

Universidad Don Vasco, A.C

Incorporada a la Universidad Nacional Autónoma de México

Escuela de Diseño y Comunicación Visual

EL DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL PARA DIFUSIÓN DE CENTROS DE DESARROLLO PROFESIONAL PARA MAESTROS

Campaña de difusión de los centros de actualización
para docentes de nivel básico de la ciudad de
Uruapan, Michoacán

Tesis profesional que para obtener el título
de licenciado en diseño y comunicación visual presenta :

Erick Cutiérrez Roque



Escuela de
**diseño y
comunicación
visual**

Uruapan Mich. Marzo 2006



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.



CEDEPROM
Uruapan

Asesor de Diseño:
LDG. Kenneth L. Treviño Cassilly



Papá: esta tesis te la quiero dedicar a ti,
porque eres un ejemplo a seguir como
Padre,
ser humano y MAESTRO.

Gracias por todo lo que me diste, Papá.

Nunca te voy a olvidar.

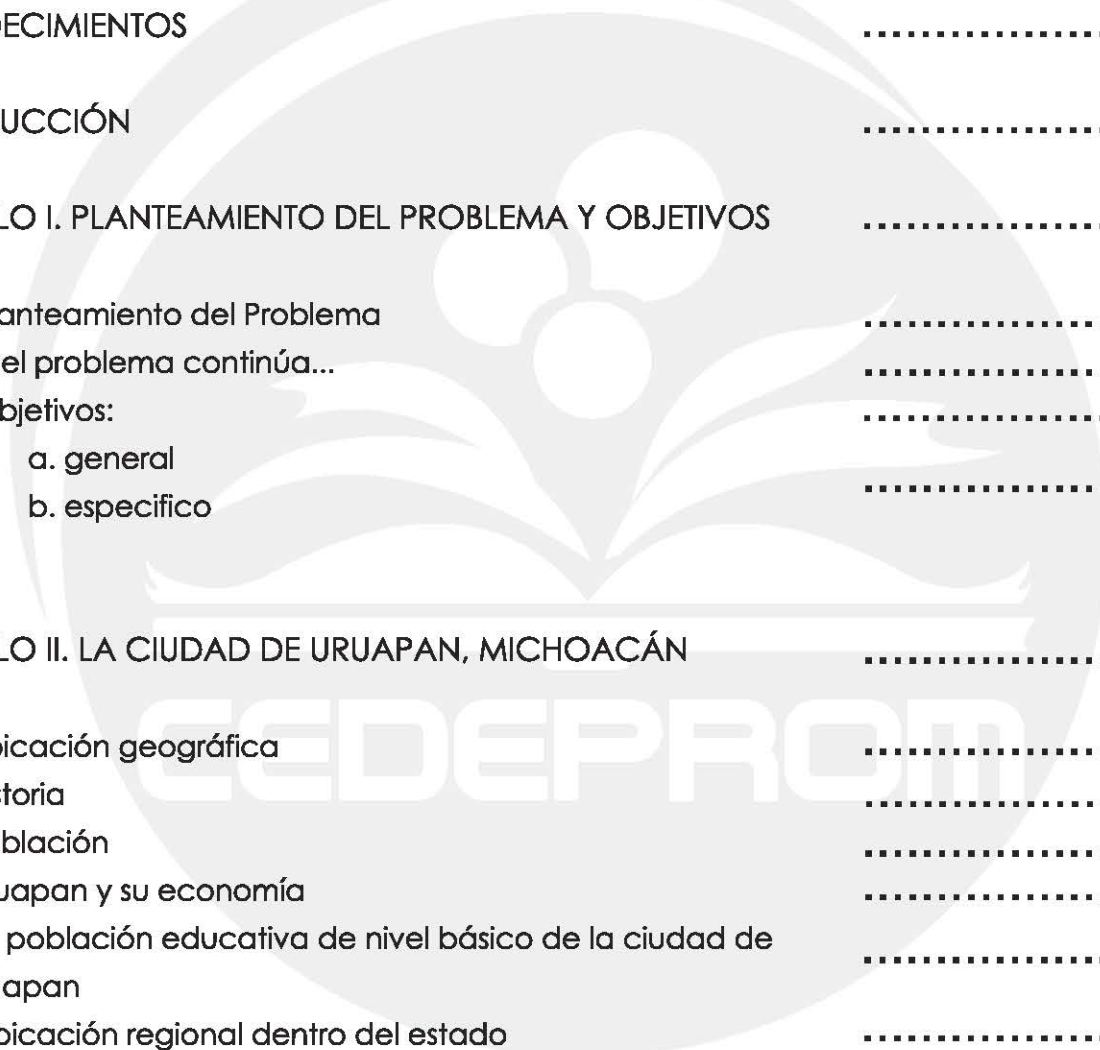
J. Cleofas Gutiérrez Contreras



índice

Índice





AGRADECIMIENTOS	2
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS	5
1. Planteamiento del Problema	6
2. Si el problema continúa...	8
3. Objetivos:	9
a. general	10
b. específico	10
CAPÍTULO II. LA CIUDAD DE URUAPAN, MICHOACÁN	11
1. Ubicación geográfica	12
2. Historia	13
3. Población	17
4. Uruapan y su economía	17
5. La población educativa de nivel básico de la ciudad de Uruapan	18
6. Ubicación regional dentro del estado	20

CAPÍTULO III. LA EDUCACIÓN Y EL DOCENTE	21
1. La educación	22
2. La educación básica	26
3. La SEP y su participación en la educación	27
4. Visión de la educación básica	30
5. Desarrollo profesional de los maestros	31
6. Visión de la educación básica y perfil de los maestros	32
a. Perfil de los maestros	
b. Como resultado el docente obtendrá	
7. Metodología actual para la docencia	35
Los componentes de una propuesta para la formación y desarrollo profesional de los maestros	
8. Los componentes formación y desarrollo de los maestros	41
Formación docente	
CAPÍTULO IV. LA ACTUALIZACIÓN DOCENTE Y SU CONTEXTO	43
1. Historia de los cursos estatales de actualización docente	45
2. Marco histórico de los cursos de actualización	48
3. Importancia de la actualización constante y de las nuevas formas de enseñanza.	51

4. Beneficios del estar actualizado	61
5. Problemas para adquirir e implementar las nuevas técnicas de aprendizaje	62
a. Estadísticas de la situación actual	
b. Situación actual	
6. Medios de información por los cuales los docentes se enteran actualmente de los cursos de actualización, y los motivos por los cuales no dan resultados	69
a. La percepción que tienen los docentes de los beneficios Y cursos de actualización	
 CAPÍTULO V. LOS CENTROS DE ACTUALIZACIÓN	 75
1. ¿Qué son los centros de maestros?	76
a. Definición	
b. Estructura	
2. ¿Qué son los CEDEPROM?	78
3. Tipos de cursos de actualización	83
a. Cursos nacionales	
b. Cursos estatales	
b. Talleres generales	
c. Talleres cortos	
3. Instituciones y miembros que apoyan estos centros de formación docente	87

CAPÍTULO VI. EL DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL	88
1. Historia del diseño gráfico	
a. Escuela de la Bauhaus	
2. ¿Qué es el diseño y la comunicación visual?	98
Perfil profesional del diseñador y comunicador visual	
3. El diseño y la comunicación visual en la actualidad	101
a. Importancia del diseño gráfico en la sociedad	
b. El papel del diseñador y comunicador visual	
4. Áreas del diseño	107
a. Imagen corporativa	
b. Logotipo	
c. ¿Cuándo una empresa necesita identidad corporativa?	
d. Beneficios de la identidad corporativa	
e. Medios impresos	
f. Publicidad	
g. Campaña publicitaria	
CAPÍTULO VII. QUÉ SE HA HECHO	121
a. Medios impresos para su difusión	

CAPÍTULO VIII. METODOLOGÍA DEL DISEÑO	132
1. Necesidad	134
2. Objetivos	135
3. Aportaciones y público meta	136
4. Recursos	137
a. Humanos	
b. Materiales	
c. Diseño	
5. Enfoques	138
a. Conceptual	
b. Funcional	
c. Expresivo	
6. Posibles soluciones	139
7. Mi propuesta	142
A. Campaña de difusión y publicitaria	143
B. Agenda funcional dirigida al docente	143
C. Carteles	144
D. Imagen institucional	145
E. Agenda	146
F. Caricatura	154
1. Definición	
2. Algunas definiciones de la caricatura	

CAPÍTULO IX. SOLUCIÓN DEL PROBLEMA	160
1. Agenda dirigida a docentes	162
a. Conceptualización	163
b. Contenido de la agenda	164
c. Proceso de bocetaje	165
d. Retícula	167
e. Materiales	169
f. Elementos decorativos	170
g. Elección de la tipografía	171
h. Contenido	172
2. Carteles		
a. Creación de los personajes	225
b. Carteles de la campaña	250
c. Proceso de diseño de los carteles de la campaña	264
3. Imagen institucional		
a. Conceptos	274
b. Lluvia de ideas	275
c. Conceptualización	276
d. Proceso de bocetaje	277
e. Elección de la tipografía	281
f. Elección del color	284

4. Personaje institucional	
a. Conceptualización	287
b. Proceso de bocetaje	288
c. Diseño final	291
CAPÍTULO X. PLAN DE MEDIOS	292
Presupuestos y lanzamiento	293
CAPÍTULO XI. CONCLUSIONES	
BIBLIOGRAFÍA	299
ÍNDICE FOTOGRÁFICO	304



CEDEPROM



Introducción

introducción

introducción





Introducción

El ambiente educativo a nivel básico que se percibe en la ciudad de Uruapan preocupa no sólo a nivel local, sino que hasta las mismas estadísticas nacionales lo confirman: el estado de Michoacán aparece en los últimos lugares de nivel educativo. Atendiendo a tal situación, la presente tesis pretende, mediante un análisis de temas, la optimización en el aprendizaje por parte del alumno y un desempeño eficaz y consciente en la labor del docente. Para ello lo primero a analizar es el lugar donde se presenta tal problema: Uruapan, del que se dará una breve reseña geográfica, educativa y su realidad docente, es decir, cuál es el nivel de actualización con que cuentan los maestros y si para tal actualización, han contado o cuentan con centros de trabajo o programas que favorezcan su óptimo desempeño como docentes. En relación a este tema, se podrá ver cómo los maestros ignoran la existencia de tales cursos o centros de trabajo en donde pueden adquirir información en pro de su labor e, incluso, adoptan una actitud renuente para asistir a tales centros. Tal actitud es el resultado de una falta de difusión de los mismos y de las actividades que se realizan en dichos lugares.

En otros lugares, la difusión y publicidad que se les ha otorgado a los lugares con esta encomienda, ha tenido como resultado un aumento en la calidad del aprendizaje, por parte del alumnado y, en la enseñanza, por parte de los docentes. Así pues, promover estos lugares por medio de una imagen propia y ad hoc a sus necesidades ayuda a que sean más fáciles de identificar y el mismo docente se sienta miembro activo, no sólo dentro de su escuela sino, además, dentro de un círculo en el que se pueda retroalimentar de manera recíproca.



CAPÍTULO I

planteamiento del problema y objetivos





Planteamiento
del problema
problema



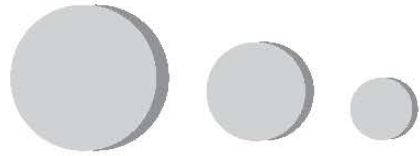
Planteamiento del problema

La falta de difusión de los centros de actualización y de los distintos programas de formación que la SEP ha venido implementando, dirigidos a docentes de nivel básico de la ciudad de Uruapan, Michoacán.

La comunidad docente de nivel básico en la ciudad de Uruapan, Michoacán, se está enfrentando a situaciones críticas en el ámbito educativo: por una parte, los nuevos planes que la SEP ha venido implementando en los últimos años y, por la otra, el desconocimiento de la existencia de instancias que brindan la información sobre el manejo de los nuevos métodos de enseñanza. Estos lugares tienen la finalidad de que tanto maestros como alumnos se vean favorecidos con la aprehensión de dichos métodos. Sin embargo, los maestros se muestran renuentes ante la posibilidad de adquirir nuevas técnicas y métodos de enseñanza orientados a la calidad de su desempeño profesional, por dos razones principales: por un lado, se muestran temerosos ante los resultados que puedan ellos mismos arrojar en sus evaluaciones y, por otro, está el hecho de que se sienten autosuficientes con las herramientas que tienen. No hay que olvidar la más común de las excusas: falta de tiempo.

Existen instituciones como CEDEPROM y UNEDEPROM que fueron creadas por la SEP y el gobierno del Estado, quienes tienen conocimiento de que nuestra entidad ocupa los últimos lugares en la actualización educativa en nuestro país. Tales instituciones carecen de una imagen gráfica, y en consecuencia, de promoción (hablando gráficamente).

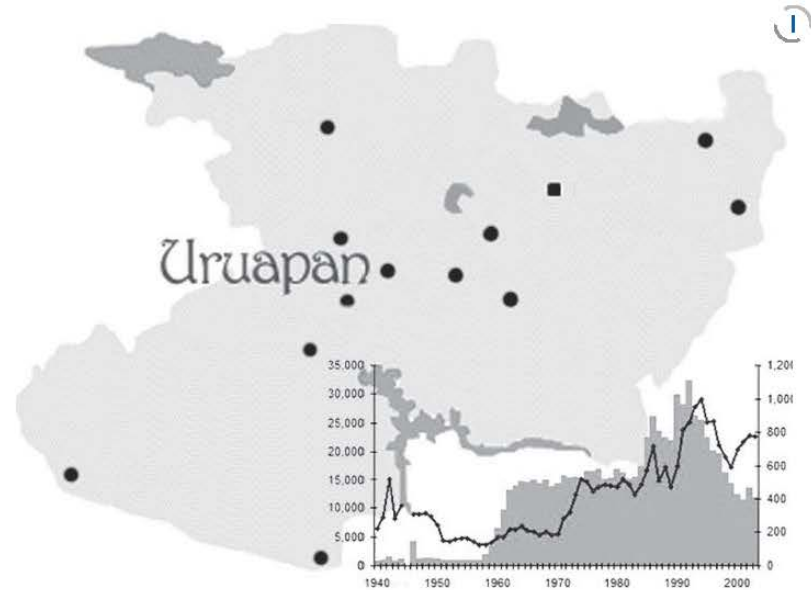
La única promoción que se hace de estos lugares es de viva voz, o por recomendación de quienes tienen conocimiento de estas instituciones.



Si el problema continúa...

8

- La región de Uruapan seguirá en los últimos lugares de actualización y aprovechamiento
- Seguiría el desperdicio de materiales que instituciones como la SEP brindan para una mejor educación
- Los docentes de la ciudad de Uruapan seguirán con un método de enseñanza arcaico
- Se vería reflejado en los alumnos





Objetivos
objetivos

objetivos





Objetivos

General

- Dar a conocer a los docentes de nivel básico de la ciudad de Uruapan, Michoacán, las repercusiones positivas del estar actualizado académicamente, de acuerdo con los programas que la SEP propone para un desempeño más eficaz.

Específicos

- Concientizar a los docentes de nivel básico de la ciudad de Uruapan, Michoacán, de la importancia de la actualización constante y permanente para elevar la calidad de educación en el estado. Así mismo, crear una identidad corporativa para las instituciones de formación docente, para que éstas tengan una mayor difusión y sean conocidas por los docentes de esta entidad, y así cumplan con el objetivo para el que fueron creadas.
- Mejorar el distinto material de difusión y promoción de estos centros de actualización y formación de la ciudad para que así tengan más asistencia por parte de los docentes.
- Dar a conocer a los docentes las instituciones de formación que existen en la ciudad de Uruapan, y la labor que desempeñan.



CAPÍTULO II

Uruapan, Michoacán



Ubicación geográfica de la ciudad de Uruapan, Michoacán

Michoacán

El estado de Michoacán se localiza entre el lago Chapala y el río Lerma por el norte y el río Balsas por el sur; es uno de los estados más bellos de la República Mexicana y su tierra es fértil y productiva. Los límites de Michoacán son, al norte, los estados de Jalisco y Guanajuato; al sur, el estado de Guerrero y el Océano Pacífico; al este, con los estados de Querétaro y México, y, al Oeste, los estados de Jalisco y Colima. El estado de Michoacán tiene una superficie de 59,864 kilómetros cuadrados.

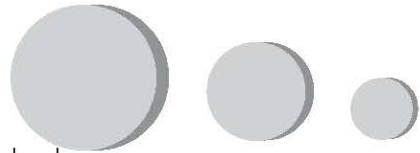


La ciudad de Uruapan, está situada en la vertiente sur de la sierra del mismo nombre, prolongación de la de Apatzingán, formando parte del eje volcánico. Su altura sobre el nivel del mar se considera de 1634 metros y queda situada a los 19° 24' 56" de latitud Norte y 102° 03' 46" de longitud Oeste del Meridiano de Greenwich.

El municipio de Uruapan se incluye dentro de la sierra volcánica transversal, siendo el principal sistema montañoso del estado. La orografía de este municipio está compuesta de terrenos accidentados con una topografía montañosa, lomas, mesetas y llanuras.



Las principales elevaciones del municipio de Uruapan son cinco y éstas son: El Brinco, con una altitud de 3000 m; el cerro Angahuan, con una altitud de 3280 m, cerro El Metate, de 2900 m, y el cerro El Homo, que cuenta con una altitud de 2900 m y finalmente el cerro de la Cruz, con una altitud de 2300 m y que colinda en su ladera sur con la zona urbana.



Historia

13

El vocablo Uruapan viene de la palabra purhépecha ULHUPANI, que significa lugar de la eterna formación y fecundidad de los botones florales. "Uruapan, sitio en donde se venera al dios príncipe de las flores, fue establecido prehispánicamente para constituir un exuberante paraíso y un tranquilo cacicazgo que tributaba al rey purhépecha".¹



Uruapan de antaño
J. Jesús Alejandro Romero
www.Uruapan.gob.mx

Existen varias versiones sobre el significado de la palabra Uruapan, ya que para unos es jícara, para otros significa en donde los árboles siempre tienen frutos y otros determinan que se deriva del vocablo "Ulhupani" que significa reverdecer o florecer, es decir, el lugar donde todo florece. Todos estos significados coinciden con la definición de que Uruapan significa exuberancia de variada vegetación. Por ello, en nuestros días es llamado el paraíso de Michoacán.



No existen muchos datos en relación a la historia de Uruapan, sin embargo se atribuye su fundación a Fray Juan de San Miguel; no obstante, se tiene registro de asentamientos humanos purhépechas, mucho antes de la llegada de los españoles. Fray Juan de San Miguel llegó a Uruapan en el años de 1531, encontrando casi abandonado el lugar; sin embargo, se dio cuenta de, que habitaban en la región aledaña pequeñas familias de otomíes, aztecas, nahuatl, chichimecas, chontales, tarascos y otros grupos étnicos, los cuales hablaban sus propias lenguas.

Los puhépechas lograron tener cierto control militar y político, pero de ninguna manera eran los únicos ni los primeros en habitar esta región.

Debido a causas difíciles de precisar, la ciudad de Uruapan ha perdido una parte importante de material histórico, por lo cual se dificulta conocer su pasado. Por ejemplo, de todo el tiempo que duró la Conquista, apenas se tiene pocos datos referentes. Fray Juan de San Miguel agrupó y organizó a la gente de los barrios, mismos que fundó con nombres de santos patronales, los cuales contaban con su capilla, coro y escuela.

Estos barrios eran considerados de alguna manera como comunidades autónomas, con identidad y costumbres propias. Los nombres de estos nueve barrios, siguiendo su disposición por la parte norte y dando vuelta al pueblo en el sentido de la manecillas del reloj, fueron San Juan Bautista, San Miguel, San Francisco, La Magdalena, San Juan Evangelista; en el centro del pueblo, el de la Trinidad y, en la zona conocida actualmente como los Riyitos, el barrio de los Reyes.

El trazo de Uruapan estuvo sujeto a las normas de urbanización española de la época del Renacimiento, en ejes y cuarteles, cuyas calles van de norte a sur y de oriente a poniente y en el centro de la traza estarían los edificios de gobierno y de atención social y religiosa.



Templo de san Francisco
Uruapan Michoacán

Cabe destacar que el fundador de la ciudad de Uruapan tuvo especial interés en que los pobladores aprendieran oficios, entre ellos artesanías. Es indiscutible que tanto las capillas de los barrios como la Huatapera (Hospital de indios) se construyeron con influencia española y morisca. La Huatapera es la joya arquitectónica de mayor valor histórico de Uruapan, para algunos conceptuada como el primer hospital de indios de América.

Durante la guerra de independencia, Uruapan fue asiento del primer congreso Anáhuac y, a la consumación de ésta, alcanzó la categoría de municipio y cabecera de distrito. Durante la intervención francesa, esta ciudad dio asilo a todos los poderes del estado y, al igual que en todas las luchas posteriores a la independencia, los Uruapenses demostraron su enorme valor. Hombres notables han nacido en Uruapan, como Antonio Florentino Mercado, liberal que escribió el Libro de los Códigos; Manuel Ocaranza, pintor del siglo XIX; Manuel Pérez Coronado, pintor también, y don José Ma. Izazaga, secretario del general Morelos.



La Huatapera
primer hospital de indios de América





El escudo del municipio fue elaborado por el teniente coronel Luis Valencia Madrigal y comprende, en la parte superior, los perfiles del español y nativo de esta región de Uruapan. En el cuartel superior izquierdo encontramos las capillas de los nueve barrios en los que se fundó la ciudad de Uruapan y la Huatapera o primer Hospital de Indios de Latinoamérica.

En el cuartel superior derecho se ve a los dioses que adoraban los tarascos, simbolizadas por la luna, el sol y una estrella, los colores de la Bandera Nacional y las llagas de Cristo de la Orden Franciscana. En su cuartel inferior izquierdo se ve el volcán Parícutín, rodeado de la vegetación con que cuenta Uruapan y la Tzaráracua al frente. El cuartel inferior derecho está dedicado a los Mártires de Uruapan.

En la parte inferior encontramos ramas de café, que salen de una jícara hecha a mano, conocida como "maque", atravesada por la inscripción que dice: "Salvaguada del espíritu, la tradición y la mexicanidad".

Población

Michoacán está formado por 113 municipios, con un total de 4,227,017 habitantes al año 2005 (según cifras del CONAPO); presenta una tasa de crecimiento poblacional del 0.7%, que está por debajo de la tasa a nivel nacional, la cual es de 1.4% para el periodo 2000-2010. La población de Michoacán equivale a casi el 4% del total de habitantes de la República Mexicana

Con una población de 348,147 habitantes (dato obtenido del censo de la comisión de agua potable, alcantarillado y saneamiento de Uruapan, (CAPASU), es una de las ciudades más importantes de Michoacán.



12

Uruapan y su economía

La economía local radica en la agricultura y fruticultura, y es uno de los principales productores de aguacate en la República. Uruapan es considerada la puerta de entrada a la más abundante y rica región natural de Michoacán, y es conocida también como la capital mundial del aguacate. Es la sede más grande y antiguo lianguis artesanal de Latinoamérica.

La población económicamente activa de Uruapan es de 199,637 personas, de las cuales el 14% se dedica a la actividad agropecuaria, otro 14% al comercio, un 19% a la industria y el resto a servicios y otras actividades.

El producto del aguacate es un importante factor en el desarrollo económico de la región. En Uruapan existen más de 30 industrias procesadoras y empacadoras de fruta. En esta región, el aguacate es el cultivo que demanda más empleos e infraestructura.

En el sector industrial, hay más de 200 empresas organizadas que generan empleo para 5,000 obreros, aproximadamente.

Una empresa también importante en la ciudad de Uruapan es Industrial Papelera Mexicana, instalada en 1975 y cuyo giro es la fabricación de papel higiénico y papeles blancos; a la fecha es líder en el mercado de papel para fotocopiado.

empresas que debemos mencionar también son: Arfibras, que actualmente producen asientos para autos que vende la fábrica Volkswagen.

Uruapan tiene refresqueras como: bebidas purificadas del Cupatitzio, embotelladora Aga; también Chocolatera Moctezuma, S.A de C.V y pequeñas empresas que elaboran productos que han identificado a esta región con la elaboración del charanda, aguardiente hecho a partir de caña.



La población educativa de nivel básico de la ciudad de Uruapan

Otro sector que ayuda a que la ciudad de Uruapan crezca tanto culturalmente y económicamente, es el gremio de los docentes, por la participación que tiene con la sociedad al motivarla en su preparación. A través de los años se ha incrementado la población tanto de maestros como de alumnos, de (32,807 docentes que había en el ciclo escolar 2001-2002, la cifra se incrementa a 39,000 docentes en el ciclo escolar 2004-2005). Desafortunadamente no ha habido un crecimiento en lo que actualización y formación docente se refiere, ya que los resultados nos indican que seguimos teniendo altos índices de reprobación.

Las principales fuentes de información sobre la situación educativa son el análisis cuantitativo y cualitativo de los programas de estudio del PRONAP. (Programa Nacional de Actualización Permanente)

que se realizaron en el presente ciclo escolar 2004-2005, arrojaron un total de 39,000 docentes en el estado de Michoacán de los cuales corresponde a esta ciudad la cantidad de 6927, distribuidos de la siguiente manera:

Nivel Educativo	Docentes	Educación Física	Tecnologías	Educ. Artísticas	Biblioteca	Aula de medios	Otros	Directores	Supervisores	Jefes de sector	Jefes de enseñanza	ATP	TOTAL
Escolar Regular	690	38		30			45	90	13	2		12	920
Escolar Indígena	45							14	1			1	61
Educación indígena Esp.	15							2				1	18
Educación especial	14	3		3			38	1					59
SEP	8						16	2					26
Primaria Regular	2650	265	33	21		30	36	213	21	2		67	3338
Primaria Multigrado	290									2		25	317
Primaria Indígena													
Educación Especial	98						35	14	1			1	149
Secundaria General	1323	32	38	27	6	6	59	27	3	3	20		1544
Secundaria Técnica	223	13	65		3		44	14	2		15	1	380
Telesecundaria	230						5	16	4			5	260
Extraescolar	141							24	2			1	168

Unidad Estatal de Desarrollo Profesional del Maestro
 Concentrado del Personal de la Zona de Influencia del Centro de maestros: Uruapan

Ubicación regional

Se localiza en la porción oeste del estado de Michoacán, entre los paralelos 19° 38' 00" al 19° 12' 00" de latitud norte y los meridianos 101° 56' 00" al 102° 22' 00" de longitud oeste de Greenwich, con una variación en altitud de 900 msnm (ejido el Sabino y ejido San Marcos) a 3,280 msnm (Cerro Angahuan), con una altitud en la ciudad de 1,620 msnm. La cabecera Municipal se ubica a 19° 25 minutos de Latitud Norte y 102° 03' de Longitud Oeste. (INEGI, 2001).

Superficie Territorial del Municipio. La extensión territorial del municipio de Uruapan es de 830.28 kilómetros cuadrados, representando éstos el 1.46% del total de la superficie estatal. (INEGI, 2001.)



El municipio de Uruapan tiene 137 localidades y/o centros rurales de población de diversos tamaños y características geográficas, siendo las más importantes:

Nuevo Zirosto, Angahuan, Caltzontzin, Santa Ana Zirosto, San Lorenzo Jicalán, Corupo, Capacuaro, Jucutacato.

El municipio de Uruapan colinda, al norte, con los municipios de Charapan, Paracho y Nahuatzen, al este, con Ziracuaretiro, Taretan y Tingambato; al sur, con Gabriel Zamora; al oeste, con los municipios Nuevo Parangaricutiro y Los Reyes.





CAPÍTULO III

la educación y el docente



La educación

En México es inobjetable el derecho a la igualdad de oportunidades de acceso al sistema educativo nacional, sin más limitaciones que satisfacer los requisitos expresados en las disposiciones aplicables. Esta iniciativa de reforma busca precisar una garantía individual que se encuentra implícita, con cierta ambigüedad, en el artículo tercero, hoy vigente: la de acceso a la educación. A diferencia de los demás derechos garantizados por la llamada parte dogmática de la Constitución, la educación no aparece con un mandato a la autoridad para que ejecute o permita que se efectúe una conducta determinada. (Hacia una didáctica general dinámica Imedío G., Nerfci)



La Educación Básica es
Laica, Gratuita y Obligatoria,
de acuerdo con la Constitución



Tampoco se señala quién es el beneficiario de la obligación que tiene el Estado. Así pues, conviene establecer explícitamente en el artículo tercero el derecho de todos los mexicanos a recibir educación. De este modo el Estado, además de procurar la impartición de la educación en los principales términos de esta iniciativa, deberá abstenerse de expedir resolución o realizar acto alguno que impida a todos los individuos que cumplan los requisitos señalados en las disposiciones aplicables, tener las mismas oportunidades de acceso a la educación.

En la historia de México, la educación siempre ha preparado y apoyado las grandes transformaciones y, en particular en nuestro siglo, cada avance social ha sido acompañado de un renovado impulso a todas las tareas educativas, afianzándolas, extendiendo sus beneficios y ensanchando así nuestros horizontes. México vive hoy una honda transformación que exige dedicar atención cada vez más creciente a la educación.

Una preocupación principal de las grandes luchas sociales ha sido lograr un aumento paulatino de la escolaridad considerada necesaria y obligatoria. En 1867, cuando el presidente Benito Juárez introdujo la obligatoriedad de la primaria, esta correspondía a la llamada educación primaria elemental, consistente en sólo tres años de estudios, a la que seguía la llamada primaria superior. Más tarde, la obligatoriedad comprendió aplicar una educación primaria elemental de cuatro años y, en 1905, Justo Sierra pugnó por que se extendiera a cinco años. La Ley Orgánica de Educación, promulgada en febrero de 1940, fijó que la educación primaria abarcaría un periodo de seis años.



Benito Juárez
Introdujo la
Educación Primaria Obligatoria



Grandes han sido los logros educativos, pero existe también la plena conciencia de los rezagos y nuevos retos. El XI Censo General de Población y vivienda permite constatar que todavía hay niños sin acceso a la primaria, y jóvenes y adultos que no la concluyeron. El esfuerzo unido de sociedad y gobierno ha logrado que existan hoy condiciones más favorables para abatir los rezagos, disolver las disparidades regionales, avanzar hacia la universalización plena de la primaria y elevar la calidad de la educación en el país de acuerdo con las necesidades de desarrollo del país, y el desenvolvimiento de las oportunidades de mejoramiento social.

Cada día es más numeroso el acervo de estudios, investigaciones y pruebas científicas que ratifican la importancia formativa de los primeros años del ser humano. En ellos se determina y delimita principalmente el desenvolvimiento futuro del niño, se adquieren los hábitos de alimentación, salud e higiene y se finca su capacidad de aprendizaje. Particularmente, la motivación intelectual en la edad de preescolar (cuatro a cinco años) puede aumentar todas las capacidades del niño para su desarrollo educativo posterior. Una concreta evidencia empírica nos permite comprobar que la educación preescolar reduce significativamente la reprobación y la deserción en los grados iniciales de la primaria, señaladamente en el primero, y permite ingresar al siguiente ciclo escolar con una disposición mejor estructurada por la concentración y un buen desempeño en las labores escolares.



La educación ha contribuido a labrar una parte fundamental de la identidad nacional y del sentimiento de pertenencia a una patria soberana, independiente y unida. La educación siempre ha sido un medio para asegurar la permanencia de los atributos de nuestra cultura y el acrecentamiento de su vitalidad. La educación resume nuestra concepción de la democracia, el desarrollo y la convivencia nacional y, por ello, es en el artículo tercero constitucional donde el constituyente ha plasmado los valores que deben expresarse en la formación de cada generación de compatriotas.

La educación es un ejercicio intencional que consiste en el ejercicio deliberado de influencia sobre aquéllas a quienes se educa. Influencia que, en el ámbito de la enseñanza, se traduce en la imposición de significados sobre la realidad, a través del conocimiento y las formas en que éste y las relaciones pedagógicas se organizan y se ponen en práctica. Esencialmente, la enseñanza implica la intención de cambiar la conciencia de todos los alumnos hacia la aceptación de una realidad que, posteriormente, generará cambios en la forma de conciencia y las posibilidades de pensamiento y acción. Las escuelas son instituciones sociales, con autonomía relativa, que transmiten, reproducen y transforman la cultura y las relaciones sociales. En tanto tiene que ver con el moldeamiento de las conductas sociales, la educación se encuentra ligada al control social. Evidentemente, no es el único ámbito social en que el control se ha ejercido y se ejerce: también ocurre con el derecho y la religión.



El concepto de hegemonía resulta de gran utilidad para entender que las escuelas, como instituciones que son de conservación y distribución de la cultura, crean y recrean formas de conciencia que permiten el mantenimiento del control social, de tal manera que los grupos dominantes no tienen que recurrir a formas o mecanismos explícitos de dominación.

Entender la cultura de la enseñanza, en el modo que piensan los docentes, debe conducirnos a buscar las conexiones existentes entre estos pensamientos y acciones con las condiciones ideológicas materiales, interiores y exteriores a la escuela que determinan lo que pensamos que son nuestros problemas reales. De esta forma, estaremos en mejores condiciones de comprender y transformar nuestra visión de la escuela y nuestro papel en ella.

La educación básica

Una educación básica de buena calidad está orientada al desarrollo de las competencias cognoscitivas fundamentales de los alumnos. Entre las que más destacan se encuentran las habilidades comunicativas básicas, es decir la lectura, la escritura, la comunicación verbal y el saber escuchar. Una educación básica de buena calidad debe formar en los alumnos el interés y la disposición a continuar aprendiendo a lo largo de su vida, de manera autónoma, y autodirigida a transformar toda experiencia de vida en una ocasión de aprendizaje.



Esta educación es aquella que propicia la capacidad de los alumnos de reconocer, plantear y resolver problemas; de predecir y generalizar resultados, de desarrollar el pensamiento crítico, la imaginación espacial y el pensamiento deductivo, además de brindar a los alumnos los elementos necesarios para conocer el mundo social y natural en el que viven, y entender éstos como procesos en continuo movimiento y evolución. Proporciona las bases para la formación de los futuros ciudadanos, para la convivencia y la democracia y la cultura de la legalidad. En una buena calidad de educación básica, el desarrollo de las competencias básicas y el logro de los aprendizajes de los alumnos son los propósitos centrales, las metas a las cuales los profesores, la escuela, el sistema dirigen sus esfuerzos.

La SEP y su participación en la educación

27

El 18 de mayo de 1992, la Secretaría de Educación Pública (SEP) y los gobiernos de las 31 entidades federativas del país firmaron un acuerdo nacional para la modernización de la educación básica (ANMEB) que definió tres grandes líneas de política educativa para transformar el sistema: la federalización de los servicios, la reformulación de contenidos y materiales y la revaloración de la función social del maestro. Esta tercera línea se ha desarrollado por dos rutas centrales: el establecimiento de la carrera magisterial y la formación permanente de los maestros de educación básica en servicio. Este texto describe, de manera sintética, cómo se emprendió desde la Secretaría de Educación Pública la construcción del Programa Nacional para la Actualización Permanente de los Maestros de Educación Básica en Servicio (PRONAP), cuáles fueron sus antecedentes inmediatos, cuáles fueron las consideraciones que llevaron a definir sus características principales y cómo fueron desarrollándose las acciones nacionales y estatales para montar la infraestructura material de la que hoy se dispone, así como para formar el personal responsable.

SEP

Secretaría de Educación Pública



La SEP tiene como propósito esencial crear condiciones que permitan asegurar el acceso, a todos los mexicanos, a una educación de calidad, en el nivel y modalidad que la requieran y en el lugar donde la demanden. En la actualidad, México cuenta con un sistema educativo amplio y diverso, que ofrece una educación para el desarrollo humano integral de su población. Este sistema es reconocido nacional e internacionalmente por su calidad, ya que constituye el eje fundamental de un desarrollo enfocado a lo cultural, científico, tecnológico, económico y social de la nación.



Así pues, la Secretaría de Educación Pública sigue unas normas y valores desde su fundación, los cuales son :

- Honestidad
- Responsabilidad
- Honradez
- Respeto
- Compromiso
- Integridad
- Liderazgo
- Actitud de servicio
- Disciplina
- Igualdad



Con la finalidad de fomentar el desarrollo de la investigación en la educación básica, y en cumplimiento de las acciones establecidas en el Programa Nacional de Educación (PRONAE), se señala que se impulsará la investigación educativa como elemento fundamental para la toma de decisiones en materia de educación básica, y se alentará la difusión de las mejores prácticas e innovaciones educativas de enseñanza y aprendizaje en las entidades federativas para beneficio de las escuelas y los alumnos del país.



La Secretaría de Educación pública, a través de la Subsecretaría de Educación Básica Normal, estableció el programa de Fomento a la Investigación Educativa. Siendo sus objetivos primordiales:

29

- 1) Promover y apoyar el desarrollo de la Investigación educativa como medio para sistematizar información, y generar conocimientos para la Innovación educativa y el diseño e implementación de políticas dirigidas a la educación básica.
- 2) Evaluar las políticas y programas nacionales que ha puesto en marcha la Secretaría de Educación Pública en educación básica, como un medio para su mejoramiento continuo y para la rendición de cuentas a la sociedad.
- 3) Auspiciar la comunicación permanente y sistemática entre los investigadores y las autoridades educativas.
- 4) Fomentar la formación de investigadores y del personal técnico de las entidades federativas.



SEE
MICHOCÁN

Establece el Programa
Fomento a la Investigación Educativa.

Visión de la educación básica

Los cambios en la educación básica son necesariamente graduales, puesto que la formación de los educandos es un proceso que contempla numerosos aspectos, que toma tiempo (al menos 9 años de instrucción básica obligatoria) y cuyo efecto se prolonga a lo largo de la vida. Además de las dificultades prácticas que representa modificar un sistema educativo tan grande como el nuestro, el asunto es complejo, puesto que el reto de la educación es el de la transformación de la sociedad. Pensar en la educación que queremos es equivalente de reflexionar sobre la sociedad que todas deseamos, el futuro que esperamos construir. Los verdaderos cambios en la educación son silenciosos, se van construyendo día con día, en el trabajo cotidiano, esforzado y constante de miles de profesores y profesoras en el aula y en la escuela, de los padres de familia que apoyan los aprendizajes de sus hijos, de los directores, supervisores y personal de apoyo de las autoridades educativas.

Sin duda, el desafío más importante que enfrentamos en la actualidad es lograr que la educación que anhelamos se concrete efectivamente en el salón de clases y en la escuela. Para lograr esto, es preciso emprender cambios importantes en las prácticas de enseñanza de los maestros, y en las relaciones que se establecen en las escuelas y salones de clase. Es necesario también contar con un sistema educativo que genere las condiciones para que mejore la calidad de enseñanza, y permita que los niños y jóvenes aprendan lo que se tiene que aprender.

Se ha propuesto lograr que, en los próximos años, el ámbito de la educación básica nacional (los educandos y educadores, las autoridades, los planes, programas y métodos y las escuelas e instituciones) se transforme en un sistema abierto y dinámico, orientado a lograr, con el apoyo de los padres de familia y la sociedad, los propósitos que animan a la función de educar. Que los niños reciban un servicio de calidad y adquieran los conocimientos y las habilidades necesarias para su desarrollo, que aprendan a ejercer con responsabilidad sus derechos y sus obligaciones, y que puedan seguir superándose a lo largo de la vida.



El desarrollo profesional de los maestros

31

Es necesario concebir y reconocer al trabajo de los maestros como una profesión. Si bien ese trabajo puede tener características diferentes de las de otras profesiones en cuanto a reglas de ingreso, acreditación de conocimientos además de certificación periódica de competencias, autonomía del ejercicio y grado de independencia respecto de los empleadores, la enseñanza reúne cualidades que la constituyen como un campo profesional de actividad, y no sólo como una ocupación laboral. Limitar lo que es la enseñanza a una actividad estrictamente técnica e instrumental, tiene un riesgo enorme para el desempeño docente y para el futuro educativo de la nación: significa ignorar su complejidad y reducir sus posibilidades de construir una educación de calidad para los niños y jóvenes.

Reconocer el trabajo de los maestros como una profesión y darle el tratamiento que corresponde nos permitirá avanzar en dar una mejor atención educativa a la población. Los maestros, como los integrantes de otras profesiones, deben contar también con conocimientos básicos, disciplinarios, sistemáticos, así como también la posibilidad de actualizarlos permanentemente, con una preparación específica para el desempeño, con habilidades especiales e identidad con principios éticos. Sin embargo, se requiere definir el concepto y el modelo de profesionalidad que implica la enseñanza. Sobre todo, han de encontrarse los beneficios de una actuación plenamente fundamentada y comprometida, y las ventajas de una colaboración estrecha con las familias y la comunidad.



La profesión de la docencia
vincula a familias, alumnos y maestros

La enseñanza eficaz debe insertarse en la comunidad, y conectarse con la vida de los alumnos. La profesión de los docentes ha de estar vinculada con una mayor democratización de la educación escolar, transfiriendo poder tanto a las familias y a los alumnos como a los profesores, pues de ese modo se puede constituir comunidades de aprendizaje, relevantes y educadas, para responder a sus necesidades e intereses.

Visión de la educación básica y perfil de los maestros

Perfil de los Maestros

El profesional de la docencia se caracteriza por un dominio cabal de su materia de trabajo, por haber logrado una autonomía profesional que le permitirá tomar decisiones informadas, además de comprometerse con los resultados de su acción docente, además de trabajar en colectivo con sus colegas y manejar su propia formación permanente.



Todo docente tendrá un dominio total de la labor y el área en que se desempeñe



El maestro de educación básica dispondrá de las capacidades que le permitan organizar el trabajo educativo, diseñar y poner en práctica estrategias y actividades didácticas con el fin de que todos sus educandos alcancen los propósitos de la educación; reconocerá la diversidad de los niños que forman el grupo a su cargo y atenderá a su enseñanza por medio de una variedad de estrategias didácticas, las cuales desarrollará de manera creativa.

El docente, además, reconocerá la importancia de tratar con dignidad y afecto a sus alumnos, apoyará el establecimiento de normas de convivencia en el aula y fuera de ella que permitan a los educandos la vivencia de estos valores; dará una alta prioridad y cuidará la autoestima de cada uno de los estudiantes bajo su cargo; aprovechará tanto los contenidos curriculares como las experiencias y conductas cotidianas del aula y en la escuela, para promover la reflexión y el diálogo sobre asuntos éticos y problemas ambientales, globales y locales que disminuyen la calidad de vida de la población; propiciará el desarrollo moral autónomo de los alumnos, y favorecerá la reflexión y el análisis del grupo sobre los perniciosos efectos de cualquier forma de maltrato y discriminación (por ejemplo, por razones de género, apariencia física, edad, credo, condición socioeconómica y grupo cultural o grupo de pertenencia).



El docente tiene la responsabilidad de guiar al alumno dentro y fuera del aula.



Este profesor deberá poseer las habilidades requeridas para el uso y aprovechamiento de, básicamente, las nuevas tecnologías de información y la comunicación como medios para la enseñanza; además, será capaz de evaluar integralmente el aprendizaje de sus alumnos y de utilizar los resultados de esta evaluación para mejorar su enseñanza.

Como resultado el docente:

- 1 Habrá desarrollado la disposición y la capacidad para el diálogo y la colaboración profesional con sus colegas. (1)

- 2 Tendrá capacidad de percepción y sensibilidad para tomar en consideración las condiciones sociales y culturales del entorno de la escuela en su práctica cotidiana; valorará la función educativa de la familia y promoverá el establecimiento de relaciones de colaboración con las madres, los padres y la comunidad. (2)

(1, y 2) taller de introducción al PRONap



Los principios que regirán la acción de este maestro y su relación con los demás miembros de la comunidad escolar serán los valores que la humanidad ha desarrollado y que consagra nuestra Constitución: respeto y aprecio por la dignidad humana, por la libertad, la justicia, la igualdad, la democracia, la solidaridad, la tolerancia, la honestidad y el apego a la legalidad.

Metodología actual para la docencia

35

Los componentes de una propuesta para la formación y el desarrollo profesional de los maestros

La construcción de una nueva propuesta basada en la profesionalización de la enseñanza considera la formación docente como un proceso integral de fases de ámbitos interrelacionados: admitir en la carrera a los estudiantes potencialmente más capaces, ofrecer una formación inicial, contratar a quienes demuestren las competencias básicas para el ejercicio docente, y estimular y retener a los docentes eficaces en la profesión, continuando su formación y desarrollo profesional. Lo anterior debe vincularse con el mejoramiento de las condiciones para la enseñanza y el aprendizaje, con incentivos que motiven a los maestros a asumir la profesión con entusiasmo, preparación suficiente y responsabilidad, así como mecanismos sistemáticos de evaluación de dichas fases y ámbitos.



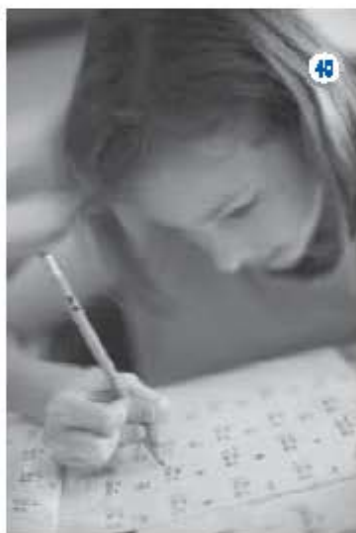
Desde su formación, el docente tendrá que demostrar que es altamente capaz



Los incentivos los motivarán a asumir la profesión con entusiasmo



Las organizaciones e instancias actualmente responsables de promover el desarrollo profesional de los maestros deben diseñar nuevas formas de trabajo y fortalecer sus vínculos de coordinación, a efecto de ofrecer opciones de formación altamente estimulantes, así como pertinentes, a las necesidades de aprendizaje y a los contextos reales de enseñanza. En este sentido, resulta una condición básica garantizar un uso más racional y el aprovechamiento de los apoyos que se destinan para estos objetivos. El papel que pueden desempeñar estas instituciones es clave en la construcción de la propuesta, sustentada en la valoración del ejercicio docente y en la responsabilidad de ofrecer una educación de calidad con equidad para todos los niños y jóvenes del país.



Esta nueva propuesta precisa de un sistema nacional unificado y coherente de la formación inicial y continua de los maestros, conformado a partir de la integración de los sistemas estatales respectivos; orientado por políticas trazadas no sólo para el futuro inmediato, sino para el mediano y largo plazo, que permitan y estimulen el crecimiento profesional con planes de acción concordantes. En la definición e instrumentación de dichas políticas, es fundamental tomar en cuenta los conocimientos y experiencias de los profesores, con el fin de que se ajusten a la realidad. También es necesario considerar las propuestas de especialistas y tomadores de decisiones, así como de alumnos y padres de familia.



