos de la revolución industrial.

En nuestro desarrollo como nación es importante contar con profesionistas especializados que investiguen y produzcan los mensajes de orden gráfico en los cuales se incluya un alto nivel de conciencia social apegado a nuestra realidad nacional, esto implica necesariamente el estudio riguroso y sistemático de la comunicación visual como una de las bases para la superación de nuestra sociedad, colaborando con la formación de profesionistas con un alto nivel académico y cultural.

Precisamente, buena parte de la información relacionada con la especialidad disciplinaria, además de no localizarse ampliamente en materiales bibliográficos tradicionales de impacto específico como libros o enciclopedias, en el mejor de los casos antologías, sino aparecer en soportes generalizantes, es decir de contenido ligero y divulgativo como revistas, gacetas, memorias de eventos y boletines, observa marcadas tendencias consumistas y tangenciales enfoques pedagógicos sobre las razones, causas e impactos que causan sus productos.

La mayoría de estas manifestaciones del trabajo cotidiano se dedican de manera un tanto abstracta o de adscripción meramente ideológica a mostrar soluciones formales, tipográficas, espaciales y cromáticas, amén de servir de telón de oferta de productos y servicios de las industrias fabricantes o comercializadoras en el ramo de las artes gráficas que sólo apoyan las variables reproductivas de los objetos comunicativos encargados, con lo que se deja a un lado el imprescindible rigor metodológico con fines didácticos que debería contribuir a superar esta insuficiencia de recursos en el área.

El futuro nos demanda formar profesionales flexibles, que adquieran durante su estancia en nuestra Universidad los conocimientos necesarios para que sean capaces de resolver problemas cada día más complejos. Nuestros estudiantes requieren de la consulta de textos

básicos de los cuales, algunos de ellos, son difíciles de obtener, por un lado por su poca distribución o bien por el alto costo que representa adquirirlos.

Ante esta necesidad un grupo de jóvenes con la dirección de la Mtra. María Elena Martínez Durán, realizaron la antología; los textos que en ella se incluyen son fundamentales para cumplir con los objetivos de esta nueva licenciatura. Los estudiantes tendrán un libro de estudio.

La responsable del proyecto tomó en cuenta que los materiales seleccionados pudieran tener una utilidad más allá de las aulas y que fuera esta antología como un libro de consulta aún en la vida profesional de los estudiantes.

Esta antología en ningún momento busca ser un acopio de información, la selección razonada de los capítulos de los diferentes libros consultados tiene como objetivo favorecer la transformación de conocimientos y que esto tenga un impacto activo y crítico en su misión como profesionistas del diseño y la comunicación visual.

Este es un ejemplo de las acciones inherentes que todo académico comprometido con su misión debe realizar para cumplir con las funciones sustantivas de nuestra Universidad: la docencia, la investigación y la difusión de la cultura.

Chávez Eduardo, prólogo de la primera antología de Autores del Área de Diseño Gráfico y temas Afines. México, 1998.

ÍNDICE

	I- La Licenciatura.	
1.1-Definición		1
1.2- Antecedentes		2
1.2.1- Históricos		
1.2.2-Tecnológicos		
1.2.3- Sociales		
1.3-Áreas de Aplicación		8
1.3.1-Comercial		
1.3.2-Cultural		
1.3.3-Docencia e Investigación		
1.4- Escenarios Profesionales		17
1.4.1-Sector Público		
1.4.2-Sector Privado		
1.4.3-Organizaciones Culturales		
1.4.4- Desempeño Independiente		
	II- La Estructura	
2.1-Definición.		21
2.1.1- Antecedentes		
2.1.2- Marco Teórico		
2.1.3-Ubicación		
2.1.4-Objetivos		
2.1.4.1- Objetivos Curriculares		
2.1.5- Perfil de Egreso		
2.2-Plan de Estudios		31
2.2.1-Mapa Curricular		
2.2.2-Metodología		
2.2.3-Criterio de Evaluación		
2.2.4- Áreas de Formación		
2.2.5- Criterio de Secuencialidad		
2.3-Perfil Académico		39
2.3.1-Formación		
2.3.2- Docencia e Investigación		

III- La Antología

3.1- Definición	46
3.2- Ubicación	48
3.3- Propuesta 1	50
3.3.1- Objetivo	
3.3.2- Detección	
3.3.3- Contenido	
3.4-Propuesta 2	52
3.4.1- Tema	
3.4.2- Objetivo	
3.4.3- Criterio	
3.4.4- Contenido	
3.4.5- Aplicación	
3.5-Propuesta 3	72
3.5.1-Tema	
3.5.2-Contenido	
3.6. Realización	74

Conclusiones

Bibliografía.

Capítulo I

La Licenciatura

“Diseñar es un acto *humano* fundamental: diseñamos toda vez que hacemos algo por una razón definida...ciertas acciones no son sólo intencionales, sino que terminan por crear algo nuevo, es decir, son creadoras...diseño es toda acción creadora que cumple con su finalidad...forma parte de un esquema *humano*, personal y social de índole utilitario y económico que satisface una necesidad humana fundamental, común a todas las épocas de la historia... encontrar alegría y honestidad en nuestras tareas y en el producto del trabajo ajeno”

I- La Licenciatura.

1.1- Definición

La Comunicación Visual inscrita actualmente en el ámbito de la Universidad Nacional Autónoma de México con las salidas profesionales de comunicación gráfica y diseño gráfico; es una actividad con antecedentes compatibles a la propia historia del hombre y que con la industrialización de los procesos de producción se desarrolló en forma acelerada. Actualmente, la sociedad, caracterizada por los constantes cambios que convulsionan al mundo en los aspectos humanísticos y científicos que redundan en el abrumador contraste socio-económico de su población, así como, el vertiginoso desarrollo de la tecnología, han provocado que los conocimientos empíricos con los que se venía construyendo el quehacer cotidiano de los comunicadores visuales hayan sido rebasados, por otra parte la constante fusión de valores culturales así como la globalización del mercado y de los medios masivos de comunicación que han hecho evidente la importancia de la comunicación visual.

Es así que ,en los últimos tiempos, ha sido significativa la intensa y creciente importancia de la comunicación visual en todos los ámbitos de la vida social. Se trata de un fenómeno que, si bien tiene antecedentes muy remotos, ha proyectado recientemente su influencia con alcances amplísimos; en consonancia con la evolución explosiva de otros ámbitos relacionados con ella, como la tecnología informática o la conversión de la economía y sus efectos en el campo de las relaciones entre las naciones, las corporaciones sociales, las culturas y los individuos.

Estas circunstancias han propiciado el desarrollo de canales o soportes de comunicación íntimamente articulados con los medios masivos, en los cuales intervienen mensajes visuales y en los que participan tanto factores de aplicación práctica como elementos artísticos. De esta manera se ha constituido una cultura comunicacional que invade casi todos los aspectos de la vida social, con influencia en las formas de vida en general, y en la producción industrial y simbólica en particular.

La producción de mensajes visuales ha evolucionado sobre todo en sociedades industrialmente desarrolladas, con la influencia de la publicidad, la tecnología y la mercadotecnia. Sin embargo estos no son los únicos campos que han enriquecido a la comunicación visual; el establecimiento de vínculos con las características regionales de las diversas latitudes y con una actitud crítica hacia los medios, ha iniciado un proceso en el que están involucrados los sistemas colectivos de representación visual,

las tradiciones culturales, y la reflexión teórica llevada a cabo en las instituciones de educación superior. La comunicación visual permite integrar necesidades de relación con el entorno visual y permite también encauzar inquietudes de desarrollo profesional.

En ese proceso, la proliferación de oportunidades de participación constituyó un horizonte estimulante que despertó gran interés en amplios sectores de jóvenes en edad de optar por una carrera profesional, aunque presionó a las instituciones educativas para dar respuesta a esa enorme demanda. Esta circunstancia se ha visto complicada en años recientes con las características particulares de la economía nacional que sufre una profunda crisis, y ha intensificado las dificultades para responder a la exigencia de una preparación profesional actualizada y de alto nivel académico. En este contexto la UNAM debe atender la necesidad social de formar profesionistas que trabajen responsablemente en las disciplinas propias de la comunicación visual.

1.2-Antecedentes

Con carta de identidad propia resuelta a través de su existencia como disciplina profesional, enseñable y aprendible en sistemas educativos formales, cuyos rasgos esenciales y complementarios son hoy sujetos a revisión bajo el signo del cambio que nuestra época actual enarbola como distintivo, se considera al diseño una dinámica disciplina aglutinante de un conjunto de fenómenos culturales que reflejan en su constante interacción la decidida voluntad humana por encontrarle nuevos sentidos a su existencia y en consecuencia, a sus capacidades expresivo-productivas.

La emergente asunción de inéditos paradigmas en todas las manifestaciones del pensar, sentir, actuar y hacer humanos han influido en el desarrollo de los ámbitos de generación, crecimiento e influencia del diseño como vía para plantear, ejecutar y evaluar el impacto de los objetos materiales producidos por una actitud esperanzadamente reflexiva acerca de orígenes, medios y fines que sirven al hombre para transformarse, cada vez con mayor conciencia o cuando menos con ejercicios de ascendente reflexividad, los entornos natural, social y cultural en que desarrolla sus actividades.

Así como las relaciones entre los distintos fenómenos de desigualdad y hegemonía en diversos ámbitos culturales han registrado trascendentales modificaciones a la luz del entendimiento de su amplia, compleja diversidad y de la consideración oportuna de las diversas vertientes del diseño como actividad

competente, empiezan a ser objetos de estudio atento, meticulado, multidisciplinario y sustancialmente enriquecedor, luego de un largo periodo de espera más pragmático que sintáctico, donde el predominio descriptivo se impuso como ley y en varios sentidos le sustrajo de la posibilidad de examen y explicación permanentes, perfectibles, privándole por un amplio intervalo temporal de alcanzar la necesaria síntesis de conocimientos y alcances epistémicos que le son intrínsecos, minimizando el análisis de los sistemas cognoscibles que en él intervienen, ignorando las reglas pertinentes de cada área del saber que en él participan y menguando el aprecio de los procesos que le son propios en aras de mantener un halo de misterio reservado a ciertas élites.

Afortunadamente, al estímulo que la observación, seguimiento y constatación de beneficios sociales que en su desarrollo otras disciplinas, especialmente las humanidades y las ciencias sociales han alcanzado por cuenta propia y con el propósito de aprehender la irrenunciable legitimidad de sus quehacer diario, quienes se dedican al diseño han vuelto la mirada hacia sus propias creaciones y apurado el paso para reconfigurar y establecer a fondo la plataforma teórica que dé sustento a su ejercicio profesional.

Los orígenes del profesional del diseño y la comunicación visual son reclamados y a la vez repudiados por las diversas disciplinas de las cuales heredan sus conocimientos y prácticas. Pueden determinarse dos momentos históricos en el surgimiento de estas profesiones. El primero tiene su antecedente directo en las artes plásticas en tanto que eran los artistas plásticos, quienes se encargaban de la elaboración de imágenes de uso que cubrían las necesidades de Comunicación. El segundo momento histórico ocurre a partir de la revolución industrial, que marca el inicio de la profesionalización y origen del diseño industrial y la necesidad de estudiar los procesos de Comunicación masiva que se vinculan con esta industrialización. Es entonces que la formulación de imágenes de uso es producida por profesionales del diseño, quienes encuentran tanto en las artes como en la arquitectura, las ingenierías y la publicidad algunos de sus fundamentos más importantes. Las imágenes artísticas y las imágenes aplicadas se encuentran pues en la base de la que surgirá la disciplina profesional que ahora identificamos como diseño y comunicación visual. Estos aspectos constituyen un binomio estrechamente vinculado con el conjunto de su actividad.

A la fecha, los grandes contrastes entre artistas plásticos y diseñadores gráficos radican en que el especialista comunicativo no debe permitirse la absorta melancolía

e inactividad reflexiva de un individualismo incomprendido, pues debe resolver de manera oportuna y en el tono adecuado los proyectos solicitados sin asumir presunciones de corte narcisista y extemporáneamente elusivas de sus funciones comunicativas, ejercer su decidido combate a la insolencia tecnológica y administrativa que por siglos ha perfilado el quehacer de los creadores visuales y dedicarse a evitar a toda costa la exclusión social que los artistas "químicamente puros" se empeñan en mantener como bandera

"La imaginación está en este cruce de caminos que habita el diseñador gráfico... es un artista de la mirada y la medida, tanto como sus colegas de otras disciplinas, que confluyen en su residencia barrida continuamente por vientos que él detiene y transfigura con el agua brillante...de sus ideas y visible actividad" ¹El diseño es un complejo balance entre la imaginación creadora y el uso pleno de la tecnología entendiéndose con ello que en estos momentos de traspaso secular en el arte y el diseño se debaten todas sus expresiones procurando equilibrar manufacturas de extracción tradicional con las nuevas tecnologías digitales. Una de las aspiraciones de principios del siglo pasado consistió en incorporar el arte a la vida cotidiana. El diseño la ha hecho realidad al encontrarse presente en todos los ámbitos de la existencia.

Si bien el diseño ha sido, es y seguirá siendo un arte y como tal se entiende su carga histórica, capacidad expresiva, lenguaje propio-enriquecido por y desde otras manifestaciones artísticas-, valoraciones culturales y potenciales capacidades de manifestación espiritual, anímica y vital de las dimensiones espacio-temporales de la sociedad en que se concreta, el diseño gráfico debería ser considerado ya una especialidad comunicativa de esencia artística, con funciones eminentemente insertas en el campo de la estética, la teoría comunicativa, la psicología, la sociología y la Semiótica.

1.2.1- En el Aspecto Histórico uno de los momentos clave en el desarrollo de la moderna educación norteamericana se dio 1937 cuando el influyente maestro de la Bauhaus Laszlo Moholy-Nagy estableció la nueva Bauhaus en Chicago. Actualmente mejor conocido como el Instituto de Diseño del Instituto de Tecnología de Illinois, su programa enfatiza la idea original de la Bauhaus de la integración de las bellas artes con las artes aplicadas. Durante la década de 1950 y 1960 muchos de los maestros de fotografía formados en el Instituto fueron a establecer programas similares, desarrollando la maestría en el oficio cinematográfico y en sus aplicaciones en diseño formal en las principales universidades y escuelas de arte norteamericanas.

En adición a esos programas académicos los 50s y 60s presenciaron el nacimiento de un fuerte movimiento de talleres fotográficos. Organizados por maestros fotógrafos como cuyas clases concentradas en los aspectos creativos y expresivos de la fotografía ofrecían un desarrollo informal antiaula. Los talleres típicos ofrecían instrucción intensiva y discusión en períodos que abarcaban desde unos días hasta unas semanas para 1969 esta modalidad encontró una sede permanente en los talleres de estudios visuales fundados por Lyons en Rochester Nueva York en 1963 una organización profesional nacional surgió de los esfuerzos de maestros. El gran aumento en las últimas décadas del número de personas que utilizan la fotografía mas que como un pasatiempo casual ha aumentado significativamente el número y clase de recursos educativos en fotografía en los EU y en el Exterior, varias universidades actualmente ofrecen algunos cursos en fotografía algunos tienen departamentos de fotografía formalmente constituidos que ofrecen diplomados en gran variedad de disciplinas que incluyen historia de la fotografía, educación fotográfica, fotoperiodismo, fotografía artística y ciencia y de un fuerte movimiento de talleres fotográficos .En Estados Unidos el *Under Graduate Degree* en fotografía artística es un programa de cuatro años, el grado que se otorga es un *Bachelor* de bellas artes en fotografía. Los cursos requeridos incluyen historia de la fotografía, varios cursos en estudio fotográfico y cuarto oscuro, el estudio de los aspectos químicos y físicos fundamentales del medio, y cursos en los cuales el trabajo personal o de aplicación del estudiante es criticado por el instructor y discutido por los demás estudiantes. Los cursos optativos comúnmente incluyen talleres en procesos experimentales o antiguos, filosofía, crítica, y estudios en campos relacionados como el cine, la TV, artes gráficas, y la pintura. En una Institución acreditada un estudiante que busque un *Bachelor s degree* sera requerido a tomar un número de talleres en inglés, historia o relaciones internacionales, psicología y antropología, y otras asociadas a las artes liberales. En otros países existen instituciones abocadas a la formación profesional de la fotografia. En el Centro Internacional de Fotografía en New York por ejemplo se ofrece un particular y amplio programa educativo en ese campo, incluyendo un programa de foto periodismo para periodistas con experiencia, un programa de estudios de tiempo completo, un programa Master of Fine Arts en conjunción con la universidad de Nueva York y diversas conferencias, talleres y seminarios.

En México el desarrollo de elementos gráficos es un fenómeno antiquísimo en nuestro país y ocupa un lugar importante en todos los periodos de nuestra historia. Basta mencionar la enorme riqueza artística y conceptual de los códices prehispánicos, el diseño de caracteres tipográficos durante la época colonial o el

trabajo de José Guadalupe Posada. A pesar de ser menos antigua, la enseñanza sistemática de los lenguajes visuales tiene una riquísima historia. La Academia de San Carlos de la Nueva España se fundó en 1781 y entre sus objetivos se encontraba la educación artística y visual.

Como práctica profesional contemporánea, el antecedente más claro de la enseñanza de la comunicación visual se sitúa en los cursos que en la Escuela Nacional de Artes Plásticas estableció el Programa de Estudios propuesto por el entonces director de la escuela Diego Rivera en el año 1929 con el título de Cursos Nocturnos de Carteles y Letras para Obreros. Posteriormente, en 1939, se establecieron cursos de Arte Publicitario y en 1958 egresa la primera generación de arte publicitario a la que se le otorga diploma. Finalmente, en 1959, se estableció a nivel técnico la carrera de Dibujante Publicitario. Más adelante esta carrera se transforma en la Licenciatura en Dibujo Publicitario en el año de 1968, ubicándose en el local de Tacuba en la calle de Mar Mediterráneo, para finalmente generar en 1974, la licenciatura en Comunicación Gráfica cuyo plan de estudios fue aprobado por el Consejo Universitario el 7 de mayo de 1974.

La licenciatura en Diseño Gráfico fue creada en 1973 y el plan de estudios fue aprobado en la sesión de Consejo Universitario del 7 de mayo de 1974. Sus antecedentes inmediatos son las asignaturas Experimentación Visual e Investigación Visual "Diseño Gráfico" de la licenciatura en Artes Visuales en su plan de estudios aprobado en 1970. Posteriormente, y después de un proceso de revisión del plan de estudios de 1974, fueron aprobadas las reformas al plan de estudios de 1974 en la sesión del 14 de enero de 1977 del Consejo Técnico de la ENAP y ratificadas por el Consejo Universitario en su sesión del 17 de noviembre del mismo año.

Las licenciaturas similares de las diferentes universidades del país actualmente generan cientos de egresados cada año, lo cual las ha ido consolidando y ha solicitado de ellas la fundamentación de sus objetivos en las demandas de desarrollo social de nuestro país. La sociedad contemporánea requiere de una acertada emisión de mensajes gráficos, que constituyen no sólo una fuerza activa con incidencias en la conducta humana, sino que recogen el reto de organizar y sistematizar una comunicación visual en la que participe la creatividad plástica.

La fisonomía general del diseñador: *"Es el profesional que resuelve, con visión integral, problemas y necesidades culturales mediante la generación o modificación de objetos y servicios reproducibles a través de procesos que varían de escala a partir de las circunstancias de su tiempo y espacio"*². Autogestor de su trabajo, busca el óptimo desarrollo

productivo a nivel regional y nacional para mejorar las condiciones de competencia comercial y de actualización tecnológica. Posee capacidad de investigación y análisis para definir el alcance de sus problemáticas, verificar y consolidar la viabilidad de sus propuestas.

Es transformador de condiciones pues busca mejorar la calidad de vida con plena conciencia del impacto de sus productos en el medio ambiente. Tiene capacidad artística para dar significación y fusionar valores estéticos en sus productos, componiendo en sus trabajos características físicas, formales y multifuncionales.