En seguida se describirán algunos aspectos de políticas educativas dirigidas a la configuración de esta propuesta de desarrollo profesional

37

a) Ingreso a la Carrera Docente

La enseñanza debe ser valorada como una ocupación valiosa e indispensable para el desarrollo del país. Es necesario llevar a cabo estrategias que permitan atraer a buenos estudiantes a la carrera docente, así como mejorar los requisitos y procesos de selección. El atractivo para los posibles aspirantes debe radicar, en buena medida, en su interés por la enseñanza como carrera de vida, en la que existan perspectivas razonables para la satisfacción personal dentro de la profesión. La regla general debe seleccionar candidatos no sólo con las mejores calificaciones académicas posibles, sino también, con rasgos de personalidad deseables.



Los posibles aspirantes a la docencia deberán mostrar su interés por la enseñanza como carrera de vida.

b) Formación Inicial

Se requiere de un modelo curricular que les permita a futuros docentes adquirir las competencias básicas para la enseñanza, centrada en los propósitos, enfoques, contenidos y prácticas de la educación básica, así como desarrollar capacidades que favorezcan el aprendizaje permanente y autónomo, tanto a partir de la experiencia como del estudio sistemático. Esta formación ha de lograrse en condiciones organizativas y de funcionamiento de los planteles que estimulen el aprendizaje profesional. En este sentido, la preparación y dedicación del personal docente encargado de la formación inicial de los maestros es un factor clave; por ello, es esencial promover también su profesionalización.

Tendrán que desarrollar capacidades de aprendizaje permanente y autónomo, así como un estudio sistemático

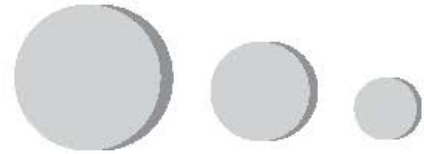


Incorporar al servicio a profesores que reúnan el perfil Profesional requerido, para que alumnos cuenten con maestros competentes



c) Ingreso al Servicio

En un principio, es necesario establecer mecanismos de selección confiables que permitan incorporar al servicio a profesores que reúnan el perfil profesional requerido, de tal manera que todos los niños y adolescentes cuenten con maestros competentes; por tanto, es recomendable que las plazas disponibles por incidencias de personal y por nueva creación que se generan en el servicio educativo, se asignen conforme a criterios y procedimientos objetivos y transparentes.



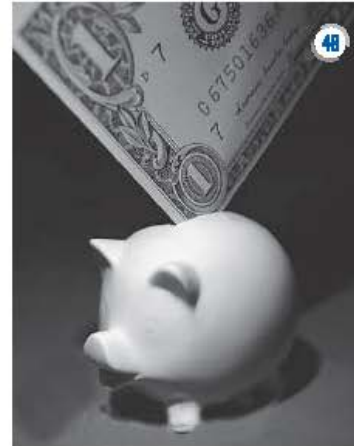
d) Formación Continua

39

Lograr que todos los maestros tengan la posibilidad de proseguir su formación profesional conlleva implementar modalidades diversas, adecuadamente articuladas y coherentes, que atiendan a todas las necesidades de aprendizaje de los maestros, favorezcan al mejoramiento de su práctica docente y eliminen a las prácticas burocráticas que desalienten su aprovechamiento; esta diversidad de opciones no debe ir en menoscabo de la calidad. Además, los maestros deben acreditar su capacidad para ejercer la profesión durante la permanencia en las escuelas.



e) Incentivos



Es necesario avanzar hacia un nuevo marco de incentivos profesionales para los maestros, que supere al actualmente establecido a través de la carrera magisterial, y que asegure nuevas perspectivas profesionales. Estos incentivos deberán estar relacionados con la mejora del aprendizaje y desempeño profesional, individual, colectivo y por escuela. Los profesores requieren apoyo público decidido, y el respeto a sus derechos; a cambio, tienen que reconocer y cumplir plenamente sus responsabilidades y deberes para con la sociedad.

Las oportunidades efectivas de desarrollo profesional, dentro y fuera de la escuela, constituyen un incentivo altamente valorado por los docentes; en ellas radica, en parte, la posibilidad de atraer buenos prospectos para la docencia y contar en las escuelas con maestros competentes y satisfechos de su labor. Un maestro que logra que sus alumnos aprendan incrementa el aprecio por su trabajo, al tiempo que recibe el reconocimiento de los niños, de los padres de familia y de toda la comunidad escolar.

f) Estándares y desempeño de evaluación



Lograr la coherencia y efectividad de la propuesta para el desarrollo profesional de los maestros implica cambiar la cultura laboral existente, establecer con rigor procedimientos de evaluación y parámetros de calidad que abarquen todas las fases del proceso de selección de docentes.

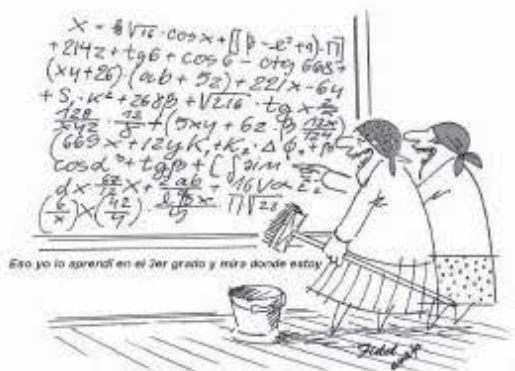


Los componentes, formación y desarrollo de los maestros

Formación Docente

4

51



La palabra formación es cada vez más utilizada para designar estados, funciones, situaciones, prácticas. La formación designa principalmente prácticas, pero éstas son igualmente nombradas con otros términos, tales como perfeccionamiento, reciclaje, educación permanente, educación continua, aprendizaje, etc. Sin embargo, se trata de diferentes fenómenos y diferentes problemas.

El campo de la formación de docentes es uno de los que mayormente concentran la discusión ideológica, porque se le concibe como uno de los factores definitorios del sistema educativo, y aún de la sociedad. Históricamente, hay enfoques que visualizan la formación de docentes como capacitación centrada en la mejora de competencias; otros que la conciben como superación académica cuyo eje es la adquisición de conocimientos de cultura general; unos más como sinónimo de actualización de saberes, principalmente de innovación específica y, en el presente, como formación profesional, lo cual implica el dominio de especialidades en la práctica docente.

Antes de la década de los años setenta del siglo pasado, la tendencia en la formación de docentes era tradicional, asignándoles una función social de transmisión del saber y de la cultura dominante, para ejercerse en beneficio del sistema socioeconómico resultando, por tanto, un juego de poder. Ya en la década siguiente se le concibió como un proceso de desarrollo y de estructuración que la persona lleva a la práctica, bajo el efecto de una maduración interna y de posibilidades de aprendizaje. En la década de los 90 comenzó a entenderse como una formación para la indagación y la reflexión, y en el fin de presente siglo y milenio se ha propuesto una formación centrada en la capacidad reflexiva y transformativa de educadores.

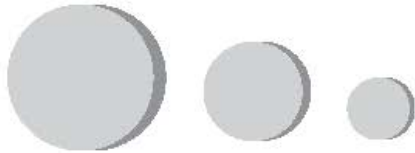


El modelo base de formación permanente asume dos rasgos básicos: la práctica profesional y la actuación del docente en la escuela. La profesión docente se concibe como una práctica analítica, comprensiva, capaz de interpretar la realidad y de intervenir en ella, mediante la búsqueda de soluciones técnicas creativas y la estructuración de actividades que faciliten la toma de decisiones en el aula. Esto requiere que los profesores reflexionen sobre su propia práctica docente, de tal manera que les permita retomar el sentido de la teoría implícita en la enseñanza, en sus esquemas básicos de funcionamiento y en sus actitudes.

Los profundos cambios que sufren las sociedades actuales, particularmente las latinoamericanas, se dan con el advenimiento de las nuevas fuentes y formas de acceso a la información y al conocimiento, la ruptura de identidades políticas tradicionales, la globalización de la economía y la reconversión de las prácticas profesionales. Plantea la necesidad de cambios en los sistemas educativos en general y, particularmente, en el papel que ha cumplido el docente.



Estimaciones recientes mencionan que más de 50 millones de personas se dedican a la enseñanza en el mundo. Un tercio se desempeña en enseñanza media superior. La educación básica obligatoria y la noción de educación permanente aumentará el número de docentes en los próximos años, en una gran onda masificadora que, en el presente, se expresa en una diversidad de prácticas y de niveles de calificación que tiene como característica la clasificación en categorías y la pérdida de prestigio, acentuada en los docentes jóvenes.



Esta propuesta formativa, en el contexto de la realidad de las instituciones formadoras de docentes en el estado de Michoacán, es de una complejidad mayúscula, que habrá que enfrentar con propuestas estratégicas de acción, pensadas desde múltiples dimensiones y asumidas de modo sistemático en las diversas situaciones y con una racionalidad de apertura a todas las opciones posibles, sin limitarlas a soluciones unívocas y simplificadas.

El estado actual de subsistema de formación docente, determinado históricamente, tiene hoy la posibilidad de constituirse en objeto de conocimiento, a efecto de develar las variables que la explican y, aún más, identificar las potencialidades que permitan su vigencia y pertinencia en los escenarios del presente y del futuro que llega.



La formación se refiere, más que asimilar contenidos, al desarrollo de una actitud y de habilidades para establecer una relación de conocimiento sobre las prácticas a través de las cuales los profesores intentan, en sus estudiantes, la apropiación de una conciencia sobre su realidad y sus posibilidades para transformarla. Esta noción de formación alude a un docente capaz de imaginar y desarrollar pedagogías alternativas y transformativas, que activen en los educandos la producción de conocimiento, el dominio de habilidades y destrezas, y la apropiación de una conciencia que les permita actuar en su recorte de la realidad con un sentido crítico y transformador. En esta perspectiva, la formación de los docentes plantea la necesidad del desarrollo de las capacidades de reflexión y de acción para construir un discurso pedagógico propio que permita tomar decisiones sobre su quehacer, y que permita romper condicionamientos teóricos, empíricos, experimentales y burocráticos que bloquean sus horizontes.



CAPÍTULO IV

la educación y su contexto



Historia de los cursos estatales de actualización docente

A partir de 1992, como consecuencia directa del Acuerdo Nacional para la Modernización de la Educación Básica (ANMEB) y del establecimiento de la carrera magisterial, las autoridades educativas estatales se vieron en la necesidad de ofrecer cursos de actualización a los docentes de todos los niveles y modalidades en que se imparte la educación básica, dado que ésta era la forma de garantizar que se accediera al puntaje previsto en el factor que estimula la actualización en el sistema de promoción. La federalización de servicios educativos trajo como consecuencia que la oferta se improvisara, buscando responder a necesidades de estabilidad laboral en el magisterio y no, como hubiera sido deseable, a una concepción clara acerca de la actualización como formación permanente y a un diagnóstico de los requerimientos educativos de cada entidad federativa.

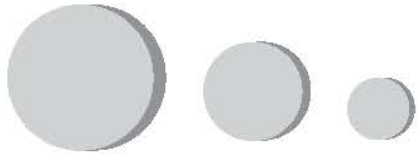


ANMEB

Acuerdo Nacional para la
Modernización de la Educación Básica



La SEP y las autoridades educativas estatales comenzaron a crear un nuevo tipo de institucionalidad que no tenía antecedentes inmediatos. Se estaba creando la Subsecretaría de Educación Básica y Normal con carácter normativo cuando apenas se estaban configurando las secretarías de educación estatales, de ahí que en ese momento no fuera posible diseñar una normatividad general que regulara la calidad y la pertinencia de la producción y la extensión de los cursos destinados a los profesores, y que tampoco hubiera, en la mayor parte de los estados, las condiciones institucionales básicas para emprender las acciones destinadas a crear una fuerza técnica componente y adecuada que soportara la tarea de actualización docente, y diera sentido y relevancia para mejorar la calidad educativa.



46

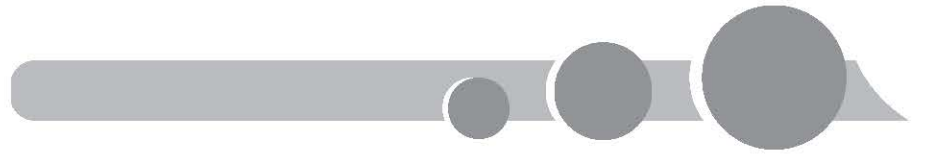
Esto significó que las autoridades educativas estatales confiaran la tarea de construir propuestas de cursos a los equipos técnicos de los niveles de educación básica, y no a las instituciones existentes (escuelas normales, centros de actualización del magisterio y unidades de la Universidad Pedagógica Nacional), dedicadas a otro tipo de tareas formativas: la inicial, la de nivelación y de postgrado.



Así, la oferta creada constituyó lo que desde entonces se conoce como los cursos de carrera magisterial. Éstos se renuevan cada año y su diseño está a cargo de diversos equipos técnicos estatales que, por lo regular, carecen de contacto entre ellos y no responden a un eje que dé sentido y razón a cada propuesta en un contexto de mejora de los servicios educativos de cada entidad federativa. Las autoridades educativas estatales, durante la época transcurrida, han realizado un gran esfuerzo para satisfacer la demanda anual de los cursos, de acuerdo con las normas básicas de una carrera magisterial. Desafortunadamente, sus requisitos no se basan en criterios académicos. (Por ejemplo, la exigencia de renovar anualmente los cursos, y hacerlo en los plazos fijados de antemano en el calendario de actividades del propio sistema de carrera). Lo anterior convierte un proceso que, por naturaleza, debe ser pausado (con tiempos de reflexión, indagación, de búsqueda, de prueba) en una actividad rutinaria y poco creativa, lejana a las necesidades del sistema educativo y de sus usuarios, y que no recupera las necesidades del quehacer docente.



La extensión de los cursos a maestros adolece de lo mismo: poco rigor en la selección de asesores, ausencia de control de las condiciones de formación, evaluación trivial o inexistente, poco énfasis en el aprendizaje y menos concepto de que la actualización es un medio **para mejorar las competencias docentes y de la tarea de enseñanza.**



En síntesis, los cursos se diseñan, imparten y evalúan bajo la lógica de asegurar puntajes a los maestros, sin un propósito educativo de desarrollo profesional. Por ello, el alto costo invertido en recursos humanos, materiales y financieros para producir y ofrecer estos cursos, no se corresponde con los escasos (o tal vez nulos) efectos que éstos han tenido en el desarrollo profesional de los maestros, y en la mejora de los resultados del sistema educativo. La insatisfacción respecto de esta oferta, casi obligatoria por su significado en el puntaje de carrera, es generalizada. Los maestros no encuentran una respuesta a sus necesidades, y las autoridades educativas estatales no la perciben como una vía para mejorar los resultados de sus sistemas educativos, lo que les lleva a buscar opciones distintas para procurar la formación de los docentes en servicio.

Marco histórico de los cursos de actualización

48

Para iniciar la atención sistemática y ordenada a favor de los maestros en materia de actualización, la Secretaría de Educación Pública, en acuerdo con el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación, creó en 1995 el Programa Nacional para la Actualización Permanente (ProNAP) de los Maestros de educación básica en servicio.

El ProNAP responde a los términos de la Ley General de Educación, que señala con claridad el papel normativo que corresponde a la SEP y el papel operativo que corresponde a las autoridades educativas estatales.

Los objetivos iniciales del programa están dados por la valoración crítica del estado que guarda la formación de los maestros en servicio, por la necesidad de dar un fuerte impulso y poner en práctica, en las aulas, las modificaciones curriculares llevadas a cabo a partir de 1993, y por el enfoque educativo determinado por las características de la propia reforma en la educación básica.

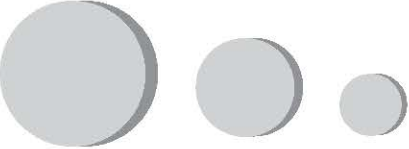


En mayo de 1992, surge el Acuerdo para la Modernización Educativa, firmando entre la SEP y el CEN (Centro de Educación Nacional) del SNTE (Secretaría Nacional de Trabajadores del estado). En él se plasma claramente la idea de conformar un Sistema Nacional para la actualización, formación capacitación, nivelación, además de un desarrollo profesional del maestro y que esto mismo sucedería en los diferentes estados de la República. En 1995, a través de la dirección de Formación de Docentes, dependiente de la Subsecretaría de Educación Media Superior y Superior de la Secretaría de Educación en el Estado de Michoacán, surge un documento prototipo titulado "Sistema estatal de formación y desarrollo profesional del maestro" en donde se implementan una serie de acciones en el estado, cuyo sustento se encuentra en el artículo 3º constitucional, la Ley General de Educación y el Plan Nacional de Desarrollo.

La Secretaría de Educación Pública lanzó programas para la actualización como el Programa Emergente de la Actualización del Magisterio (PEAM) y, al siguiente año, el Programa de Actualización del Magisterio (PAM); ambas dejaron experiencias nacionales que contribuyeron a generalizar la convicción de que la actualización de maestros debe ser un servicio educativo continuo y permanente; además, su operación en los estados permitió la experiencia de grupos de maestros en la presentación de este servicio. Ello fue valorado por la Secretaría de Educación Pública y, con el propósito de hacer llegar a los profesores servicios más significativos con sus respectivos materiales de apoyo creó, de acuerdo con el SNTE, los criterios para el establecimiento del Programa Nacional de Actualización de Maestros en Educación Básica en Servicio, el 15 de mayo de 1994.



Posteriormente, el 17 de enero de 1995, la SEP y la organización sindical firmaron el convenio de ejecución y seguimiento, el cual marcó la etapa preparatoria del Programa Nacional para la Actualización Permanente de los Maestros de Educación Básica en Servicio, cuyo objetivo principal es dar a los profesores que atienden este nivel educativo, la oportunidad organizada, sistemática y flexible de renovar y mejorar sus competencias profesionales.



Con la encomienda fundamental de normar y desarrollar el ProNAP fue creada, por el acuerdo secretarial del 4 de junio de 1994, la Unidad de Normatividad y Desarrollo para la actualización, capacitación y superación profesional de maestros (UNyDACT) adscrita a la Secretaría de Educación Básica y Normal de la SEP en Michoacán. Se estableció un departamento con las funciones reales; por eso, en 1996, se retoma la idea de construir el sistema estatal de formación, actualización, capacitación y superación profesional para maestros en el estado de Michoacán y se elabora un documento ampliado que se presenta al secretario de educación en turno, en el que se destaca la necesidad de crear un organismo que inicialmente se presenta como coordinador estatal de actualización y capacitación para maestros (CEACAM) cuyo objetivo sería eficientar los procesos de actualización, capacitación y superación profesional de los docentes, accionando como una unidad coordinadora de todos los equipos dedicados a tal ejercicio, incluyendo la carrera magisterial.



ProNAP



UNEDPROM



CEDEPROM

En octubre de 1997 queda constituido el programa nacional para la actualización permanente (ProNAP), entre el gobierno federal (a través de la Secretaría de Educación Pública), el gobierno del estado (a través del gobernador constitucional) y la Secretaría de Educación en el Estado. Establecen este organismo con el nombre oficial de Unidad Estatal de Desarrollo Profesional del Maestro (UNEDPROM) constituida inicialmente con 13 centros de maestros (actualmente son 19) distribuidos al interior del estado y con un nivel estructural de dirección que deberá depender directamente de la oficina del secretario de Educación en el estado.

Importancia de la actualización constante y de las nuevas formas de enseñanza

La misión de la práctica educativa sobre la que se basa la reforma nacional implica que la mayoría de los maestros reflexionen sobre su propia práctica, construyan nuevos roles dentro del salón de clases y nuevas expectativas sobre los resultados de los estudiantes. Ello, además de enseñar con métodos que nunca habían utilizado y que probablemente nunca experimentaron como estudiantes.



El docente experimentara con nuevos métodos de enseñanza y herramientas de trabajo



El éxito de esta reforma depende de que los maestros logren la compleja tarea de aprender las habilidades y actitudes planteadas por los nuevos enfoques y, al mismo tiempo, desprendan las prácticas de enseñanza y modifiquen las expectativas sobre los estudiantes que hasta ahora han dominado sus vidas profesionales. Sin embargo, todavía se ofrecen pocas oportunidades y el apoyo que se brinda es insuficiente para que este desarrollo profesional exista en el escenario de la docencia.

Si bien la enseñanza para la comprensión se basa en la habilidad que posea el maestro para tratar un tema complejo desde la perspectiva de diversos estudiantes, el saber necesario para hacer efectiva esta visión de la práctica docente no puede transmitirse a los profesores como recetas o mediante estrategias tradicionales de capacitación. El problema de las políticas para el desarrollo profesional en esta época de reformas no se refiere sólo a apoyar a los maestros en la adquisición de nuevas habilidades o conocimientos: actualmente, el desarrollo profesional también significa proporcionar la oportunidad para que los maestros reflexionen de manera crítica sobre su práctica docente y construyan nuevos conocimientos y conceptos sobre los contenidos y la pedagogía de los estudiantes.



Desde la formación previa al servicio y durante toda la carrera, el desarrollo del maestro debe centrarse en profundizar su comprensión sobre los procesos de enseñanza y aprendizaje, y sobre los alumnos a quienes enseña. Un desarrollo profesional efectivo implica que los maestros experimenten tanto el rol de estudiantes como de profesores, de manera que esto les permita enfrentar las dificultades que cada uno de éstos conlleva.

Algunas características de este tipo de desarrollo profesional son:

① Debe involucrar a los maestros en tareas concretas de enseñanza, evaluación, observación y reflexión que enriquezcan los procesos de aprendizaje y desarrollo.

② Debe ser colaborativo, lo que implica que el conocimiento se comparta entre los educadores, y se enfoque en las comunidades de práctica docente, más que en los maestros individuales.



②



③

③ Debe basarse en la indagación, reflexión y experimentación.

④ Debe relacionarse y derivarse del trabajo de los maestros con sus estudiantes.

⑥ Debe relacionarse con otros aspectos de cambio escolar.



⑥

⑤ Debe ser sostenido, continuo e intensivo, apoyarse en la experiencia y en la capacitación, así como en la resolución colectiva de problemas específicos de la práctica.



⑤

Este tipo de desarrollo profesional termina con las viejas normas y los modelos de capacitación tradicionales. Construye nuevas ideas sobre qué, cómo y cuándo aprenden los maestros. Estas nuevas conceptos, a su vez, requieren pasar de las políticas que buscan controlar o dirigir el trabajo de los maestros, hacia estrategias diseñadas para desarrollar, tanto en las escuelas como en los maestros, la capacidad de responsabilizarse del aprendizaje de los estudiantes. Las políticas de fortalecimiento de las habilidades docentes consideran que, más que ser algo impuesto, el conocimiento se construye por y con los practicantes, para que lo utilicen en su propio contexto.



A pesar de que se está perfilando un nuevo paradigma para la política de desarrollo profesional, la difícil tarea de desarrollar ejemplos concretos de políticas y prácticas que promuevan el apoyo desde los niveles superiores para reformar los niveles inferiores apenas comienza. La pedagogía del desarrollo profesional requerirá de nuevas políticas que promuevan estructuras innovadoras y acuerdos institucionales para el aprendizaje de los maestros. Por otra parte, será necesario realizar una evaluación estratégica de las políticas existentes para determinar hasta qué grado son compatibles con la visión del aprendizaje como construcción de los maestros y los estudiantes, así como la visión del desarrollo profesional como una actividad de educación superior basada en la experiencia y para toda la vida.



Ambas políticas generales son esenciales. Se necesitan nuevos enfoques para la educación profesional de los maestros que, a su vez, requieren de nuevas estructuras y apoyos. Las nuevas iniciativas no pueden promover, por sí solas, un cambio significativo o de largo plazo en las prácticas docentes si se encuentran inmersas en una estructura de política opuesta a la visión reformista del aprendizaje de todos los estudiantes y maestros. En otras palabras, el vino joven y el vino viejo necesitan botellas nuevas; de lo contrario, los incentivos y apoyos para el desarrollo de los maestros resultarán contraproducentes, además de inexistentes.

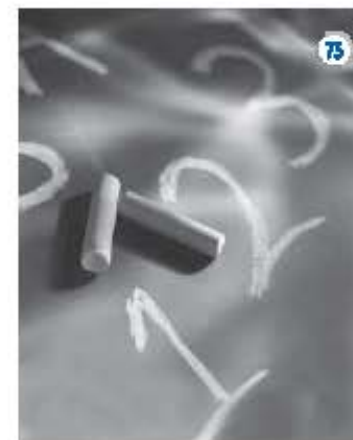


De la importancia estratégica de implementar un programa nacional para ofrecer opciones diversas de actualización a los maestros de educación preescolar, primaria y secundaria habla el hecho de que, en la actualidad, los profesores que dan clases en las escuelas de esos niveles tienen alrededor de 15 años de servicio en promedio.



Aproximadamente el 40% de maestros de nivel básico de la ciudad de Uruapan Michoacán tiene más de 10 años en servicio

Eso significa que permanecerán en las aulas o en las direcciones escolares por un lapso semejante. La enseñanza de muchos niños y adolescentes estará a su cargo y es vital para el desarrollo del país que los aprendizajes que logren les permitan formarse como seres humanos autónomos que logren construirse una vida plena, con capacidad de reflexionar y actuar sobre el mundo social y natural, con la posibilidad real de seguir aprendiendo a lo largo de su vida porque poseen las herramientas intelectuales básicas y hacen uso inteligente de ellas.



Así pues, el programa nacional para la actualización permanente de los maestros de educación básica en servicio es una apuesta por los maestros, por su responsabilidad, por su decisión para actualizarse y ser mejores. El PRONAP se ha propuesto ofrecer a todos los profesores elementos para mejorar su quehacer y desempeño docente, entendiendo que su actualización es la vía más real de la revaloración de su función social: un maestro que logra que sus alumnos aprendan recibe el aprecio de los niños, de los padres y de toda la comunidad escolar.

Por esto el mejoramiento continuo de las prácticas educativas de los profesores es un elemento indispensable para alcanzar una educación básica de calidad para todos. Este mejoramiento está determinado, entre otras cosas, por las posibilidades de acceso a nuevos conocimientos y propuestas con sentido práctico acerca de los procesos de aprendizaje de los niños, de las formas de enseñanza de contenidos con naturaleza distinta y de métodos específicos para el trabajo en diversas circunstancias sociales y culturales. Asegurar básicamente el aprendizaje de los alumnos en condiciones de equidad, y con altos niveles de calidad, exige la continua puesta al día de los profesores respecto de las innovaciones pedagógicas; su capacitación oportuna sobre el uso, aprovechamiento de todas las nuevas tecnologías y recursos didácticos y una apropiación dinámica de los avances de las ciencias de educación.

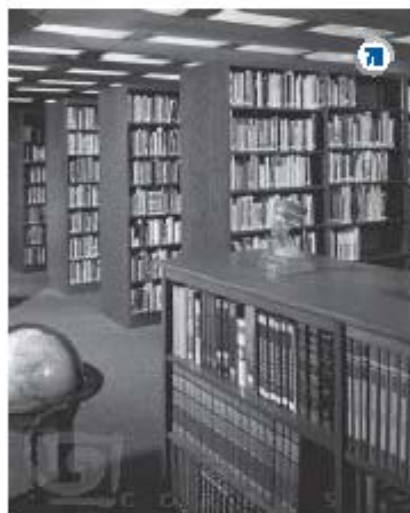


En nuestro país trabajan, en las diversas modalidades en que se ofrece la educación (preescolar, primaria y secundaria) más de un millón de maestros, cuyas formaciones son heterogéneas, lo mismo que sus condiciones personales y laborales. Estos profesionales atienden a niñas y niños con orígenes culturales, étnicos, sociales, religiosos y económicos diversos, lo cual les demanda altas competencias que no siempre han podido desarrollar con eficiencia. Por otra parte, se encuentra laborando en el sistema educativo un número significativo de profesores sin preparación específica para la docencia.



Para que los maestros puedan avanzar en el dominio de las competencias que caracterizan un buen trabajo de enseñanza, es necesario que todas las entidades federativas cuenten con servicios institucionalizados, desarrollados y dinámicos de formación permanente, con dos tareas a desarrollar:

1) Asegurar que los profesores dispongan de una oferta formal de programas de estudio, pertinentes, actuales, de calidad, diversos y flexibles para mejorar sus competencias docentes.



①



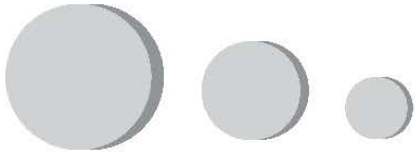
②

2) Garantizar la existencia y desarrollo de un servicio de apoyo técnico pedagógico, que respalde los procesos de cambio en las escuelas y apoye a los docentes en la mejora continua de sus prácticas de enseñanza.

En México existen avances significativos en el cumplimiento de ambas tareas. Sin embargo, la falta de difusión de estos programas, la desvinculación que se hace de los programas creados para fomentar la actualización de los docentes y los destinados a transformar las prácticas escolares, han sido factores que han determinado los pocos efectos que las actividades de actualización han tenido en el cambio de las prácticas de enseñanza y en la consecuente mejora de los resultados educativos. Para que este cambio se dé, es preciso que cada escuela cuente con asistencia regular de personal especializado, competente para asesorar y dar apoyo educativo a los maestros. Esto lleva a plantear la urgente necesidad de tomar las medidas necesarias para transformar y potenciar el servicio ya existente de apoyo técnico pedagógico, que hoy conforma un numeroso personal a lo largo y ancho de el país, pero carente de regularización para desempeñar su quehacer y de una política para la profesionalización de sus integrantes.



La debilidad del servicio de apoyo técnico pedagógico, conjugado con su falta de difusión, deja una gran cantidad de escuelas sin la posibilidad de convertir en cambios en su práctica educativa, los aprendizajes que los maestros obtienen en procesos de actualización formal.



En la actividad cotidiana se evalúan los aprendizajes que se pueden enfocar desde la perspectiva y procesos de cada uno. Esto, en particular, se enfoca y propone que cada individuo realice un ejercicio metacognitivo para la evaluación de esos procesos. De acuerdo con varios autores, la evaluación no es un fin en sí misma, sino que es una serie de procesos que se llevan a cabo de manera organizada y sistemática y facilitan la toma de decisiones en situaciones problemáticas que es lo que se pretende lograr con la actualización y formación constante y que permite reflexionar sobre ¿cómo se está haciendo? y ¿cómo se puede mejorar? Desde esta perspectiva, es una reflexión significativa en el quehacer docente, después de tener referentes para la revisión de planes y propósitos de orden estatal y regional, siempre con la idea de mejorar, para así obtener más insumos en su labor, tanto en lo económico como el desarrollo del trabajo diario, ya que la educación implica retos y posibilidades de acción para que el trabajo del docente sea un espacio de transformación con sentido ético. Educar es formar seres humanos con algo más que conocimientos: imaginación, ideas, emociones y valores, formando un profesional diestro y ético.



Beneficios del estar Actualizado

- Aprendizaje de nuevos conceptos
- Mejoría en el proceso de enseñanza
- Aprendizaje en el trato a los alumnos

Satisfacción de mejorar la práctica diaria del trabajo personal

Adquisición de nuevos conocimientos

Ayuda para avanzar en la carrera magisterial

- Obtención de un beneficio económico
- Obtención de capacidad como mediador del proceso de aprendizaje

Beneficios
beneficios



Problemas para adquirir e implementar Las nuevas técnicas de aprendizaje

Encuestas

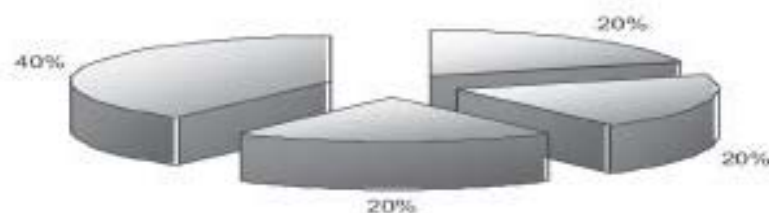
69

Gracias a la encuestas que se realizaron a diferentes maestros y personas relacionadas con el ambiente educativo, se logró identificar la preocupante y real necesidad que tiene la comunidad docente de nivel básica de la ciudad de Uruapan, de identificar los lugares que promueven la actualización y adquisición de nuevas técnicas de enseñanza y aprendizaje, así como informar a los docentes de la importancia del estar actualizado y los beneficios que esto acarrea. Estas encuestas también reflejan las distintas causas por las cuales los maestros no asisten a los cursos de actualización, y nos muestran algunos de los medios que se utilizan actualmente para difundir estos cursos y las razones por las que no cumplen con su objetivo.

De un total de 100 personas encuestadas, el 20 % no se preocupa por incrementar sus conocimientos, ni adquirir nuevas técnicas de aprendizaje; el 40 % no se entera de los cursos de actualización y formación docente, el 20% se actualiza por su propia iniciativa y el otro 20 % lo hace por disposiciones de las autoridades inmediatas. Lo cual nos confirma que se necesita hacer algo para interesar a los maestros y fomentar entre ellos mismos la propia preparación y auto preparación, pero, ¿cómo la han de hacer, si no tienen conocimiento de los lugares a los que pueden acudir y, más aún, si no tienen conocimiento de las actividades que en tales lugares se realizan, o los propósitos que tiene la actualización?

Estadísticas de la situación actual

- 20 % no se preocupa por incrementar sus conocimientos
- 20 % se actualiza por iniciativa propia
- 20 % se actualiza por disposiciones de autoridades
- 40 % no se entera de los cursos o no los conoce



Total de personas encuestadas: 100

Situación Actual

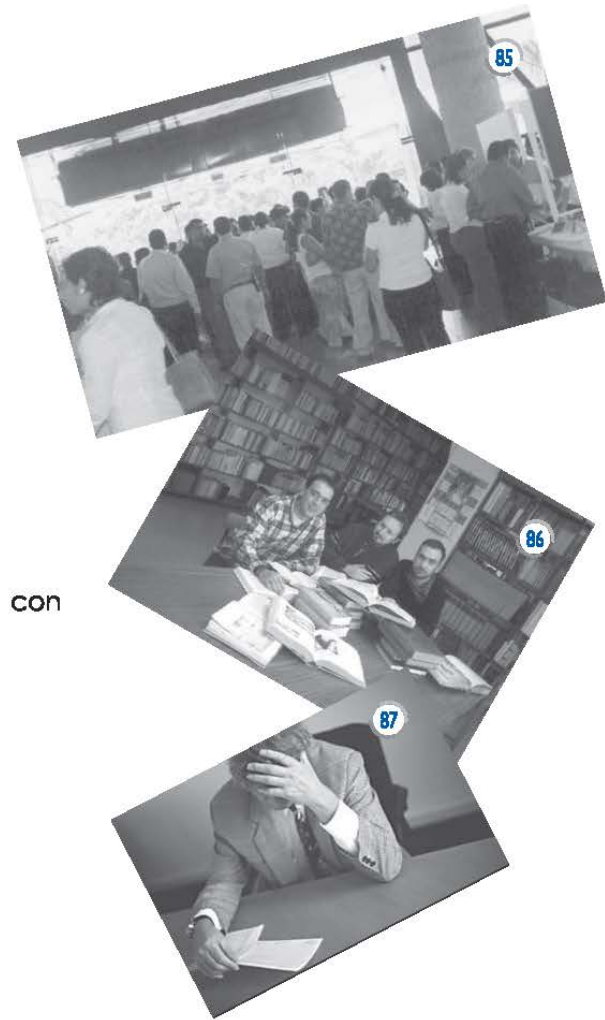
- De 6000 docentes que existen en la región Uruapan, sólo 1000 se inscriben a los cursos Estatales y Nacionales de actualización propuestos por la SEP.

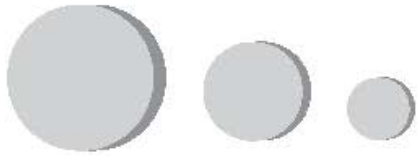
- De los 1000 inscritos, sólo el 40% aprueba.

- Del 40% que presentó el examen, el 20 % aprueba con calificación mínima.

Datos proporcionados por
el coordinador de Gestión

Encargado de recibir
las inscripciones de los docentes
a los cursos





Reconociendo a la escuela como espacio innato en el que se desarrollan los procesos de enseñanza y aprendizaje y de relaciones con autoridades, alumnos, sus familias y la sociedad, tiene una considerable importancia el rol de los docentes frente al grupo y los directores en las acciones fundamentales para el mejoramiento de la calidad de educación.

Este reconocimiento hace imprescindible apoyar su función profesional, y propiciar una reflexión continua sobre la práctica docente, su innovación, pertinencia y la relevancia que para los alumnos representan los aprendizajes que promueven éstos.



Por esto el interés en elevar la calidad de la educación: que todos los niños y niñas que ingresen a las escuelas logren sus propósitos educativos en el tiempo previsto. Para ello se han diseñado programas, cursos y talleres en las necesidades básicas de aprendizaje y el mejoramiento de la calidad de la educación, dirigidos a maestros y directivos escolares, con el propósito de intercambiar ideas y experiencias mediante la reflexión sobre la práctica docente cotidiana, y preparar acciones para mejorar el desempeño profesional en la organización escolar. Este curso taller fue autorizado para la décima etapa de la carrera magisterial, maestros de grupo (primera vertiente) del nivel primaria.

Éstas son algunas de las causas más usuales que se presentan para no poder adquirir los programas o cursos de actualización en el estado de Michoacán.

1. Falta de tiempo para fortalecer la formación de los asesores estatales.



①

2. Falta de difusión. Es uno de los principales factores que influyen para que no se puedan tomar dichos cursos, ya que la información llega demasiado tarde o la manera de difundirlos no es la correcta.



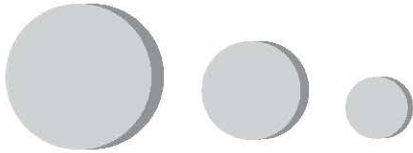
②

3. Algunas de las sedes para la capacitación no se encuentran bien acondicionadas para el trabajo correspondiente.



④

4. Falta de equipo e instalaciones adecuados para algunos cursos.



6

5. Información de programación a destiempo.

6. Cambios de fechas establecidas sin comunicar oportunamente ni a los usuarios ni a la comisión al cargo.



8

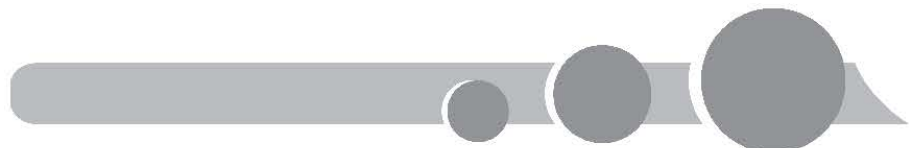
7. Material que no se les entrega oportunamente a los usuarios que tomaron los cursos.



9

8. Falta de dominio de la temática, por parte de algunos asesores.

9. Oferta muy reducida de cursos en algunos lugares, en relación a la demanda en general.



10. Fechas muy cerradas en la programación de cursos en algunos lugares donde la población potencial es alta, dando pocas opciones de elección al docente.

10



67

11. Periodo muy reducido para la oferta de cursos, debido al retraso en la programación para la operación.



12

12. Miedo al cambio y al mismo desconocimiento de dichos cursos.

13



13. Producción reducida de diseños de cursos.



14. Rezago de las propias docentes, por no querer implementar programas nuevos.

68



14

En el estado de Michoacán se tiene un universo de atención acumulativo, es decir que los maestros que asisten a un programa de estudio, son los mismos que asisten a los eventos, foros, conferencias, intercambios. Es por ello que se tiene que tener más difusión en los distintos talleres y cursos, para que no exista falta de participación por el resto de los docentes.



Siempre son los mismos docentes quienes asisten a los distintos programas de actualización.



Medios de información por los cuales los docentes se enteran de los cursos de actualización, y los motivos por los cuales no dan resultados.

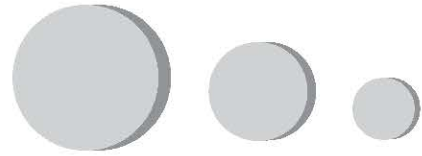
Talones de Pago

En los talones de pago, (aparece una leyenda que invita a asistir a fechas determinadas)

QNA_04/05		"PARTICIPA C.E.A. ETAPA XIV. CEDEPROM"					
<small>IMPORTE</small>	<small>CDIGO</small>	<small>IMPORTE</small>	<small>CDIGO</small>	<small>IMPORTE</small>	<small>CDIGO</small>	<small>IMPORTE</small>	<small>CDIGO</small>

No Funciona por:
Pequeño tamaño de la tipografía. La mayoría se fija sólo en el pago que se les otorga, dejando fuera cualquiera otra cosa.

9606736		GUTIERREZ ROGUE MA ISABEL		GURIS307071F3 7		9606736	
11007125100.0		E0281158010		28FEB2005		1620016FJS0004X	
B0935384760		16FEB2005		28FEB2005		* 4997.85 * 1256.39 * 3741.46	
7B	3901.02EB	224.2038		21.4039		109.71	
44	54.16CC	235.99DC		81.55DM		236.40	
SC	81.79Q5	51.6358		-39.0177		-3.95	
OZ	-237.1604	-79.0501		-677.0951		-220.13	
QNA_04/05		"PARTICIPA C.E.A. ETAPA XIV. CEDEPROM"					



Reuniones con Autoridades Educativas

70

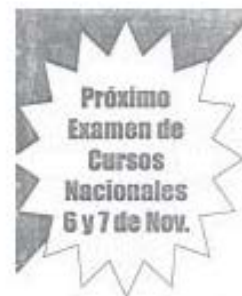
No Funciona

Porque no siempre asisten (por dar preferencia a cuestiones administrativas). También, en algunos casos, los líderes académicos no comparten información por temor a que los maestros que acuden a los cursos tengan mayor preparación que ellos.



Carteles

El uso de carteles que envía la instancia estatal no funciona por el hecho de no ser atractivos o, en ocasiones, por no ser suficientes para la población de la región.



¡ASISTE! A
LOS TALLERES
CON TEMÁTICA
DE EL CURSO
QUE
SOLICITASTE

**CEDEPROM
URUAPAN**
Mas información en
Veracruz No. 4

**2° Encuentro
Académico**

*Con el deseo
de compartir
un espacio de
reflexión*

25 de
octubre
9.00 Hrs.

Universidad
Pedagógica
Nacional

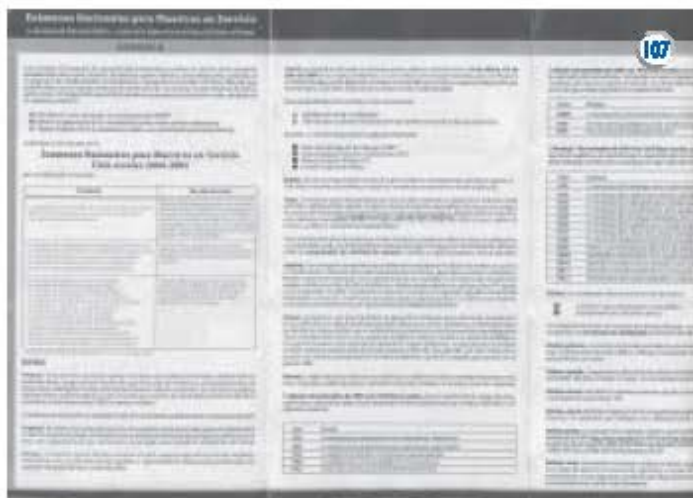




Folletos

72

No funcionan porque, en ocasiones, no llegan a su destino, además de ser confusos en su información por el escaso diseño editorial que tienen. También por la mala utilización de los personajes institucionales que emplean para promocionar los cursos.



CURSO	DISTRIBUIDOR
<ul style="list-style-type: none"> El seguimiento y acompañamiento de los resultados de formación obtenidos. Asesorar técnicamente pedagógico en los aspectos de educación básica. Coordinar acciones de seguimiento evaluativo. 	<p>Profesores frente a grupo, docentes asesores, de supervisión (antes de las actividades) y acompañamiento de campo de apoyo técnico pedagógico de educación primaria, general, indígena y especial, y de educación superior (la general, indígena y diversificada), por medio del maestro y los docentes que desarrollan funciones de educación superior en el nivel de educación CAPSET y servicios afines.</p>
<ul style="list-style-type: none"> La orientación de los docentes en la escuela primaria (y/o). La orientación de la familia y la escuela en la escuela primaria. La orientación de los docentes sobre cómo dar la escuela primaria. El uso de los recursos para el desarrollo de actividades pedagógicas. 	<p>Profesores frente a grupo, docentes asesores de supervisión y asesores en campo de apoyo técnico pedagógico de educación primaria (general, indígena y especial).</p>
<ul style="list-style-type: none"> La orientación de la familia en la escuela secundaria. La orientación de los docentes en la escuela secundaria. El uso de los recursos para el desarrollo de actividades pedagógicas. 	<p>Profesores frente a grupo de nivel de secundaria, docentes asesores de supervisión y asesores en campo de apoyo técnico pedagógico de educación secundaria (general, básica y diversificada).</p>
<ul style="list-style-type: none"> Asesorar y orientar a los docentes en la escuela secundaria. Asesorar y orientar a los docentes en la escuela secundaria. Coordinar acciones de seguimiento y evaluación de los cursos. 	<p>Profesores frente a grupo de nivel de secundaria, docentes asesores de supervisión y asesores en campo de apoyo técnico pedagógico de educación secundaria (general, básica y diversificada).</p>



Información directa entre compañeros

No funciona por falta de credibilidad entre los maestros, por la deformación que aplican a la información y porque los docentes reciben el mensaje de manera muy superficial y equívoca.



73

Visitas a las escuelas

Visitas a las escuelas promocionando los cursos de viva voz

No funcionan porque es un procedimiento tardado y fatigoso.

Anuncio de periódico

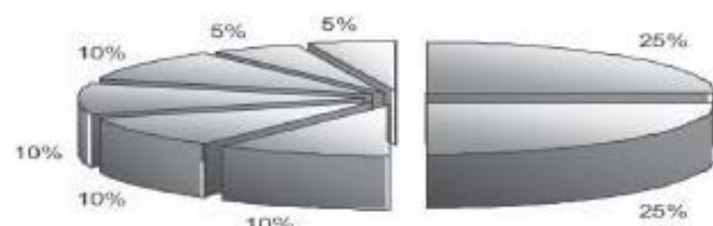
Por una convocatoria que sale a nivel estado en el periódico La Voz de Michoacán.

No funciona porque no todo el sector lee el periódico; además que les es difícil saber cuándo va a aparecer la información.





La percepción que tienen los docentes de los beneficios y cursos de actualización

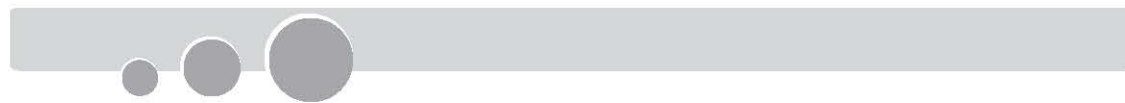


- Por su valor en puntos, que sirven para ascender de nivel y categoría 25%
- Para promoción en un programa de incentivos económicos llamado carrera magisterial 25 %
- Para adquirir más elementos que mejoren la práctica educativa, fortaleciendo la cultura 10%
- Para tener una actualización continua y permanente en la tarea docente y directiva 10%
- Para innovar la práctica docente 10%
- Para actualizarse e innovar la intervención pedagógica 10%
- Para tener nuevas experiencias y elevar el nivel académico 5%
- Por ser espacios de reflexión sobre el trabajo del docente, escuchando y compartiendo experiencias que mejorarán su quehacer 5%



CAPÍTULO V

los centros de actualización



¿Qué son los centros de maestros?

Son un medio para garantizar y promover la actualización continua y permanente del personal docente y directivo. Su propósito central es ofrecer a los maestros los espacios e instalaciones básicos adecuados para el desarrollo de las diversas actividades del Pronap.

Los centros de maestros son espacios destinados exclusivamente al apoyo académico de los maestros de educación básica.

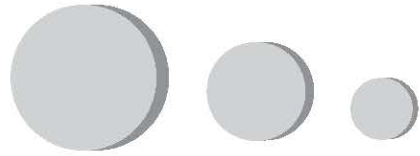
El desarrollo de los centros de maestros no puede plantearse ya sin considerar las necesidades y contexto inmediato. En efecto, junto con las orientaciones establecidas por el Pronap y necesidades particulares de las autoridades educativas estatales, los centros de maestros deben procurar el fortalecimiento y las relaciones con las escuelas de la zona o región en que se encuentran.

En esta perspectiva, los centros desarrollan sus niveles de comunicaciones y colaboración con los otros supervisores para una mejor promoción de los servicios que ofrecen los centros, y un mayor aprovechamiento de sus recursos para todos los actores del sistema educativo.



Definición

Los centros de maestros son espacios de encuentro entre maestros, y están destinados a promover las actividades de estudio; en ellos, los profesores de educación básica disponen de diversos recursos e instalaciones para desarrollar procesos de actualización.



Estructura

77

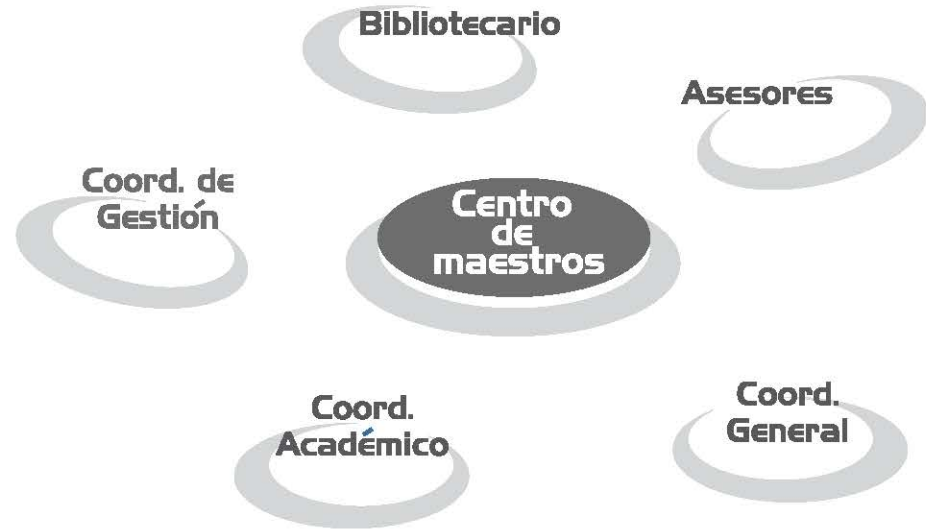
El coördinador general plantea y organiza, junto con el equipo, las acciones que garantizan el funcionamiento de las áreas que integran al Centro de Maestros.

El coodinador académico es responsable de programar y organizar las actividades académicas, a partir de las necesidades de apoyo y/o asesoría detectadas por los maestros usuarios del centro.

El coodinador de gestión educativa se encarga de programar y organizar el centro e instalaciones del mismo. Coordina además los procesos de inscripción a los cursos y exámenes de acreditación del programa de actualización.

El bibliotecario orienta a los maestros sobre los servicios, recursos y documentos, además de programar materiales de audio, video y cómputo.

Los asesores son los encargados de dar la capacitación y realización de los cursos que ahí se imparten.



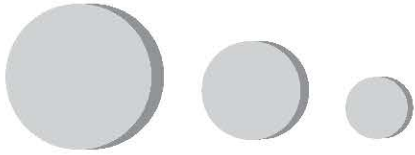
¿Qué son los CEDEPROM?

(Centros de Desarrollo Profesional para Maestros)

En México, en el año de 1992, se firmaron acuerdos para la ejecución del Acuerdo Nacional para la Modernización para la Educación Básica (ANMEB). Una de las líneas en las que se trabajaría sería la revaloración de la función social del maestro, con 2 rutas centrales: por una parte, una carrera magisterial y, por la otra, la formación permanente de los maestros en educación básica en servicio.

A nivel nacional, el programa que se crea para la actualización de los maestros se denomina Programa Nacional para la Actualización Permanente de los Maestros de Educación Básica en servicio (PRONap); a nivel estatal, Unidad de Desarrollo Profesional del Maestro (UNEDEPROM); a nivel regional: Centro de Desarrollo Profesional del Maestro, CEDEPROM.





SEE
MICHOACÁN

PRONap

Programa Nacional para la actualización
permanente del maestro



UNEDPROM

Unidad de desarrollo profesional del maestro



CEDEPROM

Centro de desarrollo profesional del maestro

A nivel nacional

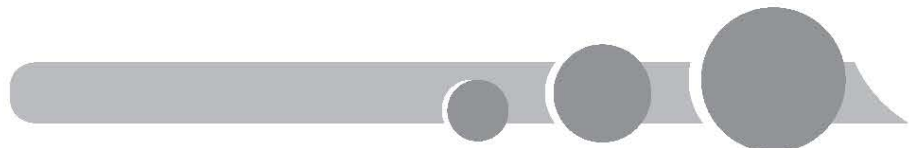
A nivel estatal

A nivel regional

La región Uruapan la
constituyen estos 8 municipios

Uruapan

- ② Tingambato
- ③ Taretan
- ④ Lombardía
- ⑤ Nvo. Urecho
- ⑥ Tancítaro
- ⑦ Ziracuaretiro
- ⑧ San Juan Nuevo



Se reconoce a la actualización como un proceso formativo que se da mientras los profesores están en servicio, y que atiende a las necesidades del mejoramiento de su práctica docente, por lo que se tienen como metas:

- Que los profesores en servicio dominen los contenidos de las asignaturas que imparten;
- Que profundicen en el conocimiento de los enfoques pedagógicos de los planes de estudio y de los recursos educativos a su alcance;
- Que puedan traducir los conocimientos anteriores en el diseño de sus actividades de enseñanza;
- Promover y organizar la participación de los maestros en su formación continua;
- Diseñar programas de asesoría y servicios de apoyo permanente en su formación en el marco del PRONap.
- Apoyar y promover actividades académicas que desarrolle su práctica docente;
-

Para cubrir lo anterior se ofrece a los maestros dos grandes tipos de programas de estudio: nacionales y estatales.

NACIONALES nacionales

Nacionales

Los nacionales están destinados a cubrir, de entrada, los grandes problemas formativos, aquéllos que están generalizados entre los maestros por una historia reciente de desvinculación entre la formación inicial y las necesidades de enseñanza.

Los estatales son programas de estudio para la actualización de los profesores, que tienen la posibilidad de atender necesidades particulares del sistema educativo en la entidad federativa, pero también las inquietudes profesionales de grupos específicos de profesores, en particular de aquéllos que realizan sus actividades en zonas y condiciones difíciles.

Los directamente encargados de ejecutar estos programas son los centros de maestros. Estos son espacios, destinados exclusivamente al apoyo académico de los maestros en educación básica. Cuentan con una biblioteca, videoteca, audioteca, computadoras con posibilidades de multimedia e Internet, aparatos de TV conectados a la red educativa Edusat, videorreproductoras, grabadoras de audio y espacios para el trabajo de grupos de maestros.





Cada centro de maestros cuenta con un equipo básico de personal para la atención a los usuarios. Existe un coordinador general, un académico y otro en gestión escolar, además de un bibliotecario y un responsable en el área de medios. Todos son profesores que han sido comisionados a esta tarea por sus méritos docentes.

La existencia de los centros de maestros constituye una base de operaciones para acercar a la escuela y a sus profesores opciones diversas para apoyar su trabajo. En los centros se puede consultar la biblioteca para preparar la clase, para estudiar algún curso de actualización o, simplemente, por el gusto de leer. Se puede elaborar material didáctico en la computadora, pedir un video para llevar a su aula, solicitar apoyo de un asesor o acudir a un taller.

Los programas de estudio que se trabajan son:

- Cursos Nacionales de Actualización (CNA)
- Cursos Estatales de Actualización (CEA)
- Talleres Generales de Actualización (TGA)
- Talleres Cortos de Actualización (TCA)



Personal del CEDEPROM Uruapan



Tipos de cursos de actualización

Cursos Nacionales

83

Están destinados a cubrir huecos formativos sobre el conocimiento de las asignaturas. Pretenden construir una plataforma común de conocimientos, que permitan al docente analizar tanto los contenidos como el enfoque de la enseñanza de la asignatura en cuestión.



Características

- Son gratuitos y voluntarios.
- Se basan en el estudio de un paquete didáctico.
- Su objetivo es formar maestros con un alto dominio de los contenidos de una asignatura y de los enfoques de enseñanza.
- Tienen valor, al acreditarlos en carrera magisterial, hasta de 12 puntos.
- Tienen una duración de 192 horas.
- Para acreditarlo, es necesario presentar un examen de tipo nacional estandarizado.
- Debe trabajarse en horario extra clase.

Nacionales
nacionales

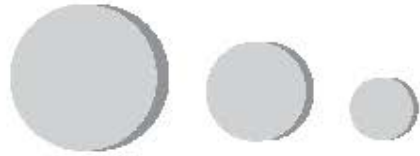


Características

- Son voluntarios
- Deben desarrollarse en horarios fuera del trabajo de clase
- Tienen una duración de 35 a 40 horas presenciales.
- El docente tiene la libertad de escoger el cursos que desea cubrir.
- Tienen un valor, ante carrera magisterial, de hasta 5 puntos.

Cursos Estatales

Son el producto del diseño de diversas instituciones educativas en el estado, espacio ideal para los equipos de apoyo técnico pedagógico a nivel estatal quienes, tomando en cuenta las necesidades de apoyo de sus compañeros, diseñan cursos que favorezcan la labor educativa y repercutan en el trabajo en el aula.



Talleres Generales de Actualización

85

Promueven el conocimiento y uso de los materiales de apoyo del trabajo docente; tienen un carácter nacional y pretenden que el docente reflexione, discuta, analice y diseñe estrategias didácticas que permitan un mejor desempeño de su quehacer en el aula. Como su nombre lo indica, se desarrollan bajo la dinámica de un taller, donde no hay un especialista al frente, sino un compañero de zona que crea el ambiente propicio para la construcción colectiva de un conocimiento.



Características

- Son de carácter anual, divididos en 2 etapas. La primera es intensiva y la segunda hecha por sesiones que se desarrollan durante el transcurso del ciclo escolar.
- Son obligatorios y convocados por las autoridades educativas locales de diferentes niveles de educación básica.
- Son gratuitos y basados en una guía nacional surgida de las necesidades propias del docente.
- No necesitan acreditación; constituyen un espacio seguro de 4 horas de actualización para el maestro.
- Se desarrollan durante el horario de clase. Pueden aprovecharse las reuniones de academia y de consejo técnico para su realización.



Características

- Los contenidos son variados; la evolución, dinámicas de aprendizaje y planeación de clases
- Son de naturaleza fundamentalmente práctica aunque, en algunos casos, se hace uso de ciertos elementos provenientes de la teoría.
- Son voluntarios y están destinados a los profesores, directivos y personal de apoyo técnico pedagógico.
- Son en general cortos (20 a 40 horas), aunque pueden prolongarse si el grupo de trabajo así lo decide.
- La evaluación la realizan los propios participantes; no hay acreditación

Talleres Cortos

Su objetivo es impulsar, entre los profesores de educación básica, actividades de estudio ligadas a problemas de la enseñanza y estimular el uso de los materiales educativos de que se dispone.



Instituciones y miembros que apoyan estos centros de formación docente

87

- * CECUM
- * CEDEPROM - Morelia II
- * CIDEM - centro de investigación y desarrollo del estado de Michoacán
- * Coordinación Estatal de Bibliotecas - SEE
- * Dirección Estatal de Bibliotecas de la UMSNH
- * El Colegio de Michoacán, A.C
- * Escuela Normal Juana de Asbaje (Zamora Michoacán)
- * Escuela Normal Superior de Michoacán
- * Facultad de Historia de la UMSNH
- * Grupo de Difusión Científica (México D.F)
- * ICATMI
- * IMCED
- * IMSS
- * Instituto Tecnológico Superior de Uruapan
- * Red Estatal de Bibliotecas Públicas
- * Secretaría de Planeación y Desarrollo Estatal
- * UNEDEPROM
- * Universidad Tecnológica de Morelia
- * Universidad Vasco de Quiroga



CAPÍTULO VI

diseño y comunicación visual



CAPÍTULO DE DISEÑO

Historia del Diseño Gráfico

La introducción de los tipos móviles, por Gutenberg, hizo los libros más baratos de producir, aumentando su difusión. Los primeros libros impresos marcaron el modelo a seguir hasta el siglo XX. El diseño gráfico de esta época se conoce como estilo antiguo (especialmente la tipografía que estos tipógrafos usaron) o humanista, como la escuela filosófica predominante de la época. El diseño gráfico, tras Gutenberg, fue experimentando una evolución gradual, sin cambios significativos hasta que a finales del siglo XIX, especialmente en Gran Bretaña, se hizo un esfuerzo por crear una división clara entre las bellas artes y las artes aplicadas.

Entre 1891 y 1896, la Imprenta Kelmscott de William Morris publicó algunos de los productos gráficos más significativos del movimiento de las artes y oficios (arts and crafts) y fundó un lucrativo negocio basado en el diseño de libros de gran refinamiento estético, vendiéndoselos a las clases pudientes como objetos de lujo.



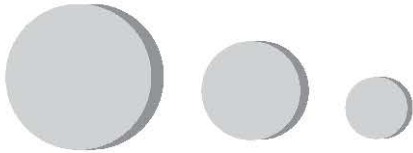
Gutenberg, inventor de los tipos móviles



Impresos de la imprenta Kelmscott

Morris demostró que existía un mercado para los trabajos de diseño gráfico, estableciendo la separación del diseño con respecto de la producción y las bellas artes. El trabajo de la imprenta Kelmscott estaba caracterizado por su recreación de estilos históricos, especialmente medievales.



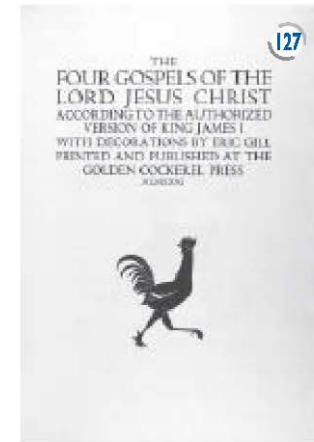


El diseño de principios de siglo XX, al igual que las bellas artes del mismo periodo, fue una reacción contra la decadencia de la tipografía y el diseño de finales del siglo XIX. El símbolo de la tipografía moderna es la tipografía sans serif o de palo seco, inspirada por los tipos industriales de finales del siglo XIX. Destaca el nombre Edward Johnston, autor de la tipografía para el metro de Londres, al igual que Eric Gill.

Tipografía Gills Sans

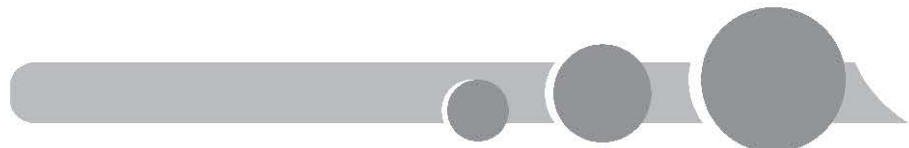
!"#\$%&'()*+,-./0123456789:;
 <=>?@ABCDEFGHIJKLMN
 OPQRSTUVWXYZ[\]^_`abc
 defghijklmnopqrstuvwxyz{|}
 ~.f.v...t#^%o S<E?'" " • -- ~™ š
 >œ?Yiç£€¥|§"©ª«¬®¯°±²³´
 µ¶¹º»¼½¾¿ÀÁÂÃÄÅÆÇÈÉÊ
 ËÌÍÎÏÐÑÒÓÔÕÖ×ØÙÚÛÜÝ
 Þßàáâãäåæçèéêëìíîïðóôõ÷
 øùúûüýþÿ

Eric Gill
 Muestra de Combinación de Tipografía e Imagen.



Edward Johnston
 Dibujo original de la tipografía para
 el metro de Londres





Jan Tschichold plasmó los principios de la tipografía moderna en su libro de 1928, *New Typography*; más tarde repudió la filosofía que expone en esta obra, calificándola de fascista, pero continuó siendo muy influyente.

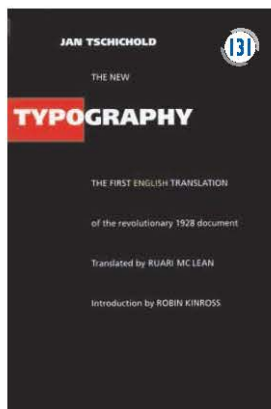


Jan Tschichold

Se dice que los tipógrafos de la escuela de Bauhaus (como Herbert Bayer, Laszlo Moholy Nagy y El Lissitzky) son los padres del diseño gráfico como lo conocemos hoy en día. Fueron los pioneros en las técnicas de producción y en los estilos que se han ido usando posteriormente. Hoy, los ordenadores han alterado drásticamente los sistemas de producción, pero el enfoque experimental que aportaron al diseño es más relevante que nunca, como el dinamismo, la experimentación e incluso cosas muy específicas como la elección de tipografías (la Helvetica es un *revival*; originalmente era un diseño basado en la tipografía industrial del siglo XIX) y las composiciones ortogonales.

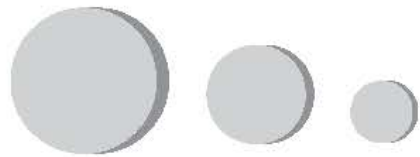


libro
New Typography (1928)



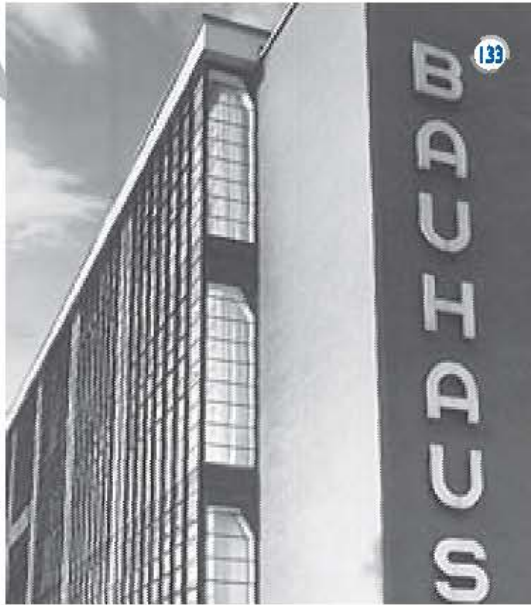
Escuela de Bauhaus, pionera del diseño gráfico





Escuela de Bauhaus

92

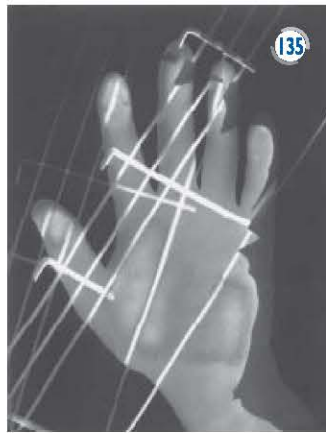


Escuela de Bauhaus (1919-1933)

Escuela de arte y arquitectura fundada en 1919 por Walter Gropius, en Weimar (Alemania) y clausurada por la policía Berlinesa en 1933.

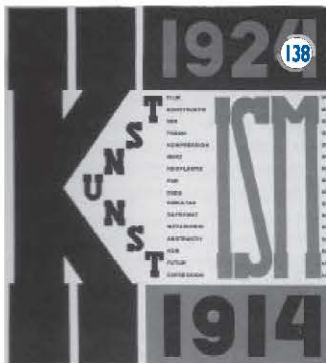
Sus planteamientos programáticos se orientaron a reformar la enseñanza del arte y ayudar a crear un nuevo tipo de sociedad. La primera fase de la Bauhaus (1919-1923) fue muy idealista y romántica, la segunda fase (1923-1925), mucho más racionalista y creativa y en la última y tercera fase (1925-1929), se trasladó de Weimar a Dessau y conoció los años de mayor éxito. En los últimos años, y bajo la dirección de Mies Van Der Rohe, se trasladó a Berlín y cambió totalmente su orientación. La Bauhaus creó los modelos y estableció las normas del diseño industrial del presente, ayudó a inventar la moderna arquitectura, alteró la imagen de todo desde la silla que ahora nos sentamos a hasta la manera de diseñar el mismo texto que ahora expongo.

Algunas obras de exponentes de la escuela de la Bauhaus



Lazslo Moholy Nagy
Fotograma

Lissitzky
El futuro de la tipografía



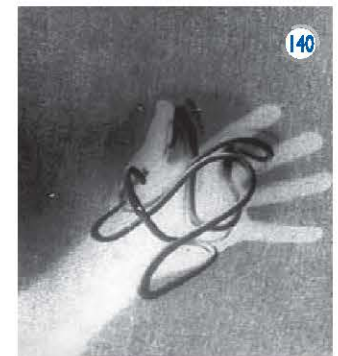
Herbert Bayer
poster hotel and restaurant (Alemania)

Walter Gropius
Fabrica de zapatos Fungus

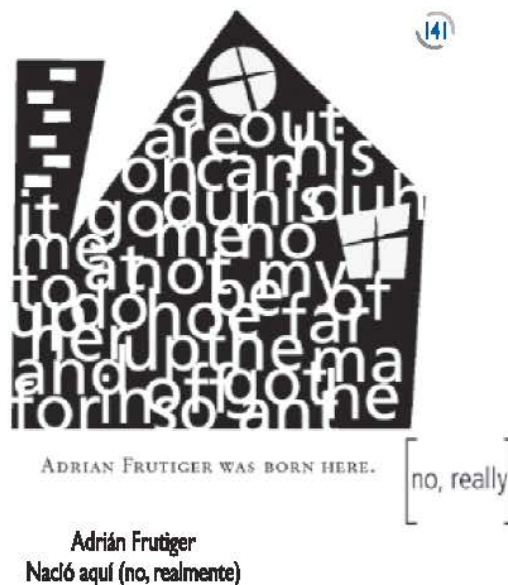


Herbert Bayer photomontaje

Lazslo Moholy Nagy
fotograma 1939



En los años siguientes el estilo moderno ganó aceptación, al tiempo que se estancaba. Algunos personajes importantes en el diseño moderno a mediados del siglo XX son Adrián Frutiger, diseñador de tipografías Univers y Frutiger y Josef Muller Brockman, importante cartelista de los años cincuenta y sesenta. La reacción a la cada vez mayor sobriedad del diseño gráfico fue lenta e inexorable. Los orígenes de las tipografías postmodernas se remontan al movimiento humanista de los años cincuenta.



Adrián Frutiger
Nació aquí (no, realmente)



Josef Muller Brockman
cartel

Josef Muller Brockman
combinaba en sus carteles
Figuras geométricas con tipografía



Joseph Muller Brockman
cartel
Música Viva

En este grupo destaca Hermann Zapf, quien diseñó dos tipografías hoy presentes: Platino (1948) y Optima (1952) difuminando la línea entre las tipografías con serif y las de palo seco, y fusionando las líneas orgánicas en las letras. Estos diseños sirvieron más para reafirmar el movimiento moderno que para rebelarse contra él.



Milton Glaser
Cartel Bob Dylan

Un hecho importante de la época fue la publicación del Manifiesto "lo primero es lo primero" (1964) que era una tendencia a una forma más radical de diseño gráfico, criticando la idea de diseño en serif, carente de valor. Tuvo una influencia masiva en toda una nueva generación de diseñadores gráficos, contribuyendo a la aparición de publicaciones como la revista Emigre en los años ochenta.

Milton Glaser
I Love New York 1973



Otro notable diseñador de finales del siglo XX es Milton Glaser, que diseñó la inconfundible campaña I Love New York (1973) y un famoso cartel de Bob Dylan. Glaser tomó elementos de la cultura popular de los años sesenta y setenta. Los avances de principio del siglo XX fueron fuertemente inspirados por avances tecnológicos en impresión y en fotografía y, en la última década del mismo siglo, la tecnología tuvo un papel similar, aun que esta vez se trataba de ordenadores.

Zuzana Licko comenzó a usar ordenadores para composiciones muy pronto, cuando la memoria de los ordenadores se medía en kilobytes y las tipografías se creaban mediante puntos. Ella y su marido Rudy Vanderlians, fundaron la pionera revista Emigre y la fundición de tipos del mismo nombre, jugaron con las extraordinarias limitaciones de los ordenadores, liberando un gran poder creativo. La revista Emigre se convirtió en la Biblia del diseño digital.

David Carson es la culminación del movimiento contra la sobriedad y la contradicción del diseño moderno. Algunos de sus diseños para la revista Raygun son intencionalmente ilegibles, diseñados para ser más experiencias visuales que literarias. Carson empezó su carrera trabajando con collages, a la manera tradicional, pero comenzó a usar ordenadores cuando vio de lo que eran capaces.

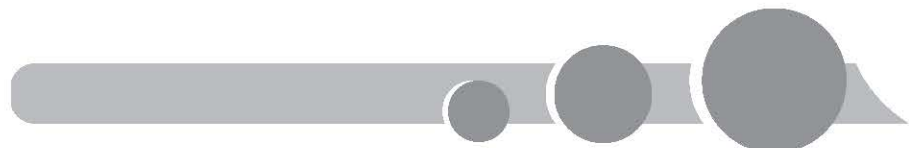


Portada de la Revista Emigre



David Carson
Empezó a crear diseños intencionalmente ilegibles para experimentar nuevas formas de diseño



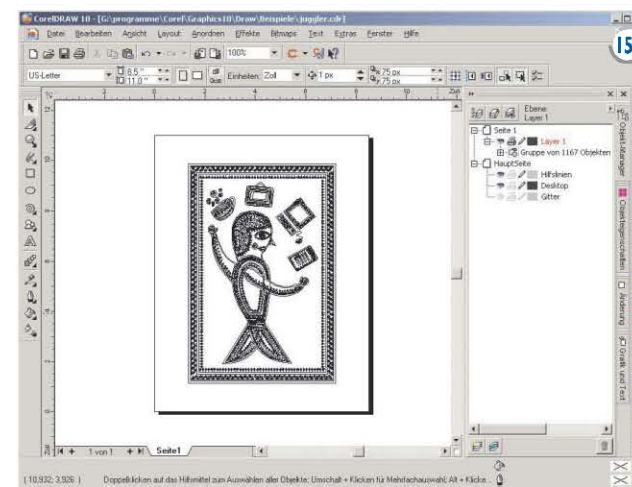


Hoy, es necesario ver al diseño gráfico desde un punto de vista diferente. La computación ha ingresado a sus filas, con un nuevo aporte teórico, en lo que es posible fusionar los conceptos tradicionales del diseño, con un apoyo de corte tecnológico, a fin de aprovechar al máximo las posibilidades de un recurso cada vez más sofisticado. Desde entonces, el diseño gráfico profesional depende enormemente de ordenadores. Herramientas comunes de esta industria son los programas de software como Apple Macintosh, Adobe In Design, Photoshop, Illustrator, Page Maker, QuarkXpress, Macromedia, Frenad, Fireworks, Corel Draw y muchos otros.



Para un diseñador gráfico, el conocimiento de los programas utilitarios define su actividad, y es primordial reconocer que no todos los programas ofrecen la misma utilidad. Por ejemplo, no es lo mismo armar un libro que un envase o embalaje para un producto, ya que los distintos programas que hoy en día existen ofrecen una variada gama de herramientas para ayudar a hacer fácil su elaboración y, a su vez, obtener mejores resultados.

Las actividades interactivas (como el multimedia, por ejemplo), la utilización del scanner como herramienta fundamental son elementos tan comunes hoy en día que resultan imprescindibles, a los que se suma las posibilidades manejo de otros softwares complementarios, los cuales potencian su dinámica en la faz creativa, facilitando el trabajo del diseñador y, a su vez proporcionándole una mejor calidad.



Cada programa brinda herramientas distintas para facilitar la labor del diseñador



¿QUÉ ES EL DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL?

98

El diseño gráfico es una forma de comunicación, creativa y armónica, de elementos visuales, con el fin de comunicar un mensaje específico de una manera efectiva. Se ocupa de organizar imagen y texto para comunicar un mensaje, y puede aplicarse a muchos medios, ya sean impresos, digitales, audiovisuales, etcétera.

diseño
comunicación
y visual

La carrera del diseñador gráfico y comunicador visual tiene como propósito:

Formar un profesional que se encargue de satisfacer las necesidades específicas de comunicación visual, mediante la configuración, estructuración, sistematización e impartición del mensaje con la herramienta que ayuda a concretar el mismo, expresando a través de gráficos determinados mensajes organizados. El diseñador gráfico, con la autoridad y profesionalismo propios, investigará y analizará las situaciones generales del área de diseño, para obtener mejores resultados de producción en el mercado de consumo donde actúa. También será capaz de utilizar y dominar las herramientas que ofrece la computación, como los aspectos creativos de diseño.

Perfil Profesional

El licenciado en diseño gráfico y comunicación visual será un profesional con una nueva perspectiva en el campo laboral, ya que abarcará distintos aspectos gráficos y de la informática en su trabajo diario. Debe ser capaz de:

- ① Actuar en equipos multidisciplinares;
- ② Investigar y ser crítico dentro del área del diseño gráfico;
- ③ Tener voluntad creadora y dominar diferentes métodos de comunicación gráfica;
- ④ Tener conocimientos de los aspectos legales relacionados con su campo profesional.

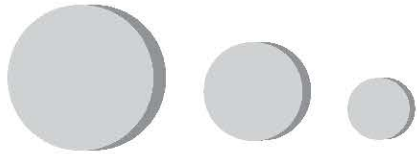


①

99



③



- 5 Capacidad para diagnosticar situaciones críticas en el área del diseño gráfico e imagen;
- 6 Manejar distintos programas de cómputo, que ayudarán a concretar el mensaje gráfico requerido;
- 7 Capacidad y destreza en el manejo de los diferentes instrumentos de los recursos expresivos de diseño;
- 8 Habilidad y destreza en el manejo de dibujo, en la estética, forma, fondo y perspectiva;
- 9 Habilidad y destreza en el manejo de la comunicación visual y su entorno con la imagen institucional;
- 10 Habilidad y destreza en el manejo y utilización de la fotografía.

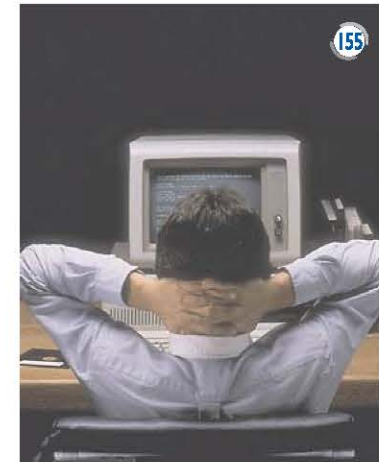
100



7



5



6

El diseño y la comunicación visual en la actualidad

En la actualidad, el diseño gráfico ha cambiado y evolucionado. Ahora no sólo es diseño gráfico, sino que ya implica algo más: la comunicación visual, que si bien en el diseño gráfico se daba por sentado el hecho de que esa parte existía, ahora con el diseño y comunicación visual se trata de dar mayor énfasis.

Según la ENAP (Escuela Nacional de Artes Plásticas), "el Diseño y la Comunicación Visual es la disciplina que estudia la aplicación de los procedimientos y el manejo de las técnicas para la producción y la investigación de los mensajes visuales"

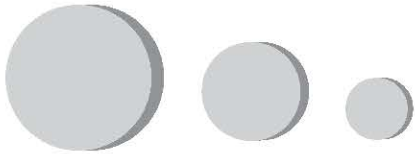
La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales, que forman parte de la gran familia de todos los mensajes que actúan sobre nuestros sentidos: sonoros, térmicos, dinámicos, etcétera.

La función social del Diseño y Comunicación Visual se refiere a la solución de problemas de interacción humana que implican la transferencia de información, la vinculación directa a los procesos de intercambio de conocimiento mediante estrategias, instrumentos, procedimientos, recursos y conceptos propios de los códigos del lenguaje visual.



En México, la profesión del diseñador demanda un análisis profundo respecto de todas sus bases formativas, reorientación y enriquecimiento cultural.

En la actualidad, más de 70 escuelas imparten la carrera en el nivel técnico, o como opción de salida de otras carreras de nivel medio superior. A la subvaloración del carácter académico y profesional del diseño, debe agregarse el rezago tecnológico del país en relación con países cuyas tecnologías son más desarrolladas, así como las precarias condiciones socioeconómicas de gran parte de nuestra población.



En cuanto al campo laboral, los sistemas de mercado de las profesiones en América Latina, y en particular en México, no permiten la especialización de estas disciplinas ya que el diseño es considerado todavía un artículo suntuario, lo que propicia su marginación como actividad profesional. Por otra parte, las condiciones de desarrollo empresarial que prevalecen en estos tiempos enfrentan al egresado a la problemática de que el campo de trabajo se reduce únicamente a la reproducción de ideas.

En relación con lo anteriormente mencionado, el diseñador alemán Gui Bonsiepe en su conferencia *"Perspectivas del diseño industrial y gráfico en Latinoamérica"*, señala: la centralización política y socioeconómica de las actividades productivas y de la información engloba la problemática de esta profesión. Existe un rezago en la atención a las instituciones de provincia, su integración a las instancias académicas, culturales e industriales está obstaculizada tanto por las distancias a los centros de información como por la política centralista de las dependencias gubernamentales, lo que repercute en su participación en el mercado potencial de trabajo.

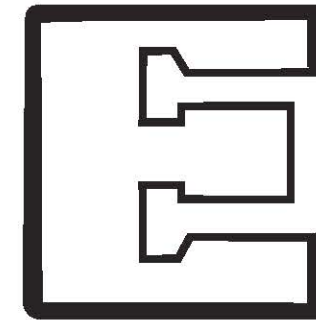


Las instituciones de educación superior utilizan sistemas de enseñanza que se integran a las necesidades de sus planes de estudio; así, conforman la programación adecuada para una correcta evaluación de carácter integral.

De acuerdo con los datos estadísticos integrados por ENCUADRE (Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico) en los términos generales, se manifiestan los siguientes sistemas educativos aplicados en la mayoría de las universidades del país.

Sistema Escolarizado:

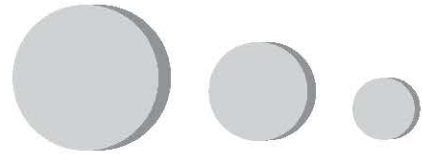
- Periodos semestrales
- Duración de 8 semestres
- Aprobación sujeta a obtención de créditos por asignaturas cubiertas
- Nivel académico: licenciatura



Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico, A.C.

Sistema Modular:

- Periodos semestrales
- Duración cuatro años
- Módulos subdivididos en tres etapas: Básica, intermedia y terminal



Importancia del diseño gráfico en la sociedad

104

Sobre la influencia creciente del diseño gráfico en la sociedad, Enric Satué reflexiona: "la progresiva ampliación de los campos de intervención del diseño gráfico, cuya vertiginosa inflexión al alza se inicia en los años cincuenta con la implantación del medio de comunicación de masas más poderoso de la historia: la televisión". En efecto, este secular servicio a la comunicación, recluso y fragmentado principalmente en la edición de libros, la industria de la impresión y las agencias de publicidad cobra a mediados de los años setenta una nueva dimensión y se proyecta con fuerza multidisciplinar, contribuyendo decisivamente al desarrollo y modernización de los mensajes visuales emitidos desde entonces por televisión, prensa, revistas, imagen corporativa, packaging, imagen de producto y programas de señalización.

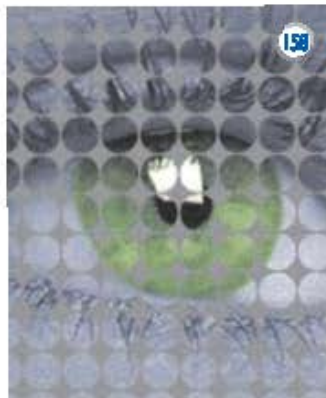
Para ello, ha sido determinante la incorporación decisiva de técnicas de expresión gráfica como la fotografía, la pictografía, la señalética, la fotocomposición y la infografía, con las que se ha constituido el cuerpo casi místico de la informática. Por cierto, una revolución triunfante igualmente imprevisible que, según los oráculos tecnológicos más influyentes, ha dejado al diseño gráfico en una posición estratégica privilegiada, llamada a suceder a la arquitectura y al diseño industrial en la guía de la cultura del proyecto y sus disciplinas.



El papel del diseñador y comunicador visual

El diseño gráfico es una actividad intelectual, técnica y creativa involucrada no solamente con la producción de imágenes sino con el análisis, la organización y los métodos de presentación de soluciones visuales a los problemas de comunicación. La información y la comunicación son las bases de una vida interdependiente alrededor del mundo, ya sea en las esferas del intercambio económico, cultural o social. La tarea del diseñador gráfico es la de proveer las respuestas correctas a los problemas de comunicación visual, de cualquier orden, en cualquier sector de la sociedad.

El diseñador gráfico trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes. Su sensibilidad para la forma debe ser paralela a su sensibilidad para el contenido. Un diseñador de textos no ordena tipografía, sino que ordena palabras, trabaja en la efectividad, la belleza y la economía de los mensajes. Este trabajo, más allá de la estética, tiene que ver con la planificación y estructuración de las comunicaciones, con su producción y con su evaluación.



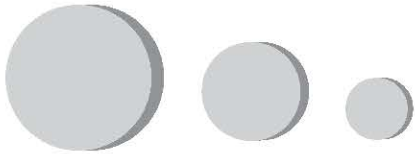
Lenguaje Visual

105

El diseñador debe tener conocimiento de las siguientes áreas:

- 1- Lenguaje visual
- 2- Comunicación
- 3- Percepción visual
- 4- Administración de recursos
- 5- Tecnología
- 6- Medios
- 7- Técnicas de evaluación

Dado que el trabajo del diseñador se relaciona, como ya se dijo con el de otros especialistas, el conocimiento de las áreas mencionadas debe complementarse con habilidad para trabajar en equipos multidisciplinarios y para establecer buenas relaciones interpersonales. En último análisis, el diseñador gráfico es un especialista en comunicación humana, si bien su Medio específico es la comunicación visual.



En tal sentido, el Diseño Gráfico surge como una integración comunicacional de las distintas especializaciones. El Diseño en general se divide en:

106

- Diseño gráfico y comunicación visual: se divide en áreas como :
- Diseño editorial: periódicos, revistas, libros, manuales de instrucción, etc.
- Diseño publicitario: anuncios, folletos, carteles, etc.
- Diseño multimedia: páginas Web, CD-ROM etc.
- Identidad corporativa: logotipos, manuales de identidad, etc.
- Señalización: exterior e interior
- Envase y embalaje: Packaging, embalajes, cajas, bolsas etc.

Otras áreas del diseño en general

- Diseño industrial: diseño de objetos (lámpara, sillas, coches, etc.)
- Diseño arquitectónico: proyectos de edificios, casas, oficinas y su decoración.
- Diseño de modas: diseño de indumentaria (bolsos, zapatos, vestidos etc.)

Las funciones del diseño gráfico serían las siguientes:

Comunicativa: mediante la composición, el diseño gráfico ordena la información para hacerla más clara y legible a la vista del receptor.

Publicitaria: intenta persuadir al receptor con una puesta en escena visualmente atractiva.

Formativa: tiene mucho que ver con la función comunicativa en la ordenación del mensaje, pero aplicado a fines educativos y docentes.

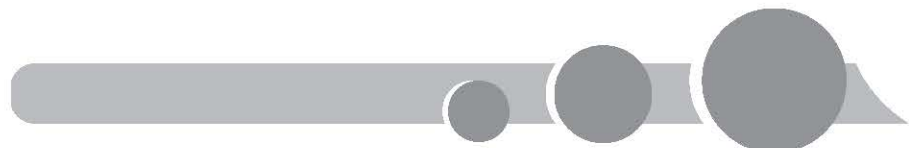
Estética: forma y funcionalidad son dos elementos propios del diseño gráfico, cuyo producto tiene que servir para mejorar algún aspecto de nuestra vida y también para hacernos más agradable su uso.



áreas
del diseño

áreas del diseño





A continuación se hablará de 3 posibles medios del diseño y comunicación visual, que servirán para darle solución al problema que se nos presenta, el cual es "la falta de difusión de los programas de actualización en las nuevas formas y procedimientos de enseñanza a docentes en la ciudad de Uruapan, Michoacán."

Imagen corporativa

La identidad se refiere a un conjunto de atributos y valores que toda empresa, y cualquier sujeto, posee: su personalidad, su razón de ser, etc. Es la conciencia de la propia empresa respecto de lo que es (la realidad de la empresa) y lo que quiere ser en el futuro. La personalidad de la empresa configurará su diferenciación y posicionamiento, así como las bases de la estrategia empresarial, y se manifestará a través de su propia cultura, entendiendo por esto su concepto de claridad, sus conductas, el estilo y el modelo organizado. Toda empresa, por el sólo hecho de existir y aunque no tenga intención específica de comunicar, emite continuamente mensajes a su entorno, ya sean de carácter verbal o no, intencionados o no.



Imagen corporativa de Shishas cafe lounge por medusa's diseño

La imagen general de una empresa o institución es básicamente un estado de opinión pública. Esta imagen que el público tiene de la empresa no sólo se genera por la gestión y actuación de dicha empresa, esto es, por el conjunto de comunicaciones emitidas por la entidad, su comportamiento hacia ese público y su forma de llevar a cabo las tareas administrativas, sino que además la institución es identificada por una imagen visual, que personaliza las comunicaciones ante los ciudadanos.

Esta imagen visual, resultante de la percepción por parte del público de la denominada identidad corporativa, refuerza la imagen general de la empresa. Se trata, en definitiva, de crear un código visual a partir de una serie de informaciones que no son de carácter visual, sino de concepto y personalidad, para definir la empresa. Este código visual se compone de una serie de elementos debidamente definidos y coordinados entre sí.



Para explicarlo de una manera más clara e inmediata recurriré a una comparación: un hombre elegante y pulcro, cuando se viste por la mañana trata de elegir su ropa de forma que los colores, tejidos y estilos combinen entre sí. Pero no se limita a esto: de hecho combina con su ropa un determinado tipo de zapatos, una determinada corbata, calcetines en sintonía con la camisa, etc. En definitiva, cada detalle de su vestimenta está elegido en estrecha relación con la imagen general que ese hombre quiere dar de sí.

La misma filosofía regula el comportamiento de las empresas; éstas, incluso, para mantener un cierto estilo, deben procurar reglamentar todas las expresiones en las que se mezcla su imagen (papel de cartas, rótulos externos, medios de transporte, etc.). Por este motivo, es fundamental recurrir a un diseñador gráfico para que estudie la imagen de la empresa.

En un mercado tan competitivo y cambiante, la imagen corporativa es un elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento: así como las empresas deben adecuarse a los cambios con una velocidad y profundidad jamás vista, de igual manera deberán adecuar su imagen para transmitir dichos cambios.

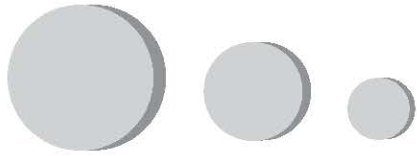
La imagen corporativa es la manera por la cual se transmite quién es, qué es, qué hace y cómo lo hace. El diseño coordinado de los diferentes agentes de comunicación hará que esa imagen sea correctamente transmitida al auditorio deseado.



La construcción de una imagen conlleva una optimización de recursos, dado que tanto los envases como la publicidad, los uniformes y la papelería son elementos necesarios de todos modos para el funcionamiento de una empresa: al transformarlos, a su vez, en agentes de comunicación, se rentabilizan al máximo las inversiones obligadas.

Imagen corporativa es la personalidad de la empresa, lo que simboliza. Dicha imagen tiene que estar impresa en todas partes que involucren a la empresa, para darle cuerpo, repetir su imagen y posicionar ésta en su mercado.

Al ver su logotipo constantemente, dicha imagen se irá fijando en la mente de las personas; eso es posicionarse. Cuando alguien piensa en algo referente a su producto o servicio, se imaginará su logotipo como opción. Las imágenes de empresas tienen una gran influencia en el éxito global de una compañía. Abarcan desde un logo, hasta el diseño de decoración de interior y los uniformes de una empresa.



Logotipo

logotipo

Logotipo es un grupo de letras, símbolos, abreviaturas, cifras, fundidos en un sólo bloque para facilitar la composición tipográfica. No es más que la firma de la compañía, que se puede aplicar a todas clases de material impreso o visual.