1.2.2. En el aspecto tecnológico la progresiva e indiscriminada utilización de los sistemas computarizados ha rebasado la práctica Profesional, una consideración evidente se establece cuando el uso de los sistemas permite a los Profesionales de estas actividades realizar su trabajo de manera tecnificada que si bien es una adaptación natural a la evolución de la misma Profesión también permite a los legos en materia de Diseño y Comunicación generar proyectos salvando el requisito de la habilidad técnica que hasta antes de la aparición de estos sistemas había sido el mayor argumento para el quehacer cotidiano de los Profesionales. En este caso la identidad de nuestras profesiones se ve flanqueada por dos puntos de vista uno es el empírico y el otro es el académico.

En el caso de la visión empírica, la tecnología establece la posibilidad de generar proyectos salvando el requerimiento de la habilidad técnica por lo cual el terreno Profesional se ve invadido por personas que cuentan con la habilidad en la operación del equipo así como con el conocimiento de diversos paquetes como único soporte para establecer resultados, que en primera instancia satisfacen necesidades primarias como la de hacer facturas o tarjetas de presentación ocasionando que los servicios del Profesional sean relegados, por lo tanto los estudios universitarios pasan a segundo plano ya que las necesidades primarias del emisor son cubiertas con un costo relativamente menor, ocasionando que la orientación de la actividad Profesional emigre hacia terrenos de mayor responsabilidad en el mejor de los casos o hacia la devaluación del Profesional en un simple operario.

Por el lado de la posición académica el ingreso de la tecnología computarizada, a nuestras actividades Profesionales, replantea el conocimiento impartido en las escuelas las cuales jerarquizan este conocimiento en función de su interés de política educativa, es entonces y no solamente por ello es que la revisión de planes y programas de estudio se hace pertinente en estos sistemas.

Frente al avasallador frenesí informacional que ha llegado a significar la *world wide web*, en los noventa se percibe y empieza a dar forma a la muchas veces soslayada obligación de otorgarle a tan generosa profesión los fundamentos filosóficos que merece, a revisar los postulados epistémicos que deben servir de marco constructivo para evaluar los procesos formativos del aprendiz, a convocar a los egresados dispersos por el territorio nacional para conocer y aprender de sus historias profesionales y a volver los ojos a un pasado incierto y despojado de historias, valores y reflexiones

1.2.3. En el aspecto social el valor de uso de los objetos percibidos visualmente es cada vez más importante. La construcción de éstos en el ámbito de la económico se vincula directamente con los vehículos de comunicación masiva. En este sentido se observan diversas tendencias de las cuales las más radicales son, por un lado, las de quienes se apegan a una concepción artística individual de la imagen rechazando el aspecto de aplicación comercial que se pretende meramente enajenante, y por el otro lado quienes valoran únicamente el aspecto aplicado subordinando cualquier otra consideración a la efectividad comercial del mensaje. Entre estas posturas la identidad de la profesión se ve involucrada en una serie de conflictos de intereses personales o de sectores, tanto en la formación de profesionistas como en la definición de su área de trabajo.

En cualquier caso y en mayor o menor grado las imágenes que genera el profesional del diseño y la comunicación visual son productos de consumo masivo que participan de ambas funciones: la artística y la aplicada, la expresiva y la utilitaria, la de presentación y la de interpretación, la individual y la social.

1.3- Áreas de Aplicación.

En la década de los cincuentas y conjuntamente al auge de la mercadotecnia, se involucra cada vez más los concepto de diseño y comunicación gráfica con los medios de Comunicación masiva (y particularmente con lo medios electrónicos) haciendo necesario un tratamiento profesional de la imagen, y a su vez aportando a la industria y al comercio una estrategia importante en la lucha por la atracción del espectador hacia sus productos, planteándose entonces dos áreas específicas de aplicación profesional: el área comercial y el área del Cultural. Y con la evidencia de la necesidad de participación de los comunicadores visuales en el desarrollo social se implementa una tercera área: Docencia e Investigación

1.3.1 Es en la comunicación visual comercial donde el tratamiento de la imagen incide directamente en el producto tanto en su presentación (etiqueta o envase), como en su promoción. Este Diseño tiene su aplicación mas recurrente en los procesos de identificación Institucional, con la creación de logotipos, vehículos de comunicación interna y externa. El profesional que se dedica a esta opción, tiene que dirigir sus esfuerzos hacia proyectos que pretendan un impacto creativo en un lenguaje expresivo y claro que requiere de una eficacia comunicativa lo mismo para entidades locales o regionales, que para los de alcance nacional e inclusive con aquellas que se desenvuelven internacionalmente. La diversidad de instancias comerciales que requieren de los procesos de identificación condiciona el resultado al objetivo de la empresa, industria o institución que lo solicita. Una de las principales necesidades de éstas, es la colocación de sus productos en el mercado; lo que obliga al comunicador visual a participar en una relación interdisciplinaria, para que, coordinado con otros especialistas considere para la codificación visual de los mensajes: la selección de los mercados donde aparecerán los anuncios, el costo de los mismos, los factores demográficos y la disponibilidad de las ubicaciones deseadas. En este aspecto la particularidades asumidas para la integración de mensajes, permiten también reforzar la eficacia de sistemas de comercialización, difusión y mercadotecnia utilizados en las Estrategias de medios y en la Publicidad Directa, así como, en la articulación de exposiciones, demostraciones y lanzamientos de productos los cuales se insertan en los modelos de grandes proyectos de Publicidad Integral.

Es pertinente aclarar que el comunicador visual como se concibe actualmente, no es un operario técnico ni un estratega en la formulación de Campañas Publicitarias, pero si podemos considerarlo un especialista en el proceso de la creación imágenes para la identificación institucional y que además se involucra con los aspectos de la generación y difusión de mensajes visuales apoyado concretamente en la gestoría de su actividad profesional.

1.3.2- La comunicación visual en el rubro cultural: que con el acercamiento a los medios de Comunicación toma sus mecanismos y conceptos, para la construcción y difusión de los mensajes gráficos, se ha convertido en la otra área de trabajo del profesional de la imagen, formando parte de Programas de Conciencia Colectiva, en el cual pone en juego sus habilidades para transmitir mensajes veraces que satisfagan las necesidades socio-político y culturales del país.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

A lo largo de su educación y bajo las más variadas modalidades de aprendizaje, los futuros diseñadores gráficos, enfrentan diversas problemáticas –reales o simuladas, conceptuales o factibles- en vías de registrar toda suerte de experiencias de solución definidas como creativas para llegar a ser considerados fieles interpretes, socialmente funcionales, culturalmente críticos y sensiblemente expresivos de la construcción multidisciplinaria y pertinente producción de imágenes-mensaje significativos. El diseño y la comunicación visual es el conjunto de estrategias, instrumentos, procedimientos, técnicas, recursos y conceptos con los que se establecen relaciones de intercambio de conocimiento y en los que interviene fundamentalmente la percepción visual.

El profesionalista en diseño y comunicación visual deberá ser un directivo, capaz de proponer, estructurar, desarrollar y aplicar estrategias de comunicación que sirvan para difundir, informar y en su caso favorecer a la cultura dentro de cualquier sector de nuestra sociedad.

A la luz de las aportaciones en las teorías semiótica y de la comunicación, hoy se considera al diseño como una "dimensión universal del razonamiento estratégico, organizador o planificador, al servicio de la puesta en práctica de una idea" que detecta, atiende y da solución a las necesidades específicas del receptor, llámese usuario, habitante o ciudadano.

Con las motivantes propuestas de la teoría constructivista y de aquellas de nuevo cuño nacidas de la teoría de la información, el emisor, cliente o demandante alterna su antes predominante lugar con la equilibrada consideración de la polisemia receptiva dándoles a ambos (emisor y receptor) la misma jerarquía de importancia en la compleja conjunción de funciones, donde los mensajes pueden y deben ser reinterpretados de continuo con base en las necesidades prácticas, razonadas o sensibles de los otros, con lo que todo el proceso de diseño se carga de enriquecedores significados desde el origen. El relativismo científico trabaja a favor de una apuesta más rica, más satisfactoria, más integral, más considerada, más compleja, más humana.

En este ejercicio, se utiliza la simplificación de imágenes a través de la señalética y la simbología para centros de servicios comunitarios, como hospitales, centros culturales, terminales de transporte, parques, reservas ecológicas y señalización urbana; utiliza también los procesos editoriales, mismos que vienen a complementar las estrategias de difusión que buscan informar, motivar, instruir, educar y hacer

participativa a una sociedad dentro de sus propios valores cívicos nacionales y de solidaridad universal; para esto, el diseñador tiene que emplearse a fondo en la formulación de campañas promocionales que pretendan instrumentar las estrategias de participación ciudadana, para dar respuestas dentro de su área a necesidades de carácter social como el mejoramiento del medio ambiente, campañas políticas de salud. Por otra parte el ejercicio en esta área se extiende al desarrollo de proyectos tridimensionales y de ambientación tanto en museos, galerías y demás instituciones o asociaciones que requieran de la formulación de mensajes para múltiples usos y niveles sociales; así como en la elaboración de material didáctico. Esta tendencia es posible considerarla como elemento promotor de mensajes que pretenden la orientación al desarrollo de conocimientos e ideas, así como la concientización social, la educación, el esparcimiento y la convivencia.

Los modos de aprehensión de la realidad multifocal que de manera complementaria, indisoluble e integrada propone al diseñador con su trabajo hacen explícita una percepción panorámica y un exigente registro de información oportuna a la idea proyecto que se encargará de dar solución, donde la puesta en marcha de su sensibilidad, la animación de los sentidos y el continuo estímulo a su sistema sensorial le conducirán a la búsqueda reflexión creativa como medio para comprender, mediante un arduo trabajo mental, las posibilidades que su actitud en muchos sentidos autodidacta le sugieran a fin de reelaborar los fundamentos conducentes al desarrollo en cuestión, pues tiene claro que *“todas las formas del diseño implican un doble proceso, en lo interno un desarrollo creativo y en lo externo un avance comunicacional”*.³

1.3.3- La investigación y la docencia: el crecimiento de la comunicación visual tanto en sus aplicaciones como en la proliferación de Escuelas que imparten carreras en torno a la disciplina, manifiesta una clara condición para involucrar a los especialistas dentro del ejercicio docente, el cual se extiende a otros niveles como las instituciones de educación media y media superior en específico en asignaturas como talleres de Expresión Gráfica, Dibujo artístico o industrial y en los diversos talleres de apreciación e iniciación en las Artes Plásticas. Esta área debe considerar en su especificidad: la capacitación en los procesos de enseñanza-aprendizaje y en las técnicas didácticas; la actualización constante de la información correspondiente; la búsqueda de una especialización dentro de los conceptos y procesos de la Comunicación Visual

Se tiene que considerar que el ejercicio de la investigación en la Comunicación Visual es relativamente nuevo; por otro lado, la diversidad de las aplicaciones de la Comunicación Visual, nos conducen a una infinidad de posibilidades para investigar tanto su producción como su teoría. Cabe hacer notar que los Investigadores de otras disciplinas que intentan explicar, desde su particular punto de vista, las características, leyes y conceptos empleados en la Comunicación Visual, aportan valiosos conocimientos al respecto, sin embargo, en la mayoría de las veces estas respuestas abarcan estructuras ajenas, forzando de manera artificial su instrumentación en las consideraciones metodológicas de la comunicación visual. Lo cual exige que el trabajo de investigación con respecto a la comunicación visual integre la participación rigurosa y comprometida de los especialistas del área exponiendo, explicando y analizando su actividad, así como estudiando los esquemas metodológicos de las demás disciplinas para adaptarlos de manera natural a su profesión; y que a su vez sus resultados influyan también en las disposiciones metodológicas de las demás disciplinas.

Estas consideraciones afectan de manera contundente a los estudiantes de tanto en su formación académica por la restricción de conocimientos adquiridos como en su práctica profesional al dejar la investigación como un evento de nivel superficial. En cuanto a la investigación, dice Giu Bonsiepe
(*) Bonsiepe, Giu. Revista encuadre No. 2 pag. 25.
. México, 1994

La investigación en estos campos debe tener un carácter relevante que permita encontrar soluciones a las problemáticas propias de la profesión, al mismo tiempo que genera nuevos conocimientos para establecer otros vínculos con la sociedad y nuevas fuentes de empleo en actividades específicas propias a la evolución de la sociedad .

Según el Dr. Jesús Galindo, Investigador del centro Universitario de Investigaciones Sociales, *“la investigación depende del tipo de sociedad donde se realiza, de la cultura y de la ecología específicas... No será lo mismo vivir la experiencia reflexiva en un medio que no promueve las preguntas, que incluso las inhibe o reprime, a vivir en una ecología donde la vivencia estética es el corazón de las relaciones humanas, donde abrir la percepción y enriquecer la conciencia son actividades centrales e indispensables... No hay forma humana definitiva, todo puede cambiar, cualquier forma puede ser modificada a voluntad”*⁴

Para Galindo, la tipología de la investigación social se configura en cuatro variantes: comunidad de información, sociedad de información, sociedad de

comunicación y comunidad de comunicación. A la segunda corresponde el esquema social en que actualmente nos desarrollamos, donde *“unos manejan la información sobre el todo, son los únicos que pueden actuar sobre el todo y por tanto necesitan medios que les aseguren el control, el principal es la información sobre una masa previsible y manipulable... el mercado es el gran nicho ecológico de este nuevo escenario.*

*La investigación es indispensable para que unos sepan de todos y esos todos puedan ser dirigidos en sus comportamientos por esos unos. Ese es el lugar general de la investigación en nuestro medio”.*⁵

En la sociedad de comunicación, continúa el autor, se supone una administración de información diferente, pues hace énfasis en las relaciones más que en los contenidos sin importar tanto lo que se sabe y puede hacerse de los otros como llegar a un acuerdo mediante el diálogo, escuchar y concertar sobre lo que a todos incumbe.

Ante ésta situación, y por paradójico que parezca, pues por los presuntamente creativos ojos y manos de muchos diseñadores han pasado infinidad de documentos que contienen los resultados de investigaciones de la más diversa índole, tendencia, metodología, temática y propósitos –que de alguna manera pudieran servir de modelo a seguir en ésta área generadora del conocimiento- la exploración del saber en la vertiente comunicativa del diseño no ha tenido, a nivel nacional, regional o local, los frutos que cabría esperar de una disciplina caracterizada a priori por su obligada perceptividad imaginativa, la “vivencia estética” a la que se refería Galindo.

Ni la continua voluntad y multifocal actividad de académicos o ejecutantes ni la amplia cantidad de tesis realizadas por los egresados de las licenciaturas en diseño y comunicación gráficos como requisito para la obtención de grados académicos – aunque resulte vox populi el intrascendente alcance y débil huella de tales propuestas- han conseguido paliar la gravedad de esta circunstancia que recorre sin cesar aulas, gabinetes, despachos, agencias o empresas públicas y privadas e impacta en buena medida en el escaso reconocimiento social de la disciplina comunicativa.

Como una de las principales coordenadas de desarrollo cultural que han dado significado al progreso de la humanidad y cuya trascendencia histórica resulta inobjetable, la ausencia de generación del conocimiento en las distintas disciplinas que integran el diseño de la comunicación visual ha llegado a convertirse en una incómoda debilidad para los académicos, ejecutantes, aprendices y lozanos investigadores de ésta variable del diseño.

En éste sentido, el quehacer de las instituciones que ofrecen estudios en el diseño de la comunicación visual debería haber respondido, al compromiso que implica adscribir su oferta educativa al concierto de posibilidades formativas de nivel profesional, por lo que la investigación en ésta importante área no puede permanecer relegada al tercer o cuarto planos en que añejamente se ubicaba. En un artículo que pone lateralmente el dedo en la llaga, el Profesor Julián López Huerta acude a los postulados de Johann Essen para determinar que *“en la relación sujeto-objeto se manifiestan dos factores de origen :la experiencia y el pensamiento. Esta reflexión sustenta dos áreas de investigación: una referente a la teoría y otra en la experimentación con las técnicas y los materiales, sus resultados por sí solos son una gran aportación, sin embargo es imprescindible la vinculación de la teoría con la práctica para el aterrizaje de los conocimientos generados en soluciones a problemas reales del ejercicio profesional; luego entonces, los incentivos de la investigación, así como el incremento en el número de profesores de carrera, reeditarán en beneficio de las instituciones, reflejándose también en un mejor desarrollo de nuestra profesión”*⁶

Si bien es cierto que en el diseño de la comunicación visual faltan investigadores de carrera –recuérdese que durante un largo periodo de incubación educativa las cátedras, los encargos laborales y las funciones administrativas han sido ocupados por profesionistas que provienen de disciplinas afines pero no específicas-, también lo es que en las distintas universidades y centros de educación superior no ha existido la mínima preocupación por formar cuadros profesionales de observadores, analistas, examinadores y, parafraseando a Galindo, preguntadores de las múltiples realidades sociales de la profesión.

Lo anterior ha contribuido a hacer evidente la necesidad de incluir –aún en los niveles básicos, formativos y preespecializados del nivel licenciatura- dichas posibilidades de educación de cuadros como válidas opciones terminales dentro de una institución universitaria.

Con todo, durante los cuatro años de su constitución profesional, el diseñador de la comunicación visual en proceso de formación, recibe y ejercita sus capacidades de indagación, análisis, síntesis y comprobación teórico-práctica de los fenómenos que le competen a lo largo de los cuatro últimos cinco semestres.

Si bien estas prácticas todavía adolecen de experiencia mayormente significativa, sus alcances no terminan por ser definidos en lo que a pertinencia social se refiere y aún padecen viejos esquemas de construcción positivista del conocimiento (en

relación con los nuevos enfoques de la investigación cualitativa que se busca lograr) y no obstante se mantiene prudente distancia con la óptima calidad que en cada nivel se pretende alcanzar, en cada uno de éstos proyectos escolares, se prueban facultades, experimentan aptitudes y examinan posibilidades de investigación en cada uno de los candidatos a obtener el grado correspondiente.

El cuidado puesto durante el proceso metodológico de cada uno de los desarrollos del diseño, constituye la herramienta cualitativa fundamental para alentar cierta esperanza que permite vislumbrar un mejor arribo a los estadios innovadores del conocimiento en cada una de las variables productivas del diseño de la comunicación visual.

Cabe aclarar que se procura evitar que dicho esmero en la ejecución de los esquemas metódicos en cada proyecto de diseño caiga en lo que Gui Bonsiepe llamó "metodolatría de la proyectación" y aún más de la investigación cuando afirmaba *"el interés por la metodología, que había gozado (en Europa y Norteamérica) de gran furor entre los años cincuenta y sesenta, ha ido bajando poco a poco. Se ha difundido una postura más sosegada: las confrontaciones del valor instrumental de la metodología de la proyectación y las ambiciosas esperanzas despertadas han dado lugar a unas consideraciones más cautas.*

*De todos modos, con este relevo no se quiere negar la validez de una aproximación científica a la proyectación, única capaz de proporcionar aquel conocimiento gracias al cual la proyectación, carecería de cualquier posibilidad de incidencia concreta. Tal aproximación, pese a todo, permite captar mejor la naturaleza del proceso proyectual, liberándolo de las escoras de la intuición, despersonalizándolo; en suma, objetivándolo"*⁷

El ámbito universitario enfrenta situaciones críticas ante el poco profesionalismo de la planta docente. Esta situación obedece a múltiples causas, entre las que destaca el paulatino deterioro salarial y la escasa preparación o actualización docente en materia de diseño, consecuencia entre otros factores de una indefinida carrera docente en este campo.

México, a semejanza de otros países latinoamericanos, es una nación en donde prácticamente no se investiga; por esto, las escuelas que han debatido sobre el problema se encuentran en un proceso esmerado de reformulación curricular, para alentar sobre la importancia de esta actividad en el desarrollo de la profesión.

En la actualidad resulta imperiosa la revisión de los conocimientos de las profesiones, la comunicación visual como profesión emanada de estudios universitarios no escapa a ello, por lo que se hace patente que la investigación en esta campo ha de tener un carácter relevante para generar nuevos conocimientos e incrementar los vínculos con la sociedad.

En la anterior reflexión debe considerarse que el ejercicio de la investigación en el diseño gráfico es relativamente nuevo, aunado al heterogéneo planteamiento de definición epistemológica que se mantiene en el campo del diseño respecto a otras disciplinas con mayor tradición. Los investigadores de otras disciplinas que intentan explicar las características, leyes y conceptos empleados en el diseño, plantean una metodología general que abarca estructuras ajenas a éste, forzando de manera artificial su instrumentación.

Por otro lado, la diversidad de las aplicaciones de la comunicación visual conduce a una infinidad de posibilidades para investigar tanto su producción como su teoría. En este sentido, es evidente la carencia de un esquema metodológico para la investigación formal en el diseño gráfico; su repercusión se beneficiaría con propuestas profesionales que afirmen su presencia en la sociedad”

El campo profesional de trabajo actualmente impone una serie de características muy particulares, que se deben contar en el perfil de nuestros egresados, lo cual hace necesario analizar los sectores donde es requerida su participación en la formulación de mensajes visuales gráficos y audiovisuales que satisfagan las necesidades de comunicación de nuestra sociedad. Estos sectores se ven regidos por el nivel político, económico y cultural de nuestro país y lo someten a una serie de consideraciones, requisitos y determinaciones que el egresado de esta licenciatura debe enfrentar para acceder a cualquiera de ellos. En estos sectores del campo profesional se desarrollan tres actividades fundamentales tomando en cuenta los niveles del escalafón laboral, en este orden de cosas el campo profesional de trabajo influye en la transmisión y reproducción de valores culturales y se involucra con: la producción incidiendo directamente en los aspectos de proyectación, realización y reproducción de los mensajes gráficos; la gestoría esta área determina las actividades empresariales con las cuales el profesionista participa directamente en los procesos administrativos de su propio desempeño profesional y en la aplicación de sus conocimientos en la mercadotecnia y las relaciones públicas de las empresas, instituciones o personajes públicos que se lo requieran; y el desarrollo de

investigaciones y actividades docentes que implican acciones de estudio, trasmisión y asesoría de los conocimientos que conforman esta disciplinas.

1.4- Escenarios Profesionales:

1.4.1- Sector Público: donde puede prestar sus servicios profesionales en instituciones gubernamentales, ocupando cargos que van desde: dibujante, diseñador comunicador gráfico, ilustrador, jefe de departamento, subdirector o director de diseño gráfico o comunicación social. Este sector exige del profesionista una participación con una marcada disciplina laboral, un amplio conocimiento de materiales, equipos y recursos técnicos y una bien planteada sistematización de estrategias comunicativas donde puede recurrir a la utilización de los vehículos de difusión directa (carteles, folletos, trípticos, boletines, tarjetones, despleables, etc.) para su aplicación en campañas y proyectos gráficos que sirvan para dar a conocer las acciones normativas y operativas que estas Instituciones se plantean dentro de sus objetivos a corto, mediano y largo plazo dentro de sus programas sexenales.

1.4.2-Refiriéndonos al Sector Privado, podemos enlistar los despachos de Diseño, Agencias de Publicidad, Industrias, Empresas Editoriales, etc; dentro de este mismo sector podemos encontrar también pequeños y medianos despachos ubicados en las zonas comerciales de menor alcance económico y que solicitan personal con conocimientos desarrollados de diseño gráfico, dibujo, ilustración, fotografía, formación de negativos y manejo de computadora entre otros, Es en este sector donde ejercen la mayor parte de los profesionales del diseño y la comunicación visual, desempeñando diversas funciones que contemplan desde la dirección general hasta puestos de operarios técnicos.

1.4.3-Por otra parte las Organizaciones Culturales como los Museos y Casas de Cultura, pueden ser regidas por los Sectores Privado y Público, determinando ciertas características de contenido educativo, gráfico y cultural, dividiendo sus funciones y finalidades de acuerdo a sus disciplinas como pueden ser la Ciencia , las Bellas Artes, la Historia, la Etnología, la Arqueología, la Tecnología etc., y su densificación objetual que determina la especialización o los contenidos generales y mixtos; en este ámbito el diseñador-comunicador puede prestar sus servicios en la planificación de sistemas de señalización y adecuación de cédulas informativas, operativas y descriptivas por equipamiento, pero podrá ampliar sus perspectivas profesionales en el diseño de ambientación museográfica, lo que obviamente le exigirá una especialización en los conocimientos del área museística.

1.4.4- Desempeño Independiente, Como otra alternativa de desarrollo profesional, el diseñador-comunicador tiene la posibilidad de realizar el trabajo por su cuenta, modalidad conocida como Free lance, donde las alternativas de diseño se ven constituidas por una petición directa de un demandante particular, la cual puede estar vinculada con productos gráficos como el cartel, la ilustración profesional para libros, la fotografía comercial, la producción audiovisual y el diseño y montaje de stands y exposiciones entre otros. Este tipo de trabajo es próspero en posibilidades económicas, ya que tener una cartera de clientes constantes, suele retribuir una paga cómoda y placentera, pero no podemos generalizar los casos y situaciones. Al no contar con contactos importantes los ingresos suelen disminuir y el diseñador-comunicador tiene que enfrentar verdaderas situaciones conflictivas que inciden en su desarrollo y aplicación profesional.

Por otra parte es necesario decir que estos sectores están invadidos por diseñadores técnicos y dibujantes hechos en la marcha por el oficio en el trabajo de la imprenta, o por la tradición de la familia, lo cual se traduce en una competencia desleal en la oferta-demanda del diseñador-comunicador profesional, al presupuestar y cobrar finalmente un producto gráfico, ya que estas personas llegan a percibir ingresos muy bajos, y desmeritan el valor conceptual del trabajo por el valor único de una "supuesta ordenación de elementos en un espacio a un costo menor que cualquier competidor en el mercado". Este problema debe ser considerado seriamente, ya que actualmente las carreras más afectadas por la demanda estudiantil son las de Diseño Gráfico y Comunicación Gráfica, por lo mismo, se está sufriendo una saturación de las matrículas, lo que genera una insuficiencia en la atención escolar y una visible carencia de infraestructura adecuada para la impartición de estas profesiones dentro de nuestra Universidad.

En general, podemos señalar que la enseñanza del diseño gráfico en México, se debate junto con otras tendencias internacionales, ante la necesidad de articular un lenguaje artístico utilitario, sin perder de vista la importancia de la comunicación enfocada a la problemática nacional. Aparentemente, el discurso no ha podido ser resuelto cabalmente, sobre todo porque en nuestro medio prácticamente no se investigan los procesos, los argumentos, el impacto y la repercusión cultural de la comunicación visual"

El impresionante crecimiento en la oferta de instituciones donde se forma a los futuros profesionales de la comunicación visual tiene sus bases tanto en el auge de la mercadotecnia en las campañas políticas como en la aportación de estrategias disciplinares "a la industria y al comercio en la lucha por la atracción del espectador

hacia sus productos. En este momento, se plantearon áreas específicas de aplicación profesional del diseño gráfico :a) el área comercial, b)el área de la cultura y c) el diseño gráfico social y de la investigación y la docencia.

Posteriormente, con el incremento de la participación de los diseñadores en el desarrollo social se plantea una tercera área: d) docencia e investigación”.

Para algunos investigadores de la anterior panorámica aducen tres a los factores que condujeron a una situación de “crisis en la enseñanza del diseño gráfico en nuestro país: el crecimiento irracional de la matrícula, el boom de los programas de cómputo y la falta de instancias de evaluación de los procesos y desempeños académicos”

Para el mismo docente de la Escuela Nacional de Artes Plásticas “ si en este momento, nuestros desempeños fueran evaluados, podemos predecir el diagnóstico.

- Los estudios en diseño gráfico no están completos ; la afirmación puede resultar contundente y hasta molesta, sin embargo, atendamos a los siguientes argumentos:
-Somos una licenciatura que no cuenta con programas de especialización en educación superior del diseño y la comunicación que actualicen a los profesores en aspectos ligados con la didáctica y pedagogía así como las teorías contemporáneas del diseño.

-Por la razón anterior, la escuela no ha formado investigadores, es decir, la docencia no se sustenta en la investigación.

-Nuestra escuela no publica.

En general, el desarrollo de las habilidades básicas para la investigación, lectura y escritura, no es prioritario en las diversas asignaturas. En realidad, se considera al diseño gráfico como una actividad visual e intuitiva y no susceptible de ser explicada”

Sin embargo, se mantienen voces que en nuestro país llaman a la cordura en la formación de nuevos profesionales y ejecutantes: *“Hagamos de nuestra participación profesional una actuación honesta, objetiva, preparada y ética, eso hará, con el tiempo, que la sociedad nos reconozca y nos aproveche... ninguna herramienta puede transformar los conceptos”*s

Bajo estas reflexiones podemos considerar que las áreas principales de ejercicio profesional que el diseñador-comunicador debe entender y conocer son los recursos Audiovisuales y Multimedia, El Diseño Editorial, La Fotografía, La Ilustración, La Simbología y el Diseño de Soportes Tridimensionales.

Notas

- 1 Llovet, Jordi, *Ideología y metodología del diseño, Una introducción crítica a la teoría proyectual*, 2ª ED Barcelona, G Gili 1981
- 2 Olea Oscar, *Un modelo relativista de gravitación universal: El caso de la postmodernidad*, en Encuentros y Desencuentros de las Artes, Memoria del XIV Coloquio Internacional de Historia del Arte, México UAM, 1994.
- 3 Irigoyen Castillo, Francisco, *Filosofía y Diseño, una aproximación epistemológica*, 1ªED, México, UAM Xochimilco 1998
- 4 Moles Abraham, *Creatividad y métodos de innovación*, Madrid, 1997.
- 5 Prieto Daniel, *Estética*, 1ªED, México, ANUIES, 1977.
- 6 Cháves Norberto, *Qué es lo gráfico* en [http](http://).
- 7 Costa Joan y Abraham Moles, *Imagen Didáctica*, 1ª ED Barcelona CEAC, 1991.
- 8 Cháves Norberto, *Enseñar a diseñar o aprender a comunicar*, en revista *al Diseño* ago-sep, n.º 50, México.

Capítulo II

La Estructura

“El mensaje visual debe ser funcional, es decir, cumplir de manera clara y definitiva con un cometido de comunicación y legibilidad, en un segundo lugar, debe ser una propuesta que surja de lo nuevo, una solución innovadora y por último, el mensaje visual debe ser expresivo, que refleje la personalidad del diseñador”

André Gürtler

II. La Estructura

Las áreas de conocimiento de la Comunicación y el Diseño han sido atribuidas a diversos orígenes situados en el arte y el diseño industrial, no obstante nuestro objeto de estudio bien podría ser considerado más en un proceso comunicativo que en condiciones puramente estéticas o industriales, en ese sentido, es fundamental retomar los elementos de la comunicación para erigir un tanto en forma pretenciosa a estas áreas de conocimiento como una disciplina con su propio objeto de estudio, método y lenguaje especializado, por lo que resulta fundamental definir en primer lugar, lo que para nosotros son estas áreas de conocimiento.

En su definición genérica, Comunicación y Diseño; ambas son gráficas es decir que describen y al hacerse tangibles son percibidas en imágenes generalmente en el ámbito visual no siendo privativo para los demás sentidos, en estos casos especiales la elementalidad se traduce a un lenguaje posible para ellos.

En cuanto a la comunicación Hans Daucher dice: *"En comprensión del valor de Comunicación de una forma, se manifiesta este reconocimiento gráfico en la tendencia a lo simbólico. (...) Con el raciocinio lógico/funcional se inicia la necesidad de Imágenes y signos, que no sólo tienen como requisito el conocimiento subjetivo, sino que tienen que comunicar unos contenidos claros, normados, y cuya información especial está en un consenso conocido al iniciado»*. Visión artística y visión racionalizada. Daucher, Hans. Edit. G. G. Barcelona, 1978

Por otra parte Yves Zimmermann plantea dos acciones básicas del diseño una la asignar y la otra de designar: "En cuanto a la palabra Diseño, esta procede del italiano *disegnare* que a su vez deriva del Latín *designare* que significa Marcar, dibujar. Aquí nos hallamos, por así decir, ante la evidencia misma del alumbramiento de una palabra: el Latín *designare* alumbra al italiano *diseño*."

Pero el sentido de designar ofrece, aparte de otras significaciones, una significación muy clara: designar significa elegir, singularizar algo de entre lo variado o lo mucho, asignado a lo elegido y así singularizado el cumplimiento de una finalidad, y esto en virtud de la designación.

Entendiendo ahora esta palabra en el contexto del Diseño, designar vendría a ser la elección/singularización de los signos a los que se asigna de ser los elementos constitutivos de la cosa-seña en cuanto tal, en su ser-así, todo lo cual se realiza en el

acto de dibujar. ". Memorias, Quinto encuentro Nacional de Escuelas de Diseño Gráfico, Primer encuentro internacional. Universidad intercontinental San Juan del Río, Querétaro.
México, nov. 1994

La conjunción de acciones y conceptos de la Comunicación Gráfica y el Diseño Gráfico da como resultado: Estrategias y productos visuales aplicados en la solución de problemas de interacción social. Implementando procesos y mecanismos para la generación de Imágenes de uso que transfieren conocimientos, mediante el análisis y proyectación de la información tanto en su representación como en su interpretación.

Estamos hablando de una disciplina donde convergen tanto los sistemas proyectivos como los aspectos comunicacionales materializados en el orden de la percepción visual así como en la interacción que ésta tiene con los demás sentidos en específico con el oído dando cabida a los medios audiovisuales. En consecuencia se define como una Comunicación visual integral.

2.1. Definición:

Toda actividad consciente y voluntaria es necesariamente planeada. El hombre es el único ser que puede ver con antelación los resultados de lo que se propone realizar. Las necesidades que lo motivan a elaborar fines determinados mediante la concepción de medios que al ponerlos a prueba, llega a concretar en bienes materiales y espirituales.

El proceso de enseñanza-aprendizaje es, una actividad consciente y voluntaria; también se propone fines y en base a estos se planea de acuerdo a métodos, técnicas, que van a funcionar en procedimientos y actos específicos; por lo que no debe ser extraño a la forma como nace y se desarrolla el conocimiento humano; por ello entre más participativo se comporte el alumno en este proceso la calidad de su conocimiento será mayor, pues la práctica además de enriquecerle su capacidad de iniciativa, lo hará, cada vez en mayor medida, autor de su propio aprendizaje. El proceso de enseñanza- aprendizaje debe ser una replica, dinámica y creadora, de la investigación de la disciplina de origen.

En el quehacer de la formación profesional es importante distinguir dos instancias inseparables: investigación y disciplina.

La disciplina, es un conjunto de conocimientos, que resultan de la investigación pero este conjunto es estructurado especialmente para la enseñanza, por lo tanto la

finalidad de la investigación en el diseño y la comunicación visual debe ser mejorarla y ampliarla cuantitativa y cualitativamente.

El objetivo fundamental de la disciplina en el marco académico es propiciar la iniciación del alumno en el conocimiento particular de su aplicación y encausar al alumno para que encuentre las relaciones que hay entre la disciplina que estudia y las demás.

El contenido de una disciplina está determinado por su objeto de estudio, por los conocimientos resultantes de las investigaciones realizadas en torno a dicho objeto, por el método seguido en tales investigaciones y por el lenguaje especializado para informar de los avances logrados en el campo de esta disciplina.

El conocimiento es uno de los ejes principales en la evolución de la humanidad y a lo largo de la historia es evidente su incidencia en el desarrollo de las carreras universitarias, por eso el educando debe aprender a producirlo, y no habituarse a sólo ser permeable a la palabra del maestro, para luego convertir esta palabra en una especie de moneda, que a la hora del examen, busque cambiarla por una calificación. En el caso del diseño y la Comunicación visual en particular el conocimiento puede ser revisado, desde la perspectiva de la actividad académica, en tres momentos diferentes: la generación, la adquisición y la aplicación.

En la generación de nuevos conocimientos para la Comunicación visual, las Universidades tienen la responsabilidad de hacer propuestas al respecto, para tal efecto la investigación debe ser una actividad prioritaria. Johann Hessen (1) al revisar las diferentes corrientes que intentan explicar el conocimiento, determina que en la relación sujeto-objeto se manifiestan dos factores de origen: la experiencia y el pensamiento. Esta reflexión sustenta dos áreas de investigación: una referente a la teoría y otra en la experimentación con las técnicas y los materiales, sus resultados por sí solos son una gran aportación, sin embargo, es imprescindible la vinculación de la teoría con la práctica para el aterrizaje de los conocimientos generados en soluciones a problemas reales del ejercicio profesional.

1 Hessen, Johann. Teoría del conocimiento, Editores Mexicanos Unidos, México 1993
3ra ED. Cap. III

En la adquisición del conocimiento en la licenciatura en Diseño Gráfico, los planes de estudio deben marcar un equilibrio constante entre los contenidos teóricos y los prácticos, en la cotidianidad del ejercicio académico, al interior de los talleres de producción, debe observar una estructura conceptual (elemento fundamental para

establecer los principios de una filosofía propia de nuestra disciplina (2)), y en el caso de las asignaturas teóricas es imperativo el contacto con la actividad productiva, ambas situaciones incrementan sensiblemente la calidad de la enseñanza, aunque no son las únicas causas de del fortalecimiento de nuestra base metodológica.

2 Según Marx Wartofsky, la formulación de conceptos permite expresar la comprensión de las cosas al sistematizar los rasgos más complejos de su análisis. Wartofsky, Marx. Introducción a la filosofía de ciencia, Alianza Editorial, Madrid 1973. PP. 20, 21 y 22

Para controlar su ejercicio en forma planificada, la existencia de un programa desglosado es indispensable. La educación responde a los esquemas proverbiales de una institución cuyo rígido currículo asigna al profesor la principal responsabilidad de transmitir unilateralmente el conocimiento a través de la cátedra tradicional. Durante la preparación de su asignatura, el docente asignado en función de su perfil profesional y laboral recibe el programa de la materia y procede según se mencionó.

Al personalizar y entregar su programa de actividades determina en buena medida las características didácticas de su participación en el proceso formativo del futuro diseñador pues en él se incluyen los apartados que ubican cronológicamente la impartición de los temas y subtemas, el uso que hará de sus recursos y métodos didácticos, mecanismos de evaluación y bibliografía a consultar durante el curso. En caso de existir propuestas de adecuación de contenidos programáticos, éstos deben ser revisados bajo la coordinación del coordinador de la licenciatura y en caso de considerarse oportunos se procede a su ordenada incorporación dentro de la sucesión de temas y subtemas alusivos. De igual forma se procede con la sistematización de actividades prácticas dentro de la clase, establecimiento de tareas extraclase, determinación de lecturas selectas para finalizar la organización con la detección y acopio de material didáctico-icónico y bibliográfico-que apoye la actualización y operación del conocimiento que le corresponde compartir.

En las materias Teórico-Prácticas, en el ejercicio diario, luego de observar la cantidad de horas semanales establecidas para la signatura, el docente procura distribuir en su programa se clases, los conocimientos y las experiencias de aprendizaje que definirán el rumbo de su quehacer semestral. Para ello cuenta con las experiencias registradas en asignaturas antecedentes, paralelas y consecuentes relacionadas con los dominios cognoscitivo, taxonómico y empírico que le corresponde, teniendo a su disposición los esquemas de actividades prácticas de semestres anteriores, donde la relación de trabajos, ejercicios, tareas y demás instrumentos metodológicos podrán auxiliarle en su respectiva labor.

Una vez que se ha dispuesto el uso del tiempo asignado semanalmente a la asignatura, el profesor debe cuidar que el balance entre teoría y práctica sea cotidianamente efectivo, de modo que no se recargue en ninguno de ambos extremos pedagógicos y llegue a caer en algún tipo de saturación práctica o excesiva teorización al respecto.

Una de las características ejemplares de este tipo de asignaturas consiste en la posibilidad de efectuar una continua evaluación del aprendizaje merced a su propia estructura programática, pues se basan en información altamente susceptible de observación, experimentación y comprobación con distintos grados de inmediatez. En las asignaturas de Diseño, la experiencia y el pensamiento del profesor y del estudiante son enfocadas en la programación y realización cotidianas del planteamiento y resolución de las problemáticas-objetos de estudio en sus variantes conceptuales, factibles y concretables, determinadas por el Colegio de Diseño.