(1,2) Logotipos diseñados por Medusa's diseño

El principal requisito de un logotipo consiste en que debería reflejar la posición de mercado de la empresa. El logo permitirá a la compañía colocarse visualmente al lado de sus competidores, y le ayudaría a aparecer como el proveedor más profesional y atractivo dentro de su sector de mercado. El logo puede incorporarse, como un trabajo posterior de diseño, a la papelería, transporte y en carteles que indiquen la presencia de la empresa o identifiquen sus locales comerciales. También se puede utilizar en la publicidad de prensa, en muchos casos en blanco y negro. Por lo tanto, es importante tener en cuenta una amplia gama de posibles aplicaciones en las fases iniciales de la creación de la imagen, para asegurar la eficacia permanente, en una variedad de medios informativos diferentes.

¿Cuándo una empresa necesita identidad corporativa?

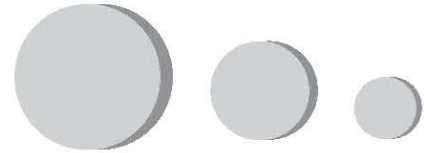
- Cuando se pone en marcha
- Cuando se ha fusionado con otra
- Cuando diversifica su gama de productos
- Cuando toma conciencia que debe de modernizarse
- Cuando ofrece servicios y productos muy parecidos a los de su competencia
- Cuando los productos son más famosos que la empresa
- Cuando tiene cambio de directorio y, por consiguiente, comienza un nuevo orden
- Cuando es identificada con demasiados elementos y debe integrar su impacto
- Cuando, simplemente, el logotipo actual carece de impacto y funcionalidad



Beneficios de la identidad corporativa:

- Aumento de la reconocibilidad de la empresa u organización
- Mayor confianza de los empleados o voluntarios de la empresa u organización
- Ahorro de costos por estandarización
- Aumento del conocimiento público de una empresa u organización
- Una mejor imagen para el mercado





Medios impresos

Medios

113

Estos son las revistas, los periódicos, los magazines, los folletos, trípticos, carteles y, en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar.

El efecto de los medios impresos es más duradero, pues se puede volver a la publicación una y otra vez para analizarla, citarla, compararla. Hay medios para todo tipo de público, no sólo para el que se quiere informar acerca de la realidad, sino también los hay para los jóvenes, los aficionados a la música, a los deportes, etc. Es decir, hay tantos medios impresos como grupos en la sociedad.



Publicidad

publicidad y promoción

¿Qué es la Publicidad?

La publicidad se define como la utilización de un conjunto de técnicas persuasivas, a través de diferentes medios de comunicación, cuyo objetivo es favorecer la venta de una determinada mercancía (objeto, producto o servicio).

La publicidad es una forma de comunicación pagada por una compañía o empresa que desea difundir su información. En lenguaje publicitario, la compañía o empresa que paga la publicidad es llamada cliente o patrocinador. Si dicha comunicación no es pagada, no es publicidad: por ejemplo la forma de promoción llamada propaganda no es publicidad porque no es pagada. La promoción ayuda a mantener un producto en la mente del público objetivo, y contribuye a estimular la demanda de ese producto. La promoción implica publicidad sostenida, repercusión en los medios y, finalmente, en ventas. La promoción se dice que puede ser muy discreta. Las promociones suelen consistir en ideas del *Buzz marketing*; no importan los medios, sólo cuenta el impacto.



La publicidad se transmite por medios masivos; ello significa que se entrega a través de un medio de comunicación diseñado para llegar a más de una persona (por lo general, a un gran número de personas). La publicidad tiene una amplia difusión a través de medios familiares, televisión, radio, periódicos y revistas, y otros medios como correo directo, carteleras en exteriores, Internet y discos compactos. La naturaleza de los medios masivos de la publicidad crea un entorno de comunicaciones donde el mensaje no es entregado cara a cara, lo que distingue a la publicidad de las ventas personales como una forma de comunicación.

La publicidad incluye un intento de persuadir. En términos claros, los anuncios son una comunicación diseñada para hacer que alguien haga algo. Hasta un anuncio con el objetivo manifiesto de ser sólo informativo, todavía tiene la persuasión en su esencia. El anuncio informa al consumidor con intención, y esa intención es que al consumidor le guste la marca o se incline por esa empresa y, eventualmente, la compre o esté de su lado.

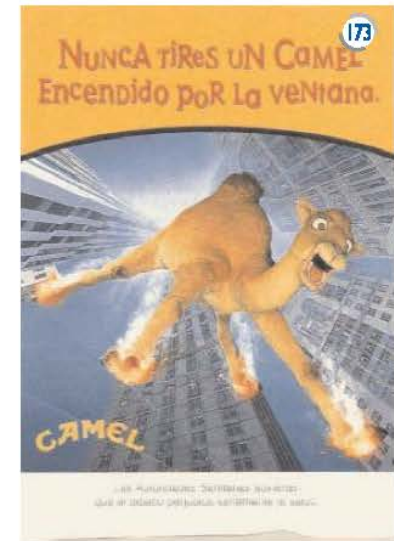
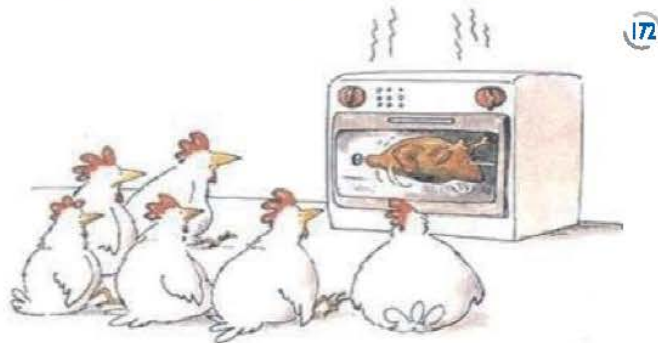


Cartel para la campaña de Nike
(Just do it.) solo hazlo

Ante la ausencia de ese propósito persuasivo, la comunicación podría ser noticiosa, pero no sería publicidad.

¿Qué es un anuncio publicitario?

Un anuncio se refiere a un mensaje específico que alguien, alguna organización, coloca para persuadir a un público.

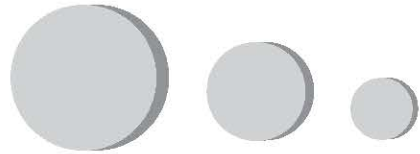


Publicitaria

Campana publicitaria

campana

Es una serie de anuncios coordinados y otros esfuerzos de promoción que comunicarán un tema razonablemente cohesivo e integrado. El tema puede estar integrado por varias afirmaciones o puntos, pero en esencia debe presentar un tema singular. Las campañas exitosas pueden desarrollarse alrededor de un sólo anuncio, colocado en múltiples medios, o pueden estar integradas por varios anuncios distintos (lo que es más común) con apariencia, sentido y mensajes similares.



Comunicación integral de una marca

117

Es el uso de varias herramientas de promoción (incluyendo publicidad), de manera coordinada para construir y mantener percepción, identidad y preferencia de la marca. Cuando los mercadólogos combinan concursos, un sitio en la red, patrocinio de eventos, exhibiciones en el punto de venta, con la publicidad, crean promoción integrada de marca.



Diseño Publicitario

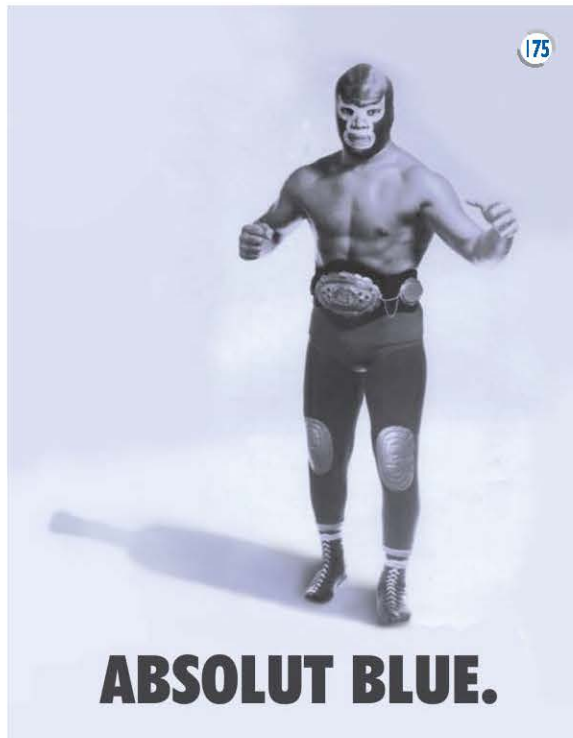
Publicidad es comunicación pagada, no personal, que por conducto de los diversos medios publicitarios hacen empresas comerciales, organizaciones no lucrativas o individuos que están identificados de alguna manera con el mensaje publicitario.

A gran parte de la publicidad de nuestros tiempos se le podría llamar más apropiadamente creadora de imágenes, ya que está concebida para crear o perpetuar la imagen de una marca o de una corporación mercantil.

La publicidad ha creado un campo propio en el que su aporte ha sido considerado como fundamental para establecer un sin número de relaciones entre la comunicación de un mensaje y un estatuto que posibilita la aplicación de esquemas básicos.

Asimismo, en ese estudio, se podrá verificar sus alcances para organizar la llamada imagen corporativa de una empresa, que estratégicamente y operativamente ilumina el estilo y la conducta la empresa; el sentido de las decisiones que toma y realiza; su modo propio de concebir productos y/o servicios y de innovar; su personalidad exclusiva y su manera distintiva de comunicar, de conectar con los públicos y de relacionarse con ellos. La imagen posee unas condiciones excepcionales que atraviesan toda la dinámica de la empresa hasta el largo plazo.

Para entender la publicidad, debemos clasificarla de muchas maneras: de detallista o general, de productos o institucional, de clase o de masa, de acción directa o indirecta y primaria o selectiva. Si la consideramos según sus públicos, sus funciones o sus medios.



Cartel para Vodka Absolut
diseñado por Medusa's diseño

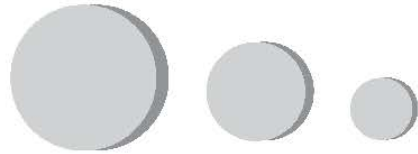
PÚBLICO: Cuando se anuncia el jabón X a la gente que va a usarlo para lavar su ropa, tenemos publicidad para el consumidor. En cambio, si los anuncios del jabón X están destinados a los concesionarios, esta publicidad será para las empresas comerciales.

TIPO DE ANUNCIANTE: Hay dos tipos principales de anunciantes, que hacen la mayor parte de la publicidad para el consumidor: los anunciantes nacionales (generales) y locales (detallistas). Cuando nos recomiendan algún producto por medio de las revistas, la televisión, la radio, o algún otro medio publicitario, es publicidad general o nacional. En cambio, si un concesionario local nos recomienda comprar un producto en su tienda, es un anuncio detallista.

MEDIOS: También puede examinarse la publicidad sobre la base de los medios que se usan para transmitir el mensaje. Así, se tiene publicidad periodística, por radio, por televisión, etc.

FUNCIONES: Publicidad de Productos y Publicidad Institucional. Cuando una empresa publica un anuncio que describe las virtudes de cierto producto, evidentemente se trata del anuncio de un producto. En cambio, cuando la empresa realza su imagen mediante la descripción de sus medios de investigación, usará la publicidad institucional. La primera está concebida para vender el producto; la segunda, para "vender" la firma. La publicidad indirecta podría llamarse sin mucho rigor "venta encubierta"; la publicidad directa, "venta agresiva".

La publicidad primaria hace la propaganda a la clase de producto; la publicidad selectiva, a una marca determinada.



Hoy en día, hay que darle una consideración especial a cualquier diseño gráfico, ya que es una expresión y un importante factor para la forma en la que el consumidor percibe el producto, servicio o acontecimiento o empresa. Todo lo relacionado con un producto o servicio funciona como elemento publicitario.

119

Como diseñador, es fundamental conocer lo que el cliente quiere comunicar; esto es sólo una pequeña parte de la creación de la campaña publicitaria. Una gran promoción no sólo debe generar deseo o necesidad del producto, sino que también debe crear una sed del propio material publicitario. Como por ejemplo la ropa y souvenir de Disney o los pósters de Vodka Absolut se han convertido en tan deseables como los productos y lugares para cuya promoción fueron diseñados. Un gran material publicitario no sólo consigue una segunda mirada o decide la venta, sino que tiene vida propia.

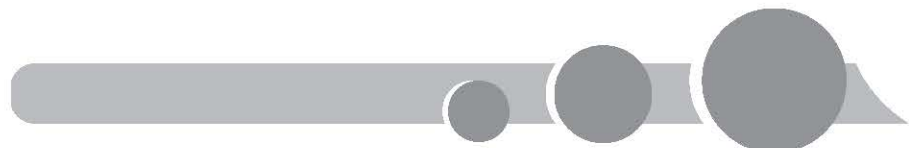
Clases de diseño publicitario

En el ámbito publicitario, que es muy amplio, cada vez son más los elementos que se utilizan para conseguir y transmitir la publicidad de una empresa de un nuevo producto, o cualquier otro ingrediente de última fabricación o creación.

Destacamos como clases de diseño publicitario:

- Folletos
- Volantes
- Catálogos
- Carteles y pósters
- Vallas publicitarias
- Packaging, envases y etiquetas

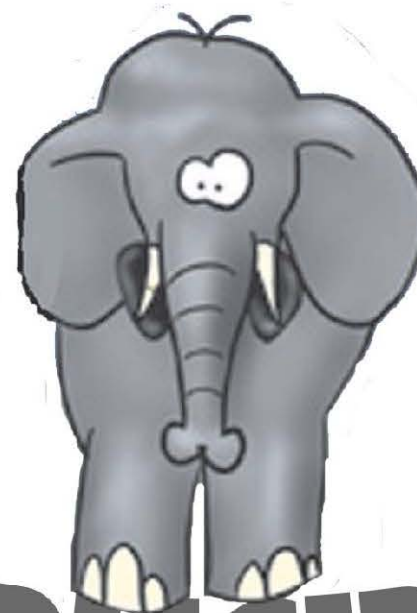




Este sería un ejemplo de promoción, publicidad y venta

Si llega un circo a la ciudad y uno pinta un cartel que diga "el circo llega este sábado a la plaza"; eso es publicidad. Si uno coloca el cartel sobre el lomo del elefante y lo hace pasear por la ciudad, eso es promoción. Si el elefante pisotea el jardín del alcalde, eso es repercusión en los medios. Y si uno consigue que el alcalde se ría del asunto, eso son relaciones públicas. Si se logra que una niña quiera ir a ver al elefante al circo, y su padre le compra la entrada, estamos hablando de ventas.

(Tomado de publicidad y comunicación integral de marca)



PUBLICIDAD

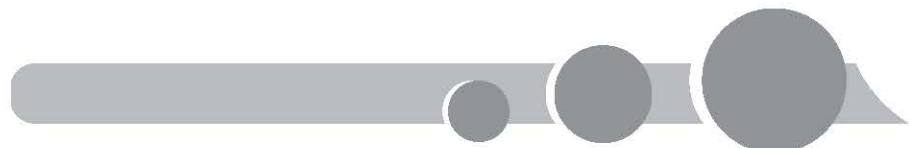




CAPÍTULO VII

¿qué se ha hecho?





¿Qué se ha hecho?

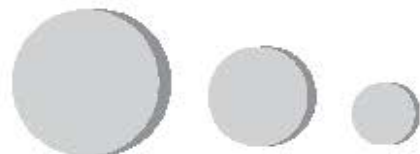
Región Uruapan

Al estar observando los distintos carteles, trípticos, libros, folletos y volantes, que hacen referencia a mi tema el cual es: "La Falta de Difusión en los Distintos Programas y Técnicas de Actualización en Enseñanza Dirigidos a Docentes", me di cuenta de que Uruapan es uno de los lugares más descuidados en cuanto a aspecto de diseño se refiere en esta área. Al parecer, quienes trabajan con la promoción de cursos solo se encargan de vaciar la información, y no se preocupan en nada en cuestión de imagen.

Por lo anterior, en muchas ocasiones estas campañas de difusión pasan desapercibidas.

¿Qué se ha hecho?
hecho

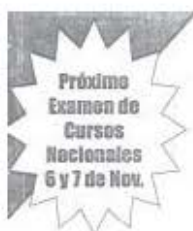




Cartel 1 y 2

123

Referente a los dos ejemplos de carteles que encontré, ambos carecen de impacto visual, ya que ninguno de los dos maneja color. En ambas, la tipografía cumple entre ella misma; no dan énfasis a cierta información. En la misma tipografía, no existe aplicación de diseño: toda es de una misma familia. No integran otra fuente y eso hace que se vea monótono. En cuanto a gráficos se refiere, en el cartel número 1 al parecer son clips arts o símbolos y caracteres pre diseñados; no tienen nada de diseño ni color y, en el cartel número 2, manejan logos de los patrocinadores. En uno de ellos se nota un poco de diseño, pero el que debería tener más por ser el más importante (ya que es el logo del centro de capacitación) solo hay una mezcla de clips arts: en pocas palabras, es pésimo. No supieron aprovechar nada del formato de la hoja; ambas son fotocopias; no se preocuparon por preguntar por otro tipo de impresión, ni otro tipo de material. Como conclusión, carecen totalmente de impacto visual y cualquier público las pasará por alto.



¡ASISTE! A
LOS TALLERES
CON TEMATICA
DE EL CURSO
QUE
SOLICITASTE

CEDEPROM
URUAPAN
Mas información en
Veracruz No. 4

2° Encuentro
Académico
*Con el deseo
de compartir
un espacio de
reflexión*

25 de
octubre
9.00 Hrs.

Universidad
Pedagógica
Nacional



Cartel 1




Cartel 2

Tríptico

En cuanto al tríptico, no existe mucha diferencia respecto de los carteles en cuanto a diseño se refiere. Hay escasez de imagen e impacto visual. Existe un mal uso del diseño editorial. Éste no tiene ninguna retícula para basarse. Tiene una mala utilización de la tipografía y en la imagen como en el caso anterior, solo hay aplicaciones de imágenes prediseñadas. Falta color. hay poca o nada de aplicación de diseño gráfico.



Parte interna



¿QUÉ ENTENDIENDO?

«Que los directivos conozcan los principios y fundamentos que rigen la educación, así como las funciones de la escuela»

«Analizar la estructura actual de la Educación Primaria y cómo el nuevo Plan Educativo que implementa en las escuelas educativas»

«Reconocer la influencia de los factores de los contextos y sus implicaciones»

«Aplicar el espíritu de la cultura docente hacia el mejoramiento de la calidad educativa, reconociendo la importancia del profesor como protagonista»

¿A DÓNDE VA DIRIGIDO?

A todos los directivos de escuelas primarias (coordinadores, directores, supervisores y jefes de sector) que deseen mejorar su formación educativa, participando en un curso magistral»

¿CÓMO PARTICIPARÁ?

«Asistiendo al dictado de CECODER (Derechos Reservados)»

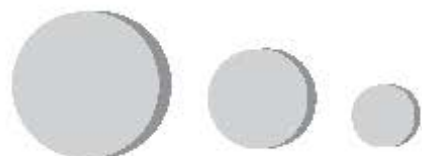
«El objetivo es presentar diferentes puntos de vista de los participantes en forma individual, cooperativa y formar un grupo de trabajo y así como se convenga en la CECODER (Derechos Reservados)»

«Que sea aplicada la metodología del curso y que se valore la experiencia en los talleres y el trabajo individual»

«Presentar un informe en la sesión de trabajo correspondiente»

Parte externa

Tuve que analizar estos casos porque son los que se aplican en Uruapan, Es preocupante ver estos casos, donde se descuida la utilización del diseño gráfico. No observé nada rescatable en estos casos; casi todo son puntos en contra. Quizá sólo un punto sería lo barato que pueden salir estas impresiones, ya que son fotocopias, pero hoy en día hay muchas formas y materiales económicos que bien pudieron utilizar.



Cartel

125

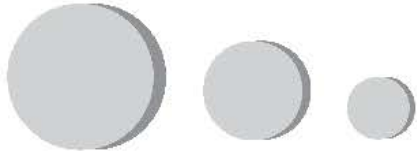
En este caso se ve más diseño gráfico, una composición más agradable en cuanto a color se refiere. Existe utilización de una textura, y el color del fondo hace que resalten perfectamente la imagen y la tipografía. En cuanto a la imagen, mi manera de pensar es que está fuera de contexto, ya que la imagen es la que más llama la atención y no da la idea de lo que se está hablando. Su logotipo está bien empleado, y se ve que se use diseño, ya que realizaron una estilización simbólica en plata, integrando la imagen a la tipografía y la estilización de un libro. La tipografía está muy bien empleada, ya que resalta muy bien en el fondo. También le da énfasis a la información que necesita, ya siendo que las pongan en bold o contrastándola con el fondo. Tiene un buen acomodo de la información, ya que está justificada correctamente. Los materiales son un papel satinado, impreso en offset.



Cartel

Es otro cartel empleado para difundir. Hace buen uso de todos los elementos que contiene, empezando por la tipografía ya que, al igual que en el caso anterior, enfatiza alguna información (como el título); esto, para llamar la atención. El resto de la información contrasta muy bien con el color del fondo, dando así buena legibilidad. Este tono del fondo tiene una vista agradable en cuanto a la imagen principal. Está muy de acuerdo con la temática que se maneja. Tiene un buen estilo de ilustración. Se entiende muy bien, haciendo una buena composición con el resto de los elementos. Quizá su único defecto son los logos de los patrocinadores ya que, por su color, se alcanzan a perder un poco en el tono oscuro que manejan. En sí es un buen cartel y cumple muy bien con su objetivo. En el caso anterior y éste utilizan el offset en un papel satinado, que da realce a su composición.

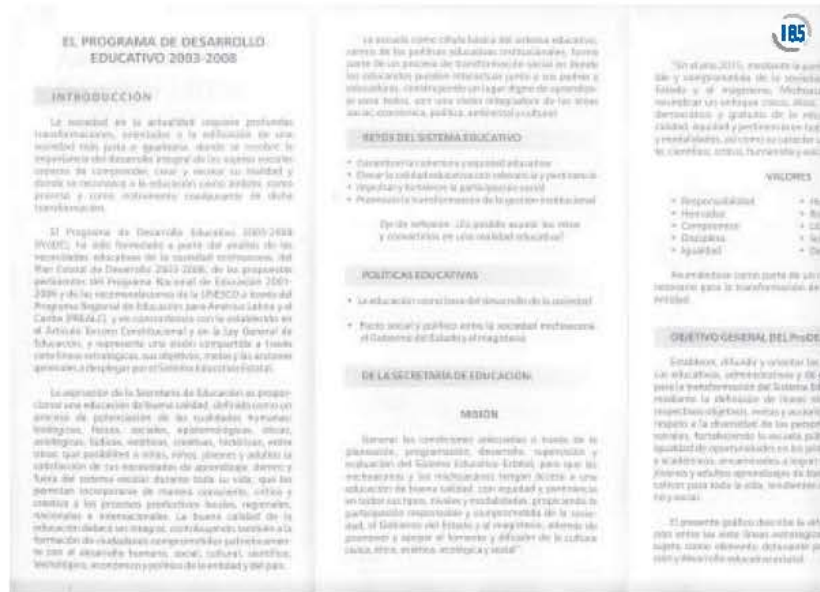




Tríptico

127

En cuestión del tríptico se nota que se pensaba en un diseño editorial que está estructurado y tiene cierta composición. Los elementos decorativos ayudan al realce de alguna información, y un buen uso del color, la hace legible. La tipografía es muy legible, por el hecho de que tiene el puntaje correcto. Pienso que es un buen diseño, pero también que pudieron jugar más con la composición de la información para ayudar a hacerla menos tediosa y pesada. La utilización de papel satinado ayuda mucho a la presentación.



Cara externa

Cara interna

Tríptico

En este tríptico es visible el mal empleo del diseño editorial, ya que se descuidan algunos aspectos (como el puntaje) en la tipografía, además de la utilización de varias fuentes, y que en varios bloques de texto existe la aparición de "ríos", haciendo ruido visual en la composición.

En conclusión, es necesario proporcionar al tríptico una mejor composición con base en los aspectos del diseño editorial. Este tríptico fue impreso a una tinta, en papel bond.

Realización de Cursos:

Región INDIANITO
 Sede: Av. Bolívar 100, Edif. "El Sol", Barrio Comuna, Páramo, C.A. 120100, Páramo, C.A. 120100.
 Tel: (07) 271 21 21, 21 22, 21 23, 21 24, 21 25, 21 26, 21 27, 21 28, 21 29, 21 30, 21 31, 21 32, 21 33, 21 34, 21 35, 21 36, 21 37, 21 38, 21 39, 21 40, 21 41, 21 42, 21 43, 21 44, 21 45, 21 46, 21 47, 21 48, 21 49, 21 50, 21 51, 21 52, 21 53, 21 54, 21 55, 21 56, 21 57, 21 58, 21 59, 21 60, 21 61, 21 62, 21 63, 21 64, 21 65, 21 66, 21 67, 21 68, 21 69, 21 70, 21 71, 21 72, 21 73, 21 74, 21 75, 21 76, 21 77, 21 78, 21 79, 21 80, 21 81, 21 82, 21 83, 21 84, 21 85, 21 86, 21 87, 21 88, 21 89, 21 90, 21 91, 21 92, 21 93, 21 94, 21 95, 21 96, 21 97, 21 98, 21 99, 21 00.

Región MICHILTA 1
 Sede: Av. Bolívar 100, Edif. "El Sol", Barrio Comuna, Páramo, C.A. 120100, Páramo, C.A. 120100.
 Tel: (07) 271 21 21, 21 22, 21 23, 21 24, 21 25, 21 26, 21 27, 21 28, 21 29, 21 30, 21 31, 21 32, 21 33, 21 34, 21 35, 21 36, 21 37, 21 38, 21 39, 21 40, 21 41, 21 42, 21 43, 21 44, 21 45, 21 46, 21 47, 21 48, 21 49, 21 50, 21 51, 21 52, 21 53, 21 54, 21 55, 21 56, 21 57, 21 58, 21 59, 21 60, 21 61, 21 62, 21 63, 21 64, 21 65, 21 66, 21 67, 21 68, 21 69, 21 70, 21 71, 21 72, 21 73, 21 74, 21 75, 21 76, 21 77, 21 78, 21 79, 21 80, 21 81, 21 82, 21 83, 21 84, 21 85, 21 86, 21 87, 21 88, 21 89, 21 90, 21 91, 21 92, 21 93, 21 94, 21 95, 21 96, 21 97, 21 98, 21 99, 21 00.

Región MICHILTA 2
 Sede: Av. Bolívar 100, Edif. "El Sol", Barrio Comuna, Páramo, C.A. 120100, Páramo, C.A. 120100.
 Tel: (07) 271 21 21, 21 22, 21 23, 21 24, 21 25, 21 26, 21 27, 21 28, 21 29, 21 30, 21 31, 21 32, 21 33, 21 34, 21 35, 21 36, 21 37, 21 38, 21 39, 21 40, 21 41, 21 42, 21 43, 21 44, 21 45, 21 46, 21 47, 21 48, 21 49, 21 50, 21 51, 21 52, 21 53, 21 54, 21 55, 21 56, 21 57, 21 58, 21 59, 21 60, 21 61, 21 62, 21 63, 21 64, 21 65, 21 66, 21 67, 21 68, 21 69, 21 70, 21 71, 21 72, 21 73, 21 74, 21 75, 21 76, 21 77, 21 78, 21 79, 21 80, 21 81, 21 82, 21 83, 21 84, 21 85, 21 86, 21 87, 21 88, 21 89, 21 90, 21 91, 21 92, 21 93, 21 94, 21 95, 21 96, 21 97, 21 98, 21 99, 21 00.

Región PUEBLOVIEJO
 Sede: Av. Bolívar 100, Edif. "El Sol", Barrio Comuna, Páramo, C.A. 120100, Páramo, C.A. 120100.
 Tel: (07) 271 21 21, 21 22, 21 23, 21 24, 21 25, 21 26, 21 27, 21 28, 21 29, 21 30, 21 31, 21 32, 21 33, 21 34, 21 35, 21 36, 21 37, 21 38, 21 39, 21 40, 21 41, 21 42, 21 43, 21 44, 21 45, 21 46, 21 47, 21 48, 21 49, 21 50, 21 51, 21 52, 21 53, 21 54, 21 55, 21 56, 21 57, 21 58, 21 59, 21 60, 21 61, 21 62, 21 63, 21 64, 21 65, 21 66, 21 67, 21 68, 21 69, 21 70, 21 71, 21 72, 21 73, 21 74, 21 75, 21 76, 21 77, 21 78, 21 79, 21 80, 21 81, 21 82, 21 83, 21 84, 21 85, 21 86, 21 87, 21 88, 21 89, 21 90, 21 91, 21 92, 21 93, 21 94, 21 95, 21 96, 21 97, 21 98, 21 99, 21 00.

Región TOLIMARITO
 Sede: Av. Bolívar 100, Edif. "El Sol", Barrio Comuna, Páramo, C.A. 120100, Páramo, C.A. 120100.
 Tel: (07) 271 21 21, 21 22, 21 23, 21 24, 21 25, 21 26, 21 27, 21 28, 21 29, 21 30, 21 31, 21 32, 21 33, 21 34, 21 35, 21 36, 21 37, 21 38, 21 39, 21 40, 21 41, 21 42, 21 43, 21 44, 21 45, 21 46, 21 47, 21 48, 21 49, 21 50, 21 51, 21 52, 21 53, 21 54, 21 55, 21 56, 21 57, 21 58, 21 59, 21 60, 21 61, 21 62, 21 63, 21 64, 21 65, 21 66, 21 67, 21 68, 21 69, 21 70, 21 71, 21 72, 21 73, 21 74, 21 75, 21 76, 21 77, 21 78, 21 79, 21 80, 21 81, 21 82, 21 83, 21 84, 21 85, 21 86, 21 87, 21 88, 21 89, 21 90, 21 91, 21 92, 21 93, 21 94, 21 95, 21 96, 21 97, 21 98, 21 99, 21 00.

Región URBANITO
 Sede: Av. Bolívar 100, Edif. "El Sol", Barrio Comuna, Páramo, C.A. 120100, Páramo, C.A. 120100.
 Tel: (07) 271 21 21, 21 22, 21 23, 21 24, 21 25, 21 26, 21 27, 21 28, 21 29, 21 30, 21 31, 21 32, 21 33, 21 34, 21 35, 21 36, 21 37, 21 38, 21 39, 21 40, 21 41, 21 42, 21 43, 21 44, 21 45, 21 46, 21 47, 21 48, 21 49, 21 50, 21 51, 21 52, 21 53, 21 54, 21 55, 21 56, 21 57, 21 58, 21 59, 21 60, 21 61, 21 62, 21 63, 21 64, 21 65, 21 66, 21 67, 21 68, 21 69, 21 70, 21 71, 21 72, 21 73, 21 74, 21 75, 21 76, 21 77, 21 78, 21 79, 21 80, 21 81, 21 82, 21 83, 21 84, 21 85, 21 86, 21 87, 21 88, 21 89, 21 90, 21 91, 21 92, 21 93, 21 94, 21 95, 21 96, 21 97, 21 98, 21 99, 21 00.

Región VIGARITO
 Sede: Av. Bolívar 100, Edif. "El Sol", Barrio Comuna, Páramo, C.A. 120100, Páramo, C.A. 120100.
 Tel: (07) 271 21 21, 21 22, 21 23, 21 24, 21 25, 21 26, 21 27, 21 28, 21 29, 21 30, 21 31, 21 32, 21 33, 21 34, 21 35, 21 36, 21 37, 21 38, 21 39, 21 40, 21 41, 21 42, 21 43, 21 44, 21 45, 21 46, 21 47, 21 48, 21 49, 21 50, 21 51, 21 52, 21 53, 21 54, 21 55, 21 56, 21 57, 21 58, 21 59, 21 60, 21 61, 21 62, 21 63, 21 64, 21 65, 21 66, 21 67, 21 68, 21 69, 21 70, 21 71, 21 72, 21 73, 21 74, 21 75, 21 76, 21 77, 21 78, 21 79, 21 80, 21 81, 21 82, 21 83, 21 84, 21 85, 21 86, 21 87, 21 88, 21 89, 21 90, 21 91, 21 92, 21 93, 21 94, 21 95, 21 96, 21 97, 21 98, 21 99, 21 00.

Región ZARZARITO
 Sede: Av. Bolívar 100, Edif. "El Sol", Barrio Comuna, Páramo, C.A. 120100, Páramo, C.A. 120100.
 Tel: (07) 271 21 21, 21 22, 21 23, 21 24, 21 25, 21 26, 21 27, 21 28, 21 29, 21 30, 21 31, 21 32, 21 33, 21 34, 21 35, 21 36, 21 37, 21 38, 21 39, 21 40, 21 41, 21 42, 21 43, 21 44, 21 45, 21 46, 21 47, 21 48, 21 49, 21 50, 21 51, 21 52, 21 53, 21 54, 21 55, 21 56, 21 57, 21 58, 21 59, 21 60, 21 61, 21 62, 21 63, 21 64, 21 65, 21 66, 21 67, 21 68, 21 69, 21 70, 21 71, 21 72, 21 73, 21 74, 21 75, 21 76, 21 77, 21 78, 21 79, 21 80, 21 81, 21 82, 21 83, 21 84, 21 85, 21 86, 21 87, 21 88, 21 89, 21 90, 21 91, 21 92, 21 93, 21 94, 21 95, 21 96, 21 97, 21 98, 21 99, 21 00.

Región ZARZARITO
 Sede: Av. Bolívar 100, Edif. "El Sol", Barrio Comuna, Páramo, C.A. 120100, Páramo, C.A. 120100.
 Tel: (07) 271 21 21, 21 22, 21 23, 21 24, 21 25, 21 26, 21 27, 21 28, 21 29, 21 30, 21 31, 21 32, 21 33, 21 34, 21 35, 21 36, 21 37, 21 38, 21 39, 21 40, 21 41, 21 42, 21 43, 21 44, 21 45, 21 46, 21 47, 21 48, 21 49, 21 50, 21 51, 21 52, 21 53, 21 54, 21 55, 21 56, 21 57, 21 58, 21 59, 21 60, 21 61, 21 62, 21 63, 21 64, 21 65, 21 66, 21 67, 21 68, 21 69, 21 70, 21 71, 21 72, 21 73, 21 74, 21 75, 21 76, 21 77, 21 78, 21 79, 21 80, 21 81, 21 82, 21 83, 21 84, 21 85, 21 86, 21 87, 21 88, 21 89, 21 90, 21 91, 21 92, 21 93, 21 94, 21 95, 21 96, 21 97, 21 98, 21 99, 21 00.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN DE EL ESTADO
 SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
 SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
 CENTRO DE FORMACIÓN EDUCATIVA

186

INVITAN AL CURSO-TALLER:

Intel® para el Futuro
 con la colaboración de Microsoft®

CURSO-TALLER

"El computador en el aula: un medio de educación IT"

Craig Barret
 Presidente de INTEL

Objetivo:
 "Capacitar a los docentes en la utilización de hardware, software y recursos de Internet para mejorar la enseñanza."

Marzo - Noviembre 2004


Cara Interna

Propósitos:

Desarrollar un Plan de Clase sobre un tema de los Programas Claves utilizando la computadora y otros recursos.

Adquirir habilidades básicas en el uso de los programas Word, Excel, Power Point, Publisher y navegación en la Internet.

Características del Curso-Taller:



- Dirigido a maestros, docentes, auxiliares y asesores técnico-pedagógicos del Sistema de Educación Básica.
- Se abarcará 30 capacitaciones, bajo la modalidad 2 "teóricos" y 28 prácticos.
- Tendrá una duración de 40 horas, 30 horas de trabajo presencial y 10 de trabajo virtualizado, según el área donde se realice.
- Se llevará a cabo de 8:00 am a 14:00 hrs, preferentemente.
- Los participantes deben tener conocimientos básicos de WORD.
- Paga por persona la cantidad de \$100.00 en el momento de inscribirse al curso. Recibirán a cambio del Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILECE).
- Se entregará a los participantes Manual del Curso (Libro Azul), así como con otros materiales y materiales de apoyo de carácter consultivo.
- Los participantes tendrán el curso Planificado y programado en Internet. Será de libre acceso en todo momento y 24 horas al día, 7 días a la semana.
- Dichas, Lecturas, Informes e inscripciones, con el funcionario T-1000.

Requisitos para Inscribirse:

1. Tener conocimientos básicos de Word.
2. Tener conocimientos básicos de Excel.
3. Tener conocimientos básicos de Power Point.
4. Tener conocimientos básicos de Publisher.

DIRECTORIO:


COORDINADOR GENERAL DE EDUCACIÓN BÁSICA (CEB)
 Mtro. No. Miguel Ángel López
 Director de CEB
 Mtro. Eduardo Antonio Pérez
 Asesor de CEB

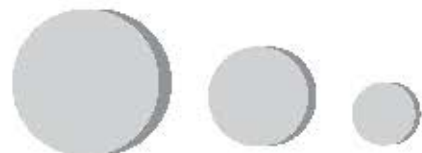
Caracas, febrero de 2004
 Tel: (0281) 811 1111
 Fax: (0281) 811 1111

Teléfono:
 (0281) 811 1111
 (0281) 811 1111

Cara Externa

TECNOLOGÍA EDUCATIVA



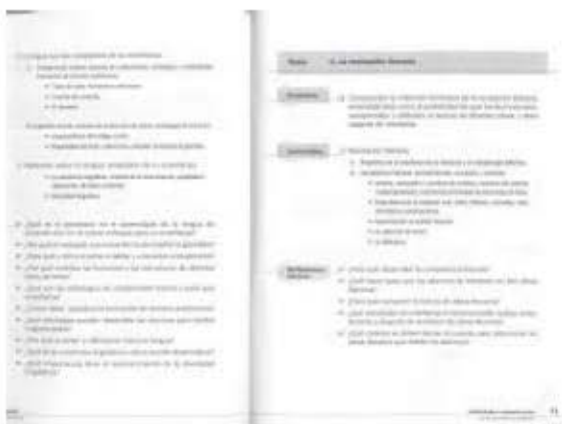


Folleto Informativo

199

En el folleto Informativo observo que, en referente a imágenes y composición, tiene un estilo demasado cuadrado: casi no juegan con la composición. Se entiende que es por la naturaleza de el público a quien va dirigido, pero siento que se podría dar más en cuanto a imagen se refiere. Los colores son llamativos, pero pienso que parece no son los adecuados, ya que parecería que va dirigido a un publico infantil, cuando no lo es. En cuanto a su contenido, está bien estructurado el diseño editorial; sí existe el uso de una retícula y le dan énfasis a títulos, subtítulos; además, juegan con la forma de elementos decorativos. Y en la tipografía cuenta con un buen puntaje que hace legible toda su información. También observo que le dan blancos a sus páginas, para no hacer tan tediosa la lectura.

Parte Interna



Portada



Calendario de Actividades

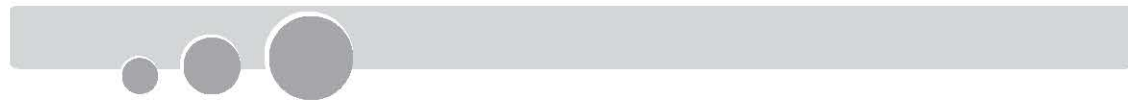
En este cartel tipo calendario, al igual que otros ya analizados, la composición es muy cuadrada. En sus tipografías sí existe cierta jerarquía, con la finalidad de resaltar alguna información. Tiene una buena composición, es legible y juega con algunas formas y colores, pero en éstas fallaron algunos detalles, como el de quitarle el fillete a las formas y los cuadros de texto que manejan. Descuidan mucho el aspecto gráfico, en varios aspectos, por lo cual no se puede rescatar mucho.





CAPÍTULO VIII

metodología del diseño





metodología
del diseño

metodología del diseño





Como se vino planteando a través de toda la investigación, el docente de nivel básico de la ciudad de Uruapan se enfrenta a nuevos planes y programas de estudio que la SEP ha venido implementando a lo largo de los últimos años, y que lamentablemente muchos maestros o no saben tomar o no los conocen.

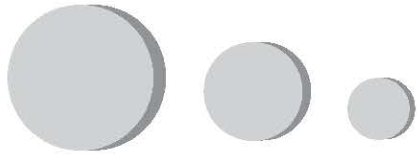
Por otro lado está la falta de difusión de estos centros de actualización para docentes (tal es el caso de CEDEPROM Uruapan), que ayudan en asesoría y enseñanza de los nuevos planes de estudio, pero que también enfrentan la problemática del bajo nivel de asistencia por parte del cuerpo docente, por motivos que van desde el rezago del maestro al no querer asistir hasta el desconocimiento de los cursos, además de otros.

Necesidad

necesidad

Así pues, la investigación desarrollada nos permitió identificar y delimitar el problema, el cual es la falta de difusión de los centros de actualización y de los distintos programas de formación que la SEP ha venido implementando, dirigidos a docentes de nivel básico de la ciudad de Uruapan, Michoacán.

También, demostrar que la difusión que se maneja para estos centros de formación y actualización, en la mayoría de las veces, es incorrecta o carente de impacto visual.



Dada la situación se tuvo que pensar en una **solución** mediante el **Diseño y la Comunicación Visual** para ayudar a estas instituciones, dándoles la difusión necesaria y, a su vez, motivar a los docentes a que asistan a dichos cursos y, con esto, elevar su preparación y la educación en el estado.

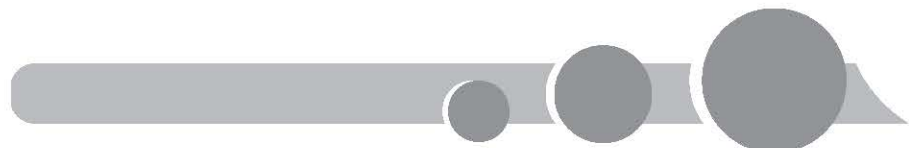
135

Para empezar a plantear alguna solución se tuvo que retomar los objetivos que se habían propuesto desde un inicio, los cuales son:

Objetivos

objetivos

- a) Dar a conocer a los docentes las repercusiones positivas del estar actualizado.
- b) Concientizarlos de la importancia de la actualización constante y permanente, para así elevar la calidad de la educación en el estado de Michoacán.
- c) Dar a conocer los distintos centros que existen y la labor que se desempeña dentro de ellos.
- d) Mejorar el material de difusión que emplean, para darles una opción distinta a aquella a la que ellos están acostumbrados.



Dicha solución va a tener aportaciones importantes a estas instituciones, como:

a) dar una identidad institucional a los Centros de Desarrollo Profesional para Maestros (CEDEPROM), con la finalidad de que sean reconocidos mas rápidamente por los maestros.

b) ayudar a que los medios que se utilicen para su difusión sean más efectivos y motivantes, además de que tengan mejor impacto visual.

c) ayudar a que se aproveche al 100% el material de difusión.

Aportaciones

aportaciones

Obviamente se tuvo que pensar a qué público se iba a dirigir la campaña, para con esto adecuar el concepto y enfoques.

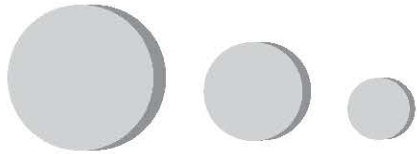
Público Meta

Docentes de nivel básico de la ciudad de Uruapan, Michoacán

Edades: 20 a 60 años

Nivel socioeconómico: medio a medio alto

Nivel de escolaridad: medio a superior



Se tuvo que hacer un listado de los recursos humanos y materiales de los cuales se iba a echar mano.

Recursos

recursos

Recursos Humanos

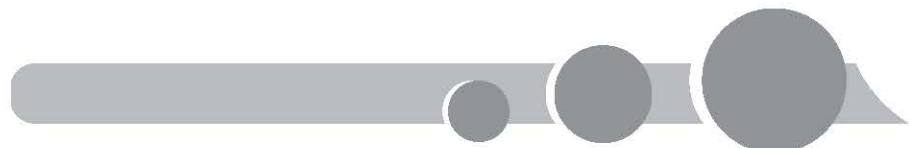
- a) Asesoría con un coordinador de un centro de maestros
- b) Publicista
- c) Diseñador de la comunicación visual

Recursos Materiales

- a) Equipo de cómputo para manipular las imágenes
- b) Distintos programas de diseño
- c) Scanner, cámara fotográfica
- d) Servicios de imprenta, donde se hará tangible el proyecto
- e) Patrocinador

Recursos de Diseño

- a) diseño editorial
- b) caricatura
- c) fotografía



Con esta recopilación de datos ya se puede dar los distintos enfoques para que el esfuerzo cumpla con los objetivos que se desea alcanzar.

Enfoques

enfoques

Enfoque Conceptual

La forma de difusión de los Centros de Desarrollo Profesional para Maestros será mediante el concepto de crecimiento, actualización y motivación, tratando en todo momento el hecho de la importancia del estar actualizado.

De tal manera, se manejarán los conceptos de crecimiento y actualización de forma:

Dinámica

Motivante

Incisiva

Actual

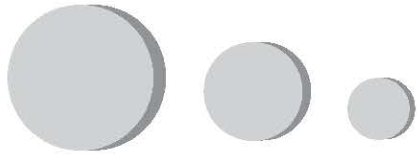
Enfoque Expresivo

Para poder llevar a cabo el enfoque conceptual, será necesario utilizar formas orgánicas y algunas figuras geométricas (como el círculo) para expresar ese dinamismo que se quiere transmitir, además de la utilización del recurso de la caricatura y estilizaciones abstractas para la motivación, que puedan ser entendidas fácilmente por el público meta.

Enfoque Funcional

Los requerimientos funcionales para llevar a cabo el diseño son los siguientes:

- a) Practicidad
- b) Fácil impresión
- c) Ergonomía
- d) Sencillez
- e) Unificación
- f) Economía



Entonces, a partir de este punto es donde se empezó a pensar en distintas posibilidades de solución para resolver el problema, las cuales se mencionarán a continuación, así como las razones por las que fueron descartadas.

139

Disco Interactivo

Se había considerado por:

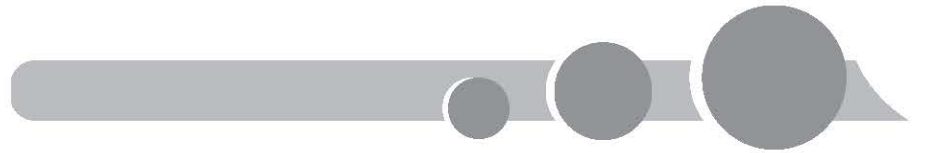
- Gran capacidad de almacenamiento de distinta información.
- En él se pueden realizar grandes presentaciones gráficas.
Se podría echar mano de la tecnología, empleando distintos programas de diseño (Flash, Photoshop, Corel Draw, etc.)
 para hacerla más atractiva al usuario.