Este conocimiento, adquirido a través de una intensa práctica cotidiana, está integrado por un conjunto de ideas que caracterizarán las graduales experiencias de aprendizaje y durante su organización se distinguen en dos grandes apartados: aquellas cuya naturaleza teórica, metodológica y comunicativa las hace susceptibles de concurrir en la ejecución de cada proyecto y otras que se manifiestan para resolver experimentalmente situaciones de aprendizaje efectivo en lo que a composición espacial, formal, tipográfica y cromática significativas se refiere.

El objetivo general compartido por todas las asignaturas de diseño consiste en *“formar profesionales de la comunicación visual que solucionen integralmente necesidades, demandas culturales mediante la creación o transformación de sistemas icónicos significativos, aplicados a productos, escenarios y servicios especializados, para que actúen con plena conciencia del impacto a causar en su público objetivo, concreten proyectos factibles de reproducción a la escala tecnológica y en el ámbito económico requeridos e incidan de manera pertinente en un contexto social”*⁹

En la progresiva escala de taxonomías cognoscitivas, cada nivel académico está determinado por la simulación anticipada de un contexto socio-económico que parte de circunstancias nítidamente personales, familiares y comunitarias y se extiende de manera progresiva y radial hasta escenarios de compleja comunicación organizacional, pasando por ejercicios de participación directa en instituciones públicas (administraciones de los tres niveles de gobierno) y privadas (comprendidas

de micro a macro empresas, nacionales o transnacionales) donde el diseñador en formación debe configurar los rasgos informativos, persuasivos o educativos que darán características culturales propias al proyecto a resolver

La revisión del conocimiento en su generación, aplicación y adquisición es parte fundamental en la discusión de los planteamientos que permitan definir una estructura conceptual, un marco metodológico y la delimitación de la función social del Diseño Gráfico; y corresponde a estudiantes, profesores, investigadores, autoridades académicas y profesionistas, en un trabajo interdisciplinario con otros especialistas para construir una filosofía propia.

Entendiendo ahora esta palabra en el contexto del Diseño, designar vendría a ser la elección/singularización de los signos a los que se asigna de ser los elementos constitutivos de la cosa-seña en cuanto tal, en su ser-así, todo lo cual se realiza en el acto de dibujar. ". Memorias, Quinto encuentro Nacional de Escuelas de Diseño Gráfico, Primer encuentro internacional. Universidad intercontinental San Juan del Río, Querétaro. México, nov. 1994

La conjunción de acciones y conceptos de la Comunicación Gráfica y el Diseño Gráfico da como resultado: Estrategias y productos visuales aplicados en la solución de problemas de interacción social. Implementando procesos y mecanismos para la generación de Imágenes de uso que transfieren conocimientos, mediante el análisis y proyectación de la información tanto en su representación como en su interpretación.

Estamos hablando de una disciplina donde convergen tanto los sistemas proyectivos como los aspectos comunicacionales materializados en el orden de la percepción visual así como en la interacción que ésta tiene con los demás sentidos en específico con el oído dando cabida a los medios audiovisuales. En consecuencia se define como una Comunicación visual integral.

2.1.3- La ubicación de la Comunicación visual en el conocimiento universal se plantea desde las tres grandes áreas generales del conocimiento humano de las cuales retoma conocimientos específicos de ellos para sustentarse:

De la filosofía retoma las condicionantes disciplinarias en dos aspectos fundamentales, la epistemología lo que nos permite establecer los criterios mínimos

elementales de definición así como un lenguaje propio para la explicación del discurso y el estudio de los métodos

De la ciencia, en lo general, de la ciencia de la Comunicación y en específico del concepto diseño retoma los marcos teóricos con los cuales establece su fundamentación metodológica que a su vez sustentará los métodos particulares de sus orientaciones Profesionales.

De las Artes Plásticas retoma las técnicas, elementos de constructividad y planteamientos estéticos, aplicados a la tangibilización de sus productos; la conceptualización tanto de su manipulación como de su aplicación quedan inscritos en la diferenciación de los fines que ambas actividades tienen.

En esta delimitación del conocimiento de la disciplina del diseño y Comunicación visual es evidente su contacto con disciplinas auxiliares para sus efectos tales como la Psicología, la sociología así como de otras disciplinas artísticas diferentes a las plásticas como la música y la literatura.

La práctica Profesional de esta disciplina aborda diferentes instancias de especialización, es bien sabido que en el campo laboral los conocimientos deben aplicarse en áreas básicas de desarrollo tales como: Audiovisuales y Multimedia, El Diseño Editorial, La Fotografía, La Ilustración, La Simbología y el Diseño en Soportes Tridimensionales que en su conjunto son estudiados por el diseño y la comunicación visual

Puede entenderse el Diseño y la Comunicación Visual como el conjunto de estrategias, instrumentos, procedimientos, técnicas, recursos y disciplinas del saber humano en que se establecen relaciones de intercambio de conocimiento y en los que interviene la percepción fundamentalmente a través del sentido de la vista.

En los últimos tiempos ha sido significativa la intensa y creciente importancia de la comunicación visual en todos los ámbitos de la vida social. Se trata de un fenómeno que, si bien tiene antecedentes muy remotos, ha proyectado recientemente su influencia con alcances amplísimos; en consonancia con la evolución explosiva de otros ámbitos relacionados con ella, como la tecnología informática o la globalización de la economía y sus efectos en el campo de las relaciones entre las naciones, las corporaciones sociales, las culturas y los individuos.

Estas circunstancias han propiciado el desarrollo de canales o soportes de comunicación íntimamente articulados con los medios masivos, en los cuales intervienen mensajes visuales y en los que participan tanto factores de aplicación práctica como elementos artísticos. De esta manera se ha constituido una cultura comunicacional que invade casi todos los aspectos de la vida social, ejerciendo influencia en las formas de vida en general, y en la producción industrial y simbólica en particular.

La producción de mensajes visuales ha evolucionado sobre todo en sociedades industrialmente desarrolladas, recibiendo influencia de la publicidad, la tecnología y la mercadotecnia. Sin embargo estos no son los únicos campos que han enriquecido a la comunicación visual; el establecimiento de vínculos con las características regionales de las diversas latitudes y con una actitud crítica hacia los medios, ha echado a andar un proceso en el que están involucrados los sistemas colectivos de representación visual, las tradiciones culturales, y la reflexión teórica llevada a cabo en las instituciones de educación superior. La comunicación visual permite integrar necesidades de relación con el entorno visual y permite también encauzar inquietudes de desarrollo profesional.

El objetivo de un diseñador de la comunicación gráfica, es comunicar un mensaje a través de la organización de palabras e imágenes. Para poder realizar su tarea, le es necesario estudiar toda la diversidad de temas relacionados con su profesión.

El diseñador debe dominar una amplia gama de técnicas y poseer conocimientos. Entre ellos se incluye la capacidad de analizar problemas, resolverlos y presentarlos visualmente, además de identificar las técnicas de impresión y los materiales necesarios para su reproducción. De éste modo, el conocimiento orienta la mejor resolución de los proyectos, así como a la elección de los medios más avanzados que correspondan a las expectativas y presupuestos.

La especialización de los diseñadores ha fomentado el reconocimiento general del diseño gráfico en el ámbito de los negocios y a coadyuvar a la "alfabetización visual" entre la población, procesar y comunicar el enorme flujo de información y corresponder a la solicitud de la globalización económica.

En ese proceso, la proliferación de oportunidades de participación constituyó un horizonte estimulante que despertó gran interés en amplios sectores de jóvenes en

edad de optar por una carrera profesional, aunque presionó a las instituciones educativas para dar respuesta a esa enorme demanda. Esta circunstancia se ha visto complicada en años recientes con las características particulares de la economía nacional que sufre una profunda crisis, y ha intensificado las dificultades para responder a la exigencia de una preparación profesional actualizada y de alto nivel académico. En este contexto la UNAM debe atender la necesidad social de formar profesionistas que trabajen responsablemente en las disciplinas propias de la comunicación visual.

2.1.4- Objetivos.

El objetivo de un diseñador de la comunicación gráfica, es comunicar un mensaje a través de la organización de palabras e imágenes. Para poder realizar su tarea, le es necesario estudiar toda la diversidad de temas relacionados con su profesión.

El diseñador debe dominar una amplia gama de técnicas y poseer conocimientos. Entre ellos se incluye la capacidad de analizar problemas, resolverlos y presentarlos visualmente, además de identificar las técnicas de impresión y los materiales necesarios para su reproducción. De éste modo, el conocimiento orienta la mejor resolución de los proyectos, así como a la elección de los medios más avanzados que correspondan a las expectativas y presupuestos.

2.1.4.1-Entre los objetivos curriculares generales se encuentran:

- Idear y producir objetos de comunicación gráfica para campañas promocionales, culturales, educativas, comerciales, industriales, de fomento o recreación en empresas gubernamentales y de la iniciativa privada.
 - Desarrollar holísticamente conceptos, productos y servicios de identidad visual cuyos grados de influencia sean determinados por la capacidad de las corporaciones, dependencias públicas y organismos gubernamentales donde se realicen.
 - Concretar proyectos editoriales, publicitarios y de comunicación ambiental o directa entre los diferentes sectores poblacionales.
 - Apoyar la difusión de eventos artísticos, científicos y tecnológicos significativos en el marco social donde inscriba su labor.
 - Generar procesos, productos y servicios de comunicación organizacional.
- Para delimitar sus ámbitos de intervención se establecieron los consecuentes escenarios de ejercicio laboral.

Campos de trabajo:

- En instituciones públicas en áreas de comunicación visual y audiovisual.

- En empresas o despachos privados, realizando proyectos y servicios para el propio consumo de la institución o la demanda específica de los clientes.
- En negocio propio del diseñador de la comunicación visual, satisfaciendo necesidades de los sectores público, privado y social mediante gestión y promoción directa.
- En la investigación de fenómenos y procesos genésicos, evolutivos y determinativos del diseño y la comunicación visual.
- En la docencia.

2.1.5- Perfil del egresado.

Después de haber cursado los cuatro semestres de formación propedéutica (tronco común) se considera necesario que el alumno:

- a) Demuestre la asimilación de conocimientos teóricos y prácticos dados en las diferentes áreas del conocimiento. Esto es, la interrelación, el enriquecimiento y la sustentación conceptual y formal de sus trabajos.
- b) Manifieste la interrelación de técnicas y modos de representación.
- c) Utilice las metodologías para la investigación en forma amplia y que las aplique tanto en el área teórica como en el área práctica.
- d) Demuestre diversidad en temáticas, imágenes, técnicas y materiales
- e) Incorpore sensiblemente los espacios, objetos, movimientos, etc de su entorno (naturaleza y cultura) a sus experiencias de aprendizaje en diseño.
- f) Manifieste la asimilación de significados, la calidad estética, y la expresión plástica en la comunicación gráfica.
- g) Utilice el léxico propio del diseño y la comunicación en sus exposiciones verbales, y que particularice su contexto.
- h) Demuestre comprensión, jerarquización y claridad sobre los objetivos y procesos de las áreas de conocimiento
- i) Obtenga un producto de calidad estética en la realización formal de sus conceptos.
- j) Manifieste calidad en la reflexión y autocrítica hacia sus trabajos.

El egresado del nivel básico deberá contar con los conocimientos sobre los elementos, factores, procesos y fundamentos del diseño para comprender y manejar el lenguaje visual y aplicarlo en la definición y creación de estrategias de transmisión de mensajes visuales, para satisfacer demandas de comunicación social, cultural, histórica, científica, tecnológica y educativa. En el aspecto técnico, tendrá el conocimiento, las capacidades y las habilidades necesarias para estructurar, elaborar y controlar los recursos necesarios para la creación de mensajes en planos bidimensionales y tridimensionales dentro de las áreas respectivas de su área de

formación profesional . Deberá contar con los conocimientos histórico-contextuales, teórico- metodológicos y técnico-tecnológicos necesarios para el desarrollo profesional de su área de especialidad.

El egresado de la orientación en **audiovisual y multimedia** es el profesional del diseño y la comunicación visual capaz de generar, estructurar y coordinar la producción de mensajes audiovisuales. Su principal campo de desarrollo se encuentra en la relación entre la imagen y el tiempo, ya sea por medio de discursos constituidos por series de imágenes cuanto por aquellos mensajes que utilizan la imágenes en movimiento. Parte importante de su trabajo está en la integración de mensaje visuales y sonoros.

El egresado de la orientación en **diseño editorial** es el profesional del diseño y la comunicación visual capaz de planear, integrar, dirigir y organizar las diferentes partes del proceso de edición de una publicación , así como de evaluar y organizar los elementos materiales, mecánicos y humanos inherentes a este proceso. Para alcanzar este objetivo, su preparación abarcará tres grandes áreas: diseño gráfico, edición y producción. Así mismo será capaz de planear, dirigir y realizar procesos de investigación y desarrollo de nuevos productos editoriales

El egresado de la orientación en **fotografía** es el profesional del diseño y la comunicación visual capaz de interpretar la realidad por medio de los recursos conceptuales de la fotografía. Será capaz de generar propuestas de alto nivel conceptual, técnico y expresivo. Asimismo tendrá la capacidad de reflexión e investigación dentro de la disciplina de la fotografía.

El egresado de la orientación en **ilustración** es el profesional del diseño y la comunicación visual capaz de resolver los retos que le plantea la creación de imágenes, la mixtura de tecnologías y recursos plásticos, el uso de su imaginación visual para proponer encuadres y resolverlos atinadamente. Es fundamentalmente un creativo, un realizador de los conceptos que se vierten sobre la literatura, la publicidad, la comunicación, etc. Es capaz de sistematizar una investigación iconográfica desde lo histórico hasta lo técnico-formal, la búsqueda de soportes nuevos y su incorporación a la tradición plástica, la capacidad de decidir justamente la relación entre el concepto y su repertorio formal. Su campo de actividad profesional se desarrolla fundamentalmente en la industria editorial y abarca los géneros conocidos de la ilustración infantil, científica, literaria, etc. pero podrá

aventurarse a otros campos que solían reservarse a los ingenieros, arquitectos, diseñadores industriales, escenógrafos, cineastas, fotógrafos y videastas

El egresado de la orientación en **simbología y diseño en soportes tridimensionales** es el profesional del diseño y la comunicación visual capaz de investigar sobre el diseño y el entorno visual, de detectar problemas y de resolver necesidades de comunicación en soportes gráficos relacionados con la identificación, difusión, promoción y comercialización de productos, bienes, servicios, grupos, instituciones y corporaciones a partir del análisis, selección y evaluación de teorías, elementos metodológicos y aplicación de técnicas y tecnologías, con una actitud ética, abierta, crítica y responsable en su desempeño de manera que identifique y dignifique a este profesionista de la comunicación visual en un contexto sociocultural que le permita participar en el desarrollo del país.

2.2 Plan de Estudios.

2.2.1-Mapa Curricular de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual

La Licenciatura en Comunicación Visual con orientaciones en Audiovisual y Multimedia, en Diseño Editorial, en Fotografía, en Ilustración y en Simbología y diseño en soportes tridimensionales; se impartiría en nueve semestres que totalizan 427 créditos de estudio en promedio. Un total en promedio de xxx horas de estudio, distribuidas en 74 asignaturas en promedio agrupadas de manera que se cubran distintas disciplinas de conocimiento (**formación teórico metodológico e histórico contextual, formación profesional específica, formación profesional científico-técnica y tecnológica, y formación profesional complementaria**) y distintos niveles de estudio (**básico, profesional, y conclusivo terminal**), con la intención de lograr una formación integral.

2.2.2- Metodología Curricular.

La estructura general que se propone comprende una serie de asignaturas impartidas a lo largo de los nueve semestres del plan de estudios según el siguiente esquema general de acuerdo a estos grupos de conocimientos:

- a) Formación Histórico-Contextual y Teórico-Metodológica**
- b) Formación Profesional Específica**
- c) Formación Profesional Científica, Técnica y Tecnológica**
- d) Formación Profesional Complementaria (Asignaturas Optativas)**

2.2.3- Criterio de Evaluación

El **alcance metodológico** implica las metas a alcanzar en cada proyecto de diseño, los evidentes índices cognoscitivos que servirán para efectuar la evaluación relacionada con el proceso epistemológico en marcha, las características conceptuales a ponderar dentro de la fase taxonómica sucesiva en el desarrollo explicativo del estudiante, es la consideración a priori de las experiencias previas de aprendizaje y la visualización consecutiva de la situación cognitiva del estudiante luego de la intervención del profesor.

En este apartado se acentúan las condiciones, medios e instrumentos propiamente metódicos a valorar en la consecución de resultados explícita o implícitamente integrados en el resultado final del proceso de diseño.

El concepto comunicativo. En esta área se concentra primordialmente la atención en la medular naturaleza comunicativa del diseño gráfico como sustento real de los sistemas de expresión visual imperantes. De acuerdo con los diferentes grados de complejidad cognoscitiva que el alumno va superando a lo largo de los distintos niveles de instrucción, se atiende cada una de las cíclicas funciones Jakobsianas metódicamente incorporadas en los elementos compositivos que transmiten mensajes significativos.

Sirve a la determinación de los compromisos sociales del diseñador en formación al manifestar de manera artística los valores culturales que nutren y portan sus trabajos. Se apoya en otro apartado denominado área productiva en la que se distinguen las disciplinas editoriales, publicitarias y ambientales que convergen en sus tareas como comunicador visual, lo que define a priori las aplicaciones físicas de cada rama en los ejercicios estudiantiles acordados a lo largo de su licenciatura para coadyuvar en la formación de la sistémica actitud de integralidad comunicativa que se pretende orientar.

La composición visual.

Reside en la observación, la práctica y la demostración bi o tridimensional de la paulatina asunción y puesta en práctica de conceptos abstractos de índole artística aunque intencionalmente comunicativos a través del abierto manejo de elementos y relaciones gráficos básicos intermedios y avanzados cuyos compromisos efectivos tienen que ver con escenarios de impacto alternativo que van de lo personal comunitario, institucional a lo transnacional, donde el estudiante debe probar su significativa apreciación de los tejidos económicos, políticos, tecnológicos en que se basa su actividad social como profesional productor de mensajes visuales.

-Las valoraciones tecnológicas y económicas.

Se alimentan de dos apartados: el correspondiente al sistema técnico de reproducción que implica el conocimiento teórico y la pericia empírica en lo que a formatos, soportes, manejo técnico, procesos de impresión y acabados en las artes gráficas se refiere y aquel donde se determinan acompañados estándares de calidad involucrados en la factura y costos de los originales mecánicos que servirán para su multiplicación en serie, las herramientas informáticas a dominar, la consideración de materiales de trabajo tradicional o moderno existentes desde el plano local hasta el internacional para mejorar los atributos físicos de sus productos, el número y las variables administrativas en la cotización de ejemplares a imprimir mecánica o digitalmente.

-La presentación.

Se refiere a la consideración de las virtudes morfológicas, funcionales y físicas de los productos de diseño elaborados y a la personal exposición argumental del estudiante en las revisiones diarias y final tanto del camino seguido como de los resultados alcanzados.

2.2.4- Áreas de Formación

a) FORMACION TEORICO METODOLOGICA /HISTORICO CONTEXTUAL

Análisis de la profesión en la realidad nacional I y II

Arte antiguo

Arte barroco y colonial

Arte contemporáneo

Arte de la edad media y el renacimiento

Arte del siglo XIX

Arte precolombino

Factores humanos para la comunicación visual I y II

Economía, administración y mercadotecnia I y II

Historia del libro y las artes gráficas I y II

Metodología de investigación I y II

Medios de comunicación I y II

Seminario de tesis

Teoría de la imagen I y II

Teoría del arte I y II

Teoría e historia de los sistemas audiovisuales I y II

Teoría e historia del diseño I y II

Teoría e historia de la fotografía I y II

Teoría e historia de la ilustración I y II

b) FORMACION PROFESIONAL ESPECIFICA

Animación I y II
Dibujo I, II, III, IV, V, VI, VII y VIII
Dirección de arte I, II, III y IV
Diseño I, II, III, IV, V, VI, VII y VIII
Envase y embalaje I, II, III y IV
Fotografía I, II, III, IV
Fotografía aplicada I y II
Fotografía especializada I y II
Fotografía experimental I, II, III y IV
Ilustración I, II, III y IV
Producción audiovisual I, II, III y IV
Taller de lectura I, II, III y IV
Taller integral de investigación y producción
Taller de diseño editorial I, II, III y IV
Técnicas y sistemas de impresión I y II

c) FORMACION PROFESIONAL CIENTIFICA TECNICA Y TECNOLOGICA

Animación digital I y II
Autoedición I, II, III y IV
Diseño digital I, II, III y IV
Fotografía digital I, II, III y IV
Geometría I, II, III y IV
Iluminación I y II
Ilustración digital I, II, III y IV
Ilustración tridimensional I y II
Imagen digital I y II
Morfología para el diseño I y II
Multimedia I, II, III y IV
Serigrafía I y II
Sistemas de impresión editorial I y II
Sistemas de impresión en soportes tridimensionales I y II
Técnicas de representación gráfica I, II, III y IV
Tipografía I y II

En términos similares el estudiante debe comprobar poseer conocimientos generales de Redacción ya que constituyen un requisito para cursar Seminario de

tesis. Estos conocimientos podrán verificarse a través de la aprobación de los cursos Redacción I y II.o a través de un examen específico.

En el periodo intersemestral de los semestres III y IV se instrumentará un curso obligatorio de orientación profesional que ayude al estudiante a elegir la orientación más adecuada de acuerdo a sus habilidades, capacidades, intereses, etc. detectados en su desempeño académico durante el nivel básico.

La formación profesional complementaria está formada por asignaturas optativas. Algunas de las asignaturas optativas que se han propuesto son las siguientes:

Caligrafía I y II
Ciencia y tecnología para la comunicación visual I y II
Curso monográfico de teoría e historia del arte
Diseño de alfabetos I y II
Diseño del entorno I y II
Escenografía I y II
Estrategia de medios I y II
Historieta y caricatura I y II
Holografía I y II
Ingeniería en papel I y II
Ilustración experimental I y II
Museografía I y II
Psicología de la comunicación visual I y II
Publicidad I y II
Redacción I y II
Relaciones humanas I y II
Relaciones públicas I y II
Seminario de teoría e historia del arte
Seminario Interdisciplinario de Producción y Experimentación en la Comunicación Visual I y II
Seminario Interdisciplinario de Investigación de la Comunicación Visual I y II
Sonido y música I y II
Taller de fotomecánica I y II
Teoría del conocimiento I y II
Tipografía en metal I y II

Este último grupo de materias que cubren el área de Formación Profesional Complementaria tiene el propósito de apoyar la formación integral del estudiante y

permitir encauzar la diversidad de sus intereses. Estas asignaturas optativas permiten además recibir los contenidos novedosos que vayan surgiendo conforme avanza el conocimiento de una disciplina.

II. Asignaturas monográficas. Se han propuesto Seminarios de investigación y experimentación de la Comunicación Visual. Esta modalidad permitiría abrir un espacio académico a los contenidos muy específicos o muy especializados que en determinado momento produzcan un interés inmediato; y provendrían de propuestas directas de los profesores. El contenido de estos seminarios puede cambiar de un semestre a otro de acuerdo a los intereses de los profesores y a través de una comisión que daría seguimiento a esta modalidad.

Para apoyar los proyectos de investigación de los Profesores de Carrera de Tiempo Completo y procurarles un foro de difusión se integrarán dos asignaturas optativas con el nombre de Seminario de investigación metodológica en la Comunicación Visual I y II; y Seminario de producción y experimentación en la Comunicación Visual I y II. Estos seminarios pueden convertirse en asignaturas optativas específicas si el contenido de la materia lo justifique a juicio de la Comisión de Trabajo Académico del Consejo Técnico.

2.2.5- Criterio de Secuencialidad

Se atiende a un criterio secuencial que en términos generales va de los conocimientos básicos a los conocimientos especializados, de los conocimientos generales a los conocimientos específicos, de lo más riguroso y estructurado (producto de la experiencia profesional y académica generada por la propia disciplina profesional) a lo más libre y flexible (producto de los intereses e inquietudes de los propios estudiantes): Se atiende a un criterio secuencial que en términos generales va de lo más sencillo a lo más complejo.

Conocimientos básicos -> Conocimientos especializados

Conocimientos generales -> Conocimientos específicos

Más asignaturas curriculares -> Más asignaturas optativas

Mayor rigor -> Mayor flexibilidad

Conocimientos, habilidades y actitudes menos complejas , más complejas

Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual

9 semestres

425 créditos en promedio

Los dos primeros años constituyen el nivel básico y están formados por asignaturas comunes a las Cinco Áreas de Orientación Profesional

Area Teórico Metodológica	Area Profesional Específica	Area Científica Técnica y Tecnológica
---------------------------------	-----------------------------------	---

Primer Año (semestres I y II)

Arte antiguo/arte precolombino	Dibujo I y II	Geometría I y II
Factores humanos para la com. visual I y II	Diseño I y II	Tipografía I y II
Teoría del arte I y II	Fotografía I y II	Técnicas de representación gráfica I y II
Metodología de la investigación I y II		

Segundo Año (semestres III y IV)

Teoría de la imagen I y II	Dibujo III y IV	Geometría III y IV
Arte de la edad media y renacimiento	Diseño III y IV	Imagen digital I y II
/Arte barroco y colonial	Fotografía III y IV	Técnicas y sistemas de impresión I y II
		Técnicas de representación gráfica III y IV

En el periodo intersemestral de los semestres III y IV se instrumentará un curso obligatorio de orientación profesional que ayude al estudiante a elegir la orientación más adecuada de acuerdo a sus habilidades, capacidades, intereses, etc. detectados en su desempeño académico durante el nivel básico.

A partir del tercer año la estructura curricular es fundamentalmente especializada considerando cinco orientaciones:

Tercer año (semestre V y VI)

1. ORIENTACION EN AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIA

Tercer año (se eligen dos asignaturas complementarias optativas)

Arte del siglo XIX al XX /Arte contemporáneo	Producción audiovisual I y II	Multimedia I y II
Economía, Adm. y mercadotecnia I y II	Animación I y II	Animación digital I y II
Teoría e Hist. de los sistemas audiovisuales I y II		Dirección de arte I y II

2. ORIENTACION EN DISEÑO EDITORIAL

Tercer año (se eligen dos asignaturas complementarias optativas)

Arte del siglo XIX al XX /Arte contemporáneo	Diseño editorial I y II	Autoedición I y II
Historia del libro y las artes gráficas I y II	Lectura, imaginación y Creativ. I y II	Sistemas de imp. editorial I y II
Economía, Adm. y mercadotecnia I y II		
Teoría e Hist. del diseño I y II		

3. ORIENTACION EN FOTOGRAFIA

Tercer año (se eligen dos asignaturas complementarias optativas)

Arte del siglo XIX al XX /Arte contemporáneo	Fotografía especializada I y II	Fotografía digital I y II
Teoría e Hist. de la fotografía I y II	Fotografía experimental I y II	Iluminación I y II
Economía, Adm. y mercadotecnia I y II		

4. ORIENTACION EN ILUSTRACIÓN

Tercer año (se eligen dos asignaturas complementarias optativas)

Arte del siglo XIX al XX /Arte contemporáneo	Dibujo V y VI	Ilustración digital I y II
Teoría e Hist. de la ilustración I y II	Ilustración I y II	Ilustración tridimensional I y II
Economía, Adm. y mercadotecnia I y II		

5. ORIENTACION EN SIMBOLOGÍA Y DISEÑO EN SOPORTES TRIDIMENSIONALES

Tercer año (se eligen dos asignaturas complementarias optativas)

Arte del siglo XIX al XX /Arte contemporáneo	Diseño V y VI	Diseño digital I y II
Teoría e Hist. del diseño I y II	Envase y embalaje I y II	Sist. de imp. en soportes tridimensionales I y II
Economía, Adm. y mercadotecnia I y II		

Cuarto Año (semestres VII y VIII)

1. ORIENTACION EN AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIA

Cuarto año (se eligen dos asignaturas complementarias optativas)

Gestión de la actividad profesional I y II	Producción audiovisual III y IV	Multimedia III y IV
Medios de comunicación I y II	Dirección de arte III y IV	

2. ORIENTACION EN DISEÑO EDITORIAL

Cuarto año (se eligen dos asignaturas complementarias optativas)

Gestión de la actividad profesional y II	Taller de producción editorial III y IV	Autoedición III y IV
Medios de comunicación I y II		Morfología para el diseño I
		Taller de serigrafía I y II

3. ORIENTACION EN FOTOGRAFIA

Cuarto año (se eligen dos asignaturas complementarias optativas)

Gestión de la actividad profesional y II	Fotografía especializada III y IV	Fotografía digital III y IV
Medios de comunicación I y II	Fotografía experimental III y IV	

4. ORIENTACION EN ILUSTRACIÓN

Cuarto año (se eligen dos asignaturas complementarias optativas)

Gestión de la actividad profesional y II	Dibujo VII y VIII	Ilustración digital III y IV
Medios de comunicación I y II	Ilustración III y IV	

5. ORIENTACION EN SIMBOLOGIA Y DISEÑO DE SOPORTES GRAFICOS TRIDIMENSIONALES

Cuarto año (se eligen dos asignaturas complementarias optativas)

Gestión de la actividad profesional y II	Diseño VII y VIII	Diseño digital III y IV
--	-------------------	-------------------------

Semestre IX (el mismo para todas las orientaciones)

Análisis de la profesión en la realidad nacional
Seminario de tesis

Taller Integral de Investigación y Producción

2.3- Perfil Académico

La ENAP cuenta con un cuerpo docente de más de 300 profesores, la mayor parte de ellos titulados en licenciaturas del área de conocimientos que imparten y muchos de ellos egresados de nuestra propia escuela, así como un grupo de ayudantes de profesor que inician una carrera docente en el área. La propuesta que aquí se presenta será capaz de generar sus propios recursos humanos y de definir sus propias líneas de investigación específica.

2.3.1- Formación:

En la aplicación académica de los conocimientos debe ser inherente la relación entre sus factores, por lo que: la utilización su utilización en la trayectoria académica del diseño y la comunicación visual debe mantener una constante interacción entre la reflexión y la práctica, la falta de esta condición niega su formación académica integral, capacitándolo como teórico o técnico; por otra parte el ejercicio profesional determina los conocimientos necesarios que deberán ser impartidos en la formación académica, así como, para parámetros la evaluación de su pertinencia vigencia y calidad.

En este tenor y bajo un enfoque de aprendizaje significativo se espera que la riqueza de experiencias culturales del estudiante tiendan a conjugarse con las aportaciones del contexto social en que se desarrolla su trabajo, donde el profesor funja como un verdadero tutor, más guía que dictador, que además de compartir su propia experiencia cuestione prácticas habitualmente paternalistas, castrantes o anquilosadas en la enseñanza del diseño.

Para propiciar este clima de aprendizaje, se ha determinado que el perfil del docente asignado a la transmisión de contenidos teóricos debería tener como rasgos: Ser **humanista**, pues al conocer sus posibilidades y limitaciones cognoscitivas, afectivas y psicomotrices procura incrementar las primeras y disminuir las segundas. Investigador con probada capacidad metodológica y técnica instrumental para planear y llevar a cabo esquemas de búsqueda informativa susceptible de ser

explicada a desconocedores del tema, mostrando al mismo tiempo su utilidad funcional.

Sensible a las disciplinas artísticas en general, muy probablemente ejecutante experimentado de alguna de ellas.

Profesional capaz de trabajar con profesionales de otras disciplinas, con clara tendencia al trabajo en equipo.

Crítico fundamentado capaz de mantener y consolidar una postura personal, objetiva y coherente ante cualquiera de los temas incluidos en las asignaturas.

Conocedor de los factores socio-culturales (políticos-económicos) que han condicionado el desarrollo histórico de la disciplina que imparta.

Poseedor de amplia cultura general, lo que le permitirá contextualizar específica o aleatoriamente el tema a tratar ante el grupo.

Visualizador incisivo que proponga ejercicios prácticos (de solución a corto plazo) que faciliten la comprensión sustantiva y estructural –no sólo referencial o coyuntural-del conocimiento manejado.

Analista informativo, con habilidades sensitivas e intelectuales para adaptar el conocimiento teórico a situaciones prácticas, factibles de uso en el ámbito escolar.

Considerado aglutinante de voluntades estudiantiles para establecer su respectivo equipo de apoyo en labores propias de indagación informativa.

Inquieto descubridor de material de estudio procedente de otras disciplinas, susceptible a ser aplicado a la enseñanza de las disciplinas artísticas, científicas y tecnológicas que confluyen en la ejecución y enseñanza del diseño.

Visionario docente habilitado para detectar necesidades de capacitación intelectual en cualquiera de los ejes en cuestión.

Conocedor general de los procesos editoriales y motivador de publicaciones en su especialidad.

Hábil gestor para abrir espacios de discusión a las ideas de tránsito, traducidos en eventos de naturaleza académica: charlas, conferencias, seminarios, exposiciones, visitas guiadas, etc.

Amplio **conocedor** de material bibliográfico e iconográfico en el tema de su competencia, de su ubicación física, valoraciones críticas alusivas y de los mecanismos oficiales para conseguirlo.

2.3.2. Docencia e Investigación

La comunicación visual como actividad profesional es un producto de nuestros tiempos, y aunque su referencia histórica es múltiple, su aparición es inminente con la necesidad del hombre por la comunicación misma. Los antecedentes más próximos

de la comunicación visual como ejercicio inherente a los medios de producción se determinan con la aparición de los mensajes impresos de la revolución industrial.

En nuestro desarrollo como nación es importante contar con profesionistas especializados que investiguen y produzcan los mensajes de orden gráfico en los cuales se incluya un alto nivel de conciencia social apegado a nuestra realidad nacional, esto implica necesariamente el estudio riguroso y sistemático de la comunicación visual como una de las bases para la superación de nuestra sociedad, colaborando con la formación de profesionistas con un alto nivel académico y cultural.

Con el objetivo de vincularse, las instituciones de Educación Superior que imparten la Licenciatura en Diseño Gráfico han formado instituciones de profesionistas. Algunas de las más importantes son: *Codigram*, Colegios de Diseñadores Gráficos Mexicanos; *Trama Visual*, asociación civil cuya actividad más representativa es la organización de la Bienal del Cartel; *Quórum*, Asociación de Productores de Imágenes; *Canagraf*, la Cámara Nacional de las Artes Gráficas; la Academia Mexicana de Diseño: Organismo de discusión y reconocimiento de esta profesión; y *Encuadre*, Asociación de Escuelas de Diseño Gráfico, entre otras.

Los sistemas de mercado de las profesiones en América Latina y en particular en nuestro país dificultan la especialización de estas disciplinas ya que no se le concede al Diseño la estatura profesional y académica de otras disciplinas, lo que propicia la devaluación del ejercicio del Diseño Gráfico como actividad profesional e incluso propicia la invasión de profesionistas con conocimientos provenientes de otras especialidades aparentemente afines como la arquitectura o el periodismo. Por otra parte, las condiciones de desarrollo empresarial que prevalecen en estos tiempos, enfrenta al egresado a la problemática de un campo de trabajo que parece estar formado por actividades de reproducción de ideas.

El Diseñador alemán Giu Bonsiepe, comentando las perspectivas del diseño industrial y gráfico en América Latina y México dice que: (Bonsiepe, Giu. Las siete columnas del Diseño. Edt. UAM-A, Primera edición. México, 1993. p. 174.)

Otra consideración importante en la problemática social de esta profesión, se plantea desde las condiciones políticas y socio-económicas de centralización de las actividades y de la información, generando un rezago en la atención a las instituciones de provincia, con lo cual su integración a las instancias académicas,

culturales e industriales es obstaculizado tanto por las distancias a los centros de información como por la política centralista de las dependencias gubernamentales, afectando gravemente su participación en el mercado potencial de trabajo.

Como una profesión que se inscribe en un medio altamente competitivo, en donde la tecnología ha ocasionado un fuerte desequilibrio en la formación de los conocimientos especializados, la tendencia tradicional de formar prioritariamente habilidades en el estudiante, ha entrado en crisis. Las instituciones que imparten esta disciplina guardan diferencias fundamentalmente estructurales y las universidades particulares tienden a incrementar sobre todo el manejo de habilidades en el estudiante. Como marco general parecen haberse vinculado al medio laboral-profesional con un énfasis mucho mayor que las Estatales.

Sin embargo, se advierte que si las instituciones de educación superior así como las asociaciones y/o colegios no se preocupan de dar una personalidad a estas disciplinas, con un rango de conocimientos y criterios que diferencien claramente a un profesional con estudios universitarios de quien no lo es, esta carrera podría correr el riesgo de disolverse en las habilidades que se incorporan gradualmente al saber común, combinadas con los procesos de digitalización de imágenes altamente sofisticadas solo accesibles a grupos de personal sumamente calificado que podría provenir de otras profesiones. Si tal suceso ocurriera, el diseño gráfico dejaría de ser una profesión, dejando a la deriva el compromiso social de la producción de imágenes que se difunden en los medios masivos de comunicación.

Si como advierte Raquel Pelta es indiscutible que *“el diseño nos rodea, impregna todas las manifestaciones de la vida cotidiana, tiene una existencia pública y, como paradoja, es un gran desconocido”*. Los diseñadores, aun a su pesar, son unos grandes desconocidos, van a conferencias a las que sólo asisten diseñadores, hablan sólo para diseñadores, escriben para diseñadores, tratan de articular una teoría con mejor o peor fortuna, reclaman un papel significativo dentro de la sociedad pero se quedan fuera, transitando por círculos reducidos.

No deja de ser curioso que el diseño esté ahí para ayudar a comunicar, a resolver problemas y, sin embargo, tenga tantas dificultades para hacerse entender, para explicar su razón de ser y convencer de su propia importancia.

La escuela Nacional de Artes Plásticas afirma que, *“contrastando con los propósitos educativos de otras instituciones, busca promover las facultades cognoscitivas de los estudiantes a través del cultivo de actitudes responsables y disciplina”* gran parte de la población estudiantil no se preocupa por el conocimiento, el análisis y la praxis consciente sino que busca soluciones a sus aspiraciones de movilidad social y de fortalecimiento económico”, advirtiendo que los planteles públicos orientan sus

perfiles de egreso mediante una práctica docente enfocada a la solución de problemáticas socioculturales, considerando ciertas bases comerciales y al desarrollo de habilidades técnicas, mientras que las privadas entienden el servicio educativo como un orden empresarial creador de satisfactores para una sociedad de consumo.

Ante este panorama nacional, las actividades de enseñanza del diseño y la comunicación visual observan ciertas características iniciales que sustentan la actual problemática del ejercicio docente derivada de tres circunstancias directamente enlazadas entre sí: la inconsistencia- y aún inexistencia formal-de un subprograma institucional dedicado a formar profesores en las distintas áreas, la continua incorporación de profesionistas sin ninguna experiencia docente y la ausencia de una cultura de evaluación del propio ejercicio pedagógico.

La primera particularidad está constituida por un fenómeno observable en la mayoría de las dependencias universitarias, donde los aislados esfuerzos por consolidar programas de formación de docentes son obstaculizados por los intereses e inercias político-administrativas propias de las instituciones en constante crecimiento, cuya legislación no ha sido puesta al día para satisfacer los constantes requerimientos de su naturaleza escolar y la gran mayoría de los afanes de capacitación en terrenos didácticos corren a cargo de la voluntad personal de quien se incorpora al esquema universitario. A este factor se incorpora el hecho de que una gran mayoría de involucrados no termina de asumir el ejercicio docente como un proyecto de vida profesional sino como un estado transitorio dentro de su ejercicio laboral.