Posibles posibles soluciones

posibles soluciones

Se descartó la posibilidad porque:

- Si los docentes están en proceso de actualización, muchos no iban a poder manejar el programa en tu totalidad.
- Existe la posibilidad de pasar el disco por desapercibido, por no usarlo o no saber usarlo.
- No todas las escuelas cuentan con equipo de cómputo.
- No todas las escuelas cuentan con algún tipo de asesor, que pudiera orientar al profesorado.



Medios Electrónicos de Comunicación Masiva

(Radio, Televisión, Periódico, Internet etc.)

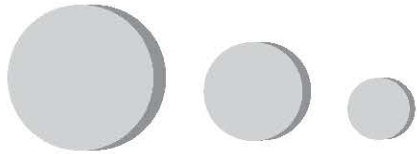
Se habían considerado por:

- La gran difusión que pueden alcanzar.
- El fácil acceso.
- El alto impacto que pueden tener en las personas, en aquellos casos en los que el mensaje ha sido elaborado

Posibles
posibles soluciones
posibles soluciones

Se descartó la posibilidad por:

- No todos los docentes llegan a utilizar estos medios (Internet, radio, periódicos)
- La campaña iba a ser muy costosa



Campaña de Medios Impresos

(Folletos, manuales, volantes, carteles, etc.)

141

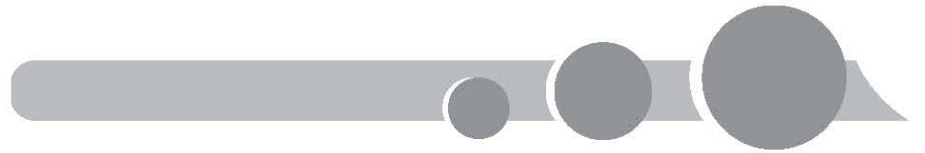
Se había considerado porque:

- Es el método por el cual los docentes están más acostumbrados a enterarse de la distinta información.
- Es el método que más les llama la atención (como los carteles).
- Es muy práctico.

Posibles
posibles soluciones
posibles soluciones

Se descartó la posibilidad porque:

- Si no se le daba un giro total al concepto de estos medios, el docente igualmente los iba a ignorar
- Si no se hacía un buen trabajo en el área gráfica, no le iban a poner atención al mensaje transmitido.



Con estos puntos a favor y en contra de estas posibles soluciones se tuvo que replantear varias ideas y conceptos hasta llegar al resultado final de esta solución, el cuales:

Propuesta

mi propuesta

Propuesta

Una Campaña de Difusión,
La cual se conforma de 3 partes esenciales

1. una serie de carteles
2. agenda funcional dirigida al docente
3. creación de una imagen institucional

A continuación se dará una breve explicación del porqué de la elección de la campaña de difusión, al igual que de las partes que la conforman.



Campana de difusión y publicitaria

Es un esfuerzo publicitario compuesto de más de una pieza o de más de un medio. Una serie de avisos en revistas constituye una campaña, de la misma manera que un esfuerzo conjunto de un anuncio por la televisión, acompañado de diarios y vía pública, merece la misma denominación. Por lo general, las piezas que componen una campaña tienen cierta integración entre sí, constituyen una misma idea o estrategia general y/o desarrollan un sentido más amplio a través del conjunto, que no se ve cubierto por una sola de las piezas tomada individualmente. Campaña comprende, también, todos los esfuerzos publicitarios que guardan parentesco o coherencia y que una empresa hace a través de un lapso prolongado.

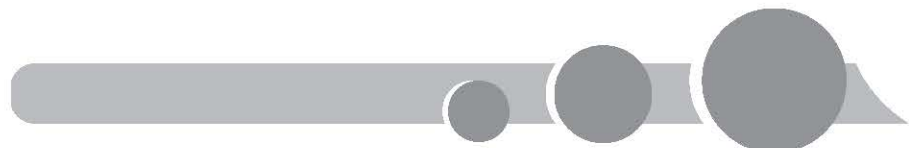
143

propuesta
de solución

Agenda funcional dirigida al docente

Se tiene contemplada esta propuesta por el hecho que se mencionó anteriormente: los docentes manejan mucho lo que son los medios impresos, pero desaprovechando en muchas ocasiones las ventajas que éstos pueden llegar a ofrecer. Se pensó que estos medios (como son trípticos, volantes, carteles, o cualquier tipo de información que el docente necesitara) se podría incluir en una agenda. Así pues, de acuerdo con lo analizado, la agenda debería contener segmentos que un docente pudiera llegar a necesitar o a usar, como la distinta información que el docente requiera o llegue a necesitar:

- * Epígrafes con temas de motivación
- * Algunos de los beneficios del estar actualizado
- * Información acerca de los centros de maestros:
 - * cómo comienzan
 - * qué ofrecen
 - * qué son los CEDEPROM
 - * para qué sirven los cursos de actualización
 - * cronograma de actividades
- * un control de los cursos que asistan
- * Además de un segmento para sus anotaciones en los cursos.



Aparte, se quiere completar el conjunto con elementos y segmentos de una agenda normal. tales como:

- * una regla
- * datos personales
- * calendario 2006-2007
- * una programación de actividades
 - + Mensual
 - + Semanal
 - + Diaria
- * directorio telefónico
- * segmento para notas
- * tarjetero

Se propone también que lleve los carteles que se lleguen a emplear en el ciclo escolar, a manera de tarjeta conmemorativa. En ellos vendrían distintos aforismos que motivarán al docente, día a día, en su desempeño laboral.

propuesta
de solución

Carteles

Se optó por este medio impreso por el hecho de que un cartel puede llegar a convertirse en un grito en la pared, y tener mucha influencia en quien lo ve. También por el hecho de que es el medio con el que los docentes están más familiarizados y, por lo tanto, manejan más. Además, los carteles que se tiene planeado lanzar en la campaña van a tener un concepto completamente distinto del que los maestros de la ciudad de Uruapan habían visto, ya que se empleará en ellos el área de la caricatura, retomando la temática de la parodia de varias situaciones que pueden llegar a pasar si no se está actualizado. Con esto, se busca reflexionar al docente sobre su situación actual, además de motivarlo a seguir preparándose. Esto se logrará con un conjunto de palabras y un eslogan que irán como apoyo a la imagen que se presente.

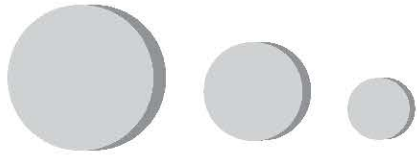


Imagen institucional

145

Desde un inicio se pensó que era necesario darle una imagen a esta institución de actualización y formación, ya que actualmente carecen de una. El objetivo de crear una imagen es que los docentes se vayan familiarizando con ella y para ellos sea más fácil identificar un centro de actualización en un futuro.

Ya que la imagen institucional es la manera por la cual se transmite quién es, qué es, qué hace y cómo lo hace, el diseño coordinado de los diferentes agentes de comunicación hará que esa imagen sea correctamente transmitida al auditorio deseado. Imagen de la institución es la personalidad de la empresa, lo que simboliza; dicha imagen tiene que estar impresa en todas partes que involucren a la empresa, para darle cuerpo, para su imagen y posicionarla en su mercado.

El poder de un buen diseño, de un logotipo sencillo e impactante es el poder ser grandes; la imagen institucional es lograr que toda nuestra papelería, uniformes, decoración exterior e interior, empaques e incluso los vehículos del negocio se conviertan en una comprobación de lo consistente que es una empresa.

Por lo anterior, también se tiene contemplado la creación de un personaje institucional. Esto, con la finalidad de que sea un refuerzo en alguna de las aplicaciones que se tienen hasta ahora; además, con el paso del tiempo, se irá convirtiendo en un icono de la institución, y se podrán transmitir mensajes a través de él, haciéndolos más llamativos.

propuesta
de solución

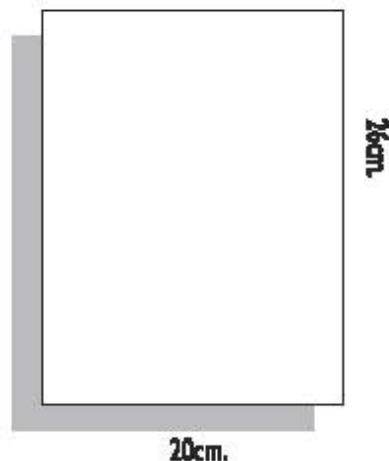
Agenda

agenda

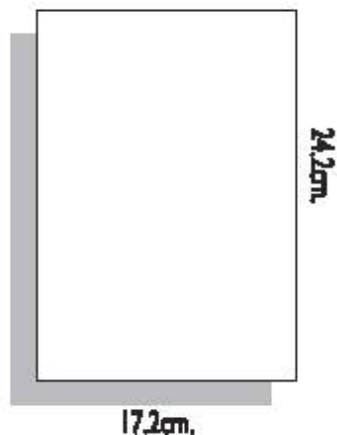
Definición

La definición más sencilla que se conoce como agenda es la de: "libro o cuaderno en que se apuntan, para no olvidarlas, las cosas que se han de hacer". Es decir se va llevando día a día un programa de actividades o trabajos.

(Definición tomada del diccionario Larousse Ilustrado)

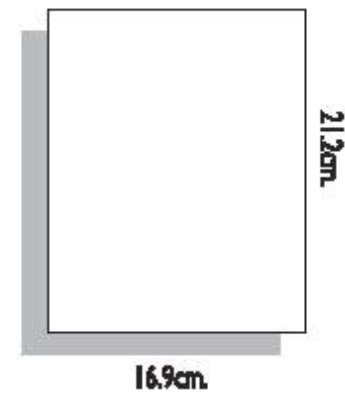


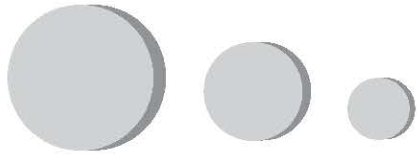
Clásica (formato Ejecutivo)



Tipos

Existen dos tipos principales de agenda: las de escritorio y las de bolsillo. Las primeras, como su nombre lo dice, son para colocarse y tenerse siempre en un escritorio. Por lo tanto son más grandes y, muchas veces, sus acabados son de lujo; pueden estar forradas en piel y grabadas con algún logotipo especial en la portada.





Las agendas de bolsillo son más pequeñas y, por lo general, más sencillas también. Suelen ser más bien promocionales o genéricas; son prácticas y duraderas. Su característica principal tal vez sea que se pueden llevar a todos lados.

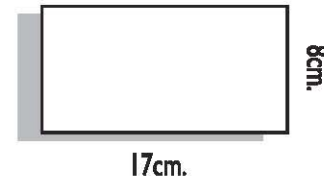
Agendas de Escritorio:

Premier (Tamaño Carta)

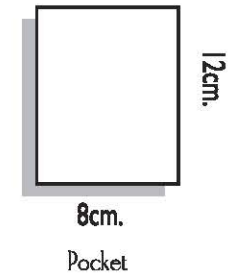
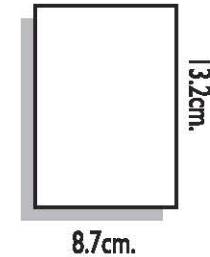
147

Características de una agenda

- Portada y contraportada
- Portada interior
- Datos personales
- Calendario
- Directorio telefónico
- Hojas de notas
- Tarjeteros
- Separadores diseñados dependiendo de la agenda
- Santorales feriados
- Fechas importantes internacionales
- Notas importantes
- Postales
- Lapiceras
- Logotipo en cada hoja
- Páginas de publicidad
- Impresión en guardas
- Formatos variables
- Distintos acabados
- Regla
- Índice
- Organizador de actividades
 - * Mensual
 - * Semanal
 - * Diario



Agendas de bolsillo:





Las agendas contienen separadores o portadillas



La agenda también funciona como medio publicitario



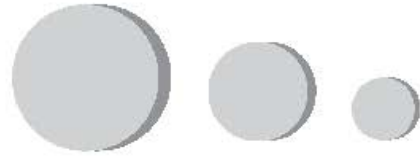
Se imprime el logotipo en varias hojas



Agendas de lujo, empastadas en piel

Agendas

agendas



Acabado

149

El acabado es la protección del material previamente impreso, o también la decoración del mismo. En el caso de una publicación, es necesario escoger un buen acabado, para que dicha publicación se pueda conservar en buen estado mientras cumple su ciclo.

Las técnicas más comunes en acabados son:

1. Plastificado:

Se utiliza como protección de la superficie impresa con una película transparente y brillante de plástico; este acabado evita la humedad y facilita la limpieza.

2. Barnizado:

Es un sistema de protección más barato que el plastificado, y muy parecido. En él, se aplica a la superficie una sustancia líquida transparente.



El acabado plastificado no sólo se usa en agendas; también es utilizado en credenciales, gafetes, postales, etc.

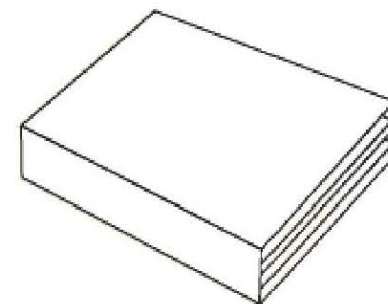
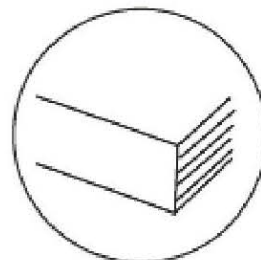


3. Perfilado:

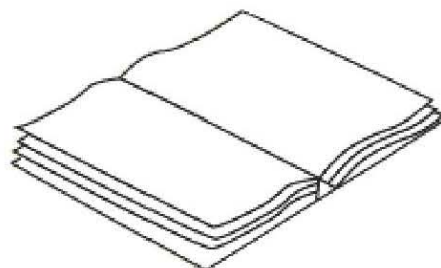
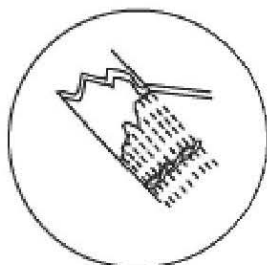
Es el recorte de formas completas mediante cuchillas. Se realiza a través de las prensas tipográficas. Redondeamiento de cantos, su función es decorativa y se realiza durante el proceso del perfilado.

4. Plegado:

Consiste en pasar el pliego sobre un lecho plano en el que hay una ranura, a través de la que una cuchilla de borde redondea y empuja el pliego. Se pasa entre un par de cilindros que doblan el papel por la línea precisa.



Encuadernado perfecto



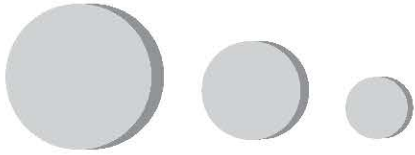
Encuadernado cosido

5. Alzado:

Es la colocación de las páginas en el orden en el que hay que encuadernarse y leerse; puede ser automático (a través de unas pinzas que atraen las páginas y las colocan unas sobre otras, en el orden correcto).

6. Encuadernación:

Por encuadernación se entiende el hecho de reunir los pliegos a una cubierta. Para escoger el tipo de encuadernación a utilizar en un material, se debe tomar en cuenta el número de hojas y el tipo de dobleces, ya que esto ocasiona que los márgenes no siempre sean los mismos.



7. Cosido o engrapado:

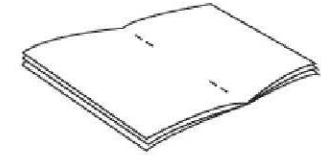
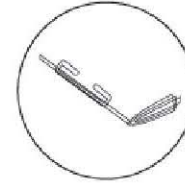
Se forma un cuadernillo (normalmente tiene de 8 a 32 páginas) que, en su doblez, forman el lomo que se cose o engrapa para unir las páginas. El cosido es más caro que el engrapado, pero su aspecto es más limpio. Para este método, un conjunto de 32 páginas sería muy voluminoso. La forma de coser es por el lomo o por el lado. El cosido por el lomo permite que el libro se abra por completo y no sea necesario sujetarlo para que no se cierre, pero el número de páginas que pueden coserse o engraparse es reducido. La mayoría de las revistas usan este método porque es eficaz y económico.

8. Encuadernación con tapas duras:

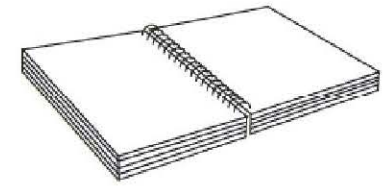
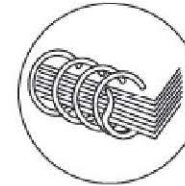
Se forma un libro con pequeños cuadernillos que se cosen y protegen con una cubierta rígida, a la que se sujetan por medio de cintas cosidas al lomo. Estas cintas se cubren con unas hojas llamadas guardas, que cubren el interior de la cubierta de cartón. Este procedimiento se llama de lomo plano y, en ocasiones, los librillos van unidos sin más a las cubiertas y las guardas sólo tapan el espacio entre las hojas y el cartón. Para hacer la encuadernación con lomo redondo, las hojas y las pastas se colocan en una máquina especial que les da forma; en este proceso son indispensables las cintas. Este método es el mejor, pero también el más caro.

9. Encuadernación mecánica:

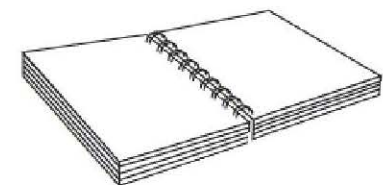
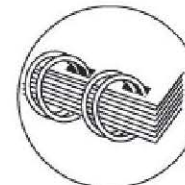
Su costo es más elevado que el de la encuadernación cosida; consiste en perforar el bloque de papel y pasar por los orificios una especie de gusanillo o espiral de plástico o metálico. A este tipo de encuadernación se le conoce también como engargolado; es necesario dejar los márgenes internos más anchos de lo normal.



Encuadernado a caballo o engrapado



Encuadernado engargolado



Encuadernado wire-o

Papeles

El papel es el producto que se obtiene de la mezcla íntima de celulosa, extraída con procedimientos químicos, y pasta de madera, obtenida por medios mecánicos, derivadas ambas de materiales vegetales; existen también pastas semiquímicas, obtenidas con procedimientos mixtos. De las dos sustancias fundamentales de las que se constituye el papel, la primera le da cuerpo y resistencia y la segunda propiedades estéticas, tales como opacidad y morbidez; varias sustancias orgánicas e inorgánicas permiten luego adaptar el papel a los diferentes usos.

Varios factores de importancia hay que tomar en cuenta a la hora de elegir un papel, algunos de los cuales son de interés inmediato para el usuario; otros, para el impresor o el diseñador. Por lo tanto el color, peso y suavidad deben analizarse en función de sus propiedades estéticas. Una selección incorrecta del papel puede ser causa de un fracaso en el material gráfico.

El costo del papel es siempre un factor determinante: el papel tiene un precio por kilogramo que varía de acuerdo con el tipo y la cantidad del procedimiento que se emplee para darle las cualidades necesarias en cuanto a estética se refiere. El peso adquiere también una importancia indiscutible, sobre todo si el producto terminado va a ser enviado por correo.

Las características del papel que deben tomarse en cuenta son:

- 1.- Efecto estético o psicológico por su apariencia y tacto.
- 2.- Permanencia.
- 3.- Durabilidad.
- 4.- Costo y peso.



Las propiedades químicas y físicas del papel, como son la acidez, la porosidad, la fuerza de adhesión, la opacidad, el tamaño de la hoja, las propiedades especiales para los procesos de impresión y la capacidad para reproducir imágenes o fotografías, son otras características del papel que se vuelven de vital importancia para el diseño.

Tipos de Papel

153

El papel de más bajo costo se hace triturando troncos descortezados para crear una pulpa que, a su vez, formará láminas; en este proceso no se aplican los procedimientos químicos para eliminar impurezas. Este papel se aplica diariamente en la publicación de periódicos, desintegrándose rápidamente a causa de sus imperfecciones, lo cual representa una gran ventaja ecológica, ya que es biodegradable.

Los papeles con mayor permanencia son tratados químicamente, a fin de eliminar las sustancias causantes del deterioro. Sirven para todo tipo de impresiones.

Diversos medios de comunicación visual como carteles, anuncios publicitarios y piezas promocionales (como postales) son impresos sobre papel rígido. Los papeles recubiertos son idóneos para reproducir los medios tonos de tramas finas. Todos originalmente pasaban a ser recubiertos mediante brochazos con una sustancia arcillosa; actualmente se aplican en la máquina, a medida que se elabora el papel.



Los papeles recubiertos son costosos, pero esenciales para lograr una buena calidad en las impresiones o reproducciones fotográficas. En diseño gráfico es importante tomar en cuenta las características estéticas del papel, entre las cuales se pueden mencionar el grado de limpieza, la transparencia uniforme, la doble cara, el grado de blanco, la textura, etc.

Otras de las características que se deben tomar en cuenta son los defectos que pueda tener el papel, como la descamación, el espolvoreo, la hidroexpansibilidad y la imprimibilidad.

La caricatura

Caricatura

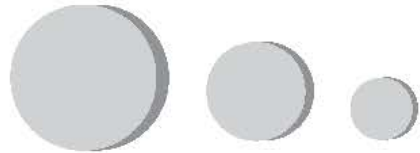
Definición

La caricatura ha sido, desde el comienzo de la Historia, un tipo de representación exagerada de unos personajes o de unos hechos, con el fin de poder transmitir un mensaje, una idea (la mayoría de veces sarcástica) sobre una cuestión determinada.

Es por este motivo que, desde siempre, el hombre recurrió a realizar una serie de trazos, bien expresivos, bien simbólicos, pero tremendamente simples con los que transmitir ideas por medio de las imágenes y, así, llegar al mayor número posible de espectadores, a los cuales convencer de tales ideas.

La caricatura es, junto con el dibujo realista, la modalidad de imagen periodística más antigua que se conoce. La definición aristotélica dice que "la caricatura representa a los hombres peores de lo que son".





Algunas definiciones de la caricatura

155

La caricatura es una forma de comunicar opinión sobre un hecho de actualidad, utilizando el dibujo humorístico, con o sin palabras;

La caricatura es un recurso agresivo y cordial. Trata de captar un rasgo a veces imperceptible, y hacerlo visible a los ojos al agrandarlo.

La caricatura es todo aquello que deforma la realidad. El elemento más importante de ella, es que no debe tener ninguna "caracterización previa", sino que debe salir de la propia autenticidad de nuestra inteligencia e imaginación.

En la caricatura se expone, en forma gráfica, el punto de vista del periódico. En esta era, en la que muchos lectores no creen disponer del tiempo necesario para leer un editorial, dan un vistazo a la caricatura y comprenden el significado editorial.

Definiciones de caricaturistas profesionales como:

Joaquín Pardo

Pérez Vila

José Rivas Rivas

William Feaver

(tomadas de periodismo iconográfico.com y el libro de la caricatura, historia y definiciones)



La caricatura es la risa dibujada en el papel. Es un destello, una chispa, una creación intuitiva por el humorista que nos da la idea de lo grotesco.

La caricatura fue considerada como un híbrido, fruto del arte y la literatura, dibujo y leyenda, que apareció en el periodismo desde el fondo del anonimato, con el fin de burlarse de los políticos y de la aristocracia.

La caricatura es una expresión gráfica, normalmente de carácter editorial, que presenta ridícula y grotescamente como protagonista a una personalidad afectada por el tema de que se trata.

La caricatura posee una gran fuerza en la formación de la opinión pública, por la exageración de los rasgos físicos o profesionales. Más adelante, se define como una ironía consistente en la exageración burlesca de los rasgos de un personaje.

El vocablo deriva de "caricare" que significa cargar, acentuar o exagerar los rasgos y, según algunos autores, fue acuñado por Anibal Caracci hacia finales del siglo XVI. Con el término, Caracci designaba a los trabajos que él y otros artistas hacían entonces en Bolonia.

Un siglo más tarde, la caricatura se definía como un método de hacer retratos que tenía como propósito lograr el máximo parecido del conjunto de una fisonomía, pero cambiando todos los elementos componentes.



Ejemplo de un fresco de Pompeya donde se aplicó la caricatura



En los papiros egipcios ya se empezaba a utilizar en los rasgos de los personajes la caricatura

Pero mucho antes de estos primeros intentos por definir esta forma expresiva, ya habían sido empleadas imágenes con rasgos de caricatura. Por ejemplo, se ha dicho que en la antigüedad se llegaron a utilizar representaciones gráficas caricaturescas en pinturas, dibujos y esculturas.

Podríamos remontar el curso del tiempo hasta los papiros egipcios, las ánforas griegas o los frescos de Pompeya, y recordar algunas gárgolas, estatuas o autorrelieves de Iglesias y catedrales medievales.



Leonardo beetle foranghiari
boceto de caricatura de
Leonardo Da Vinci

Respecto del Renacimiento, algunos especialistas ven en diversos trabajos de Leonardo da Vinci antecedentes de la caricatura, debido a lo grotescos y deformes que resultaban algunos de sus dibujos de seres humanos.

En cuanto a los periódicos, pocos años después de que Carracci propusiera su definición, el Nieuwe Tijdinghen, en Amberes, publicó una caricatura en la que se observa a un pastor protestante haciendo propaganda político-religiosa mientras el demonio le insufla ideas con un fuelle.

También se presume que algunos dibujos precolombinos podrían tener características de la caricatura. Algo similar se ha encontrado en Japón, con muestras que datan del siglo IX. De manera que muchas figuras de la Antigüedad y de la Edad Media deben considerarse representaciones caricaturescas, aunque el propósito de sus autores no haya sido humorístico o satírico.

Mientras en la Edad Media se mencionan, entre otras y además de las gárgolas de algunas catedrales, la cabeza que empleó fray Angélico para representar en la Academia de Florencia al evangelista San Juan, es sabido que el primer cuerpo de caricaturas políticas impresas, cuyo contenido desconocemos, apareció en panfletos en Florencia, durante la última década del siglo XV.



Escena de caricatura pre colombina

La Revolución Francesa y, posteriormente, el Imperio napoleónico, impulsaron las caricaturas, en especial las de tinte político. Pero, también a las de intención satírico-moralizante, como la serie "Le Marriage a la moda", del británico William Hogarth, y "Los caprichos" de Goya.

Aún así, al igual que en Norteamérica, las caricaturas raramente eran publicadas en los periódicos franceses, ingleses y rusos sino que se vendían como pan caliente en Londres, París, Moscú, y otras ciudades europeas, grabadas en hojas sueltas, en ocasiones coloreadas a mano.



La Caricature Politique



El Figaro in London

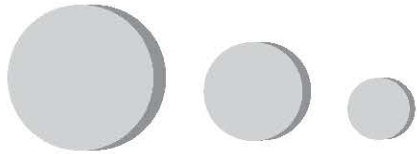
El siglo XIX traería la consolidación del género, especialmente en Europa, gracias al desarrollo de la xilografía y la litografía, y a las convulsiones políticas que sacudían a algunas naciones del llamado viejo continente.

Como se ve, la temática política ha sido tradicionalmente caldo de cultivo para la caricatura.

La difusión de la educación básica en Europa y los Estados Unidos, de 1870 en adelante, aunada al sufragio para adultos, crearon un terreno fértil para el desarrollo de la caricatura política.

Entre las publicaciones que, por esos años, hicieron de esta forma expresiva un hábito, se pueden citar, entre muchas otras, El Figaro in London, La Caricature politique, moral et littéraire (inspiración para la mayoría de los caricaturistas de la época), Punch, y Le Charivari.

Igualmente, no se puede dejar de mencionar a La Silhouette para Feaver (de Williams Feaver, maestro caricaturista 1881) la más importante, Kladderadatsch, Le Grelot, Le Chat Noir, Le Almanach, La Fronde, Vanity Fair, London Figaro, Krukehler, Fliegende Blätter y La Vie Parisienne.



Estas propuestas se pensaron porque van a ser de utilidad para el usuario, y van a poder dar el impacto que se está buscando tener en el público docente, dándoles con esto algo diferente a lo que ellos habían estado utilizando.

159

Con esta pequeña reseña de lo que es la solución, se pasará al capítulo de la solución gráfica, pasando desde el proceso de justificación, pasando por el bocetaje, hasta llegar al resultado final.

propuesta
de solución
solución





CAPÍTULO IX

solución del problema





Propuesta
de Solución

propuesta
de solución

solución



1 agenda
dirigida a
docentes

solución

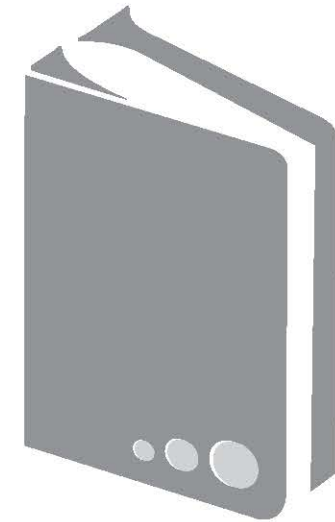


El diseño de la agenda deberá cumplir ciertos objetivos y características esenciales para que pueda ser de utilidad al docente.

Los dos principales objetivos a cumplir son: funcionalidad y practicidad.

El contenido de su interior se conformará con segmentos y capítulos que serán de utilidad al maestro, y así facilitar su labor.

Para saber qué tipo de contenido iba a ser el ideal para un maestro de nivel básico, se tuvieron que hacer una serie de encuestas a varios docentes, para también determinar qué tipo de papel emplear, qué segmentos podrían ser de utilidad, qué partes de la agenda utilizan más, etc.



funcional

funcional

También se pensó que la agenda tenía que estar unificada con todos los conceptos que se habían estado manejando en las anteriores soluciones, para que todas las soluciones se conjuntaran y formaran un solo proyecto.



Algunas de las preguntas que se hicieron para definir el contenido de la agenda fueron:

164

1. Área donde desarrolla su actividad el docente

2. Lugares donde utiliza su agenda

3. A qué horas utiliza su agenda regularmente

4. ¿Cuáles son los usos más importantes que le da a la agenda?

5. Regularmente, ¿qué tipo de luz emplea cuando utiliza su agenda?

6. ¿Dónde suele guardar su agenda?

7. ¿Qué tipo de uso le da?

8. ¿Qué tipos de cuidado tiene con ella?

9. ¿A que áreas de la agenda le da más importancia?

10. ¿Qué tipos de lapiceros o tinta usa?

11. Cuando las llevan consigo, ¿dónde la llevan?

12. ¿Cuántas anotaciones realizan en ellas por día?

13. Nivel socioeconómico de los docentes

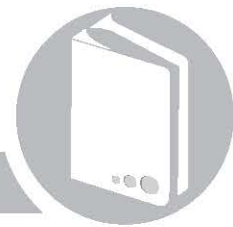
14. ¿Utilizan algún tipo de llavero?

15. ¿Emplean algún tipo de gráfico en sus notas?

16. ¿Les es indispensable un calendario?

17. El control que lleva, ¿es por día, semana o mes?

Encuestas
encuestas
encuestas

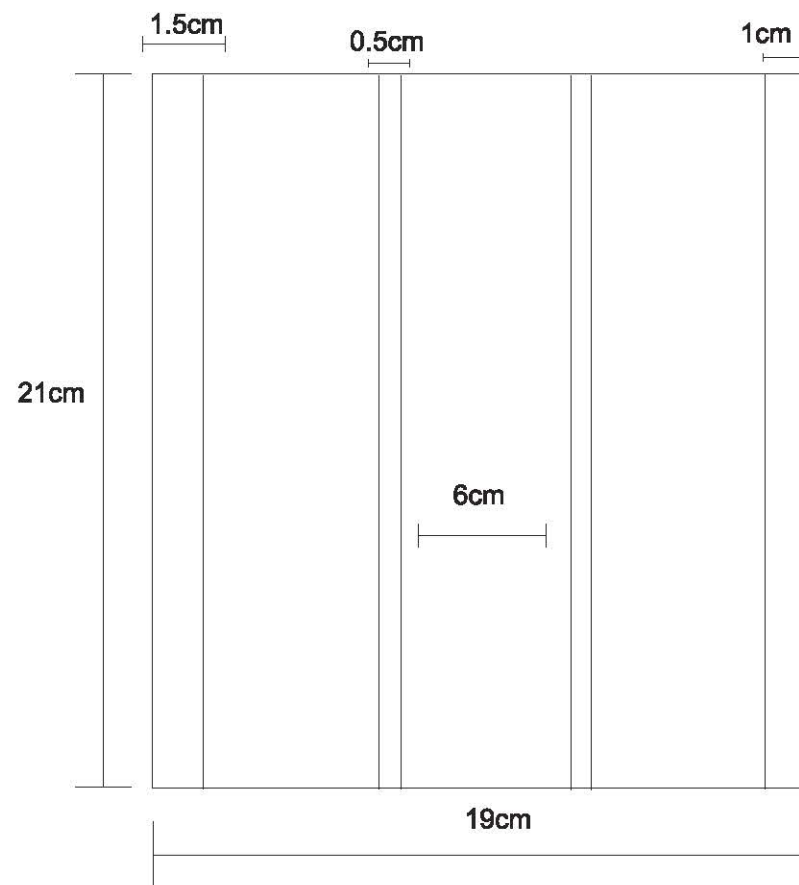


Antes de empezar el diseño del contenido de la agenda, se tuvo que pensar en una retícula base, ya que ésta nos serviría de referencia para el diseño que se fuera a aplicar, haciendo composiciones más armoniosas y correctas.

De primera instancia se había definido un formato de 21cm de altura por 19 cm de ancho, con base en 3 columnas y con un medianil entre ellas de 0.5 cm. La medida de cada columna iba a ser de 6cm.

Incluso se empezó a trabajar con algunas propuestas de diseño sobre este formato.

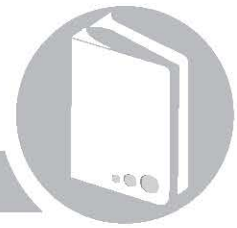
Boceto preliminar de la retícula



Boceto

boceto

boceto

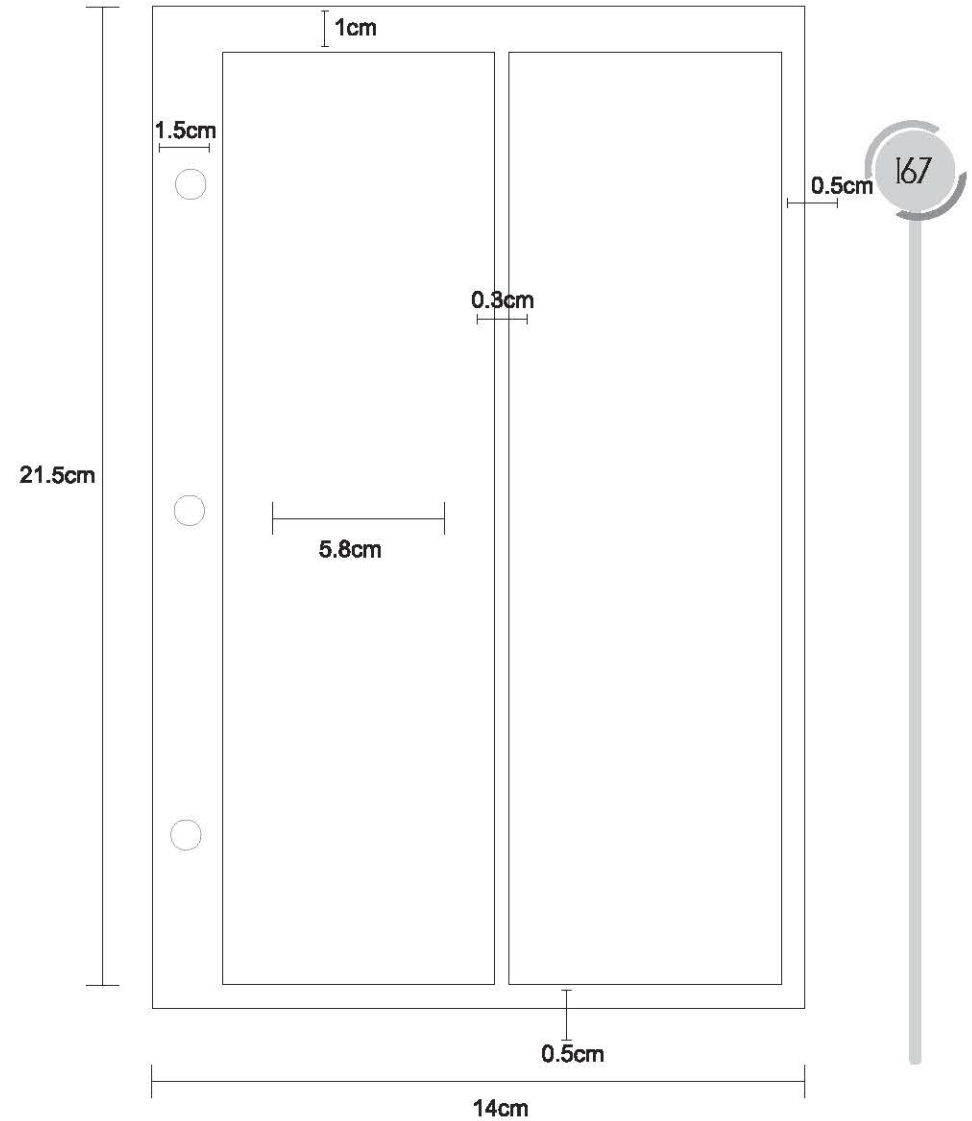


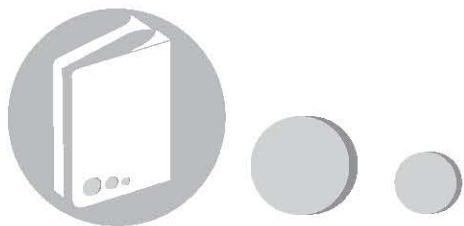
Para el diseño final de la retícula se optó por un formato media carta que mide 14cm, de ancho por 21.5cm, de alto. También se corrigió el formato de las columnas, ahora siendo sólo 2, dejando su medida en 5.8cm, con una separación entre ellas de 0.3cm. El área alrededor de ellas iba a ser de la siguiente manera: en la parte superior existirá un margen de 1cm, y en la parte inferior será de 0.5 cm, en el costado izquierdo se dejara un margen más amplio, de 1.5 cm (ese lado estará engargolado), y en el costado de la derecha habrá otro de 0.5cm.

Con este tipo de formato se asegurará el concepto de funcionalidad y practicidad que desde un inicio se había planteado.

Retícula

retícula

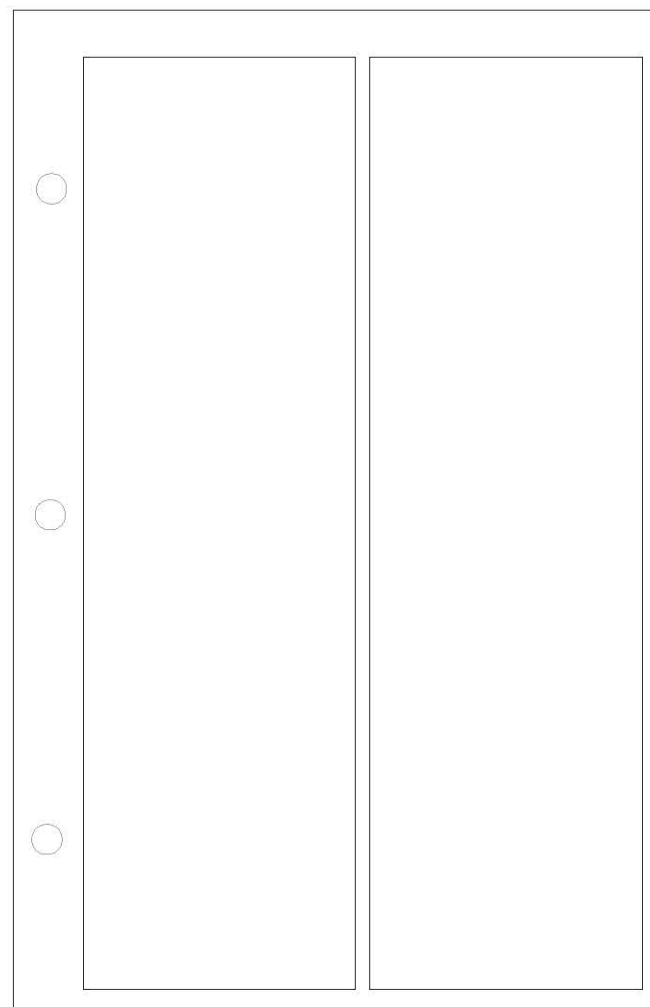


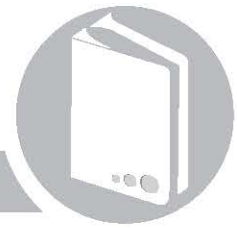


La agenda se eligió que fuera de argollas porque esto da mucha ventaja sobre otro tipo de agendas, como en este caso que se tiene contemplado que la agenda sea para el ciclo escolar 2006-2007.

168

Mediante las argollas, que el material que el docente logre capturar no se volverá obsoleto porque tendrá la oportunidad de agregar o quitar hojas conforme vaya siendo necesario y así la agenda no perderá funcionalidad. Además existe la ventaja de que en cualquier papelería se puede encontrar hojas en blanco para este tipo de formatos y podrán anexar las que el docente desee.





Material de la Portada

El material de la pasta de la agenda es sintético. Contiene un compartimiento de 3 micas adheridas en la parte de la portada, contraportada y lomo; dentro de estas micas se colocará el impreso del diseño exterior de la agenda.

Éste, a su vez, estará impreso en offset por las grandes cantidades requeridas en el proyecto.

Tipo de papel, materiales e impresión

Gracias a las encuestas realizadas se pudo identificar más claramente qué tipo de papel se podría emplear para la agenda. Ésta tendrá algunos segmentos donde es necesario cambiar el tipo de papel. Los cambios son por 2 razones, una estética (dar más impacto visual) y otra funcional (para que sea más ergonómica y de fácil uso al usuario).

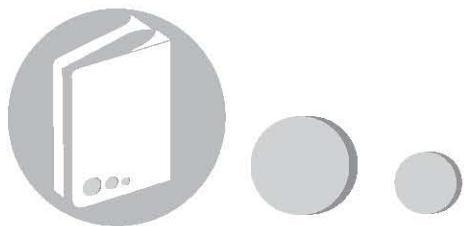
Así, se decidió que los papeles a utilizar serían de 3 tipos: Lx, opalina y couché. Esto, por ser económicos, además de funcionales y llamativos.

Debido a las cantidades que serán impresas, es conveniente que la impresión se haga en offset, pues así los costos de producción se reducen; eso es en cuanto a las agendas y carteles. Además, se empleará la flexografía para otros aditamentos que vendrán en el contenido de la agenda.

Algunas partes de la agenda que vendrán en opalina serán los separadores de los capítulos, las hojas de cada mes y el segmento de datos personales. Se pensó que fueran de este material por el hecho de que la opalina es rígida y puede dar un buen soporte.

La única parte de la agenda que vendrá en couché son las 12 tarjetas conmemorativas; esto, porque el terminado brillante del couché las hará llamativas al usuario. Todo el resto será impreso en papel Lx.

Otro material que se manejará en este agenda es el polietileno, que será empleado para dos herramientas extras dentro de la agenda. Ello porque el polietileno es un material de alta resistencia, flexible y con la ventaja de que su superficie es susceptible de imprimir.



Elementos decorativos para la agenda

170

Los elementos decorativos en sí serán muy pocos, ya que se quiere mantener esa limpieza en el diseño que se ha estado manejando. Los elementos que llevará sólo servirán como apoyo para hacer más llamativa la composición, dando con esto más impacto visual.



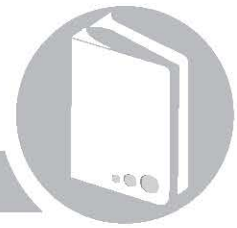
Algunos elementos decorativos
que vendrán dentro de la agenda

 CEDEPROM

Datos personales



Cabe mencionar que, para algunos capítulos de la agenda, se diseñó especialmente el icono del segmento correspondiente; esto, con la finalidad de que exista una unidad y se mantenga el concepto de dinamismo en todos los capítulos de la agenda. Algunos iconos creados especialmente para esta agenda fueron el de la sección de datos personales, el de la sección de cronograma de actividades, el de la sección de notas sobre mi curso, la sección de directorio telefónico y la sección de notas.



Elección de la tipografía

Las tipografías que se eligieron para la agenda fueron acordes con la función que cada una de ellas debería cumplir dentro de la agenda; es decir, para el cuerpo de texto se eligió una tipografía que no fuera decorativa, sino que fuera legible al usuario. Por ello se eligió la fuente KABEL BK BT, ya que es una tipografía sans serif, además de que se buscó que denotara modernidad.

Para los títulos de la agenda se eligió la fuente HANDEL GOTHIC, por ser una tipografía bold y, con esto, darle jerarquía y resaltar la información. En algunas ocasiones se utilizará para el cuerpo de texto cuando se requiera énfasis para una palabra o frase.

La tipografía NEUVARESE BOLD ITALIC se eligió para algunos subtítulos, por ser una fuente con caracteres cursivos y, con esto, diferenciarlos del demás texto.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!"#\$%&/()=?!*"[]ñ_;

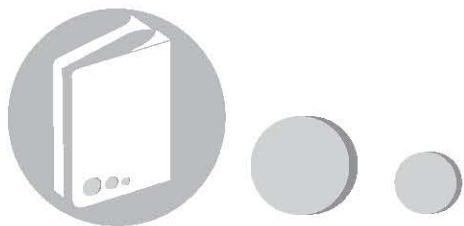
Kabel Bk Bt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!"#\$%&/()=?!* [] _;

Handel Gothic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!"#\$%&/()=?!* []ñ_;

Neuvarese bold italic



Al abrir la agenda el docente encontrará una explicación dando los motivos por los cuales fue diseñada, además de un epígrafe dedicado al docente, que se toma como una reflexión. En la parte inferior de la hoja se encontrará el eslogan de la campaña, que hace referencia a que, si un maestro está actualizado, gana él, gana el alumno y gana la educación en Michoacán.

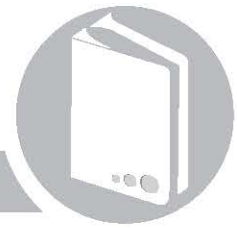
Maestro:

Esta agenda fue hecha pensando en ti, te la entrego para que te sea de utilidad en tu desempeño laboral, ya que con ella además de organizar tus actividades, informarte todo acerca de los cursos de actualización, encontrarás en ella la motivación para que sigas preparandote y actualizandote para crecer como profesionista y ser humano.

Formar seres humanos es un don que está en nuestras manos, consiste en devolver lo mucho que hemos recibido a lo largo de nuestra existencia, seamos fieles a la noble y encomiable misión que la tarea educativa nos ha conferido.

Miguel Ángel Cornejo y Rosado

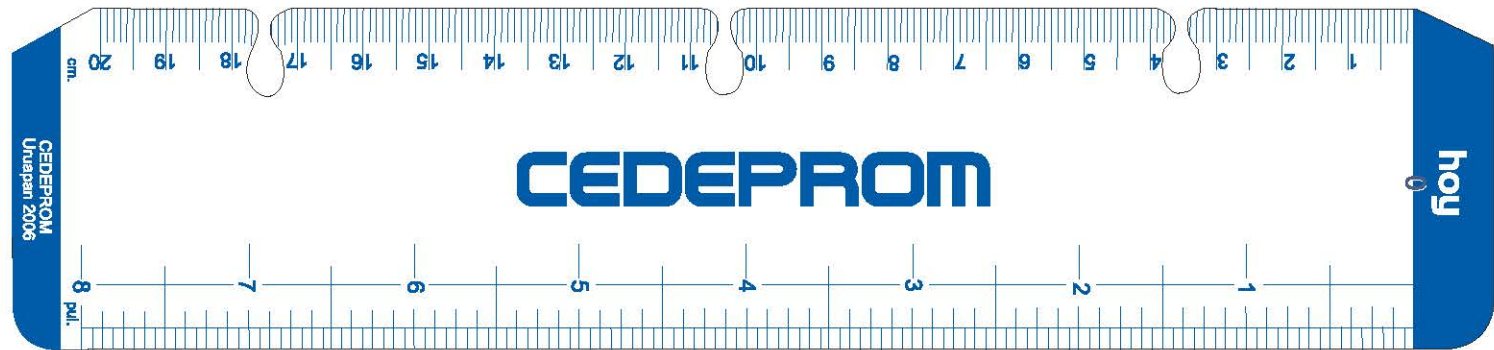
¡Con la actualización ganamos todos!

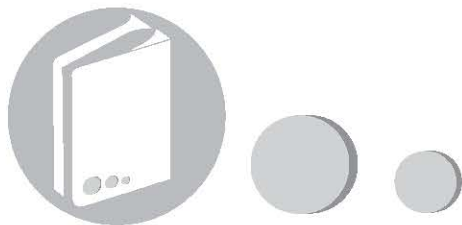


La agenda vendrá equipada con algunas herramientas útiles para el docente, como una regla, la cual también servirá como un separador de página.

Regla
regla
regla

173





En las primeras páginas de la agenda, el docente se encontrará con un epígrafe, titulado "excelencia en la educación" que habla sobre el desempeño de un maestro. Se pensó poner este tipo de escrito para hacerle recordar y fomentarle el amor a su profesión.

epígrafe

epígrafe

excelencia en la educación

Instructor es aquél que sólo proporciona información.

Maestro es aquél que forja la inteligencia y la voluntad, que hace que surja la obra maestra que existe en cada uno de sus alumnos.

Maestro es aquél que no se limita a enseñar lo que otro no sabe, sino que hace que surja en el otro lo que debe llegar a ser.

Maestro es el que siembra ambiciones superiores, éticas y progresistas.

Maestro es el que forja voluntades de triunfadores y optimismo de lograr la cumbre, a pesar de las adversidades.

Maestro es quien ha encontrado en la enseñanza su auténtica vocación y goza con la realización de cada uno de sus alumnos.

Maestro es quien enseña con su ejemplo, señalando la ruta a seguir para lograr la plena realización.

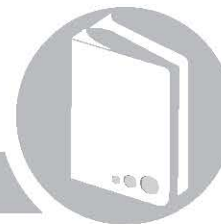
Maestro es aquél que da sentido positivo y aprendizaje a todas las adversidades.

Maestro es aquél que, en cada clase que imparte, se emplea a fondo para que sea la mejor que ha dado en su vida.

Maestro es aquel que en cada jornada de trabajo, lanza el corazón y enseña con tal pasión como nunca;

Si se le teme es simple instructor; si se le ama es un auténtico MAESTRO.

Maestro es aquel idealista que se ha ofrecido para ser ayudante de Dios en su creación.



Algo básico de una agenda son los datos personales, que vendrán en la primera parte de la agenda para que el docente la personalice.



Icono diseñado especialmente para esta agenda

Personales
datos personales
personales

Datos personales

Nombre **Tel.**

Dirección

Colonia **C.P.** **E-mail**

Escuela **Zona** **Sector**

Documentos personales

Licencia no. **Pasaporte** **Curp**

Clave de elector **Cartilla**

Automóvil

Marca **Modelo** **Placas**

Serie **Verificación**

En caso de emergencia, notificar a:

Nombre **Tel.**

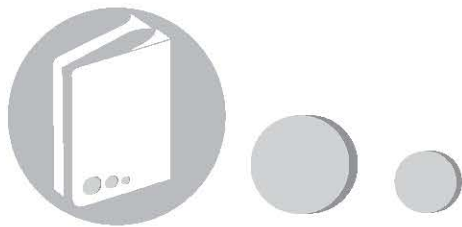
Dirección

Médico **Tel.**

Alérgico a: **Tipo de sangre**

¿Toma algún medicamento?

DATOS PERSONALES

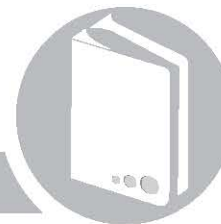


Otro elemento base de la agenda es su calendario, que vendrá con el ciclo 2006-2007. De igual manera, estará situado en la primera parte de la agenda.

Calendario

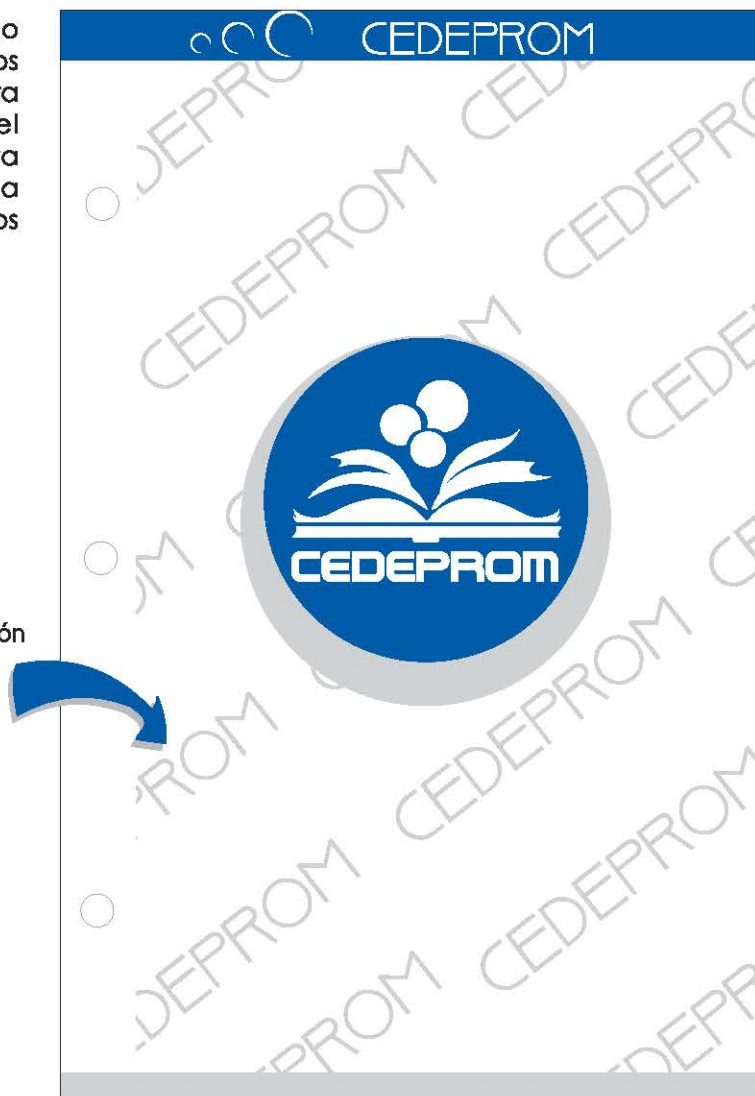
calendario

2006			
ENERO D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	FEBRERO D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28	MARZO D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	ABRIL D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
MAYO D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	JUNIO D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	JULIO D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	AGOSTO D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
SEPTIEMBRE D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	OCTUBRE D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	NOVIEMBRE D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	DICIEMBRE D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
2007			
ENERO D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31			
FEBRERO D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28	MARZO D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	ABRIL D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	MAYO D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
JUNIO D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	JULIO D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	AGOSTO D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	SEPTIEMBRE D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
OCTUBRE D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	NOVIEMBRE D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	DICIEMBRE D L M M J V S 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	

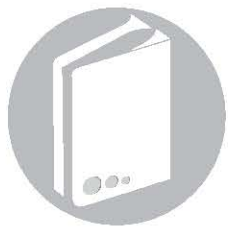


Lo siguiente que vendría en el contenido de la agenda sería el capítulo de los Centros de Desarrollo Profesional para Docentes(CEDEPROM). En éste, el maestro podrá encontrar la distinta información pertinente a los cursos y la labor que se desempeña dentro de los centros.

Para el diseño del fondo de los separadores de capítulos, se puso el nombre de la institución como textura, para que la hoja no se viera con tantos blancos.



Se le dio esta forma de pestaña para hacer notar el nombre del capítulo, ya que sobresale de las demás hojas de la agenda.

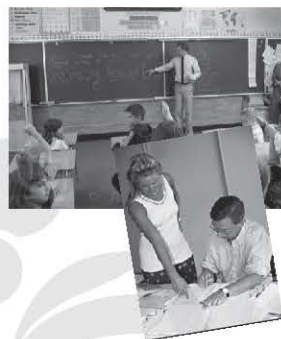


Así comienza



En México, en el año de 1992 se firman acuerdos para la ejecución del Acuerdo Nacional para la Modernización para la Educación Básica (ANMEB), una de las líneas en las que se trabajaría sería: La revaloración de la función social del maestro con 2 rutas centrales, por una parte carrera magisterial y, por la otra, la formación permanente de los maestros en educación básica en servicio.

A nivel Nacional el programa que se crea para la actualización de los maestros se denomina Programa Nacional para la Actualización Permanente de los Maestros de Educación Básica en servicio (PRONAP). A nivel Estatal: Unidad De Desarrollo Profesional del Maestro (UNEDEPROM). Y a nivel Regional: Centro de Desarrollo Profesional del Maestro.



Se reconoce a la actualización como un proceso formativo que se da mientras los profesores están en servicio y que se atiende a las necesidades del mejoramiento de su práctica docente por lo que se tienen como metas que los profesores en servicio:

- a) dominen los contenidos de las asignaturas que imparten
- b) profundicen en el conocimiento de los enfoques pedagógicos de los planes de estudio y de los recursos educativos a su alcance
- c) puedan traducir los conocimientos anteriores en el diseño de sus actividades de enseñanza

CEDEPROM

El docente encontrará información de cómo comienzan estos cursos y los programas que los complementan.



PROGRAMAS programas

Para cubrir lo anterior se ofrece a los maestros dos grandes tipos de programas de estudio los nacionales y los estatales.

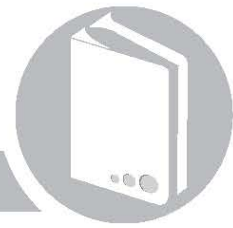


Los Nacionales están destinados a cubrir, de entrada los grandes problemas formativos, aquellos que están generalizados entre los maestros por una historia reciente de desvinculación entre la formación inicial y las necesidades de enseñanza.




Los Estatales, programas de estudio para la actualización de los profesores que tienen la posibilidad de atender necesidades particulares del sistema educativo en la identidad federativa, pero también las inquietudes profesionales de grupos específicos de profesores, en particular de aquellos que realizan sus actividades en zonas y condiciones difíciles.



CEDEPROM



Por medio de la agenda se podrá enterar de lo que estos cursos le ofrecen, ya que también se incluye esta información.


OFRECE te ofrece
Qué te ofrece

Los directamente encargados de ejecutar estos programas son los centros de maestros estos son espacios, destinados exclusivamente en apoyo académico de los maestros en educación básica, cuentan con una biblioteca, videoteca, audioteca computadoras con posibilidades de multimedia e Internet, aparatos de TV. Conectados a la red educativa Edusat, videoreproductoras, grabadoras de audio y espacios para el trabajo de grupos de maestros.






Cada centro de maestros cuenta con un equipo básico de personal para la atención a los usuarios. Existe un coordinador general, un academismo y otro en gestión escolar, además de un bibliotecario y un responsable en el área de medios. Todos son profesores que han sido comisionados a esta tarea por sus meritos docentes.

CEDEPROM

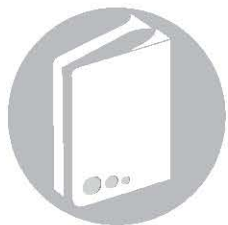

OFRECE te ofrece
Qué te ofrece

Los directamente encargados de ejecutar estos programas son los centros de maestros estos son espacios, destinados exclusivamente en apoyo académico de los maestros en educación básica, cuentan con una biblioteca, videoteca, audioteca computadoras con posibilidades de multimedia e Internet, aparatos de TV. Conectados a la red educativa Edusat, videoreproductoras, grabadoras de audio y espacios para el trabajo de grupos de maestros.

Cada centro de maestros cuenta con un equipo básico de personal para la atención a los usuarios. Existe un coordinador general, un academismo y otro en gestión escolar, además de un bibliotecario y un responsable en el área de medios. Todos son profesores que han sido comisionados a esta tarea por sus meritos docentes.

CEDEPROM



MAESTRO maestros Centro de maestros



Son un medio para garantizar y promover la actualización continua y permanente del personal docente y directivo, su propósito central es ofrecer a los maestros los espacios e instalaciones básicos adecuados para el desarrollo de las diversas actividades del Pronap.

Los centros de maestros son espacios destinados exclusivamente al apoyo académico de los maestros de educación básica

El desarrollo de los centros de maestros no pueden plantearse ya sin considerar las necesidades y contexto inmediato, en efecto, junto con las orientaciones establecidas por el Pronap y necesidades particulares de las autoridades educativas estatales, los centros de maestros deben procurar el fortalecimiento y las relaciones con las escuelas de la zona o región que se encuentran.

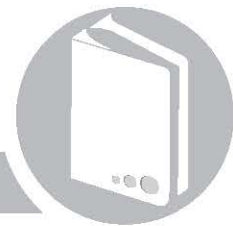
En esta perspectiva, los centros desarrollan sus niveles de comunicaciones, colaboración con los otros supervisores para una mejor promoción de los servicios que ofrecen los centros y un mayor aprovechamiento de sus recursos para todos los actores del sistema educativo.



CEDEPROM

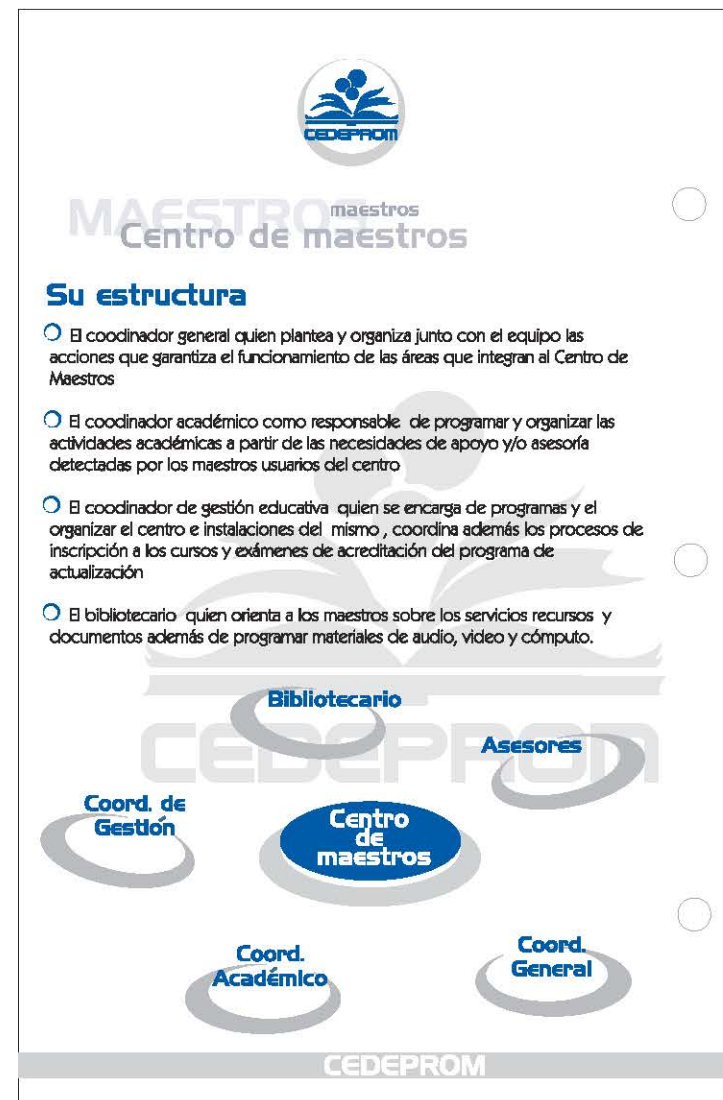
Para los docentes que no sabían de la existencia de dichos cursos, se anexó un capítulo que describe qué son los centros de maestros y la labor que desempeñan.

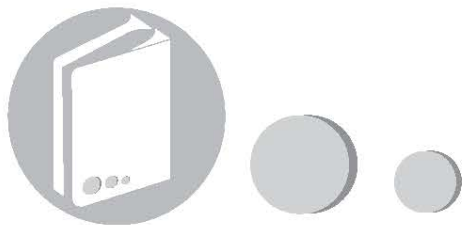
En este capítulo referente a CEDEPROM se buscaron fotografías que fueran acordes al texto, para con esto acaparar la atención del maestro y no hacer tediosa la lectura.



Para completar la información del segmento de ¿qué son los centros de maestros?, se agregó una gráfica de cómo está estructurado y la definición de cada uno de los que lo integran.

Estructura
estructura





Cursos de actualización

CNA

cursos nacionales de actualización

Están destinados a cubrir huecos formativos sobre el conocimiento de las asignaturas. Pretenden construir una plataforma común de conocimientos que permitan al docente analizar tanto los contenidos, como el enfoque de la enseñanza de la asignatura en cuestión.

- Son gratuitos y voluntarios
- Se basan en el estudio de un paquete didáctico
- Su objetivo es formar maestros con un alto dominio de los contenidos de una asignatura y de los enfoques de enseñanza
- Tienen valor al acreditarlos en carrera magisterial hasta 12 puntos
- Tienen una duración de 192 horas
- Para acreditarlo es necesario presentar un examen de tipo nacional estandarizado
- Debe trabajarse en horario extra clase

NACIONALES nacionales
Nacionales
CEDEPROM

Dentro del capítulo de los CEDEPROM se incluyó un segmento que hablará de qué son los cursos de actualización y todas las características que tienen.



CEA

cursos estatales de actualización

Son el producto del diseño de diversas instituciones educativas en el estado, espacio ideal para los equipos de apoyo técnico pedagógico a nivel estatal, quien están tomando en cuenta las necesidades de apoyo de sus compañeros, diseñan cursos que favorezcan la labor educativa y repercutan en el trabajo en el aula

- Son voluntarios
- Deben desarrollarse en horarios fuera del trabajo de clase
- Tienen una duración de 35 a 40 horas de presenciales
- El docente tiene la libertad de escoger el cursos que desea cubrir
- Tienen un valor ante carrera magisterial de hasta 5 puntos

ESTATALES estatales
Estatales
CEDEPROM



TGA talleres generales de actualización

Promueven el conocimiento y uso de los materiales de apoyo del trabajo docente, tienen un carácter nacional y pretenden que el docente reflexione, discuta, analice y diseñe estrategias didácticas que permitan un mejor desempeño de su quehacer en el aula. Como su nombre lo indica, se desarrollan bajo la dinámica de un taller, donde no hay un especialista al frente, sino, un compañero de zona que crea el ambiente propicio para la construcción colectiva de un conocimiento.

- Son de carácter anual, divididos en 2 etapas la primer intensiva y la segunda hecha por sesiones que se desarrollan durante el transcurso del ciclo escolar
- Son obligatorios y convocados por las autoridades educativas locales de diferentes niveles de educación básica
- Son gratuitos y basados en una guía nacional surgida de las necesidades propias del docente.
- No necesitan acreditación, constituyen un espacio seguro de 4º horas de actualización para el maestro
- Se desarrollan durante el horario de clase. Pueden aprovecharse las reuniones de academia y de consejo técnico para su realización.

T. Generales
CEDEPROM

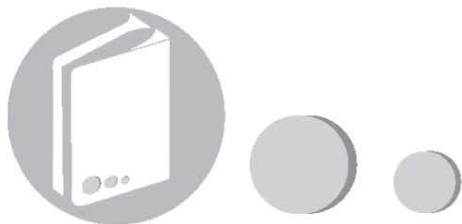


TCA talleres cortos de actualización

Su objetivo es impulsar entre los profesores de educación básica, actividades de estudio ligadas a problemas de la enseñanza y estimular el uso de los materiales educativos de que se disponen

- Los contenidos son variados, la evolución, el juego, la plantación de clases
- Son de naturaleza fundamentalmente práctica aunque, en algunos casos, se hace de ciertos elementos provenientes a la teoría
- Son voluntarios y están destinados a los profesores, directivos y personal de apoyo técnico pedagógico son voluntarios y están destinados a los profesores, directivos y personal de apoyo técnico pedagógico
- Son en general cortos entre 20 a 40 horas, aunque pueden prolongarse si el grupo de trabajo así lo decide son en general cortos entre 20 a 40 horas, aunque pueden prolongarse si el grupo de trabajo así lo decide
- La evaluación la realizan los propios participantes, no hay acreditación.

T. Cortos
CEDEPROM



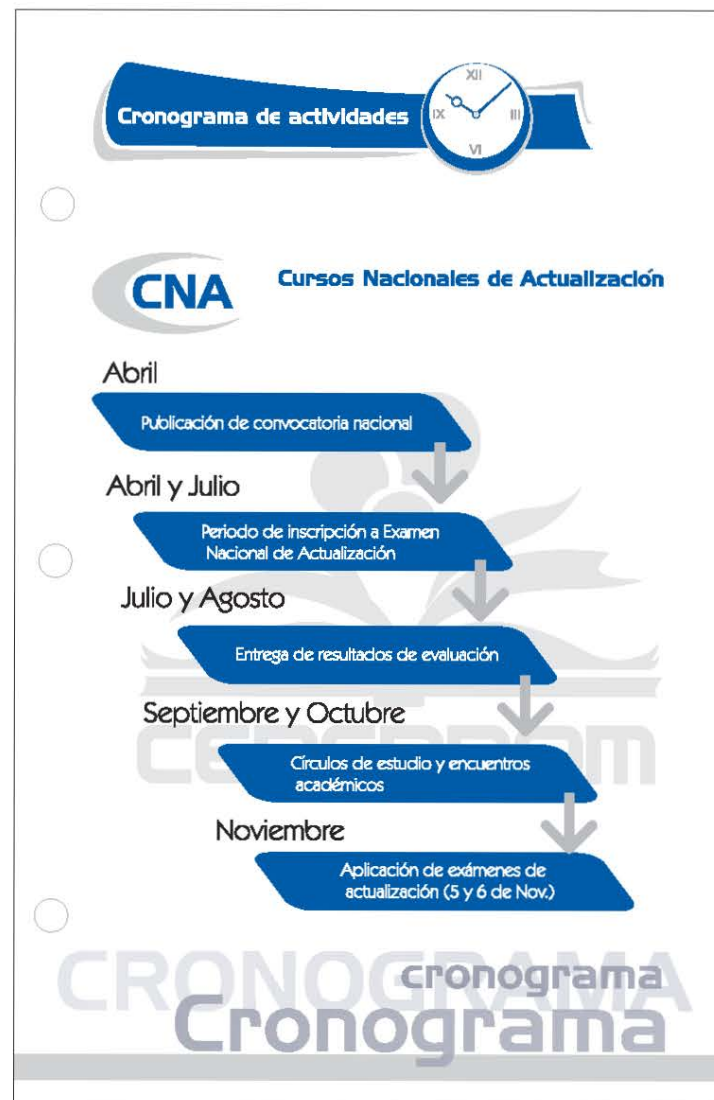
Para que el docente estuviera informado de todas las actividades a realizarse en el ciclo escolar, se diseñó lo que es un cronograma mensual de actividades, a realizarse en los centros de actualización.

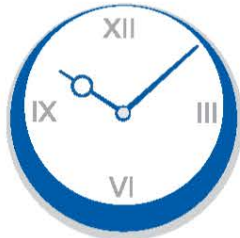
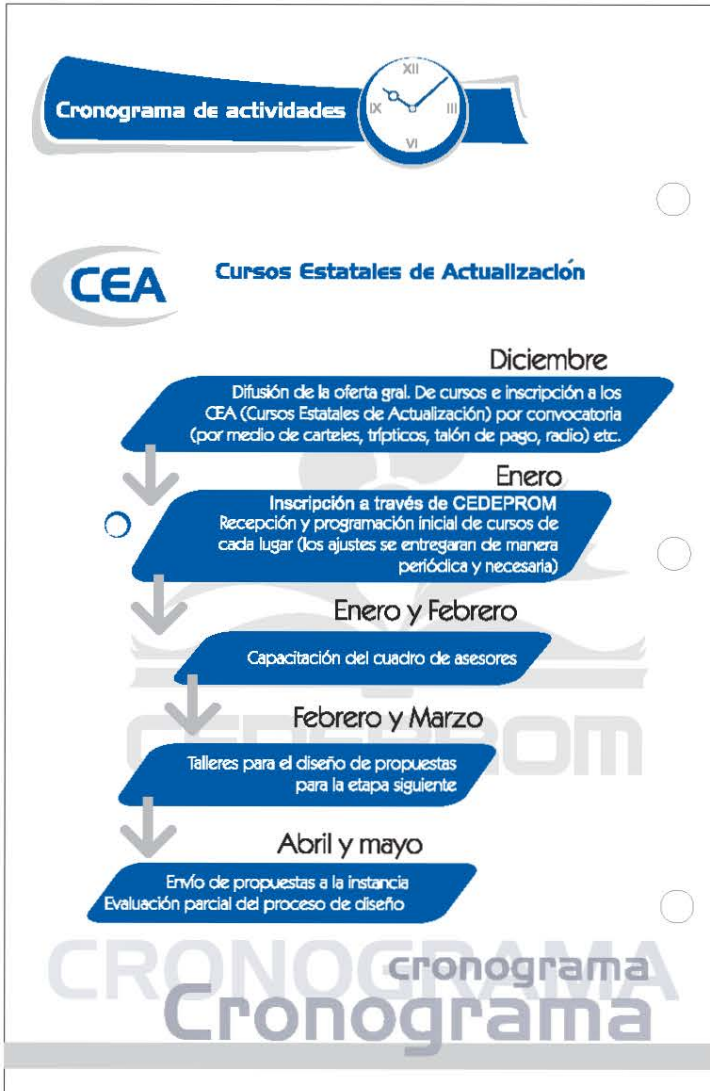
184



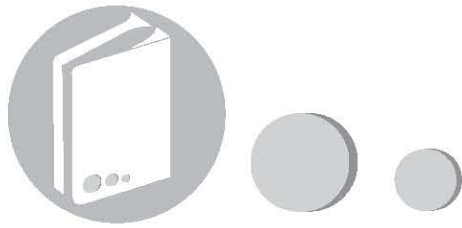
Icono diseñado especialmente para esta agenda

Cronograma
cronograma
cronograma





Icono diseñado especialmente para esta agenda y para esta sección



Algo que no podía faltar en la agenda de un docente es el calendario escolar, que será del ciclo escolar 2006 -2007, en el cual vendrán marcadas todas las fechas de las actividades escolares, además de las fechas de inscripción para los cursos de actualización.

Ademas, se pensó darle al docente algo más visual así que se diseñaron algunos iconos para identificar cada actividad del calendario.



Inicio de clases



Fin de cursos



Actividad de cursos de actualización

calendario escolar

2006 2007

Vigente para escuelas oficiales y particulares incorporadas a los Estados Unidos Mexicanos

2006

AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE
D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30

2007

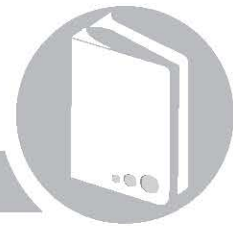
DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO
D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

ABRIL	MAYO
D L M M J V S	D L M M J V S
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

JUNIO	JULIO
D L M M J V S	D L M M J V S
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

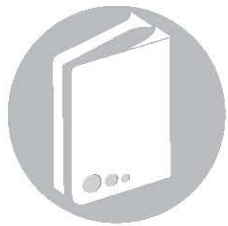
- Inicio de cursos
- Suspensión de labores docentes
- Fin de cursos
- Suspensión programada por sucesión de días inhábiles
- Receso de clases
- Vacaciones
- Talleres generales de actualización para maestros de educación básica
- solicitudes de preinscripción para educación básica

CEDEPROM



Esto es lo que sería una de las tarjetas conmemorativas que se tiene contemplado poner dentro del contenido de la agenda. Llevarán como imagen los carteles de la campaña; así, el docente podrá tener los 12 carteles que se lancen, y cada año podrá adquirir otras 12 nuevas tarjetas. Estas tarjetas, en la parte inferior, llevarán un aforismo con temática de superación, con la finalidad de que el docente reflexione sobre su situación laboral y de actualización. Además, a esta frase la refuerza la palabra actualízate que, de alguna manera, sirve de invitación al docente a prepararse más.

A continuación se presentarán las 12 tarjetas pertenecientes al ciclo escolar 2006



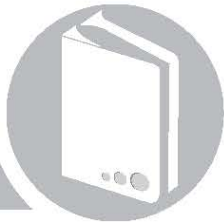
1

tarjetas conmemorativas

tarjetas conmemorativas

2





3

¿sigues así? ¡Actualízate!

Todos quieren aprender, pero ninguno está dispuesto a pagar el precio

¡Actualízate!

189

¿Sigues en el pasado? ¡Actualízate!

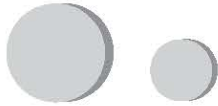
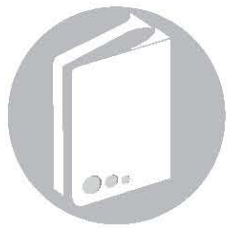
La oportunidad favorece a quien está preparado

¡Actualízate!

4

tarjetas conmemorativas

tarjetas conmemorativas



que no te pese enseñar...

¡Actualízate!

Todos los triunfos nacen cuando nos atrevemos a comenzarlos

¡Actualízate!

CEDEPROM uruapan

curso actualización

5

tarjetas conmemorativas

tarjetas conmemorativas

ya no te veas así ...

¡Actualízate!

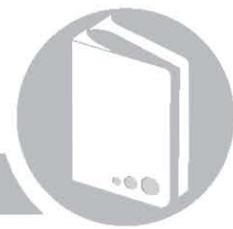
Las batallas de la vida no las gana el hombre mas rápido o el hombre más fuerte, sino el que se decide a ganar.

¡Actualízate!

CEDEPROM uruapan

curso actualización

6



7

¿sigues aprendiendo así?

¡Actualízate!

CEDEPROM uruapan

CEDEPROM cursos actualización

Nadie puede hacer que te sientas inferior sin que tú lo consentas

¡Actualízate!

191

¿sigues en lo mismo?

¡Actualízate!

CEDEPROM uruapan

CEDEPROM cursos actualización

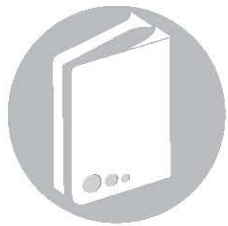
Fracasar es la oportunidad de comenzar de nuevo con más inteligencia

¡Actualízate!

8

tarjetas conmemorativas

tarjetas conmemorativas



9

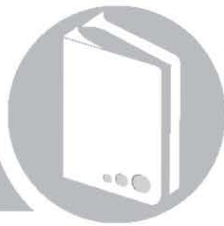
tarjetas conmemorativas

tarjetas conmemorativas

10



¡Actualízate!



11

siente el cambio...

CEDEPROM Uruguay

¡Actualízate!

Nunca hay viento favorable para el que no sabe hacia dónde va

¡Actualízate!

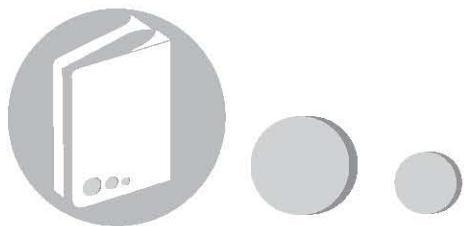
curso CEDEPROM actualización

193

tarjetas
conmemorativas

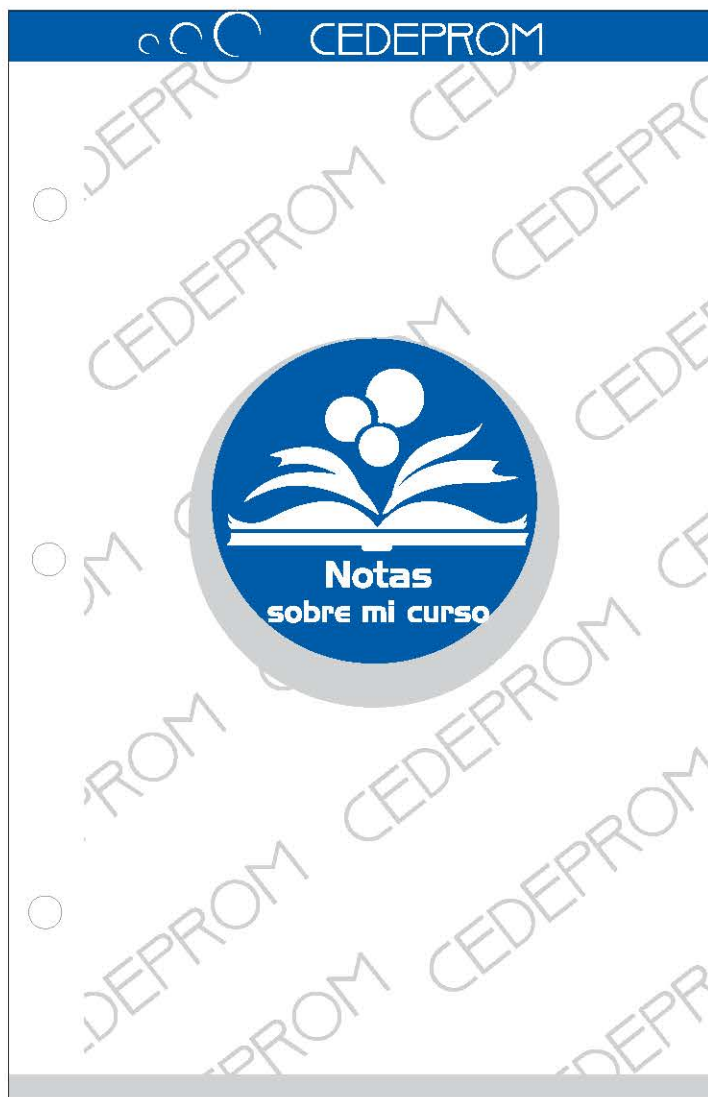
12

tarjetas conmemorativas



Aquí empezaría lo que es la segunda parte de la agenda. Prácticamente este capítulo se compone de una serie de hojas de notas especialmente diseñadas para los cursos de actualización. Estas hojas de notas tienen un fin en particular, ya que van a manera de secuencia evolutiva. Así el docente, cuando vaya haciendo sus anotaciones, observará el proceso y avance que ha logrado.

Todos los iconos de esta sección se diseñaron con base en el concepto de crecimiento que se había planteado en el logotipo, conceptualizado con la figura del círculo. A continuación se explicará cada uno de ellos.





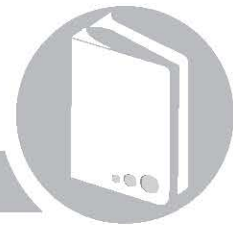
Lo que sabía

El círculo representa al docente cuando inicia un curso de actualización. La forma del libro representa el método de enseñanza que utiliza.



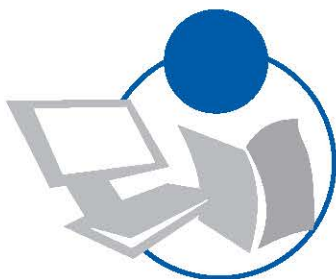
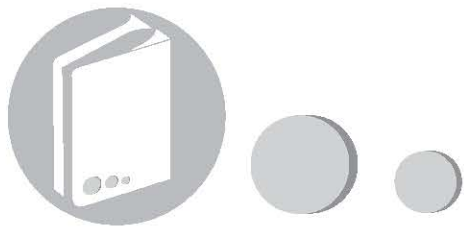
Lo que aprendí

Esta sería la segunda etapa de evolución. El icono es prácticamente igual al primero, con la diferencia que aquí se le agregó otro círculo más a lo que representa al docente. Este nuevo círculo hace referencia a lo aprendido.



Lo que falta por aprender

Aquí los círculos no están completamente centrados en los otros 2; esto representa las enseñanzas que aún faltan por adquirir.



Lo que me gustaría saber

En este icono se ve al docente no con un libro que representa las antiguas formas de enseñanza, sino que ya aparece la estilización de una computadora, la cual representa las nuevas formas de enseñanza.

En conjunto, se ven conceptualizadas las inquietudes del docente por aprender cosas nuevas.



Cómo lo voy a lograr

Para la conceptualización de este último icono, se representó el logotipo de CEDEPROM, ya que por medio de esta institución el maestro podrá lograr la actualización y preparación que necesita.



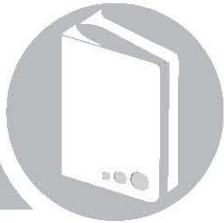
Lo que sabía



Lined writing area for the first page.



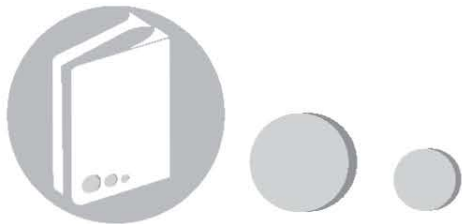
SABÍA sabía
Sabía



Lined writing area for the second page.



SABÍA sabía
Sabía



Lo que aprendí



Lined writing area with horizontal lines and three binder holes on the left side.

aprendí
Aprendí



Lined writing area with horizontal lines and three binder holes on the right side.

aprendí
Aprendí

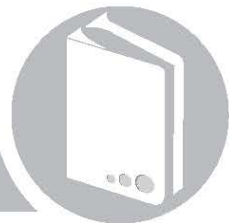
Me falta por aprender



Lined writing area with horizontal dashed lines for text entry.



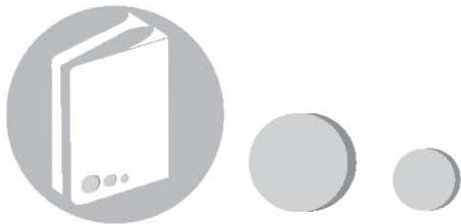
aprender
APRENDER
Aprender



Lined writing area with horizontal dashed lines for text entry.



aprender
APRENDER
Aprender



Me gustaría saber



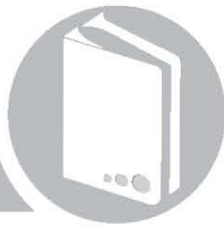
Lined writing area with three binder holes on the left side.

SABER saber
Saber



Lined writing area with three binder holes on the right side.

SABER saber
Saber



Cómo lo voy a lograr



Lined writing area with horizontal dashed lines for text entry.



LogRAR lograr
Lograr

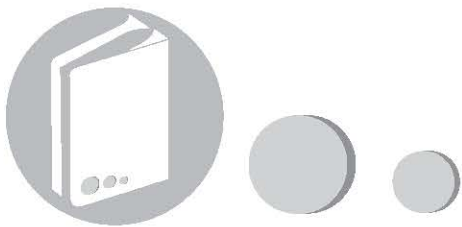


Lined writing area with horizontal dashed lines for text entry.



LogRAR lograr
Lograr





Estos son los separadores de cada mes. Para diferenciarlos de los separadores de capítulos, el fondo se eligió color azul, conservando la misma textura con la palabra de la institución.

209

En estos separadores vendrá un aforismo con el mismo objetivo que el de las tarjetas conmemorativas: que el maestro reflexione sobre la situación del estar actualizado.

Se le dio jerarquía a la palabra del mes para que contrastara con los demás elementos y sea de fácil identificación.



En esta composición vendrá uno de los personajes de los carteles, que irá acorde con la temática del aforismo, para que exista una coherencia entre ambas cosas.

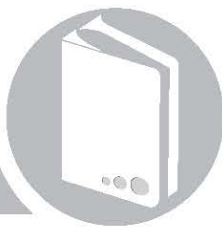


En la parte superior vendrá el eslogan de la campaña

ENERO



De igual manera se conservó la pestaña, para que se dé fácil acceso al usuario cuando se quiera buscar un mes en específico.



Con la actualización... ¡¡ ganamos todos !!



Como están las cosas,
el reto es mayor:
antes era más fácil.

ENERO

ENERO

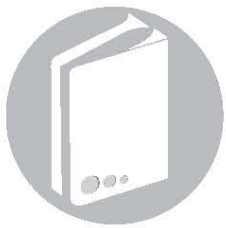
Con la actualización... ¡¡ ganamos todos !!



La palabra imposible
no está
en mi vocabulario

FEBRERO

FEBRERO



Con la actualización... ¡¡ ganamos todos !!



La diferencia entre
lo ordinario
y lo extraordinario
es un pequeño
esfuerzo

MARZO

MARZO

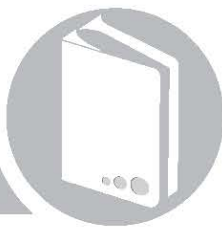
Con la actualización... ¡¡ ganamos todos !!




Cuanto más haces
más logras

ABRIL

ABRIL



Con la actualización... ¡¡ ganamos todos !!



Hay dos tipos de fracasados:
los que pensaron
y nada hicieron
y los que hicieron
pero no reflexionaron!

MAYO

MAYO

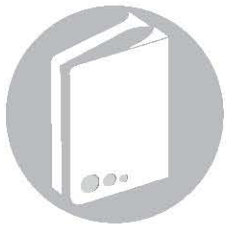
Con la actualización... ¡¡ ganamos todos !!



El éxito es un trayecto,
no un destino

JUNIO

JUNIO



Con la actualización... ¡¡ ganamos todos !!



No hay porvenir
en ningún empleo.
El porvenir lo labras
al desempeñar bien
tú trabajo

OTR

JULIO

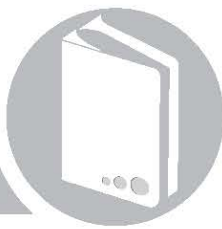
Con la actualización... ¡¡ ganamos todos !!



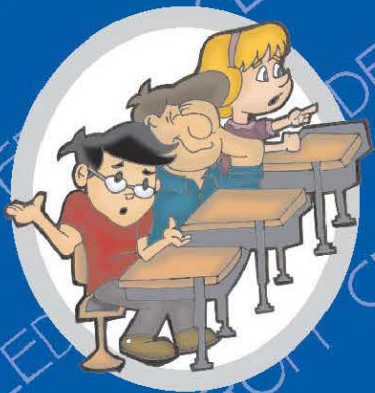
No es que tengamos
poco tiempo,
sino que perdemos
demasiado

AGOSTO

AGOSTO



Con la actualización... ¡! ganamos todos !!



El deber de un hombre
está allí
donde es más útil

SEPTIEMBRE

SEPTIEMBRE

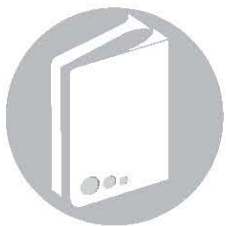
Con la actualización... ¡! ganamos todos !!



El éxito no se logra
con la suerte,
es el resultado
de un esfuerzo
constante

OCTUBRE

OCTUBRE



Con la actualización... ¡¡ ganamos todos !!



El precio de la
grandeza
es la responsabilidad

NOVIEMBRE

NOVIEMBRE

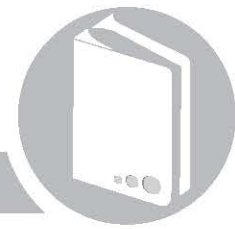
Con la actualización... ¡¡ ganamos todos !!



"Tal vez soñar
no sea tan malo,
si uno tiene
buenos sueños y
los hace realidad"

DICIEMBRE

DICIEMBRE



Se diseñó un organizador de actividades que se dividió en tres secciones: mensuales, semanales y diarias. En las 3 fases se siguió una misma línea y un mismo concepto, que es una composición de pocos elementos, pero bien estructurados, para que en las anotaciones que el usuario haga no exista ningún tipo de confusión.

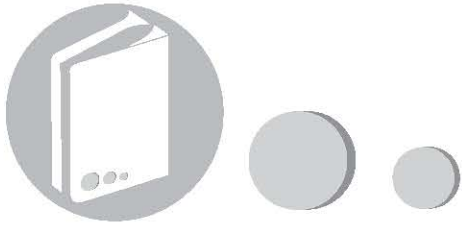
Actividades
actividades

Se dejó espacio para anotaciones mensuales importantes.