La segunda circunstancia obedece a motivos de sustancia similar y se acentúa por la creciente matrícula en diseño gráfico que genera grupos excesivamente poblados, el debilitamiento de criterios de admisión, la constante rotación o migración de la planta docente, las propias expectativas laborales de los profesionistas involucrados, las determinantes profesionales de su formación académica y en fecha reciente, por las políticas educativas que privilegian la inclusión de egresados de áreas idénticas o afines al concierto didáctico de cada plantel-aunque en este último rubro no han terminado de aclararse los criterios selectivos del personal de nuevo ingreso.

En tercer lugar, haciéndose sentir de manera cíclica en las dos anteriores características, la falta de percepción de las bondades efectivas de una cultura de la evaluación, como proceso sistemático que permita captar información sobre un objeto de estudio para contrastarlo con un marco de referencia propiciatorio de la emisión de juicios de valor a fin de proponer alternativas para mejorar dicho objeto, ha traído como consecuencia una práctica común que conlleva serios riesgos para el desarrollo de la escuela: el refrito curricular, consistente en el superficial remiendo temático, la

propuesta de actividades de aprendizaje que reverencias acriticamente las tendencias de moda y aún la complicidad de ignorancias disciplinares.

En este sentido, se señala que esta problemática como incidente a nivel nacional cuando expresa que adecuar el currículo rígido, forma en que tradicionalmente se han organizado los currículos a situaciones cambiantes, las instituciones han optado, en primer lugar, por actualizar los contenidos y en segundo lugar por incorporar diversas modalidades en la organización.

Para reforzar una categoría cualitativa, el proceso de enseñanza del diseño desea compartir el principio de "enseñar a pensar es enseñar a hacer (donde) se parte de la premisa que reconoce al alumno y al maestro como los sujetos centrales que construyen el acto educativo, sin pretender reducirlo a ellos. El trabajo pedagógico se realiza entre personas que poseen proyectos de vida concretos, que les dan una forma particular de pensar, sentir y percibir el mundo. Estas personas establecen vínculos, es decir, formas de relacionarse. Debe buscarse la humanización de estos vínculos, frecuentemente mecanizados por prácticas pedagógicas rutinarias, pasivas y autoritarias, diseñadas desde una perspectiva industrializadora de la educación. Alumno y maestro deben reconocer las diferencias de sus subjetividades, formas de pensar y percibir, de manera que su encuentro en el acto educativo sea de complementariedad..

Es ampliamente conocido el hecho de que la gran mayoría de los profesores en las carreras de diseño no fueron formados para ello y que su acervo cognoscitivo y empírico deriva en grado superlativo de su propia capacidad para analizar dichos fenómenos educativos, proponer alternativas de solución a problemáticas estructurales y no sólo remiendos coyunturales, por lo que la continua propuesta de incrementar el trabajo colegiado pretende abatir paulatina aunque intencional y sistemáticamente dicha situación.

La progresiva e inminente incorporación de egresados es otra situación en la que se deberá ir trabajando a fin de no mermar los resultados obtenidos, sino más bien aumentar la calidad docente en la licenciatura, la revisión de los criterios que procurarán entrelazar mecanismos de comunicación y participación son constantes a los que cotidianamente se da solución.

En relación a las asignaturas teóricas, su importancia radica en que constituyen una de las cuatro áreas que dan sustento al actual plan de estudios. Tanto en la esencia curricular como en su pragmática instrumentación se procuran definir los objetivos y temática activa acorde con los conjuntos de hipótesis, reglas o leyes que sirven de base a las ciencias implicadas o una parte relacionada con ellas, porque se infiere que permitirán explicar los hechos o fenómenos observados en la planificación,

generación, ejecución, análisis y evaluación del diseño, en armonía con las cargas cognoscitivas implícitas en las otras áreas de conocimiento.

La construcción epistemológica se realiza atendiendo dos premisas de índole filosófica que sustentan todo quehacer en diseño: el reconocimiento del objeto de estudio, es decir su identificación y el proceso de hacerlo porque *“ambos niveles nos llevan a un determinado producto: la forma y su función...el género o el tipo que son imágenes, en relación o similitud con las cosas mismas, depositadas en ellas. El conocimiento en el diseño no ha abandonado el sentido de identidad o semejanza con los objetos. En diseño se conoce lo que es el objeto propio, porque se hace similar a lo que es”*. Esta afirmación, aunque de índole general, encuentra un acertado paralelismo en la enseñanza del diseño que en la escuela se practica.

En este sentido, la variada presencia de disciplinas que aportan conocimientos significativos a la comprensión multifocal de los procesos creativos, las características de los fenómenos que intervienen en la percepción, ejecución y puesta en práctica de los productos del diseño y el indispensable establecimiento de relaciones retroalimentarias derivadas de enfoques científicos, temáticas sociales y juicios evidentes que implican todo acto de diseño son aportados por el diverso conjunto de ciencias naturales y sociales presentes en el plan de estudios, cuyo repertorio metodológico, transformación tecnológica y adaptaciones didácticas son utilizados en la generación de experiencias cognoscitivas.

De esta manera las materias teóricas, que procediendo *“del griego teoría, el acto de observar, teniendo a su vez como radical thea (la observación respetuosa) y siendo conexa a thauma, la admiración, (se consideran) toda actividad cuyo campo de acción y manipulación es el lenguaje...el concepto de teoría tiene importancia...cuando (se le agregan) dos imperativos esencialmente occidentales: el actuar y el manipular (presentes ya en Heráclito y en dos fragmentos apócrifos de Periandro, según lo destaca Heidegger...hay un lenguaje de lo cotidiano, no teórico y el lenguaje que sondea lo cotidiano. Este último es el metalenguaje o lenguaje teórico...”*, no sólo constituyen la esencia misma del conocimiento, sino que contribuyen a forjar y especializar el medio por el que fluye tal proceso formativo, cuya importancia en el diseño como impar confluencia de expresiones articuladas gramatical, sintáctica, semántica y pragmáticamente en la producción de imágenes, ya ha sido tratado.

En este tenor y bajo un enfoque de aprendizaje significativo se espera que la riqueza de experiencias culturales del alumno tienda a conjugarse con las aportaciones del contexto social en que desarrolla su trabajo, donde el profesor funja como un verdadero tutor, más guía que dictador, que además de compartir su propia experiencia cuestione prácticas habitualmente paternalistas, castrantes o anquilosadas en la enseñanza del diseño.

Capítulo III

La Antología

“Si el pensamiento tiene lugar en el reino de las imágenes, muchas de éstas tienen que ser altamente abstractas, pues la mente opera a menudo a elevados niveles de abstracción”

Rudolf Arnheim

III-La Antología

Precisamente, buena parte de la información relacionada con la especialidad disciplinaria, además de no localizarse ampliamente en materiales bibliográficos tradicionales de impacto específico como libros o enciclopedias, en el mejor de los casos antologías, sino aparecer en soportes generalizantes, es decir de contenido ligero y divulgativo como revistas, gacetas, memorias de eventos y boletines, observa marcadas tendencias consumistas y tangenciales enfoques pedagógicos sobre las razones, causas e impactos que causan sus productos.

La mayoría de estas manifestaciones del trabajo cotidiano se dedican de manera un tanto abstracta o de adscripción meramente ideológica a mostrar soluciones formales, tipográficas, espaciales y cromáticas, amén de servir de telón de oferta de productos y servicios de las industrias fabricantes o comercializadoras en el ramo de las artes gráficas que sólo apoyan las variables reproductivas de los objetos comunicativos encargados, con lo que se deja a un lado el imprescindible rigor metodológico con fines didácticos que debería contribuir a superar esta insuficiencia de recursos en el área.

El futuro nos demanda formar profesionales flexibles, que adquieran durante su estancia en nuestra Universidad los conocimientos necesarios para que sean capaces de resolver problemas cada día más complejos. Nuestros estudiantes requieren de la consulta de textos básicos de los cuales, algunos de ellos, son difíciles de obtener, por un lado por su poca distribución o bien por el alto costo que representa adquirirlos.

Ante esta necesidad un grupo de jóvenes con la dirección de la Mtra. María Elena Martínez Durán, realizaron la antología; los textos que en ella se incluyen son fundamentales para cumplir con los objetivos de esta nueva licenciatura. Los estudiantes tendrán un libro de estudio.

La responsable del proyecto tomó en cuenta que los materiales seleccionados pudieran tener una utilidad más allá de las aulas y que fuera esta antología como un libro de consulta aún en la vida profesional de los estudiantes.

Esta antología en ningún momento busca ser un acopio de información, la selección razonada de los capítulos de los diferentes libros consultados tiene como objetivo favorecer la transformación de conocimientos y que esto tenga un impacto activo y crítico en su misión como profesionistas del diseño y la comunicación visual.

Este es un ejemplo de las acciones inherentes que todo académico comprometido con su misión debe realizar para cumplir con las funciones sustantivas de nuestra Universidad: la docencia, la investigación y la difusión de la cultura.

Chávez Eduardo, prólogo de la primera antología de Autores del Área de Diseño Gráfico y temas Afines. México, 1998.

3.1-Definición: Del griego Anthos=flor y Legein=escoger. Florilegio, colección de trozos escogidos.

Sinónimo de selección, analectas, crestomatia, florilegio, espicilegio. Colección. Antología (del griego, anthos, "flor", y légo, "escoger"), colección de textos literarios seleccionados de un autor o de varios. La antología parte del principio de la lectura como selección. El antólogo es un lector que, ateniéndose a principios más o menos racionales, combina textos insertándolos en un nuevo conjunto. El eje combinatorio puede ser histórico temático, eligiendo como ejemplos los diferentes géneros literarios: poemas, cuentos, fragmentos novelescos, escenas teatrales, humor, citas y pensamientos. Está ligada a los cambios del gusto y de las modas literarias y muchas veces puede convertirse en el manifiesto poético o bibliografía (los poetas del poeta) de un escritor determinado, como ocurre con las Flores de poetas ilustres de Pedro de Espinosa o la Antología de Gerardo Diego. La antología más antigua es una de epigramas y poesías ligeras realizada en el año 90 a.C por el poeta Meleagro. También debe citarse la Antología griega o Palatina, compilación del siglo X. Las literaturas árabe, persa y turca son ricas en antologías.

Las colecciones o compilaciones, como formas próximas a la antología, tuvieron gran importancia en la edad media y concretamente en España, en la difusión de los cuetos de origen oriental: Calia e Dimna, Barlam y Josaphat, el mismo Pedro Alfonso con la Disciplina Clericalis, hasta su inserción en obras como el Libro del Buen Amor del arcipreste de Hita o el Conde Lucanor de don Juan Manuel. Mención aparte merecen los Cancioneros de romances (el de Baena, en el siglo XV, o el General, del XVI), que permitieron la conservación y el disfrute de tan extensa producción poética. Ejemplos contemporáneos imprescindibles son la Antología de poetas líricos castellanos de Marcelino Menéndez y Pelayo, la Flor nueva de romances viejos de Ramón Menéndez Pidal, la antología de la poesía española de Blecua y Dámaso Alonso, la Antología de la literatura fantástica de Jorge Luis Borges, Silvina Ocampo y Bioy Casares o, entre muchas otras, Noche insular. Antología de la poesía cubana de Mihaly Des. Alfonso Reyes, en su Teoría de la antología, sugiere humorísticamente "denunciar cierta poesía diabética" y componer un "Panal de América o Antología de la gota de miel".

El proyecto de Antología de Autores de Teoría de Diseño y Temas Afines surge de la detección de la necesidad de contar con informaciones teóricas, humanísticas y tecnológicas compiladas que sirvan tanto para los estudiantes en formación así mismo para los maestros en la impartición teórica de sus cursos así como investigadores en proyectos de tesis que de manera integral puedan encontrar en 4 textos: el primero teoría básica, el segundo y tercero las teorías específicas en torno a La Comunicación, Significación, Teoría de la Imagen y Creatividad y en un cuarto con información tecnológica respecto a Preprensa.

Este proyecto representa 5 años de investigación que se traduce en: Revisión de 285 textos.

3.2- Ubicación.

La Antología de Autores del área del Diseño Gráfico y temas afines” tiene su origen en el Programa de PROBETEL en la Coordinación de Programas académicos.

El Programa de Becas para Tesis de Licenciatura para Proyectos de Investigación (PROBETEL), Fundación UNAM tiene como objetivos:

- ° Apoyar a los estudiantes para la realización de la tesis que les permita obtener su título.
- ° Fomentar la vocación de los estudiantes por la investigación a través de su participación en un proyecto de investigación bajo la orientación de un profesor o investigador.
- ° Ofrecer a los estudiantes e investigadores de carrera asociados “C” y titularse una posibilidad institucional para que apoyen a los estudiantes para la conclusión de su tesis de licenciatura.

La Coordinación de Programas Académicos está integrada por cuatro dependencias, tres Direcciones Generales: de Asuntos de Personal Académico, de Intercambio Académico y de Estudios de Postgrado y el Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras. Además, se organiza para el cumplimiento de sus funciones en dos Direcciones: de Programas de Integración y Desarrollo Académico y de Programas de Apoyo a la Docencia y en la Subdirección de Difusión Académica y Enlaces Institucionales.

La evaluación del desarrollo, los resultados y los productos de los programas, ha permitido hacer un análisis dirigido a optimizar los recursos y aprovechar más ampliamente los alcances académicos de cada programa, al establecer líneas de comunicación y enlace entre ellos, se han aprovechado las experiencias de cada uno

en beneficio de todos y se han ampliado sus propósitos con las acciones que aquí se describen. Los programas se han integrado en cuatro grupos, en la forma siguiente:

- ° Programas para la Actualización y Superación del Personal Académico: PAAS, PIDI, PAAL, PAUM.
- ° Programas para la Formación Académica de Alumnos: PAEA, PITID, PROBETEL.
- ° Programas para el Impulso a la Innovación de la Práctica Docente: PAPIME, PAECE, PAEHCSA.
- ° Programas para el Apoyo al Aprendizaje de Alumnos: PROFUEP, PROESTRA, PROECE, PRIALE, PROMAT.

Para conocer cómo se difundió el programa de PROBETEL es necesario saber cómo se organizó el programa que le antecede:

Programa Fundación UNAM de Iniciación Temprana a la Investigación y a la Docencia (PITID)

Participaron 1,143 estudiantes, 644 en la novena etapa del programa, de los cuales 354 son de nuevo ingreso y 290 de renovación, 499 en la décima etapa, de los cuales 233 son de nuevo ingreso y 266 de renovación. Se hizo difusión personalizada del Programa, con la visita a diversos funcionarios y Coordinadores del mismo, en las diferentes escuelas, Facultades, Institutos y Centros.

Se realizó un congreso, cuyo objetivo fue conocer, evaluar y difundir los resultados obtenidos en la operación del Programa. Asistieron 150 personas, dentro de las que se encontraban: funcionarios de Fundación UNAM (Institución Patrocinadora), todos los Coordinadores del Programa en las 54 dependencias que lo llevan, estudiantes de estas dependencias y sus tutores

Los trabajos fueron presentados por los estudiantes que se han beneficiado con el Programa, en compañía de los académicos que fungieron como sus tutores, en la modalidad de trabajos cortos y de carteles. Se presentaron trece trabajos en la primera modalidad y 30 en la segunda.

En la parte final, un grupo de tutores presentó sus experiencias en una mesa redonda y los organizadores del evento presentaron conclusiones que pretenden fortalecer el PITID, con énfasis en el seguimiento de los becarios que se benefician con el Programa y la evaluación del impacto del mismo en la formación de investigadores y docentes. El programa permanece a pesar del bajo monto de las becas que se otorgan, que lo hacen poco competitivo con otro tipo de becas.

En la convocatoria correspondiente a la décima etapa, se estableció que los proyectos de investigación, así como los de docencia, que se pretendan registrar, deberán contar con el visto bueno o el aval del Consejo Técnico o Interno, o de algún órgano colegiado de la dependencia participante, y con base en lo anterior, una colaboración

con los Cuerpos Colegiados que regulan y conducen las actividades académicas dentro de las Escuelas, Facultades, Centros e Institutos. A fin de que los proyectos aceptados cubran las necesidades de la Dependencia enmarcados en el Plan de Desarrollo Institucional.

También se solicitó que la inclusión de estudiantes contara con el aval del Comité de Becas de cada Dependencia. Se propició que algunos de los estudiantes que participaron en el programa PAEA, se incorporaran al programa PITID y a la vez, éstos se inscribieran posteriormente en el programa PROBETEL, logrando con ello una interrelación entre los programas. Este segundo programa se difundió de igual manera como se hizo con el PITID. Se realizó la Primera reunión de seguimiento del programa. El objetivo de la misma fue compartir experiencias en torno a la estructura, organización y funcionamiento del programa en las 57 entidades participantes, así como dar a conocer los logros que se han alcanzado y los problemas que se han presentado durante la operación de PROBETEL, para analizar las posibilidades de fortalecimiento.

La reunión se desarrolló en dos mesas redondas, en las que participaron todos los asistentes. La primera mesa abordó el tema de la operación del programa con la intervención de todos los Coordinadores presentes. En ésta cada uno explicó la manera en que llevan el Programa y los lineamientos que internamente han establecido.

En la segunda mesa se presentaron los logros alcanzados por cada Dependencia. Finalmente, en la sesión de conclusiones se presentaron propuestas para mejorar el programa académica y operativamente.

3.3- Propuesta 1

De los diversos programas que la UNAM ha generado, se distingue: El Programa de Licenciatura en Proyectos de Investigación de la Coordinación de Programas Académicos, porque ha logrado reunir a profesores y estudiantes en una actividad sustantiva como es la investigación.

3.3.1-Objetivo:

En el caso de la primera antología de diseño gráfico (1996) se formularon los propósitos:

- Compilar los temas de consulta más frecuentes en el área.
- Presentar un material útil para estudiantes y maestros.
- Proponer un enfoque para futuras o sucesivas publicaciones.
- Ofrecer los criterios editoriales para una serie antológica.
- Iniciar los temas de números subsecuentes.

3.3.2-Detección:

En ese entonces, se participaba como Jefe del Colegio de Diseño, en la Comisión revisora para la actualización del plan de estudios de la Licenciatura en diseño y Comunicación Visual. De esta experiencia, se conocen los contenidos de la mayor parte de las asignaturas y se puede proponer la seriación de los temas que corresponden a los fundamentos del diseño, que aparecen en los programas de asignaturas curriculares para los primeros semestres.

De esta misma actividad, se proponen temas en: Las teorías afines que presentan los contenidos teórico-técnico formales de las áreas de formación :Simbología, Diseño Editorial, Fotografía, Ilustración y Audiovisual, orientaciones que ofrece actualmente la licenciatura. Ese es entonces un documento de especial valor, no sólo por lo anteriormente mencionado, sino por lo oportuno que puede ser presentar temas que contiene el plan de estudios, compilados de entre 40 libros y publicaciones diversas.

3.3.3- Contenido

Los Contenidos que revisa la primera antología son:

Capítulo I

Historia

Capítulo II

Fundamentos del Diseño Gráfico

Elementos Conceptuales

Elementos Visuales

Elementos de Relación

Elementos Prácticos

Módulos

Composición

Estructura

Contraste

Ritmo

Proporción

Equilibrio

Movimiento

Unidad

Armonía

Alternación

Variedad

Ilusión Visual

Bidimensión y Tridimensión
Técnicas Visuales

Capítulo III
Teorías Afines
Comunicación

Capítulo IV
Teorías Específicas
Señalética
Diseño de Identidad
Identidad Corporativa
Imagen Global
Diseño Editorial

Capítulo V
Técnicas
Ilustración
Fotografía
TV Cine y otros medios audiovisuales
Reproducción e Impresión
El papel
Tintas Acabados
Capacitación
Diseño y Publicidad.

3.4- Propuesta 2

A partir de esta primera experiencia del programa de Iniciación a la Investigación, en donde se titularon cuatro jóvenes de la Licenciatura en Comunicación Gráfica, se solicita la autorización para una primera edición que valide los contenidos propuestos. Desafortunadamente no se le da prioridad al proyecto y permanece en propuesta.

3.4.1- Tema:

No obstante, se depura el enfoque de la metodología y de las observaciones recibidas de algunos colegas y de las recomendaciones hechas en el examen profesional de los jóvenes antes citados y se consigue, con la participación de otras

cuatro jóvenes pasantes la propuesta de otra antología que comprende en dos volúmenes los temas:

La Comunicación y el Diseño

Procesos de Significación

La Imagen en el Contexto del Diseño Gráfico

La Creatividad, Textos Introdutorios.