2006

Jueves	Viernes	sab/dom
nota del mes		



parte frontal

JUNIO

Lunes	Martes	Miércoles
nota del mes		

Mensual

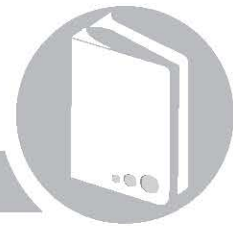
mensual

mensual

parte posterior

2006

Jueves	Viernes	sab/dom
nota del mes		



20__ Mes _____ **Semanalmente**

Lunes _____

Martes _____

Miércoles _____

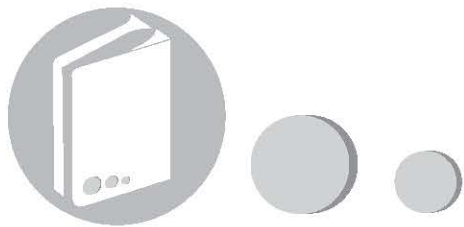
Jueves _____

Viernes _____

Sábado _____

Domingo _____

Se dejaron espacios para poner la fecha del año, mes y el día, para que exista un mayor control.



parte frontal

20__ Mes__ **Semanalmente**

Lunes _____

Martes _____

Miércoles _____

Jueves _____

Viernes _____

Sábado _____

Domingo _____

Semanal

semanal

parte posterior

20__ Mes__ **Semanalmente**

Lunes _____

Martes _____

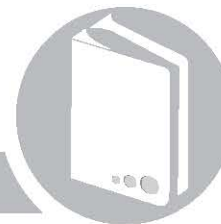
Miércoles _____

Jueves _____

Viernes _____

Sábado _____

Domingo _____



Se dejó un pequeño espacio para poner el mes en curso.

JULIO

D	L	M	M	J	V	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

El día de hoy

Se dividieron las actividades antes y después del medio día.

AM

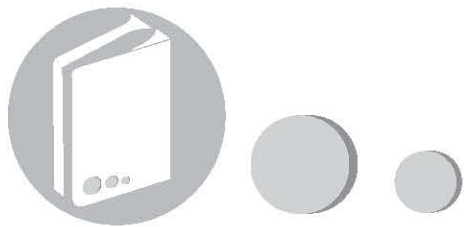
Para recordatorio de una actividad importante del día, se diseñó un pequeño espacio para que el docente lleve un mejor control.

Recordarme

Diaria
diaria

diaria

213



parte frontal

JULIO
D L M M J V S
1
2 3 4 5 6 7 8
9 10 11 12 13 14 15
16 17 18 19 20 21 22
23 24 25 26 27 28 29
30 31

El día de hoy

AM

Recordarme

Diaria

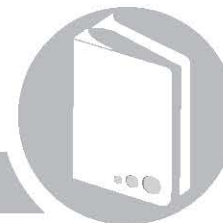
diaria

parte posterior

El día de hoy

PM

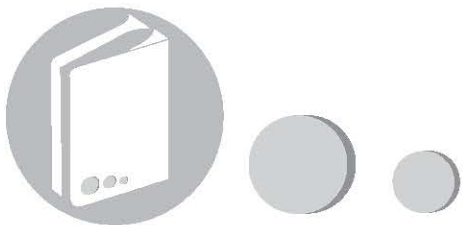
Recordarme



Para que este segmento de organización de actividades quedara completo, se tuvo que diseñar una hoja de planeación a futuro para el docente, en la cual vienen todos los meses del año, dejando espacio para la fecha correspondiente.

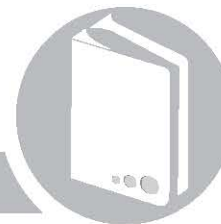
Planeación a futuro			
Fecha	ENERO	FEBRERO	Fecha
Fecha	MARZO	ABRIL	Fecha
Fecha	MAYO	JUNIO	Fecha
Fecha	JULIO	AGOSTO	Fecha
Fecha	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	Fecha
Fecha	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Fecha

Planeación
planeación
planeación



Ésta es la tercera y última parte de la agenda, que será el capítulo donde vendrá el directorio telefónico, un bloc de notas, un tarjetero, algunos datos de los beneficios del estar actualizado y una tabla de control de los cursos asistidos. Esto para que el docente, al concluir el ciclo escolar, se dé una idea del avance que ha obtenido al asistir a los cursos de actualización.























Para el directorio telefónico se diseñaron especialmente los iconos, desde el principal, así como todas las áreas que lo conforman (nombre, dirección, correo fax, número de teléfono). Se optó por hacerla más visual para el docente, así que sólo en la primera parte los iconos llevan nombre.



Icono diseñado especialmente para esta agenda

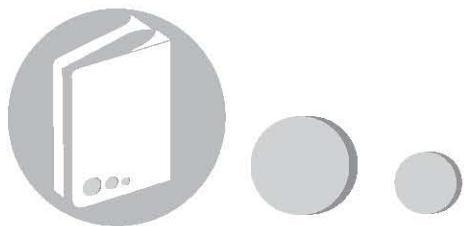
Directorio Tel. 

Nombre 	Tel. 
Dirección	correo @
	Fax 
	@
	Fax 
	@
	Fax 
	@
	Fax 
	@
	Fax 
	@

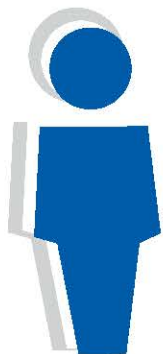
DIRECTORIO TELEFÓNICO

A
B

Se diseñó la pestaña donde va la letra inicial, unificando el concepto de los demás separadores de capítulos.



218



nombre



número telefónico

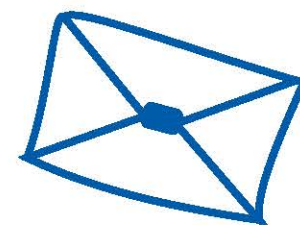
Iconos diseñados especialmente para esta agenda

Iconos
iconos

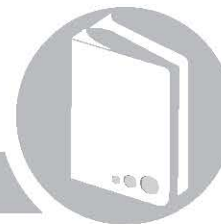
iconos



correo electrónico



dirección



Directorio

directorio

parte frontal

Directorio Tel.

A B

Nombre	Tel.
Dirección	correo @
	Fax
	@
	Fax
	@
	Fax
	@
	Fax
	@
	Fax
	@
	Fax

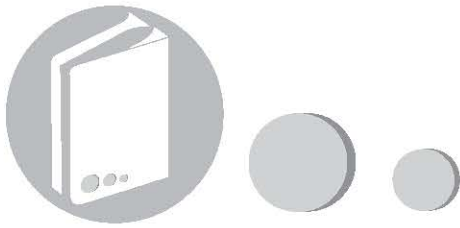
DIRECTORIO TELEFÓNICO

parte posterior

A B

Nombre	Tel.
Dirección	correo @
	Fax
	@
	Fax
	@
	Fax
	@
	Fax
	@
	Fax
	@
	Fax

DIRECTORIO TELEFÓNICO



También para la sección del bloc de notas se diseñó el icono, dejando el mayor espacio posible para que se pudiera agregar una buena cantidad de apuntes.

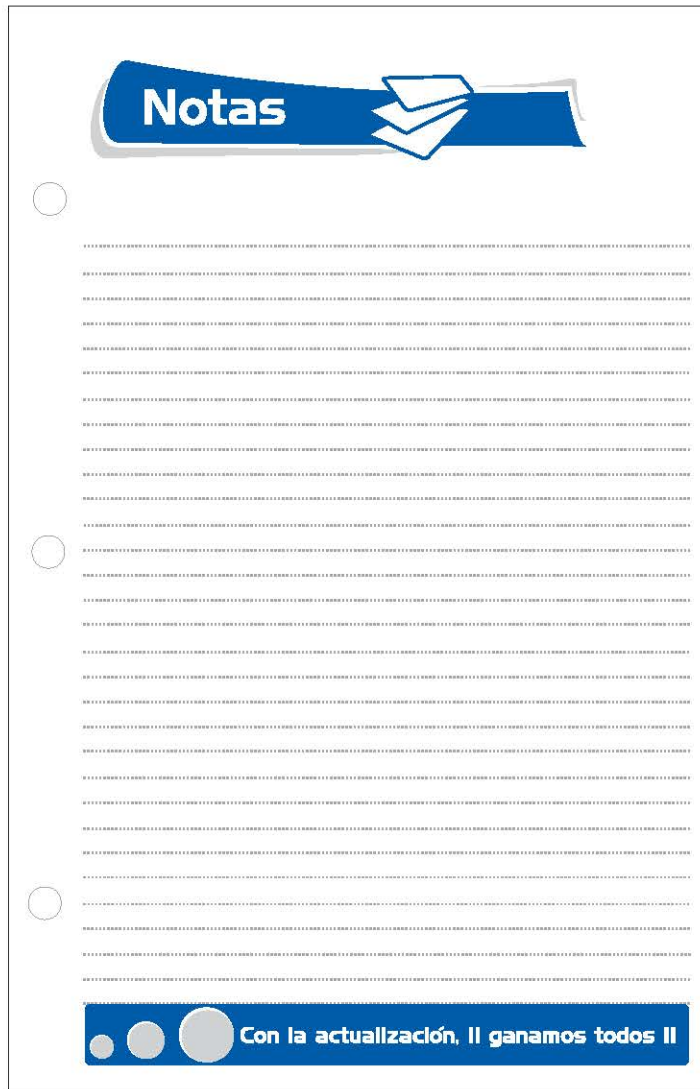
220



Icono diseñado especialmente para esta agenda

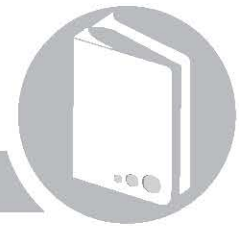
Notas
notas

notas



De elementos decorativos sólo se dejaron los círculos con el concepto de crecimiento y el eslogan de la campaña.





parte frontal

Notas

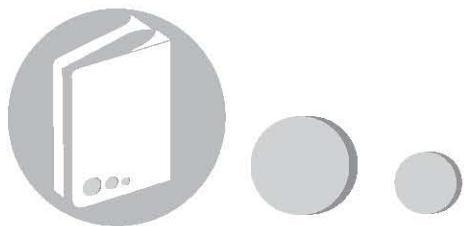
Con la actualización, ¡¡ ganamos todos !!

Notas

notas

parte posterior

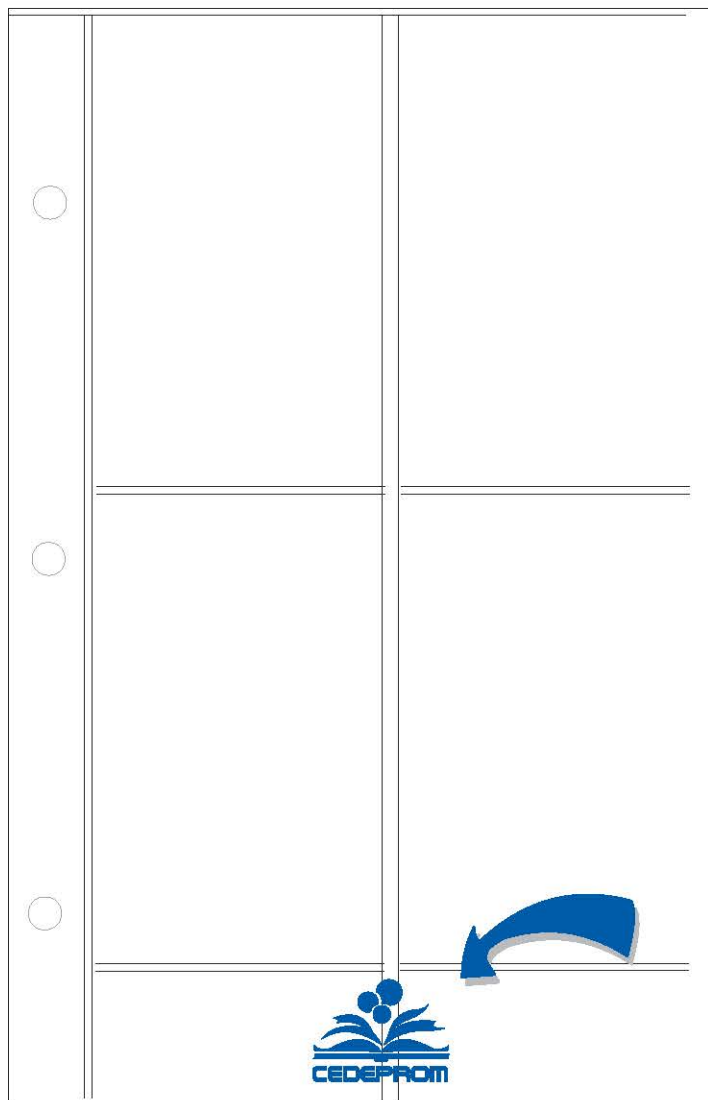
Con la actualización, ¡¡ ganamos todos !!



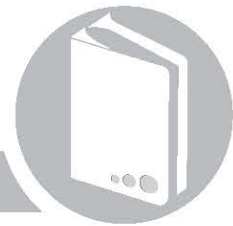
999

El tarjetero de la agenda está diseñado para cuatro compartimientos para credenciales. La medida de cada espacio será de 9 cm de largo por 6cm de altura.

Tarjetero
tarjetero
Tarjetero



El único elemento decorativo en el tarjetero será el del logotipo de la institución.



La gráfica de cursos a los que se ha asistido, se diseñó de manera que en los óvalos se observara ese crecimiento que pasaría al ir asistiendo a la mayor cantidad de cursos posibles. En ellos se dejó el espacio suficiente para poner el nombre del curso al que el docente haya asistido.

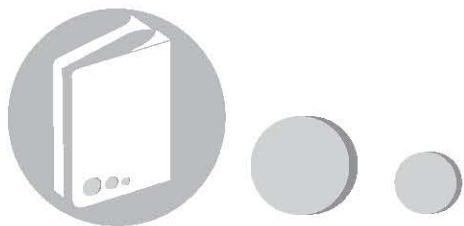
Sólo se dejaron 5 óvalos, porque a partir de una encuesta realizada el máximo número de cursos de actualización a los que un docente lograría asistir por año sería de 5; esto, por la calendarización de los mismos.

En la parte inferior de los óvalos se hizo una composición de pequeños círculos en los que el docente podrá poner una calificación de escala del uno al cinco y así, a final de año, observará qué curso se le hizo más interesante o le gustó más.

En la composición de este control de cursos, se dejó al personaje institucional con una posición señalando hacia arriba, invitando al docente a asistir a más cursos y no quedarse en el fondo de la tabla.



Con estos círculos, el docente podrá poner una calificación de los cursos que haya asistido.



En la parte de los beneficios del estar actualizado se dejaron algunos de los aportes que el docente ha observado al asistir a los cursos. Estos resultados se sacaron mediante una encuesta realizada a varios docentes, después de asistir a un curso de actualización. En la parte de abajo se plantea una pregunta dejándola de manera abierta para el docente, para que éste reflexione sobre lo que podrá obtener de los cursos vistos.

Beneficios

Beneficios

beneficios del estar actualizado

CEDEPROM

- Aprendizaje de nuevos conceptos
- Mejoría en el proceso de enseñanza
- Aprendizaje en el trato a mis alumnos
- Satisfacción de mejorar la práctica diaria de mi trabajo
- Adquiero nuevos conocimientos
- Me ayuda a avanzar en la carrera magisterial
- Obtengo un beneficio económico
- Obtengo capacidad como mediador del proceso de aprendizaje

Y tú, ¿qué beneficios ves?

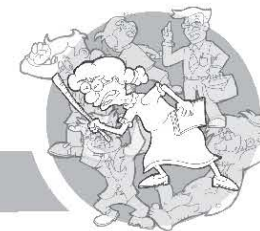
¡ACTUALIZATE!



2

personajes
para carteles
solución



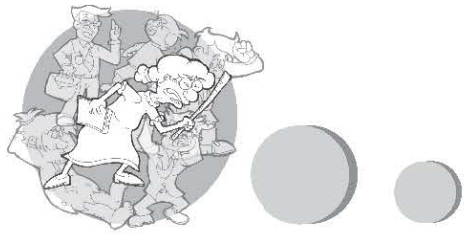


Antes de empezar a analizar lo que son los carteles, se tiene que ver cuáles son los protagonistas que harán posible la realización de éstos. Como ya se sabe, la característica principal que tendrán los carteles es que se empleará el área de la caricatura, por el hecho que se citarán algunas parodias de situaciones del ámbito educativo actual, o de lo que pudiera llegar a pasar si los docentes no tienen una actualización continua. Por lo tanto, la caricatura se presta para esto ya que puede ser parte de una crítica social, y ayuda a persuadir al usuario sin llegar a ser agresiva.

Todas las posiciones, colores y accesorios de cada personaje, fueron diseñados de acuerdo con la situación que se iba a manejar en cada cartel.



Antes de pasar a conocer a los protagonistas se hará un listado de todas las ideas a representar en cada cartel.



Escena de un maestro que muestra un rezago ante la actualización, quedandose con sus métodos obsoletos. ①



Escena de un maestro dando clases con antiguas formas y métodos de enseñanza, ante la sorpresa de sus alumnos. ②

Escena de una maestra chapada a la antigua, que proyecta temor ante sus alumnos por la manera de ejercer su labor. ③

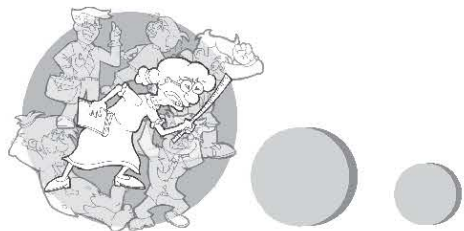
Escena de una maestra que piensa que es lo mismo un ábaco que un equipo de cómputo. ④

Escena de cómo los antiguos métodos e instrumentos de enseñanza son pesados para algunos docentes. ⑤



- 6 Escena de cómo algunos docentes muestran cierta actitud de duda ante una computadora.
- 7 Escena de cómo es necesaria la actualización constante, y no confiarse en los conocimientos que se tienen.
- 8 Escena de cómo un centro de maestros ayuda a aprovechar los distintos métodos de enseñanza y a la tecnología como herramienta de trabajo.
- 9 Escena de cómo cambia la actitud de un docente cuando se está preparado y actualizado.
- 10 Escena de cómo algunos docentes batallan por conocer y comprender los distintos equipos de cómputo.
- 11 Escena de cómo los Centros de Desarrollo Profesional para Maestros son puerta al cambio para ser un mejor docente.

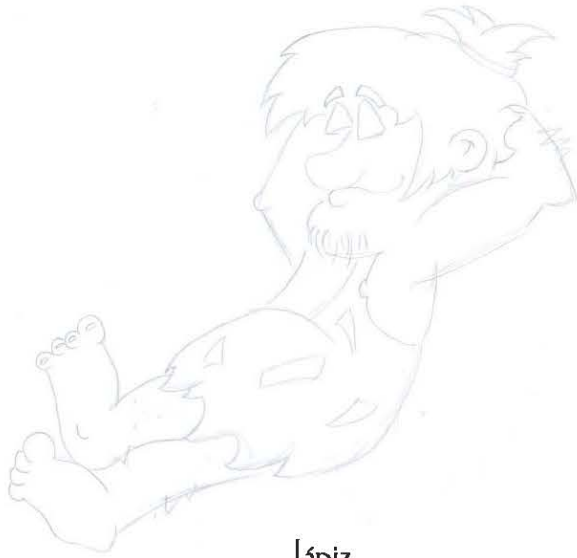




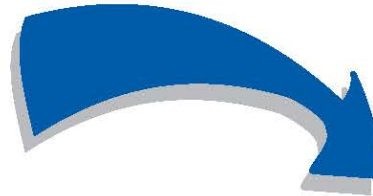
A continuación se presentará el proceso evolutivo de todos los personajes que participan en los carteles. Se verá el diseño desde boceto a lápiz, entintado y resultado final.

229

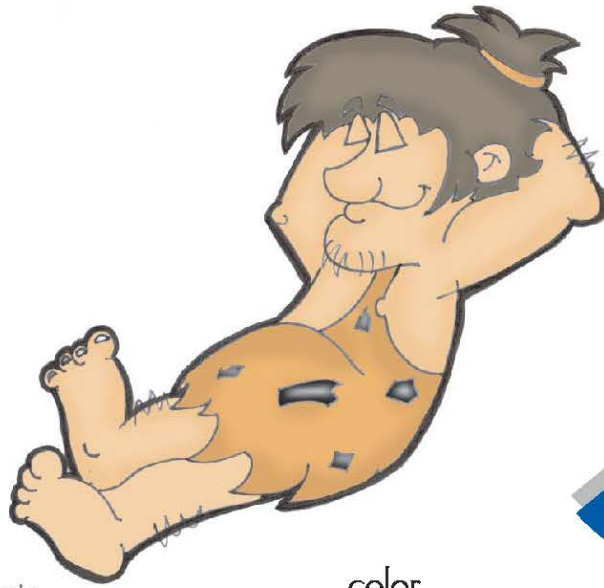
(CUALQUIER SEMEJANZA CON ALGÚN DOCENTE ES MERA COINCIDENCIA).



lápiz



entintado

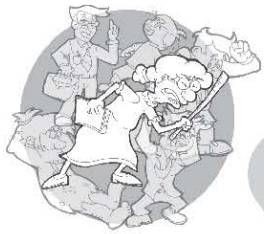


color

1

Personaje
personaje





lápiz



entintado

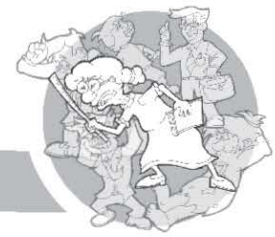


color



2

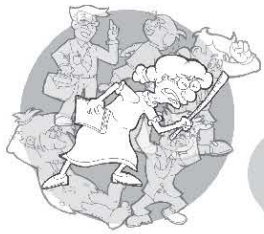
Personaje
personaje



3

Personaje
personaje

Algunos personajes se diseñaron por separado, para después hacer una composición de conjunto.

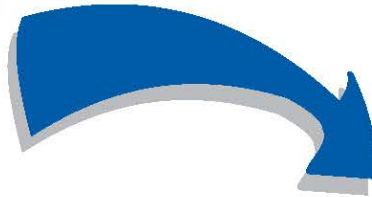


3

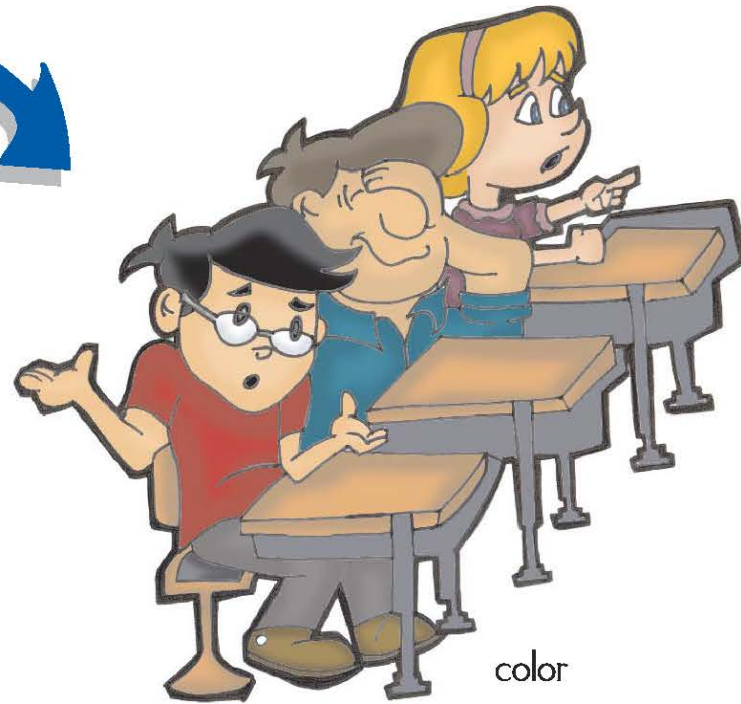
233

Personaje

personaje



entintado



color



lápiz



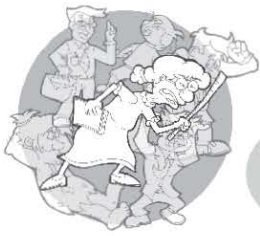
entintado



color

4

Personaje
personaje



lápiz



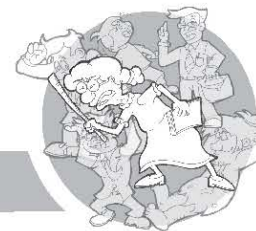
entintado



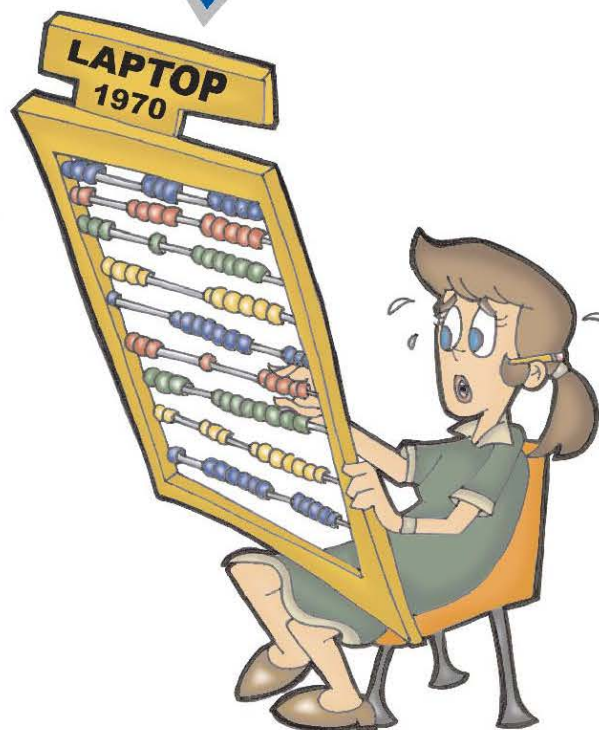
color

5

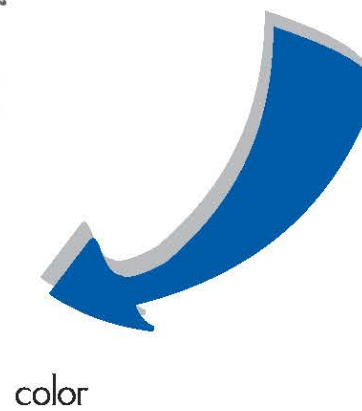
Personaje
personaje



lápiz



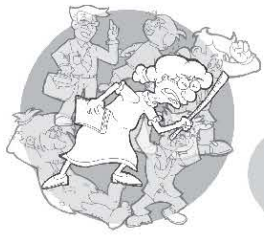
entintado



color

6

Personaje
personaje



237



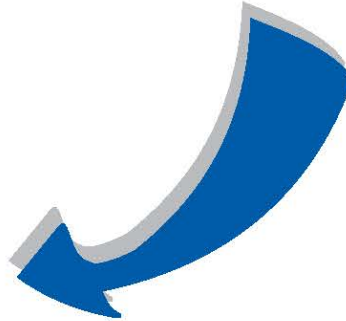
lápiz



entintado



color



7

Personaje
personaje



lápiz



entintado

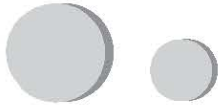
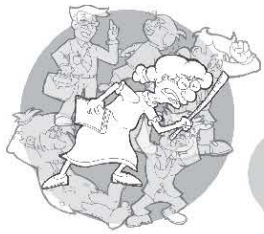


color



8

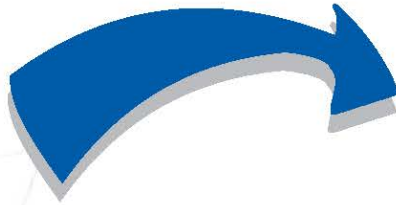
Personaje
personaje



239



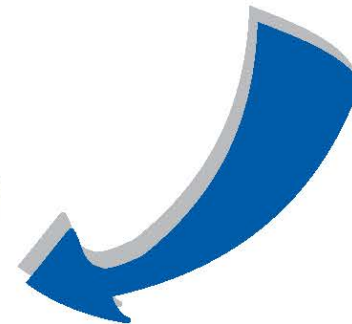
lápiz



entintado

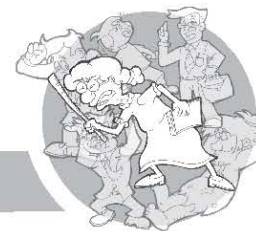


color



9

Personaje
personaje



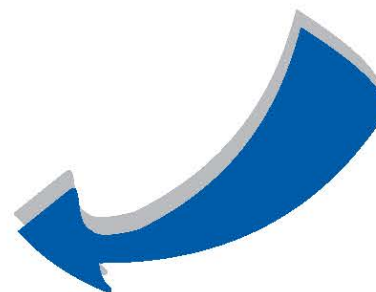
lápiz



entintado

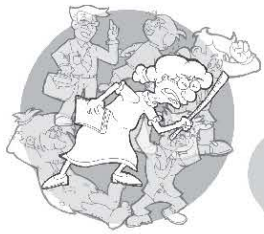


color

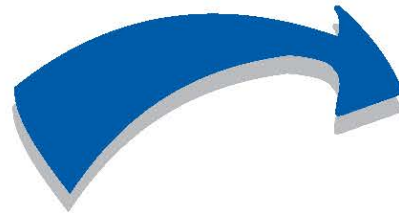


10

Personaje
personaje



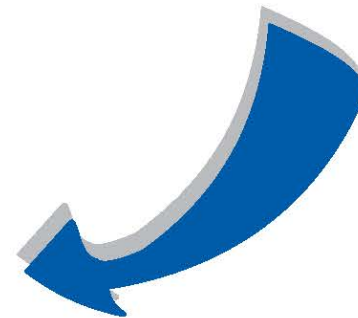
lápiz



entintado



color



11

Personaje
personaje



lápiz



entintado



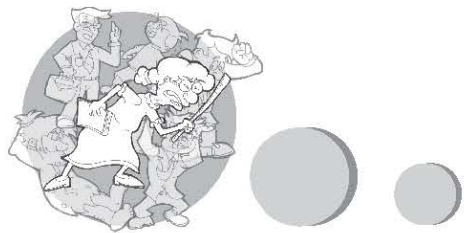
color



12

Personaje
personaje





243



lápiz



entintado

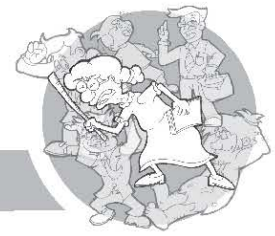


color



13

Personaje
personaje
personaje



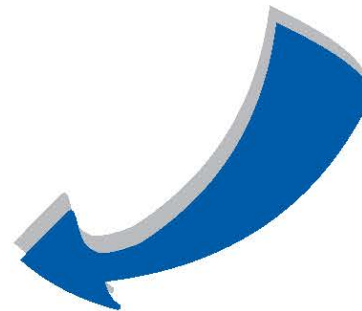
lápiz



entintado



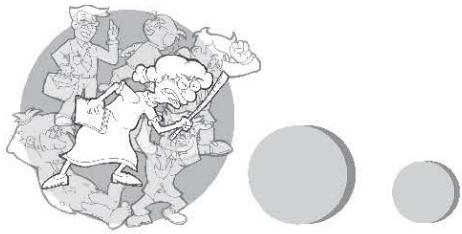
color



14

Personaje
personaje

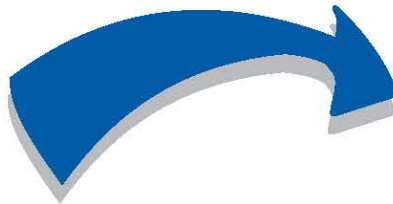




245



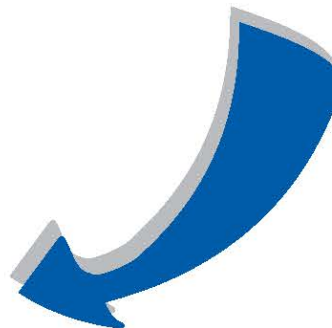
lápiz



entintado



color



15

Personaje
personaje



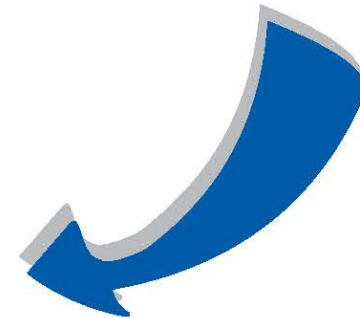
lápiz



entintado

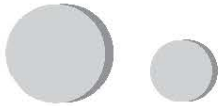


color



16

Personaje
personaje



247



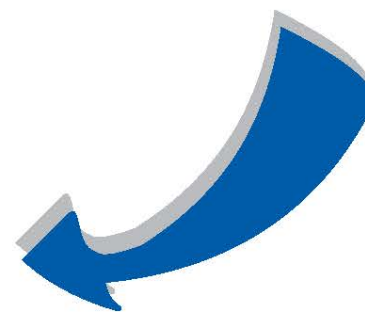
lápiz



entintado



color



17

Personaje
personaje



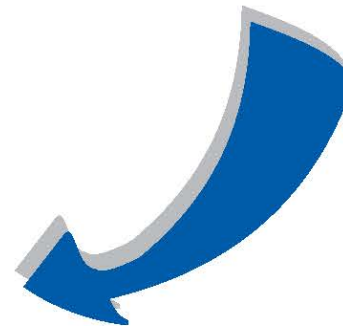
lápiz



entintado



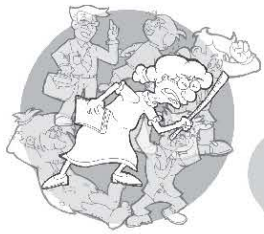
color



18

Personaje
personaje





249

lápiz



color



entintado

19

Personaje
personaje

3

carteles

solución





Para el diseño de los carteles, se eligió que fueran con una imagen dinámica y limpia, que tuviera muy pocos elementos para que los personajes fueran el atractivo base. Sólo se utilizaron algunas placas para reforzar el cartel. Los colores que se les aplicaron son propios de la institución. Placas de los carteles horizontales: solo se utiliza una en el costado, y en los carteles verticales se utilizaron 2. (una en la parte superior y otra en la inferior).

Otros elementos que llevará el cartel son el logotipo de la institución (CEDEPROM), la información general (dirección del centro de actualización, teléfonos y página web).

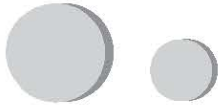
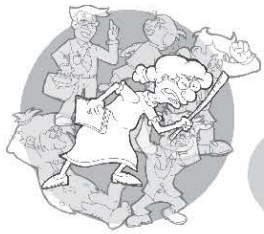
El fondo que se les dio a los carteles son figuras orgánicas que no llegan a acaparar toda la atención, sino sólo refuerzan a los personajes, dándoles más jerarquía. El último elemento es la frase corta, para que la situación del cartel tenga sentido. La tipografía que se empleó para éstos se buscó que fuera armoniosa con las animaciones pero que, a la vez, representara dinamismo y frescura.

En total son 12 carteles y, aunque no tienen una línea de tiempo, sí llevan una secuencia, ya que se observa cómo se va dando el proceso de actualización. Hasta en las mismas situaciones de los carteles se refleja esto, porque los primeros carteles son de una temática prehistórica y, conforme van avanzando, van sacando temas de la época, pasando desde el silabario de San Miguel y los ábacos, hasta llegar a los últimos carteles que tocan temas de la tecnología actual, como la computación.

La medida de los carteles será de 56 cm de anchura, por 43 cm de altura, estos carteles serán impresos en offset, y el papel que se eligió para su impresión es la opalina con terminado brillante.

A continuación se presentarán todos los carteles de la campaña con una pequeña reseña de la situación que se está mostrando (aunque en muchos carteles es más que obvio).

¡¡Actualízate maestro!!



logotipo



pleca

www.cedepromact.com

¿sigues así?

¡Actualízate!

frase

personajes



fondo

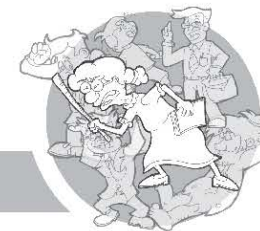
información general

Coahuila # 18
Col. Ramón Farías
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm



Elementos
de los carteles



www.cedepromact.com

¡Actualízate!

no te quedes en el rezago...

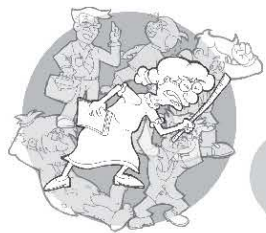
CEDEPROM
actualización

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

Coahuila # 18
Col. Ramón Farfás
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

CEDEPROM
urupán

El primer cartel se interpretaría hablando de cómo algunos docentes, a pesar de que tienen la oportunidad de superación para estar actualizados, siguen mostrando un rezago al no querer aprender, y prefieren seguir con sus antiguos métodos de enseñanza.



254

2

Cartel
Cartel

www.cedepromact.com

¿sigues en la prehistoria?

¡Actualízate!

CURSOS
CEDEPROM
actualización

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

Coahuila # 18
Col. Ramón Farías
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

En el segundo cartel la situación se interpretaría de la siguiente manera: muchos maestros siguen con un método de enseñanza arcaico, y hasta los mismos alumnos se sorprenden de esta situación, ya que en ocasiones están más preparados que el mismo maestro en algunos temas.



www.cedepromact.com

¿sigues así? **¡Actualízate!**

CEDEPROM
Uruapan

75312
x 786

59195232

Silabario
de
San Miguel

482953053
x 976

327179106274

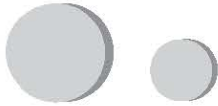
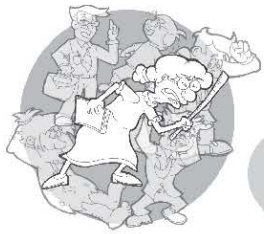
1880
ACTUALIZACIÓN

CEDEPROM
Actualización

Coahuila # 18
Col. Ramón Farías
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

En este cartel, la situación es muy similar al segundo. Se presenta una maestra a la antigua, seguidora de la filosofía de "La letra con sangre entra" con el Silabario de San Miguel, que era una forma para aprender a leer que en la actualidad resulta obsoleta. Otro punto del cartel es que el alumno le teme al maestro y eso ya no debería pasar, porque el docente debe prepararse y actualizarse en las nuevas metodologías de enseñanza.



En el cuarto cartel, la interpretación es que algunos maestros pensarían que las antiguas herramientas de apoyo para enseñar son las mismas que las actuales y, aunque les cueste trabajo, las siguen utilizando.

256

4

Cartel
Cartel

¿sigues en el pasado?

**LAPTOP
1970**

¡Actualízate!

**Cursos
CEDEPROM
actualización**

Coahuila # 18
Col. Ramón Farías
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

www.cedepromact.com



CEDEPROM
Uruapan

CEDEPROM
Actualización
Cursos

¿que no te pese enseñar...?

¡Actualízate!

Cochula # 18
Col. Ramón Farías
Tel. 52 4 38 84
Uruapan, Michoacán

www.cedepromact.com

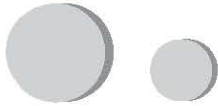
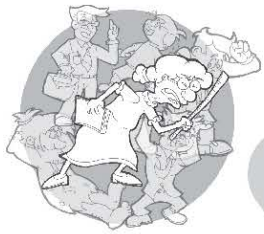
Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

En este cartel, la interpretación es que a muchos docentes les pesa enseñar, y van haciendo monótona y aburrida su labor. Esto pasaba porque no se tenían las formas y métodos de enseñanza que ahora existen.

257

5

Cartel
cartel
Cartel



258

El sexto cartel tiene por temática una situación actual, de cómo algunos docentes muestran una actitud de duda y desconfianza ante un equipo de cómputo por lo que si un docente no está a la vanguardia en los nuevos métodos de enseñanza, la tecnología llegará a dejarlos como el personaje del cartel.

6

Cartel
cartel
Cartel

ya no te veas así ...

¡Actualízate!

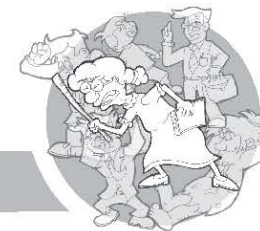
CEDSPROM Uruapan

CURSOS
CEDSPROM
Actualización

Coshulla # 18
Col. Ramón Farías
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

www.cedpromact.com

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm



Cursos
CEDEPROM
actualización

¿sigues aprendiendo así?

¡Actualízate!

www.cedepromact.com

CEDEPROM
uruapan

Coahuila # 18
Col. Ramón Farfán
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

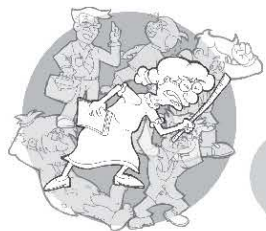
Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

259

7

Cartel
Cartel

En el séptimo cartel se muestra a un personaje batallando con una computadora, lo que quiere decir que no está preparado para poder usarla. En la actualidad es muy importante para un docente aprender a usar un equipo de cómputo, ya que algunas de las nuevas formas de enseñanza van muy ligadas con la tecnología.



260

8

Cartel
Cartel

Cursos
CEDEPROM
actualización

¿sigues en lo mismo?

Insuficiente

¡Actualízate!

www.cedepromact.com

CEDEPROM
Uruapan

Coshulla # 18
Col. Ramón Farías
Tel. 52 4 38 84
Uruapan, Michoacán

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

En este octavo cartel su interpretación es de cómo es necesaria una actualización constante, por el hecho de que muchos docentes se conforman con los conocimientos que han adquirido a través de su carrera, pero al enfrentarse ante una situación de actualización les resulta insuficiente dicha experiencia.



CEDEPROM
uruapan

yo, súper actualizado, ¿Y tú?

CEDEPROM
actualización

¡Actualízate!

Coahuila # 18
Col. Ramón Farías
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

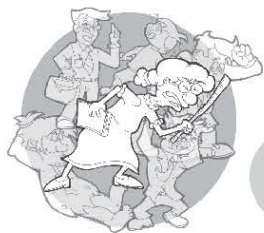
www.cedepromact.com

Este noveno cartel se interpreta el cómo, conjuntando tecnología y conocimientos prácticos, guiados por un asesoramiento adecuado (en este caso el procesador que representa a CEDEPROM), puede crearse a un docente con mejor calidad.

261

9

Cartel
Cartel



262

10

Cartel
Cartel

www.cedepromact.com

tú te puedes ver así...

¿actualización?

Actualización Continua

Programa 1970

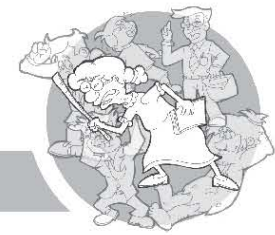
CEDEPROM

CEDEPROM cursos actualización

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

Coahuila # 18
Col. Ramón Farfás
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

En este décimo cartel se quiso plantear la diferencia entre unos maestros no actualizados y uno que sí lleva una actualización continua. Se observa que los maestros no preparados siguen con antiguos programas de enseñanza, y en sus rostros se refleja una actitud pasiva y sin motivación. Por eso se les dio el tono gris; por el contrario, del maestro actualizado, presume su gafete de aprobación que logró con el apoyo de el centro de actualización, además de tener una actitud completamente distinta.



CURSOS
CEDEPROM
actualización

siente el cambio...

CEDEPROM
Uruapan

Coahuila # 18
Col. Ramón Farías
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

¡Actualízate!

www.cedepromact.com

En este cartel se quiso representar cómo los docentes sentirán el cambio si se está en una actualización continua y permanente, ya que el cartel nos muestra como los docentes de la izquierda llegan con una actitud de duda, pero al pasar por la puerta del centro de actualización salen completamente distintos y más seguros de sí. La actualización no ayuda sólo en el aspecto profesional, sino que también lo hace a nivel personal.



4 proceso
diseño
para carteles
solución





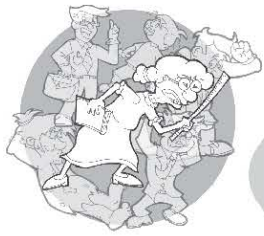
Todo proceso tiene un principio, y estos carteles no surgieron de la nada. A continuación se presentará un ejemplo con todos los pasos que se tuvieron que realizar para lograr el resultado final en la solución de los carteles.

Se observará desde la conceptualización de la idea, la creación de personajes y las primeras composiciones, hasta la conclusión del diseño.

Primero que nada se hizo un boceto de la idea que se quería representar



1
fase
fase



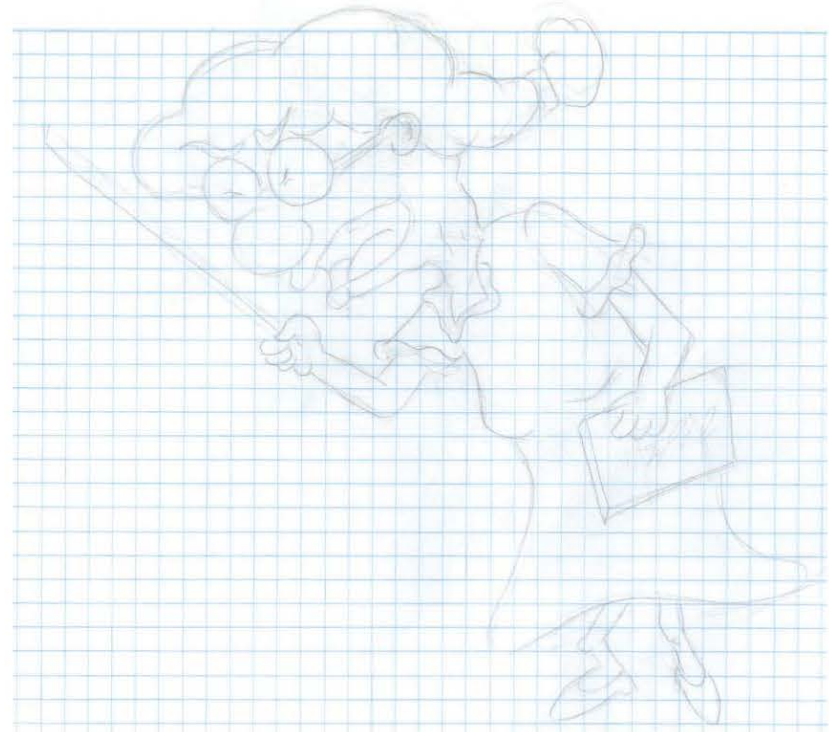
El siguiente paso fue perfeccionar a los personajes, tanto en su postura como en sus facciones; esto, para que la idea a transmitir tuviera más expresión.