3.4.2- Objetivo

La investigación se fundamenta en la revisión y recopilación de informaciones y teorías de los diferentes criterios y estilos de autores contemporáneos que sustentan teóricamente las asignaturas del plan de estudios actual del área básica y asignaturas optativas de la licenciatura en diseño de la Comunicación Visual.

El objetivo de estas publicaciones fue: Diseñar una antología que contuviera los principales enfoques teóricos en las áreas de : la Comunicación, Significación, Imagen y Creatividad que sirviera como material de consulta para jóvenes en formación, maestros y pasantes a un precio accesible y que la primera edición sirviera para verificar la hipótesis de “Realizar una publicación que contuviera la información teórica básica para las asignaturas de tronco básico de formación y teorías en las distintas orientaciones..

La información compilada presenta actualidad y vigencia ya que el periodo de edición de las mismas se circunscribe entre 1989-2000.

3.4.3- Criterio:

El criterio de selección de los contenidos se determina a partir de las asignaturas del nuevo plan de estudios que revisan las áreas del conocimiento: Comunicación, Significación, Teoría de la Imagen y Creatividad.

Para lograr este propósito, se recopiló de manera precisa , las principales teorías de las cuatro áreas anteriormente mencionadas.

Se estudiaron e identificaron a los autores que contribuyen con sus teorías al sustento contemporáneo del Diseño de la Comunicación visual.

Se identificaron las obras de uso más frecuentes, con los diferentes criterios y estilos en autores contemporáneos en teorías afines al Diseño.

Se seleccionaron publicaciones que no excedieran su vigencia para que continuaran en la categoría de actuales (1988-2000)

3.4.4- Contenido

De las asignaturas que revisan **Comunicación** en sus contenidos programáticos se distinguen:

Factores humanos para la Comunicación Visual.

Metodología de la Investigación I

Tipografía I

Teoría de la Imagen

Factores Humanos para la Comunicación Visual II

Medios de Comunicación I

Medios de Comunicación II

Diseño V,VI,VII,VIII.

Orientación en Simbología y Diseño de Soportes Tridimensionales.

Procesos de Comunicación Social I y II

Relaciones Públicas

Publicidad I y II

Teoría de la Comunicación

Redacción y Análisis de Textos.

De las asignaturas que revisan **Significación** tenemos:

Tipografía I y II

Teoría de la Imagen I

Dibujo IV

Lectura, Imaginación y Creatividad I y II

Teoría e Historia del Diseño I y II

Dibujo V

Teoría e Historia de la Ilustración II

Diseño V, VI y VII

Envase y Embalaje IV

Teoría e Historia del Diseño II

Diseño de Alfabetos II

Psicología para la Comunicación Visual I y II

Publicidad II

Semiótica I y II

Teoría de la Comunicación

Teoría del Conocimiento II

En referencia a las asignaturas que revisan **Imagen** se encuentran:

Factores Humanos para la Comunicación Visual II

Teoría e Historia del Diseño I

Morfología para el Diseño I
Diseño VI y VII
Medios de Comunicación I
Imagen y Sociedad
Procesos de Comunicación Social I
Psicología para la Comunicación Visual I
Psicología para la Comunicación Visual II
Teoría de la Comunicación
Teoría del Conocimiento I
Teoría del Conocimiento II

De las asignaturas que revisan **Creatividad** se citan:
Factores Humanos para la Comunicación Visual I y II
Introducción a la Tecnología Digital II
Teoría de la Imagen II
Lectura, Imaginación y Creatividad I
Diseño V
Laboratorio de Diseño Editorial II
Lectura,, Imaginación y Creatividad II
Medios de Comunicación I y Medios de Comunicación II
Dibujo VII
Diseño VIII
Creatividad I y Creatividad II
Publicidad I y Publicidad II
Relaciones Humanas
Teoría del Conocimiento I
Envase y Embalaje IV

3.4.5- Aplicación:

De los temas en los que específicamente la antología tiene aplicación se encuentran en el Tomo I que revisa los temas de: **La Comunicación y el Diseño y Procesos de Significación:**

Factores Humanos para la Comunicación Visual:

Unidad I: Interacción y desarrollo humano.

1.1 Contexto de los estudios en diseño y comunicación visual

Unidad II: Principios de Psicología para la comunicación visual

2.3.1 En el mensaje

2.3.2 En el receptor

Metodología de la Investigación I

Unidad I: Marco conceptual

1.1.5 Disciplina del diseño y la Comunicación Visual

Tipografía I

Unidad I: Antecedentes Históricos

1.1 Escritura manual

1.1.1 El lenguaje como medio de comunicación

Teoría de la Imagen

Unidad I: La importancia de la comunicación en la sociedad

1.1 Surgimiento de la cultura de masas

1.5 Influencia de los medios masivos de comunicación

Unidad II Conceptos generales de comunicación e información

2.1 Teoría de la información

2.2 Teoría de la comunicación

Unidad III: Modalidades de la comunicación

3.1 Comunicación intermedia

3.2 Comunicación masiva

Unidad IV: El proceso de la comunicación

4.1 Emisor

4.2 Receptor

4.3 Canal

4.4 Código

4.5 Mensaje

4.6 Contexto

4.7 Retroalimentación

4.8 Ruido

Unidad VII: La cultura de la imagen

7.7 El texto

Unidad VIII: Funciones de la comunicación

8.1 Entretenimiento

8.2 Educativo

8.3 Publicitario

8.4 Propagandístico

Unidad IX: Los medios de comunicación y sus características

- 9.1 Medios impresos
- 9.2 Televisión
- 9.3 Cine
- 9.4 Medios alternativos

Medios de Comunicación I

Unidad I: Propaganda y publicidad

- 1.5 El estudio de la comunicación visual

Unidad IV: Los recursos publicitarios y propagandísticos

- 4.2 El texto
- 4.3 Los medios de difusión

Medios de Comunicación II

Unidad IV: Estrategia general de comunicación

- 4.6.1.1 Medios impresos
- 4.6.2 Formatos
 - 4.6.2.1 Medios directos
 - 4.6.2.2 Publicidad y propaganda exterior

Diseño V

Unidad II: Modelos proyectuales del método particular

- 2.1 Modelos de comunicación
 - 2.1.1 Estructuralista
 - 2.1.2 Funcionalista
- 2.2.3 Funciones del signo
 - 2.2.3.1 Referencial
 - 2.2.3.2 Emotiva
 - 2.2.3.3. Conotativa
 - 2.2.3.4 Fática
 - 2.2.3.5 Metalingüística
 - 2.2.3.6 Estética
- 2.3.1.2.1 Emisor
- 2.3.1.2.2. Diseñador (codificador)
- 2.3.1.2.3. Receptor

Unidad III Medios impresos

- 3.1 Antecedentes del diseño, aplicado a los medios impresos
 - 3.1.1 Definición

- 3.1.2 Función social
- 3.1.3 Aplicaciones en la comunicación visual
- 3.2.1 Por su función comunicativa
 - 3.2.2.1 Medios directos
 - 3.2.2.1.1 Volante
 - 3.2.2.1.2 Folletería
 - 3.2.2.1.3 Cartel
 - 3.2.2.1.4 Espectaculares
 - 3.2.2.2. Medios de complemento
 - 3.2.2.2.1 Anuncio de prensa
 - 3.2.2.2.1.1 Diarios
 - 3.2.2.2.1.2 Revistas

Estrategia de medios II

Unidad IV: Comunicación y medios: una alianza

- 4.1 Televisión
- 4.2 Radio
- 4.3 Periódicos
- 4.4 revistas
- 4.5 radio
- 4.6 Espectaculares
- 4.7 Correo directo
- 4.8 medios marginales
- 4.9 Puntos de venta

Procesos de Comunicación Social I

Unidad I: Ingeniería social

- 1.3 Impactos de la comunicación en la sociedad
- #### Unidad II: Aspectos sociológicos en la comunicación
- 1.1 Conductismo
 - 1.2 Psicoanálisis
 - 1.3 Humanística
 - 1.4 Transpersonal

Relaciones Públicas

Unidad II: Comunicación y relaciones públicas

- 2.1 Historia de la comunicación social
- 2.3 Comunicación Intrapersonal

- 2.4 Comunicación interna
- 2.5 Comunicación externa
- 2.6 Comunicación política
- 2.7 Comunicación empresarial
- 2.8 Comunicación financiera
- 2.9 Comunicación corporativa

Teoría de la Comunicación

Unidad I: La comunicación

- 1.1 Definiciones
- 1.2 Interrelación entre sociedad y comunicación
- 1.3 Función y concepto

Unidad II: Análisis de la comunicación personal

- 2.1 Perspectiva psicológica
- 2.2 Enfoques teóricos básicos de la comunicación humana
 - 2.2.1 El enfoque funcionalista
 - 2.2.2 El enfoque estructuralista

Unidad III: Análisis de la comunicación de masas

- 3.1 Los subsistemas de comunicación
- 3.2 Organizaciones y redes de difusión masiva
- 3.3 Los mensajes codificados por los medios masivos

Redacción y Análisis de Textos

Unidad I: Medios de comunicación

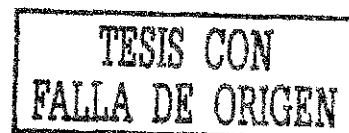
- 1.1 Periódicos y revistas
- 1.4 Radio
- 1.5 Cine
- 1.6 Televisión

De los temas de programas de curso que apoya el apartado de **Procesos de Significación** se distinguen:

Tipografía I

Unidad I Antecedentes Históricos

- 1.1.1 Lenguaje como medio de comunicación
- 1.1.2 Orígenes del alfabeto



Tipografía II

Unidad II Práctica Tipográfica

2.1.3 La sonoridad implícita en los signos gráficos

Teoría de la Imagen I

Unidad IV El proceso de la comunicación

4.1 Emisor

4.2 Receptor

4.3 Canal

4.4 Código

4.5 Mensaje

4.6 Contexto

Unidad V Sistemas de significación

5.1 El signo lingüístico

5.2 Lengua y habla

5.3 Lenguaje denotado

5.4 Lenguaje connotado

5.5. Sistemas de connotación

Dibujo IV

Unidad II El lenguaje de la forma

2.2 La forma como significación

2.2.1 Interacción de las formas para el significado

Lectura, Imaginación y Creatividad I

Unidad II Corrección texto

2.1 Símbolos convencionales

Lectura, Imaginación y Creatividad II

Unidad III Lectura e imaginación

3.4 El lenguaje de la educación

3.5 La educación en el arte

Teoría e Historia del Diseño I

Unidad I Conceptos generales

1.6 La estética y función

1.6.1 Simbolización

Teoría e Historia del Diseño II

Unidad III: Marco teórico del Diseño Gráfico en la Comunicación Visual

3.1 De la simbología a la imagen global

3.1.1 Identidad gráfica

3.1.1.1 La marca

3.1.1.2 Logotipo

3.1.1.3 Símbolo

3.1.1.4 Emblema, monograma y mascota

3.1.2 Señalización y señalética

3.1.2.1 El pictograma

3.1.2.2 Icónico

3.1.2.3 Tipográfico

3.1.2.4 La señal

3.1.2.5 Los códigos señaléticos

Dibujo V

Unidad I

1.1.3 Lenguajes no verbales

Teoría e Historia de la Ilustración II

Unidad I: Teoría de la ilustración

1.5 De la psicología a la semiología

Diseño V

Unidad II: Modelos proyectuales del método particular

2.2 Modelo proyectual semiótico

2.2.1 Categorías del signo

2.2.1.1 Icono

2.2.1.2 Índice

2.2.1.3 Símbolo

2.2.2 Códigos Gráficos

2.2.2.1 Diátricos

2.2.2.2 Taxonómicos

2.2.2.3 Lexicales

2.2.3 Funciones del signo

2.2.3.1 Referencial

- 2.2.3.2 Emotiva
- 2.2.3.3 Connotativa
- 2.2.3.4 Fática
- 2.2.3.5 Metalingüística
- 2.2.3.6 Estética
- 2.3 Modelo proyectual funcional
- 2.3.1.2 Significación
- 2.3.1.2.1 Emisor
- 2.3.1.2.2 Diseñador (codificador)
- 2.3.1.2.3 Receptor
- 2.4 Modelo proyectual sinérgico
- 2.4.1 Identificador
- 2.4.1.1 Signo
- 2.4.2 Codificación
- 2.4.2.1 Icónico
- 2.4.2.2 Lingüístico
- 2.4.2.3 Cromático

Diseño VI

Unidad II Señalización y Señalética

- 2.1 Antecedentes del diseño aplicado a la señalización y la señalética
- 2.2 Clasificación genérica de la señal gráfica
- 2.2.1 Por su función
- 2.2.1.1 En la señalización
- 2.2.1.1.1 Prohibitivas, preventivas, restrictivas
- 2.2.1.1.2 Dispositivo de protección
- 2.2.1.1.3 Informativas de destino de servicios
- 2.2.1.2 En señalética
- 2.2.1.2.1 Prohibitivas
- 2.2.1.2.2 Representativas
- 2.2.1.2.3 Informativas, ubicación.
- 2.2.2 Por sus características formales
- 2.2.2.1 Tipográficas

Diseño VII

Unidad II Identidad Gráfica

- 2.3 Clasificación genérica de la identidad gráfica
- 2.3.1 Logosímbolo

2.3.1 Logotipo

Envase y Embalaje IV

Unidad II El marco conceptual

2.8 Análisis de niveles de signo

2.8.1 Sintáctico

2.8.2 Semántico

2.8.3 Pragmático

Teoría e Historia del Diseño II

Unidad III Marco teórico del D.G. en la Comunicación Visual

3.1 De la simbología a la imagen global

3.3 Identidad gráfica

3.3.1 Símbolo

3.1.2 Señalización y señalética

3.1.2.2 La señal

3.1.2.3 Los códigos señaléticos

Diseño de Alfabetos II

Unidad II Composición

2.1 Repetición modular de los signos tipográficos

Psicología para la Comunicación Visual I

Unidad II Producción económica y signos

2.1 Producción y reconocimiento

2.2 Producción de significación

2.5 Signo valor de uso

2.6 Signo valor de cambio

2.7 Valor simbólico y función estética

2.8 Producción del signo-símbolo

Psicología para la Comunicación Visual II

Unidad IV Signo-Símbolo

Unidad V Simbolización

Publicidad II

Unidad II Individuo subjetivo

2.4 El símbolo

Semiótica I

Unidad I Los Sistemas Gráficos de Significación

1.1 Definiciones

1.2 Charles Sanders Peirce

1.3 Ferdinand de Saussure

Unidad II Concepciones contemporáneas

2.1 Las escuelas europeas

Unidad III Sistemas de signos

3.1 Semiótica, semiología y lingüística

3.2 Los subsistemas de comunicación

Semiótica II

Unidad II Sistemas de signos aplicados

2.1 signos icónicos y signos verbales

2.2 Señal

Teoría de la Comunicación

Unidad IV La semiosis social

4.1 La semiótica como método de análisis y de codificación

4.2 Las dimensiones semióticas

Teoría del Conocimiento II

Unidad I Proceso de Abstracción y de Simbolización

2.3 Símbolo y realidad

2.4 Proceso de simbolización

2.5 Símbolos artísticos.

El listado de asignaturas básicas y optativas del Plan de Estudios De la licenciatura en Diseño y Comunicación Visual que refiere en sus contenidos la Antología en el tema **La Imagen** se encuentran:

Factores Humanos para La Comunicación Visual II

Unidad II: Aspectos físicos y entorno humano

2.3 Estilos de Representación gráfica del cuerpo humano

2.3.1 Antropometría

2.3.2 Figuración

2.3.3 Geometrización

2.3.4 Estilización

2.3.5 Abstracción

Teoría e Historia del Diseño I

Unidad I: Conceptos generales

1.6 La estética y función

1.6.1 La revolución Industrial y el diseño

1.6.1.1 La simbolización

1.6.1.2 La figuración

1.6.1.3 La abstracción

Morfología para el Diseño I

Unidad I: La forma como sistema

1.1 Forma, figura e imagen

Diseño VI

Unidad I: Categorías del signo-objetográfico

1.1 De asignación

1.1.1 Pragmática

1.1.1.1 Legibilidad

1.1.1.2 Impacto cromático

1.1.1.3 Angulación

1.1.1.4 Distancia visual

1.1.1.5 Relación con el entorno

1.1.1.6 Coherencia con el contexto cultural

1.1.1.7 Calidad Plástica

1.1.1.8 Resistencia ambiental

1.1.1.9 Dimensionalidad

Constructividad

1.1.2 Semántica

1.1.2.4 Jerarquización texto-imagen

1.1.2.5 Balance concepto-imagen

1.1.3 Factores de relación para la asignación conceptual

- 1.1.4.1 Psicología de la percepción
- 1.1.4.2 Estética de la representación
- 1.2 De asignación
- 1.2.2 El sustento de configuración
- 1.2.2.1.4 El ámbito referencial: pragmática, semántica, semiótica.

Diseño VIII

Unidad II: Procesos básicos de experimentación en el diseño aplicado a la simbología y soportes tridimensionales.

- 2.1 Áreas de experimentación
- 2.1.3 Por su contexto
- 2.1.3.1 Psicología de la percepción
- 2.1.3.2 Estética de la representación

Medios de Comunicación I

Unidad IV: Los recursos publicitarios y propagandísticos

- 4.2 El texto

Imagen y Sociedad

Unidad II: La imagen: origen y funciones

- 2.1 Funciones de la imagen
- 2.1.3 Estética: Sensaciones

Unidad III: La relación imagen-realidad artística

- 3.7 La imagen como construcción simbólica: espacio plástico/espacio mental
- 3.8 La imagen como discurso

Procesos de Comunicación Social I

Unidad IV: Estímulos estéticos de la comunicación

- 4.1 Estética formal e imagen comunicativa
- 4.2 Estética formal y el discurso del diseño
- 4.3 Estímulo estético del texto
- 4.4 Estímulo estético de la imagen

Psicología para la Comunicación Visual I

Unidad IV: Conciencia y Mitos

- 4.6 La imagen
- 4.9 Imagen e idea

4.10 Juego visual

Psicología para la Comunicación Visual II

Unidad II: Ideología y Sociedad

2.7 Imagen e Idea

Unidad III: Imagen y color

3.1 Imagen virtual

3.2 Imagen constructiva

3.3 Imagen social

3.4 Imagen fija e imagen en movimiento

3.5 La luz, su iconicidad y color

3.6 El color, estructura de la luz, colores básicos

3.7 Forma y color

3.9 Color y significados sociales

3.9.1 Culturales

3.9.2 Psicológicos

Unidad IV: Instintos de la percepción

4.1 Instintos

4.2 Percepción

4.3 Qué percibimos

4.6 Percepción de objetos

4.6.1 Forma

4.6.2 Color

4.6.3 Espacio

4.6.4 Movimiento

4.7 Objeto de la Psicología

Teoría de la Comunicación

Unidad IV: La semiosis social

4.3 Las dimensiones: Pragmática de la imagen

Teoría del Conocimiento I

Unidad II: El problema del conocimiento y la realidad

2.4 La psicología de la forma: la Gestalt

Teoría del Conocimiento II

Unidad III: La interpretación y la Psicología de la representación

3.1.1 La relación imagen-representación

El siguiente listado de asignaturas tienen contenidos relacionados con el tema **La Creatividad**

Factores Humanos para la Comunicación Visual I

Unidad III: Teoría de la creatividad

3.1 Definición

3.2 Psicología de la personalidad

3.2.1 Características generales y particulares

3.2.2 Personalidad creativa

3.3 Creatividad e inteligencia

3.4 Pensamiento creativo

3.5 Conducta creativa

Factores Humanos para la Comunicación Visual II

Unidad I: Creatividad y Comunicación Visual

1.1 Procesos creativos en el diseño y la comunicación visual

1.2 Desarrollo de la capacidad creativa

1.3 1.2.1 Creatividad proyectual en el diseño

Introducción a la Tecnología Digital II

Unidad IV: Imagen digital y sociedad

4.2 Problemática creatividad-tecnología

Teoría de la Imagen II

Unidad V: Las campañas de comunicación

6.2 La imagen creativa

6.5 Estrategia creativa

Lectura, Imaginación y Creatividad I

Unidad III: Lectura y capacidad creadora.

3.1 Modalidad del pensamiento

3.2 Algunas teorías sobre la capacidad creadora y la inteligencia.

3.2.1 Piaget

3.2.4 Gardner

Diseño V

Unidad I: Proceso de proyección

1.3.1 Marco operativo de creación

Laboratorio de Diseño Editorial II

Unidad II: Estrategias de comunicación visual.

2.4 El proceso creativo: del arquetipo a la idea original.

Lectura, Imaginación y Creatividad II

Unidad III: Lectura e imaginación

3.1 El pensamiento y la emoción

3.2 Imágenes e ideas.

Medios de Comunicación I

Unidad IV: Los recursos publicitarios y propagandísticos

4.1 La estrategia creativa

Medios de Comunicación II

Unidad I: Creatividad

1.1 Concepto creativo

1.2 Dinámica de la creatividad

1.3 Aplicación de la creatividad

1.4 La creatividad en la publicidad y propaganda

1.5 Elementos de la creatividad publicitaria y propagandística

Unidad II: El proceso creativo

2.1 Concepto de idea

2.2 Elementos de la idea

2.3 Etapas del proceso creativo

2.4 Recopilación de información

2.5 Análisis del material preliminar

2.5.1 La incubación

2.5.2 El alumbramiento

Unidad III: Creación de ideas

3.1 Creación de ideas

Dibujo VII

Unidad II: Estudios del ser humano

2.2 Los hemisferios cerebrales y sus formas de lenguaje

2.6 Creatividad

Diseño VIII

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

Unidad II: Procesos básicos de experimentación en el diseño aplicado a la simbología y soportes tridimensionales

2.1.6 Proceso creativo

Creatividad I

Unidad I: Introducción a la creatividad

1.1 Creatividad y tipos de pensamiento

1.1.1 Definición

1.1.2 Pensamiento convergente y divergente

1.1.3 Pensamiento lineal y pensamiento lateral

1.2 La imaginación

1.2.1 La imaginación, la fantasía y la creatividad

1.3 Expansión y contracción de ideas

1.3.5 Patrones de pensamiento

Unidad II: Potencial creativo y su proceso

2.1 Extensión de la lógica

2.2 Transformaciones

2.3 Criterios para la valoración de la creatividad

2.4 Desarrollo de la inventiva

2.4.1 Inventos concretos y abstractos

2.4.2 Estrategia para el desarrollo de la inventiva

2.4.3 Como mejorar procedimientos

2.4.4 Modelo para desarrollar la creatividad

Creatividad II

Unidad I: Desarrollo del proceso creativo

1.4 La inteligencia y la imaginación

1.5 La motivación

Unidad II: Componentes del pensamiento creativo

2.1 La fluidez

2.2 La flexibilidad

2.3 La originalidad

2.4 La viabilidad

2.5 El pensamiento convergente

2.6 El pensamiento divergente

Unidad III: Creatividad y personalidad del ser creativo

3.1 Potencial creativo y su proceso

3.2 Etapas del proceso creativo: Preparación, incubación, iluminación, verificación

3.3 Características del ser creativo

3.4 Creatividad y medio ambiente

3.5 Creativa

Unidad IV: Desarrollo de la creatividad

4.1 La creatividad individual

4.2 La creatividad grupal

4.3 La tormenta de ideas

4.4 Preparación mental

Publicidad I

Unidad III: Construir para evaluar

3.2 Estrategia creativa

3.3 Racional creativo

Publicidad II

Unidad I: Procesos

1.1 Una idea

1.2 1.2 Visualización

1.3 La magia de pensar creativamente

Unidad III: Conocimiento y decisión

3.1 Creativo o cognoscitivo

3.2 Experiencia y conocimiento

3.2.1 Imaginar y proyectar

3.3 Las decisiones

3.3.2 imaginar para interpretar

3.3.3 Considerar para crear

Relaciones Humanas

Unidad III: Percepción e Innovación

3.1 Filtros y bloqueos preceptuales

3.2 Estrategias e innovación

3.8 Motivaciones

Teoría del Conocimiento I

Unidad II: El problema del conocimiento y la realidad

2.3 La relación entre el pensamiento y la visión

Unidad III: Nuevos aportes a la teoría del conocimiento

- 3.1 El desarrollo del lenguaje del cerebro, etc
- 3.3 La relación entre mano y cerebro.
- 3.4 La relación entre pensamiento y ojo

Envase y Embalaje IV

Unidad I: Factores de mercadotecnia en el método particular del diseño aplicado al envase.

1.4 Brief

1.4.1 Estrategia creativa

3.5- Propuesta 3:

3.5.1-Tema:

La última antología trata específicamente de lo que se considera como Preprensa, es decir, la manera en cómo actualmente se realiza un original mecánico a partir del uso de la computadora, las tecnologías con las que se cuentan en la actualidad, la aplicación del color y sus precisiones con la implicación tecnológica de las artes gráficas y el pormenor en torno a los archivos electrónicos para su aplicación a la impresión. Esta última revisa textos, difíciles de encontrar en un solo compendio incluso en español, ya que la mayoría tienen presentación en inglés.

Esta publicación sirvió para que cuatro pasantes de la licenciatura en Comunicación Gráfica recibieran su título, dos de los cuales inclusive por méritos académicos se les distinguiera con Mención Honorífica.

3.5.2-Contenido:

Los contenidos que presenta ésta última son:

1-Antecedentes de Preprensa

1.1 Preprensa

1.2 La tercera revolución Técnica

1.3 El DTP y la Revolución Digital.

1.4 Método Convencional

1.5 Original Mecánico

1.6 Proceso Actual

1.7 Elementos que Conforman un Archivo Digital

1.8 Gráficos vectoriales

1.9 Imágenes de Mapas de Bits

1.10 Original Digital

2-Color

2.1 Teoría del Color

2.2 Espectro Visible

2.3 Círculo Cromático

2.4 Modo RGB

2.5 Modo CMYK

2.6 Modo HSB

2.7 Modo LAB

2.8 Contraste Simultáneo

2.9 Tonos Acromáticos

2.10 Tintas Planas

2.11 Cuatricromía

2.12 Color Sync

2.13 Color Correcto

2.14 Calibración

3-Preparación de Archivos Digitales.

3.1 Digitalización

3.2 Selección del Original

3.3 Resolución

3.4 Ganancia de Punto

3.5 Medio Tono

3.6 Degradados

3.7 Overprint

3.8 Trapping

3.9 Registros

3.10 Rebases

3.11 Registros de Color

3.12 Registros de Corte

3.13 Suajes

3.14 Transporte de Archivos

3.15 Tipografía

3.16 Postscript

3.17 TrueType

3.18 Ligas de Archivos

3.19 Formatos de archivos

- 3.20 Recomendaciones.
- 3.21 Pruebas de Color
- 3.22 Tipos de Pruebas.

4-Tecnologías.

- 4.1 Software
- 4.2 Escáneres
- 4.3 Escáner Plano
- 4.4 Escáner de Tambor Rotativo
- 4.5 Escáner de Diapositivas
- 4.6 Cámaras Digitales
- 4.7 Impresoras y Plotters
- 4.8 Impresión Digital de Gran Formato
- 4.9 Inyección de Tinta (Inkjet)
- 4.10 Piezografía o inyección de tinta de alta velocidad
- 4.11 Plotter Electrostático
- 4.12 Impresoras de Chorro de Tinta
- 4.13 Impresoras de Cera Térmica
- 4.14 Impresoras de Sublimación de Tinta
- 4.15 Impresoras Láser de Color
- 4.16 Fotocomponedoras
- 4.17 El Nacimiento de la Industria Xeikon
- 4.18 Quickmaster DI 46-4
- 4.19 Aplicaciones de la Impresión Digital.

3.6-Realización:

De las opiniones recibidas de estos proyectos, se identifica la validez y utilidad que tendría su publicación. Para tal objetivo, se propone:

- ° Presentación del Proyecto al Comité Editorial de la ENAP.
- ° Impresión del primer tiro de cortesía para maestros de asignaturas relacionadas con los temas que las Antologías presentan.
- ° Aplicación de la encuesta en torno a la utilidad y evaluación de los maestros que conocen la Antología presenten.
- ° Revisión y corrección en torno a opinión académica.
- ° Primera Impresión.
- ° Distribución en la ENAP, al inicio de los semestres nones.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El financiamiento de la primera edición se puede solicitar dentro del programa de PAPIME.

Una vez que se vendiera la primera edición, se buscaría el colaboración de alguna fundación para completar el costo de una segunda edición que se dirigiría a otras instituciones de educación superior en donde se imparten licenciaturas relacionadas con el Diseño y la Comunicación Visual.

De las opiniones que hasta el momento se han recibido, tanto de jurados de los exámenes profesionales de los jóvenes compiladores, ahora licenciados en Comunicación Visual, así como de algunos profesores que conocen el proyecto, así como de investigadores tesistas, todos coinciden en que es un material valioso y digno de publicarse en beneficio de la comunidad que actualmente se encuentra en formación en el nuevo plan de estudios . Asimismo para los estudiantes que actualmente preparan su tesis para obtener el título de licenciatura.

Este proyecto, simboliza la preocupación por parte de nuestra escuela por beneficiar a los estudiantes y favorecer el interés por la investigación.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Conclusiones

Posteriormente, con el incremento de la participación de los diseñadores en el desarrollo social se plantea una tercera área: d) docencia e investigación”.

Para algunos investigadores de la anterior panorámica aducen tres a los factores que condujeron a una situación de “crisis en la enseñanza del diseño gráfico en nuestro país: el crecimiento irracional de la matrícula, el boom de los programas de cómputo y la falta de instancias de evaluación de los procesos y desempeños académicos”

Para el mismo docente de la Escuela Nacional de Artes Plásticas “ si en este momento, nuestros desempeños fueran evaluados, podemos predecir el diagnóstico.

Los estudios en diseño gráfico no están completos ; la afirmación puede resultar contundente y hasta molesta, sin embargo, atendamos a los siguientes argumentos:

-Somos una licenciatura que no cuenta con programas de especialización en educación superior del diseño y la comunicación que actualicen a los profesores en aspectos ligados con la didáctica y pedagogía así como las teorías contemporáneas del diseño.

-Por la razón anterior, la escuela no ha formado investigadores, es decir, la docencia no se sustenta en la investigación.

-Nuestra escuela no publica.

En general, el desarrollo de las habilidades básicas para la investigación, lectura y escritura, no es prioritario en las diversas asignaturas. En realidad, se considera al diseño gráfico como una actividad visual e intuitiva y no susceptible de ser explicada”

Sin embargo, se mantienen voces que en nuestro país llaman a la cordura en la formación de nuevos profesionales y ejecutantes: *“Hagamos de nuestra participación profesional una actuación honesta, objetiva, preparada y ética, eso hará, con el tiempo, que la sociedad nos reconozca y nos aproveche... ninguna herramienta puede transformar los conceptos”*

Ante este panorama nacional, las actividades de enseñanza del diseño y la comunicación visual observan ciertas características iniciales que sustentan la actual problemática del ejercicio docente derivada de tres circunstancias directamente enlazadas entre sí: la inconsistencia- y aún inexistencia formal-de un subprograma institucional dedicado a formar profesores en las distintas áreas, la continua incorporación de profesionistas sin ninguna experiencia docente y la ausencia de una cultura de evaluación del propio ejercicio pedagógico.

La primera particularidad está constituida por un fenómeno observable en la mayoría de las dependencias universitarias, donde los aislados esfuerzos por consolidar programas de formación de docentes son obstaculizados por los intereses e inercias político-administrativas propias de las instituciones en constante crecimiento, cuya legislación no ha sido puesta al día para satisfacer los constantes requerimientos de su naturaleza escolar y la gran mayoría de los afanes de capacitación en terrenos didácticos corren a cargo de la voluntad personal de quien se incorpora al esquema universitario. A este factor se incorpora el hecho de que una gran mayoría de involucrados no termina de asumir el ejercicio docente como un proyecto de vida profesional sino como un estado transitorio dentro de su ejercicio laboral.

La segunda circunstancia obedece a motivos de sustancia similar y se acentúa por la creciente matrícula en diseño gráfico que genera grupos excesivamente poblados, el debilitamiento de criterios de admisión, la constante rotación o migración de la planta docente, las propias expectativas laborales de los profesionistas involucrados, las determinantes profesionales de su formación académica y en fecha reciente, por las políticas educativas que privilegian la inclusión de egresados de áreas idénticas o afines al concierto didáctico de cada plantel-aunque en este último rubro no han terminado de aclararse los criterios selectivos del personal de nuevo ingreso.

En tercer lugar, haciéndose sentir de manera cíclica en las dos anteriores características, la falta de percepción de las bondades efectivas de una cultura de la evaluación, como proceso sistemático que permita captar información sobre un objeto de estudio para contrastarlo con un marco de referencia propiciatorio de la emisión de juicios de valor a fin de proponer alternativas para mejorar dicho objeto, ha traído como consecuencia una práctica común que conlleva serios riesgos para el desarrollo de la escuela: el refrito curricular, consistente en el superficial remiendo temático, la propuesta de actividades de aprendizaje que reverencias acríticamente las tendencias de moda y aún la complicidad de ignorancias disciplinares.

En este sentido, se señala que esta problemática como incidente a nivel nacional cuando expresa que adecuar el currículo rígido, forma en que tradicionalmente se han organizado los currículos a situaciones cambiantes, las instituciones han optado, en primer lugar, por actualizar los contenidos y en segundo lugar por incorporar diversas modalidades en la organización.

Para reforzar una categoría cualitativa, el proceso de enseñanza del diseño desea compartir el principio de "enseñar a pensar es enseñar a hacer (donde) se parte de la premisa que reconoce al alumno y al maestro como los sujetos centrales que construyen el acto educativo, sin pretender reducirlo a ellos. El trabajo pedagógico se realiza entre personas que poseen proyectos de vida concretos, que les dan una

forma particular de pensar, sentir y percibir el mundo. Estas personas establecen vínculos, es decir, formas de relacionarse. Debe buscarse la humanización de estos vínculos, frecuentemente mecanizados por prácticas pedagógicas rutinarias, pasivas y autoritarias, diseñadas desde una perspectiva industrializadora de la educación. Alumno y maestro deben reconocer las diferencias de sus subjetividades, formas de pensar y percibir, de manera que su encuentro en el acto educativo sea de complementariedad..

Es ampliamente conocido el hecho de que la gran mayoría de los profesores en las carreras de diseño no fueron formados para ello y que su acervo cognoscitivo y empírico deriva en grado superlativo de su propia capacidad para analizar dichos fenómenos educativos, proponer alternativas de solución a problemáticas estructurales y no sólo remiendos coyunturales, por lo que la continua propuesta de incrementar el trabajo colegiado pretende abatir paulatina aunque intencional y sistemáticamente dicha situación.

En este tenor y bajo un enfoque de aprendizaje significativo se espera que la riqueza de experiencias culturales del alumno tienda a conjugarse con las aportaciones del contexto social en que desarrolla su trabajo, donde el profesor funja como un verdadero tutor, más guía que dictador, que además de compartir su propia experiencia cuestione prácticas habitualmente paternalistas, castrantes o anquilosadas en la enseñanza del diseño.

Para propiciar este clima de aprendizaje, se ha determinado que el perfil del docente asignado a la transmisión de contenidos teóricos debería tener como rasgos:

Ser humanista, pues al conocer sus posibilidades y limitaciones cognoscitivas, afectivas y psicomotrices procura incrementar las primeras y disminuir las segundas.

Investigador con probada capacidad metodológica y técnica instrumental para plantear y llevar a cabo esquemas de búsqueda informativa susceptible de ser explicada a desconocedores del tema, mostrando al mismo tiempo su utilidad funcional.

Sensible a las disciplinas artísticas en general, muy probablemente ejecutante experimentado de alguna de ellas.

Profesional capaz de trabajar con profesionales de otras disciplinas, con clara tendencia al trabajo en equipo. De la revisión de los Planes de estudios de las licenciaturas anteriores y de la permanente participación en la vida académica y de investigación de la ENAP se identifican informaciones importantes que son útiles para un mejor funcionamiento y aprovechamiento de recursos como:

-La estructuración de programas efectivos de orientación vocacional que expresen claramente, en el perfil del aspirante, características tales como: Capacidad de observación, aptitudes psicomotrices básicas para el dibujo, capacidad de análisis y síntesis para adquirir y procesar información, capacidad creadora, habilidades en cuanto al manejo de instrumentos y equipo propio de la licenciatura, interés por las manifestaciones culturales y capacidad y disposición por la lectura y la investigación.

-La promoción y el apoyo para las actividades colegiadas interdisciplinarias de profesores que faciliten actualizar los contenidos programáticos y la discusión académica, así como para consolidar su relación horizontal y el intercambio de experiencias en sus respectivas disciplinas.

-La búsqueda de mecanismos para una interacción directa entre la investigación y los planes de estudios que permita integrar los conocimientos generados en los contenidos temáticos.

- La profesionalización de la Docencia en el diseño Gráfico: con el establecimiento de programas de promoción laboral, asignación de recursos en programas de estímulos para profesores de asignatura que se vinculen con proyectos de investigación y la planeación de la especialidad en Enseñanza del Diseño en Instituciones de Educación Superior.

Todo esto redundaría en mejores condiciones, mayor calidad y compromiso con nuestra actividad académica

Bibliografía:

- ANUIES, Anuario Estadístico "Población escolar por carrera entidad federativa e institución" México, Anuies 1998.
- Beltrán, Félix**, *Acerca del diseño*, 1ª ED, La Habana, Letras Cubanas, 1984
- Bonsiepe, Giu**, *Las 7 columnas del diseño*, 1ª ED, México UAM-A, 1993.
- Bürdek, Bernard E.**, *Diseño, teoría y práctica del diseño industrial, Elementos para una manualística crítica*, 1ª ED. México G. Gili, 1994.
- Cassier, Ernst**, *Filosofía de las formas simbólicas y antropología filosófica*, México, Ed.FCE, 1985.
- Costa, Joan**, *Imagen Global*, 3ª ED, Barcelona, CEAC, 1994.
- Costa, Joan y Moles Abraham**, *Imagen didáctica*, 1ªed, Barcelona. CEAC, 1991.
- Díaz Barriga Arceo, Frida y Gerardo Hernández Rojas**, *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. /Una interpretación constructivista*, 1ª ED, México, Mcgraw-Hill Interamericana Eds., 1998.
- Galindo, Jesús**, *Técnicas de investigación en sociedad cultura y comunicación*, 1ª reimp., México DF., Pearson/Prentice Hally/Adison, 1998.
- Irigoyen Castillo, Francisco**, *Filosofía y Diseño, Una aproximación epitemológica*, 1ªED.; México, UAM Xochimilco 1998.
- Moles Abraham A y Luc Janiszewski**, *Grafismo funcional*, 2ª ED., Barcelona, CEAC, 1992.
- Prieto, Daniel**, *Estética*, 1ª ED., México, ANUIES, 1977.
- Prieto, Daniel**, *Diseño y Comunicación*, 1ªED, México, UAM Xochimilco, 1982.
- Olea Oscar**, *Un modelo relativista de gravitación universal en las artes*. Memoria del XIV Coloquio Internacional de Historia del Arte, 1ª ED, México, UNAM-IIIE, 1994.
- Sánchez Soler, María Dolores**, *Modelos Académicos*, 1ª ED, México DF. ANUIES 1995, p.11.
- Satué Enric**, *El diseño gráfico: Desde sus orígenes hasta nuestros días*, 2ª ED, Madrid, Alianza Editorial, 1990.
- Zurrosa Barrera Fernando**, *Reflexiones sobre historia, filosofía, teoría y metodología del diseño gráfico*. Tesis, ENAP, México, 2001.
- Plan de Estudios de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, ENAP, UNAM, México.1997.