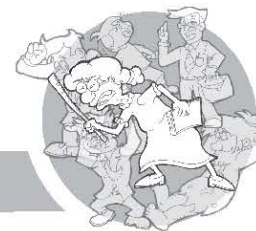
266



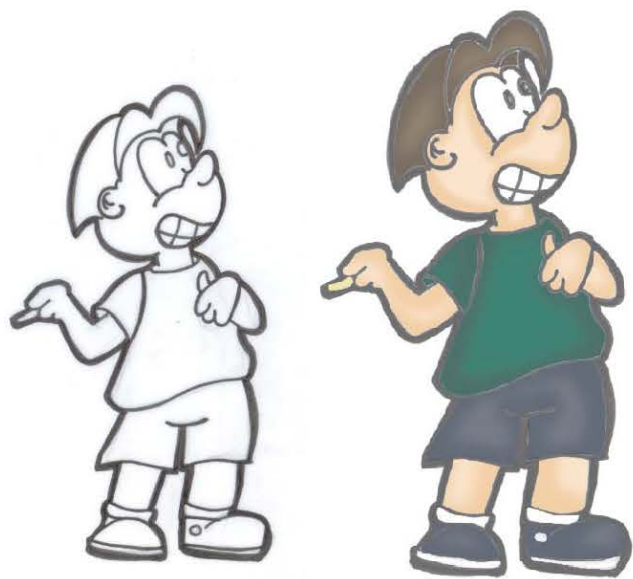
2

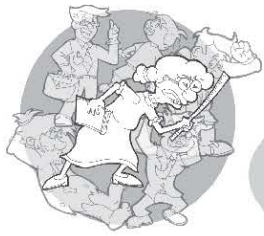
fase
fase





Se pasó a entintarlos para ver mejor sus características y corregir algunas cosas. Ya entintados se pasó a la fase de la elección de color.





En esta fase del proceso ya se empezaba a hacer las primeras composiciones del cartel, al igual que la elección de la frase que iba a reforzar la idea. También se empezaron a notar algunos rasgos de los personajes que se podían corregir, para que el cartel pudiera causar más impacto al usuario.

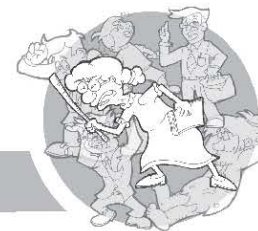
268

4
fase
fase



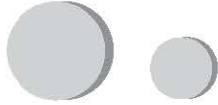
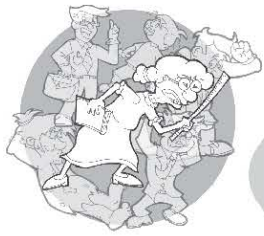
“La letra, con sangre entra”

(Propuesta preliminar para frase del cartel)



En esta siguiente etapa se retomó el diseño de los personajes, ya que se podía explotarlos más y darles más movimiento.





Se siguió con el boceto de composición del diseño, agregando elementos que pudieran ayudar a reforzar el cartel, simplificando y unificando la frase con los otros carteles, para que todos ellos fueran un solo cuerpo.

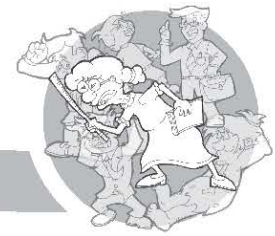
270

También se hicieron pruebas para tipografía de las frases.

fase
fase

6





Se hicieron unos últimos ajustes de elementos, para poder llegar a la solución final.

7
fase
fase

www.cedepromact.com

¿sigues así? ¡actualízate!

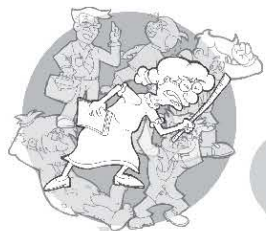
CEDEPROM uruapan

Carretera # 4
Cul. Ramón Farías
tel. 52 4 36 84

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

1880 ACTUALIZACIÓN

CURSOS
CEDEPROM



diseño final

272

cartel

www.cedepromact.com

¿sigues así?

¡Actualízate!

CEDEPROM Uruapan

75312
x 786

59195232

Sitabario
de
San Miguel

482063583
679
527178106274

1880
ACTUALIZACIÓN

Coahuila # 18
Col. Ramón Farías
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

CEDEPROM Actualización



5 imagen
institucional

solución





Como se comentó anteriormente, el Centro de Desarrollo Profesional para Maestros (CEDEPROM) región Uruapan, carece de una imagen institucional en la actualidad. Así, para empezar a diseñar, se tenía que conceptualizar que se querían proyectar en dicha imagen.

Y los conceptos que se eligieron para la institución fueron

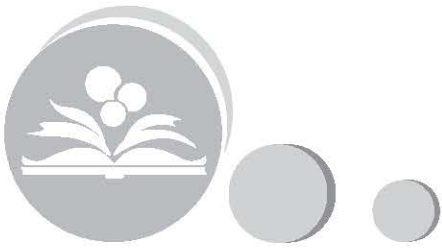
- Dinamismo
- Crecimiento
- Actualidad
- Seriedad

El segundo paso a seguir fue hacer un listado de elementos y conceptos que fueran representativos de los docentes, o de una institución educativa, para de ahí partir con una idea más clara y fundamentada. Algunos de los elementos que se eligieron fueron:

Pizarrón	Alumnos
Maestro	Sabiduría
Libro	Crecimiento
Aprendizaje	Libreta
Aula de clases	Seriedad

Entre muchos otros.

Conceptos
conceptos
conceptos



Ya teniendo estas bases se pasó a lo que es la lluvia de ideas general, retomando los conceptos que se habían planteado.

975

lluvia de ideas

ideas





En esta etapa de la creación del logotipo, se tuvo que parar el proceso de bocetaje para delimitar y pensar cuáles podrían ser los elementos más representativos para la institución y, con ellos, trabajar más delimitada la idea.

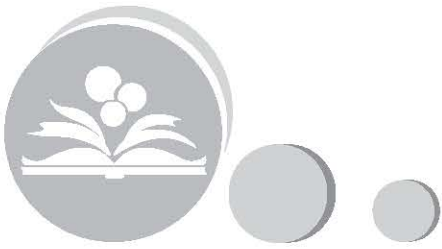
Un elemento esencial que surgió fue el de una figura geométrica, la cual es el círculo, ya que con ella se iba a representar el crecimiento del docente al actualizarse: entre más preparación fuera adquiriendo, más grande sería el círculo que se iba a representar.



Conceptos
conceptos

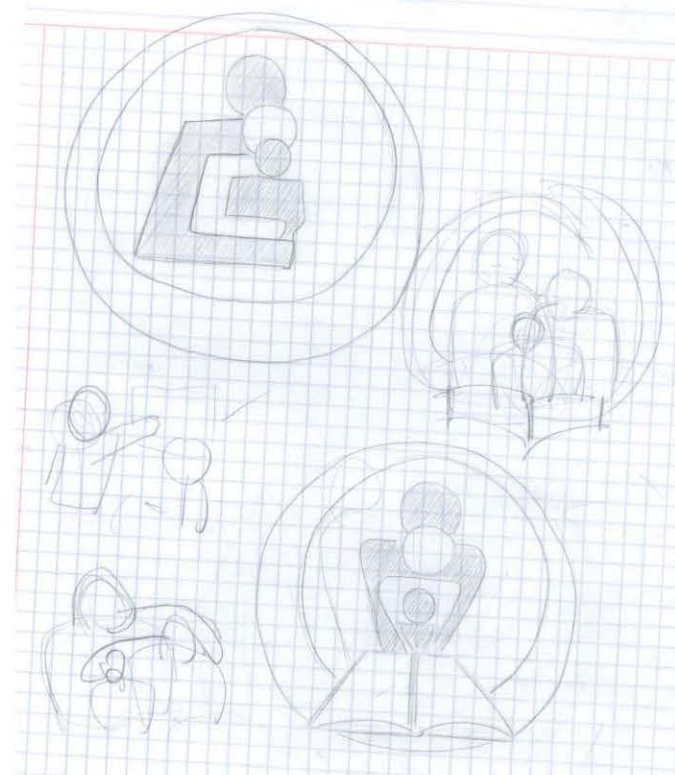
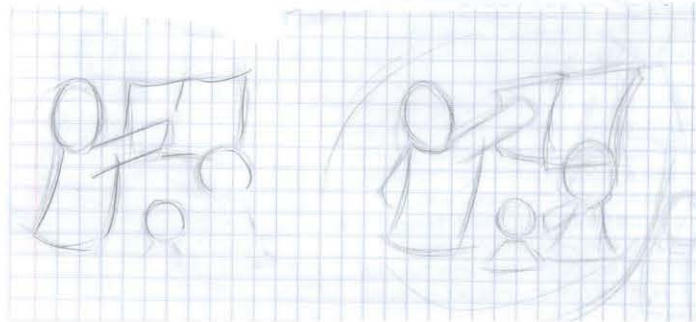
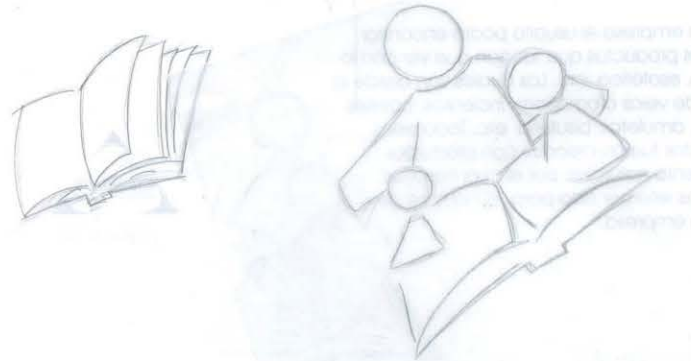
276

Además se llegó a la conclusión de que los elementos que más se identificaban con un docente eran el libro, la enseñanza y un pizarrón. Entonces, con ellos se iba a empezar a trabajar.



Esta recapitulación ayudó a que los bocetos fueran más encaminados a lo que se buscaba. Aquí ya se empezó a utilizar los elementos que se definieron anteriormente.

277



Bocetos

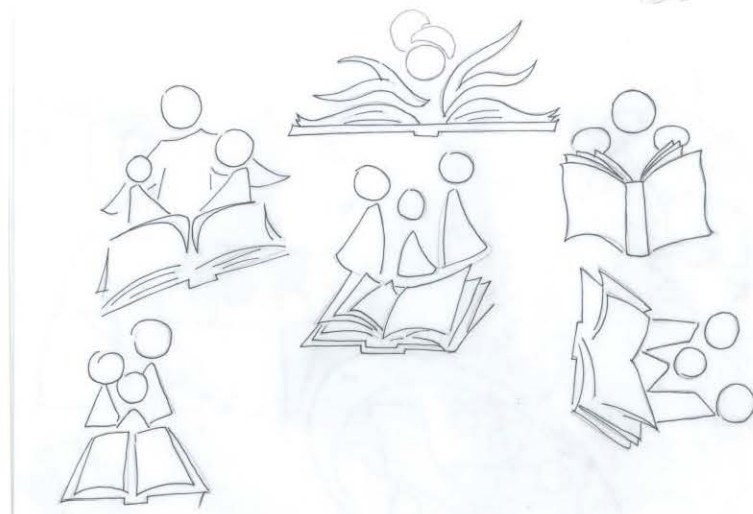
bocetos



Ya en esta etapa los bocetos tenían una forma más definida de lo que se quería representar, jugando con formas, elementos y un concepto bien definido.

Bocetos

bocetos



Después de tener las ideas a lápiz, se pasó al proceso de entintarlas, para tener una idea más clara. Posteriormente las que más cumplieran con el objetivo pasarían a ser trazadas en un programa de diseño.



Estos son algunos ejemplos de bocetos del logotipo ya trazados. Se observa que en todos ellos se aplicó el concepto del círculo y el elemento libro.

279

Propuestas que no llegaron a concretarse



Bocetos
bocetos
bocetos





CEDEPROM



280



Después de varios estudios se llegó a la conclusión de que el logotipo que más cumplía con los objetivos e iba más acorde a la lo que era la institución fue el que aquí se presenta.



Los motivos de su elección fueron porque es el logotipo que más representaba los conceptos de crecimiento (los círculo que emergen del libro, entre más grandes se van haciendo, representarían el crecimiento del docente al actualizarse). También representa ese dinamismo que se buscaba; esto lo refleja el libro con sus páginas en movimiento. La seriedad que necesitaba se la da la tipografía elegida, la cual es STEELWOLFFUNTITLED, ya que es una tipografía bold que le da el peso necesario para equilibrar los demás elementos. Se eligió también por ser una tipografía san serif y muy legible. Con estas características bien puede representar a una institución educativa.



Proceso de elección
de tipografías

CEDEPROM
Tipografía Bisque

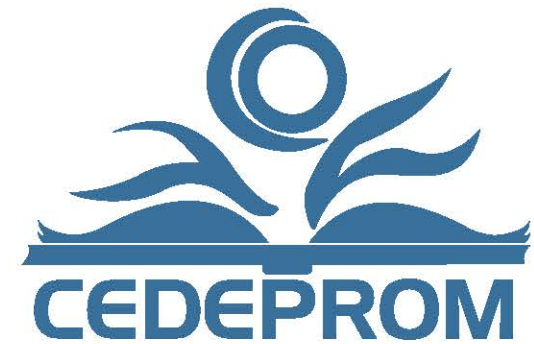
CEDEPROM
Tipografía xpressive xtrabold

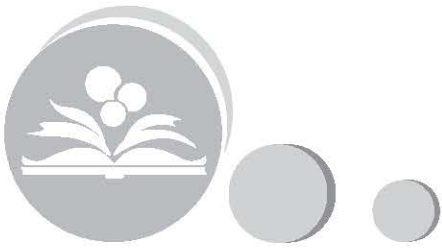
CEDEPROM
Tipografía Handel gothic

CEDEPROM
Tipografía steelwolffuntitled
la elegida



A la propuesta elegida aún se le hicieron algunas variantes, jugando con la posición de los círculos. En cuanto a las páginas del libro, se trabajó más en ellas para que fueran más entendibles, y pudiera transmitir el mensaje más claramente.





283

Ésta fue la solución final, pero aún se podía explotar más la imagen. Así, para reforzar ese dinamismo que se buscaba, se le agregó un fondo, el cual es un círculo del cual sale o da la idea de salir otro; esto, siguiendo el concepto del crecimiento. Ya con esto quedaría bien conceptualizada y fundamentada la imagen institucional del CEDEPROM Uruapan.





Los colores que se eligieron para este logotipo fueron el azul pantone 2728 y el gris cool gray 3. Esto, por la conotación que tienen ambos colores.

La conotación que tiene el color azul dentro del contexto de enseñanza y aprendizaje, es de sabiduría y reflexión.

La conotación que tiene el color gris es de seriedad.

Como se observa, la combinación de ambos colores justifica muy bien la aplicación que se le da al logotipo, ya que éste va dirigido a una institución educativa, y el color azul reafirma esa sabiduría que se quiere transmitir; el color gris respalda la seriedad que existe en ese tipo de instituciones.

En la gráfica están tanto el número de los colores pantone como los C,M,Y,K.



Pantone



Pantone 2728



Pantone cool gray 3

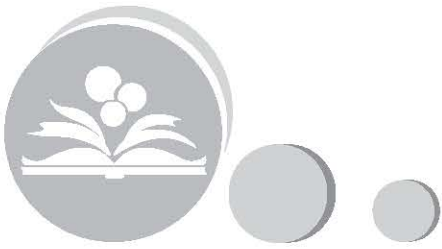
C,M,Y,K



C 100, M 69, Y 0, K 0



C 0, M 0, Y 0, K 18



285

diseño
logotipo final





personaje
institucional

solución





El personaje institucional que habría de, representar a la institución debería de reunir ciertas características y rasgos específicos, con la finalidad de que los docentes al verlo se sientan identificados con el personaje.
Por lo anterior desde un inicio se descartó la opción de que el personaje fuera un animal u objeto.

Así que se puso la determinación que su imagen fuera la de un maestro, que en su actitud reflejara esa frescura, ese dinamismo y preparación. Este personaje nos va ser útil para que, por medio de él, se transmitan mensajes, ya sea para información respecto a los centros de actualización o como mera publicidad.





288

En la animación número 1 se ven los inicios de lo que habría de ser el personaje de la institución. Pero hubo que hacer algunas mejoras, ya que sus rasgos eran muy agresivos; además se buscaba una personalidad más dinámica y acorde con la institución.

En la figura número 2 ya se ve la evolución que se quería, agregándole elementos al personaje para hacerle parecer un maestro (un portafolio, algunos lapiceros y un par de lentes).



1



2



En la figura 3, el personaje pasó del lápiz al entintado, afinados algunos de sus rasgos, pero aun así no daba la apariencia de ser un maestro. Su imagen era un tanto informal.

Así que en la figura 4 se le agregaron más elementos, como una corbata para que su apariencia se apegara más a los conceptos y hacerlo parecer todo un docente preparado, además de agregarle a su portafolio más aditamentos para hacerlo más real.

3



4



289



El paso a seguir era el de darle vida, así que se procedió a colorearlo en otro programa de diseño. En este caso, el programa de retoque fue el Photoshop. Se tuvo cuidado al ponerle el color ya que, por ejemplo, a uno de los lapiceros se le dio el color azul de un bolígrafo, y al otro se le dio color como si fuera un lápiz, herramientas claves de un maestro. También a su portafolio se le agregó la palabra CEDEPROM, siendo ésta, la institución que representa. Para el personaje se buscaron colores sobrios, con el fin de no perder esa seriedad que se requería, ya que aunque es un personaje animado, tenía que representar bien a una institución educativa.

Personaje en color

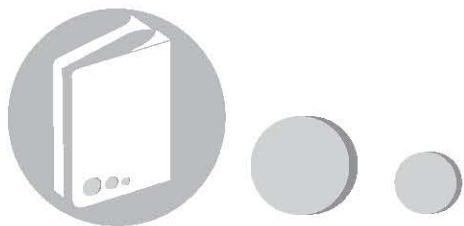




diseño
personaje final



CEDEPROM
Uruapan



En la parte de los beneficios del estar actualizado se dejaron algunos de los aportes que el docente ha observado al asistir a los cursos. Estos resultados se sacaron mediante una encuesta realizada a varios docentes, después de asistir a un curso de actualización. En la parte de abajo se plantea una pregunta dejándola de manera abierta para el docente, para que éste reflexione sobre lo que podrá obtener de los cursos vistos.

Beneficios

Beneficios

beneficios del estar actualizado

CEDEPROM

- Aprendizaje de nuevos conceptos
- Mejoría en el proceso de enseñanza
- Aprendizaje en el trato a mis alumnos
- Satisfacción de mejorar la práctica diaria de mi trabajo
- Adquiero nuevos conocimientos
- Me ayuda a avanzar en la carrera magisterial
- Obtengo un beneficio económico
- Obtengo capacidad como mediador del proceso de aprendizaje

Y tú, ¿qué beneficios ves?

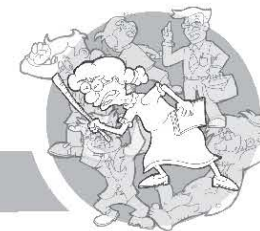
¡ACTUALIZATE!



2

personajes
para carteles
solución



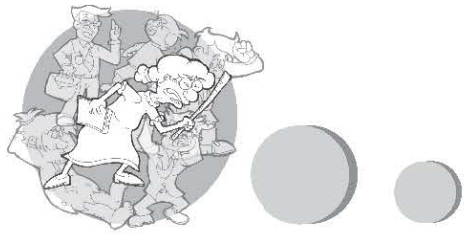


Antes de empezar a analizar lo que son los carteles, se tiene que ver cuáles son los protagonistas que harán posible la realización de éstos. Como ya se sabe, la característica principal que tendrán los carteles es que se empleará el área de la caricatura, por el hecho que se citarán algunas parodias de situaciones del ámbito educativo actual, o de lo que pudiera llegar a pasar si los docentes no tienen una actualización continua. Por lo tanto, la caricatura se presta para esto ya que puede ser parte de una crítica social, y ayuda a persuadir al usuario sin llegar a ser agresiva.

Todas las posiciones, colores y accesorios de cada personaje, fueron diseñados de acuerdo con la situación que se iba a manejar en cada cartel.



Antes de pasar a conocer a los protagonistas se hará un listado de todas las ideas a representar en cada cartel.



Escena de un maestro que muestra un rezago ante la actualización, quedandose con sus métodos obsoletos. ①



Escena de un maestro dando clases con antiguas formas y métodos de enseñanza, ante la sorpresa de sus alumnos. ②

Escena de una maestra chapada a la antigua, que proyecta temor ante sus alumnos por la manera de ejercer su labor. ③

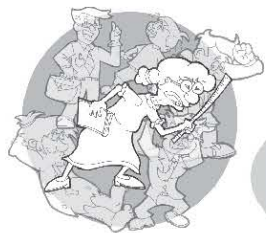
Escena de una maestra que piensa que es lo mismo un ábaco que un equipo de cómputo. ④

Escena de cómo los antiguos métodos e instrumentos de enseñanza son pesados para algunos docentes. ⑤



- 6 Escena de cómo algunos docentes muestran cierta actitud de duda ante una computadora.
- 7 Escena de cómo es necesaria la actualización constante, y no confiarse en los conocimientos que se tienen.
- 8 Escena de cómo un centro de maestros ayuda a aprovechar los distintos métodos de enseñanza y a la tecnología como herramienta de trabajo.
- 9 Escena de cómo cambia la actitud de un docente cuando se está preparado y actualizado.
- 10 Escena de cómo algunos docentes batallan por conocer y comprender los distintos equipos de cómputo.
- 11 Escena de cómo los Centros de Desarrollo Profesional para Maestros son puerta al cambio para ser un mejor docente.

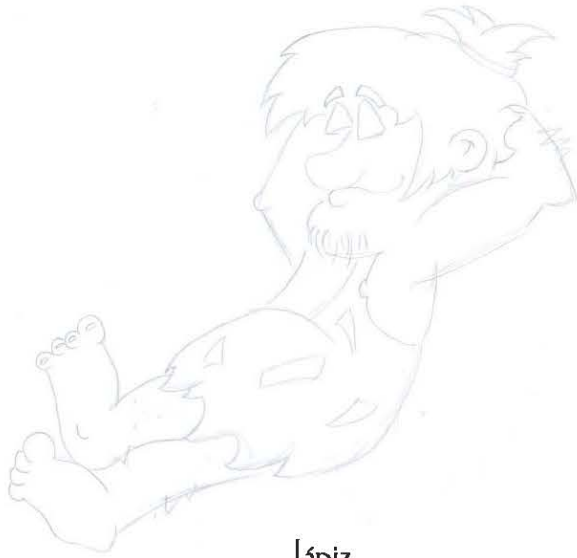




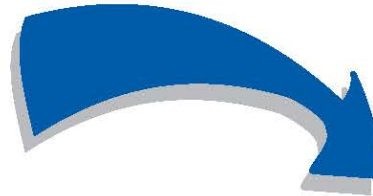
A continuación se presentará el proceso evolutivo de todos los personajes que participan en los carteles. Se verá el diseño desde boceto a lápiz, entintado y resultado final.

229

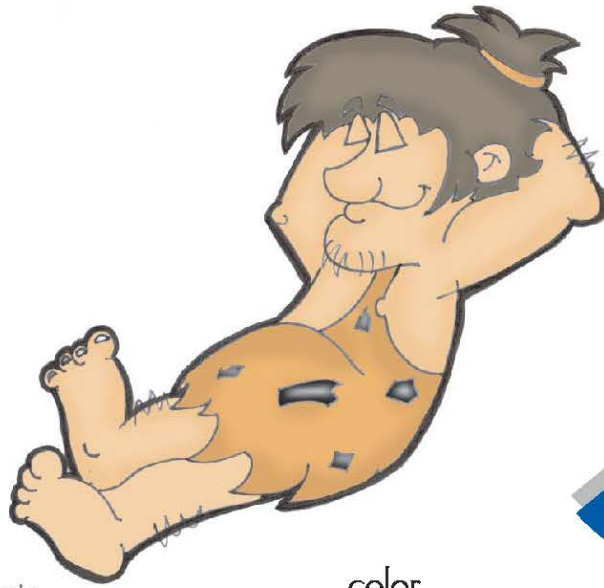
(CUALQUIER SEMEJANZA CON ALGÚN DOCENTE ES MERA COINCIDENCIA).



lápiz



entintado

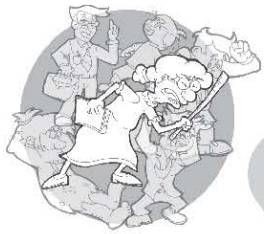


color

1

Personaje
personaje





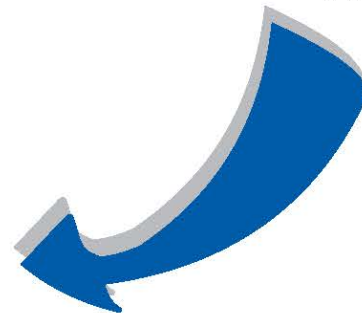
lápiz



entintado

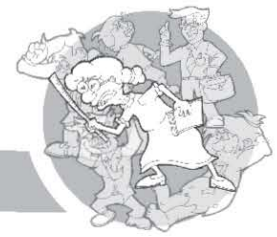


color



2

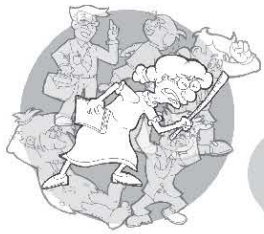
Personaje
personaje



3

Personaje
personaje

Algunos personajes se diseñaron por separado, para después hacer una composición de conjunto.

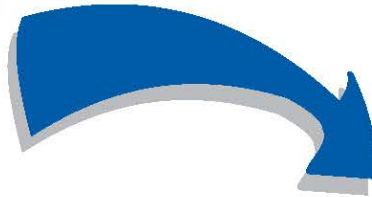


3

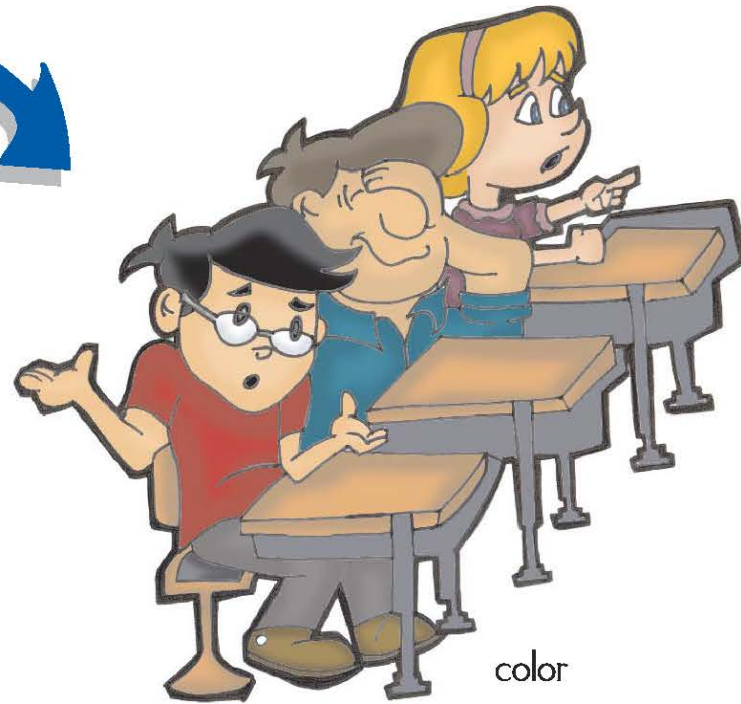
233

Personaje

personaje



entintado



color



lápiz



entintado

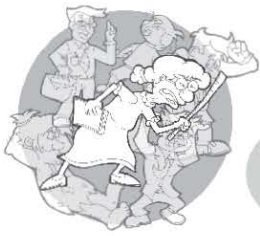


color



4

Personaje
personaje



lápiz



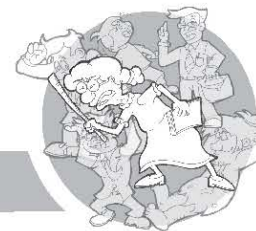
entintado



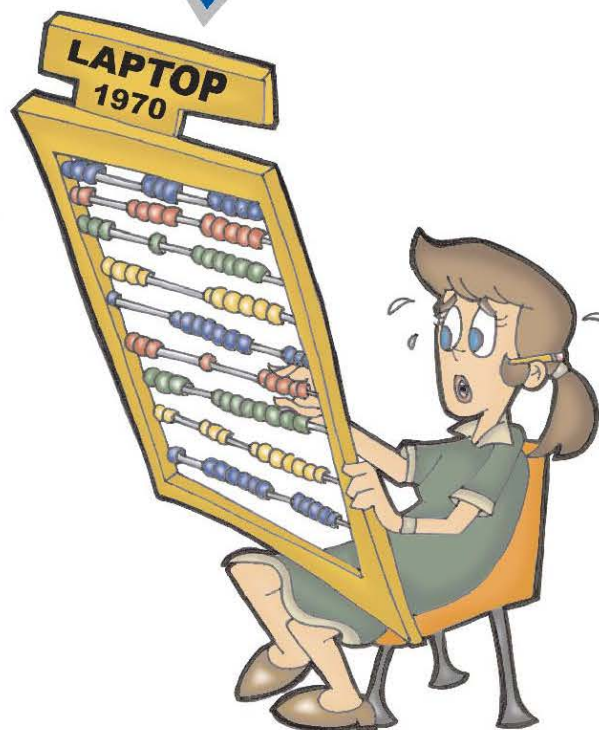
color

5

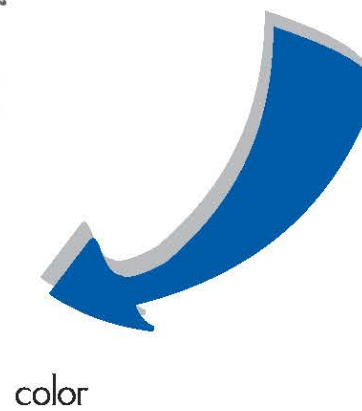
Personaje
personaje



lápiz



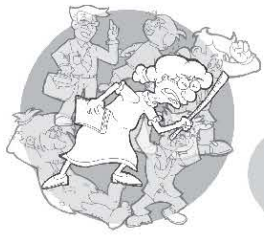
entintado



color

6

Personaje
personaje



237



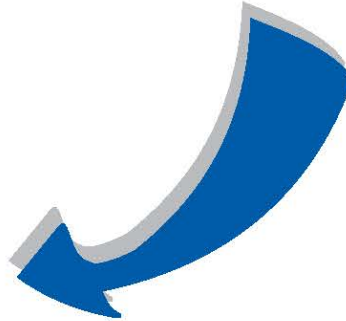
lápiz



entintado



color



7

Personaje
personaje



lápiz



entintado

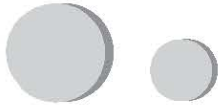
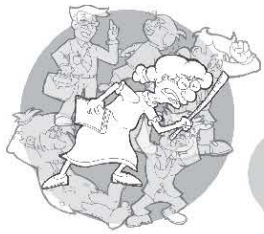


color



8

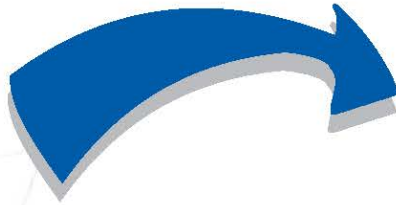
Personaje
personaje



239



lápiz



entintado

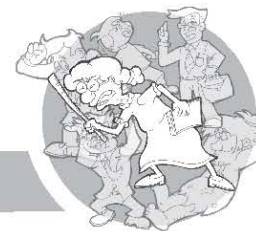


color



9

Personaje
personaje



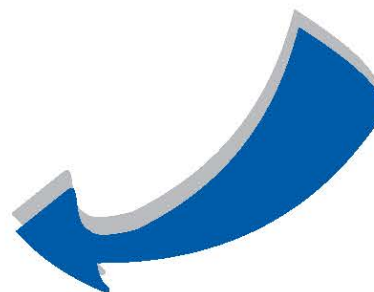
lápiz



entintado

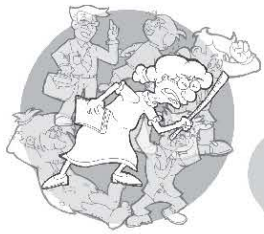


color

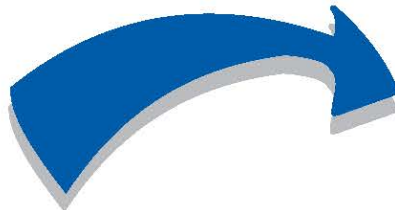


10

Personaje
personaje



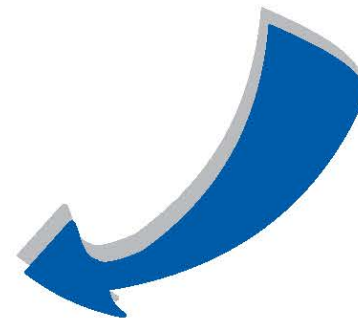
lápiz



entintado



color



11

Personaje
personaje



lápiz



entintado



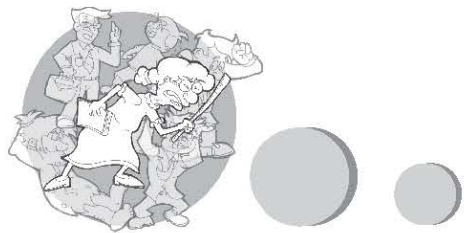
color



12

Personaje
personaje





243



lápiz



entintado

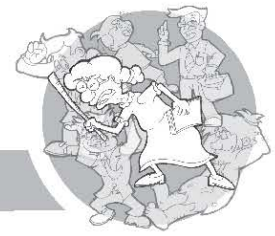


color



13

Personaje
personaje
personaje



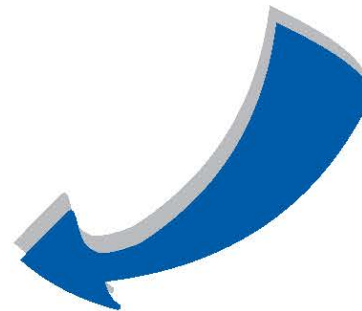
lápiz



entintado

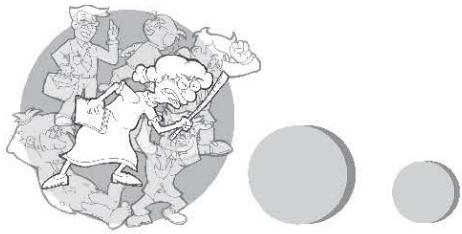


color



14

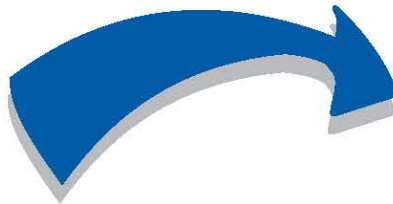
Personaje
personaje



245



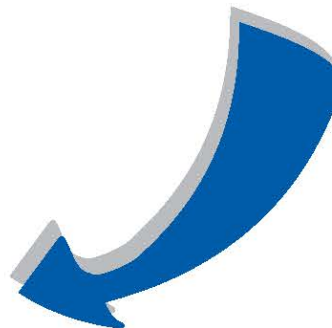
lápiz



entintado



color



15

Personaje
personaje



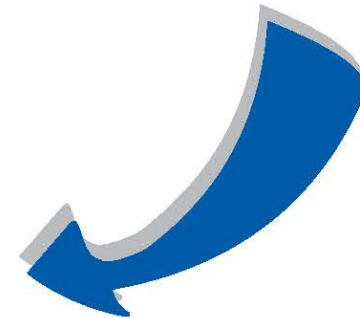
lápiz



entintado

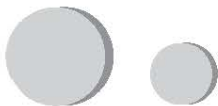


color



16

Personaje
personaje



247



lápiz



entintado

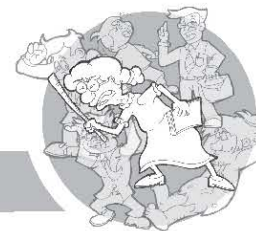


color



17

Personaje
personaje



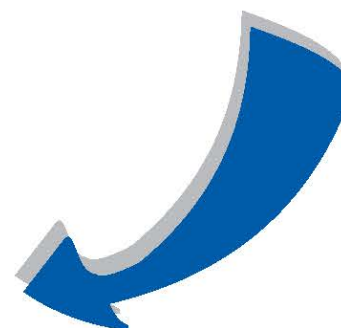
lápiz



entintado

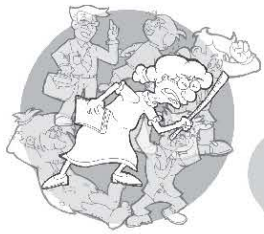


color



18

Personaje
personaje



249

lápiz



color



entintado

19

Personaje
personaje

3

carteles

solución





Para el diseño de los carteles, se eligió que fueran con una imagen dinámica y limpia, que tuviera muy pocos elementos para que los personajes fueran el atractivo base. Sólo se utilizaron algunas placas para reforzar el cartel. Los colores que se les aplicaron son propios de la institución. Placas de los carteles horizontales: solo se utiliza una en el costado, y en los carteles verticales se utilizaron 2. (una en la parte superior y otra en la inferior).

Otros elementos que llevará el cartel son el logotipo de la institución (CEDEPROM), la información general (dirección del centro de actualización, teléfonos y página web).

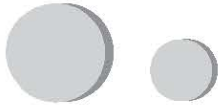
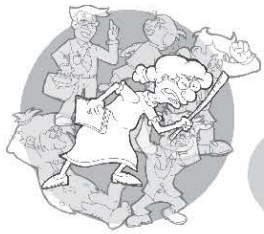
El fondo que se les dio a los carteles son figuras orgánicas que no llegan a acaparar toda la atención, sino sólo refuerzan a los personajes, dándoles más jerarquía. El último elemento es la frase corta, para que la situación del cartel tenga sentido. La tipografía que se empleó para éstos se buscó que fuera armoniosa con las animaciones pero que, a la vez, representara dinamismo y frescura.

En total son 12 carteles y, aunque no tienen una línea de tiempo, sí llevan una secuencia, ya que se observa cómo se va dando el proceso de actualización. Hasta en las mismas situaciones de los carteles se refleja esto, porque los primeros carteles son de una temática prehistórica y, conforme van avanzando, van sacando temas de la época, pasando desde el silabario de San Miguel y los ábacos, hasta llegar a los últimos carteles que tocan temas de la tecnología actual, como la computación.

La medida de los carteles será de 56 cm de anchura, por 43 cm de altura, estos carteles serán impresos en offset, y el papel que se eligió para su impresión es la opalina con terminado brillante.

A continuación se presentarán todos los carteles de la campaña con una pequeña reseña de la situación que se está mostrando (aunque en muchos carteles es más que obvio).

¡¡Actualízate maestro!!



logotipo



pleca

¿sigues así?

¡Actualízate!

www.cedepromact.com

frase

personajes



fondo

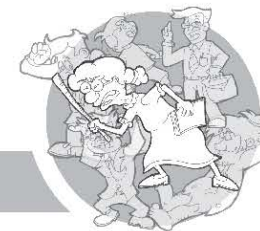
información general

Coahuila # 18
Col. Ramón Farías
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm



Elementos
de los carteles



www.cedepromact.com

¡Actualízate!

no te quedes en el rezago...

CEDEPROM
actualización

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

Coahuila # 18
Col. Ramón Farfás
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

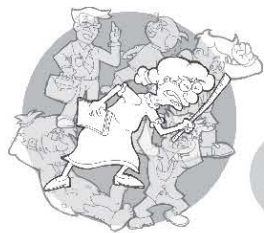
CEDEPROM
urupán

253

1

Cartel
Cartel

El primer cartel se interpretaría hablando de cómo algunos docentes, a pesar de que tienen la oportunidad de superación para estar actualizados, siguen mostrando un rezago al no querer aprender, y prefieren seguir con sus antiguos métodos de enseñanza.



254

2

Cartel
Cartel

www.cedepromact.com

¿sigues en la prehistoria?

¡Actualízate!

CURSOS
CEDEPROM
actualización

CEDEPROM
uruapan

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

Coahuila # 18
Col. Ramón Farías
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

En el segundo cartel la situación se interpretaría de la siguiente manera: muchos maestros siguen con un método de enseñanza arcaico, y hasta los mismos alumnos se sorprenden de esta situación, ya que en ocasiones están más preparados que el mismo maestro en algunos temas.



www.cedepromact.com

¿sigues así? ¡Actualízate!

CEDEPROM
Uruapan

75312
x 786

59195232

Silabario
de
San Miguel

482953053
x 876

327179106274

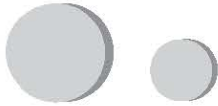
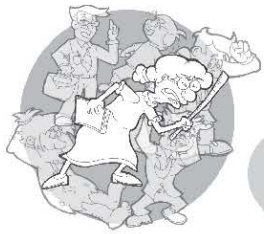
1880
ACTUALIZACIÓN

CEDEPROM
Actualización

Coahuila # 18
Col. Ramón Farías
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

En este cartel, la situación es muy similar al segundo. Se presenta una maestra a la antigua, seguidora de la filosofía de "La letra con sangre entra" con el Silabario de San Miguel, que era una forma para aprender a leer que en la actualidad resulta obsoleta. Otro punto del cartel es que el alumno le teme al maestro y eso ya no debería pasar, porque el docente debe prepararse y actualizarse en las nuevas metodologías de enseñanza.



En el cuarto cartel, la interpretación es que algunos maestros pensarían que las antiguas herramientas de apoyo para enseñar son las mismas que las actuales y, aunque les cueste trabajo, las siguen utilizando.

256

4

Cartel
Cartel

¿sigues en el pasado?

**LAPTOP
1970**

¡Actualízate!

CEDEPROM
Uruapan

CEDEPROM
actualización

Coahuila # 18
Col. Ramón Farías
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

www.cedepromact.com



CEDEPROM
Uruapan

CEDEPROM
Actualización
Cursos

¿que no te pese enseñar...?

¡Actualízate!

Cochula # 18
Col. Ramón Farías
Tel. 52 4 38 84
Uruapan, Michoacán

www.cedepromact.com

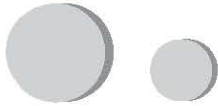
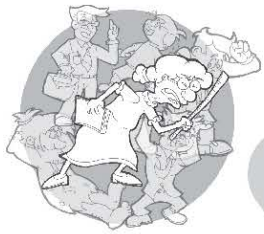
Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

En este cartel, la interpretación es que a muchos docentes les pesa enseñar, y van haciendo monótona y aburrida su labor. Esto pasaba porque no se tenían las formas y métodos de enseñanza que ahora existen.

257

5

Cartel
cartel
Cartel



258

El sexto cartel tiene por temática una situación actual, de cómo algunos docentes muestran una actitud de duda y desconfianza ante un equipo de cómputo por lo que si un docente no está a la vanguardia en los nuevos métodos de enseñanza, la tecnología llegará a dejarlos como el personaje del cartel.

6

Cartel
cartel
Cartel

ya no te veas así ...

¡Actualízate!

CEDSPROM Uruapan

CURSOS
CEDSPROM
Actualización

Coshulla # 18
Col. Ramón Farías
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

www.cedpromact.com

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm



Cursos
CEDEPROM
actualización

¿sigues aprendiendo así?

¡Actualízate!

www.cedepromact.com

CEDEPROM
uruapan

Coahuila # 18
Col. Ramón Farfán
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

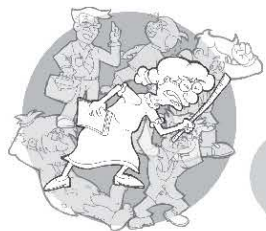
Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

259

7

Cartel
Cartel

En el séptimo cartel se muestra a un personaje batallando con una computadora, lo que quiere decir que no está preparado para poder usarla. En la actualidad es muy importante para un docente aprender a usar un equipo de cómputo, ya que algunas de las nuevas formas de enseñanza van muy ligadas con la tecnología.



260

8

Cartel
Cartel

Cursos
CEDEPROM
actualización

¿sigues en lo mismo?

Insuficiente

¡Actualízate!

www.cedepromact.com

CEDEPROM
Uruapan

Coshulla # 18
Col. Ramón Farías
Tel. 52 4 38 84
Uruapan, Michoacán

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

En este octavo cartel su interpretación es de cómo es necesaria una actualización constante, por el hecho de que muchos docentes se conforman con los conocimientos que han adquirido a través de su carrera, pero al enfrentarse ante una situación de actualización les resulta insuficiente dicha experiencia.



CEDEPROM
uruapan

yo, súper actualizado, ¿Y tú?

CEDEPROM
actualización

¡Actualízate!

Coahuila # 18
Col. Ramón Farías
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

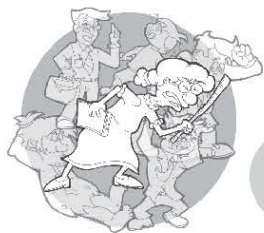
www.cedepromact.com

Este noveno cartel se interpreta el cómo, conjuntando tecnología y conocimientos prácticos, guiados por un asesoramiento adecuado (en este caso el procesador que representa a CEDEPROM), puede crearse a un docente con mejor calidad.

261

9

Cartel
Cartel



262

10

Cartel
Cartel

www.cedepromact.com

tú te puedes ver así...

¿actualización?

Actualización Continua

Programa 1970

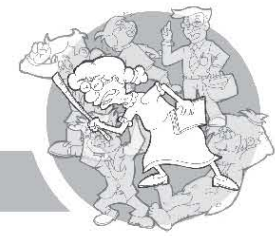
CEDEPROM

CEDEPROM cursos actualización

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

Coahuila # 18
Col. Ramón Farfás
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

En este décimo cartel se quiso plantear la diferencia entre unos maestros no actualizados y uno que sí lleva una actualización continua. Se observa que los maestros no preparados siguen con antiguos programas de enseñanza, y en sus rostros se refleja una actitud pasiva y sin motivación. Por eso se les dio el tono gris; por el contrario, del maestro actualizado, presume su gafete de aprobación que logró con el apoyo de el centro de actualización, además de tener una actitud completamente distinta.



CURSOS
CEDEPROM
actualización

siente el cambio...

CEDEPROM uruapan

Coahuila # 18
Col. Ramón Farías
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

¡Actualízate!

www.cedepromact.com

En este cartel se quiso representar cómo los docentes sentirán el cambio si se está en una actualización continua y permanente, ya que el cartel nos muestra como los docentes de la izquierda llegan con una actitud de duda, pero al pasar por la puerta del centro de actualización salen completamente distintos y más seguros de sí. La actualización no ayuda sólo en el aspecto profesional, sino que también lo hace a nivel personal.



4 proceso
diseño
para carteles
solución

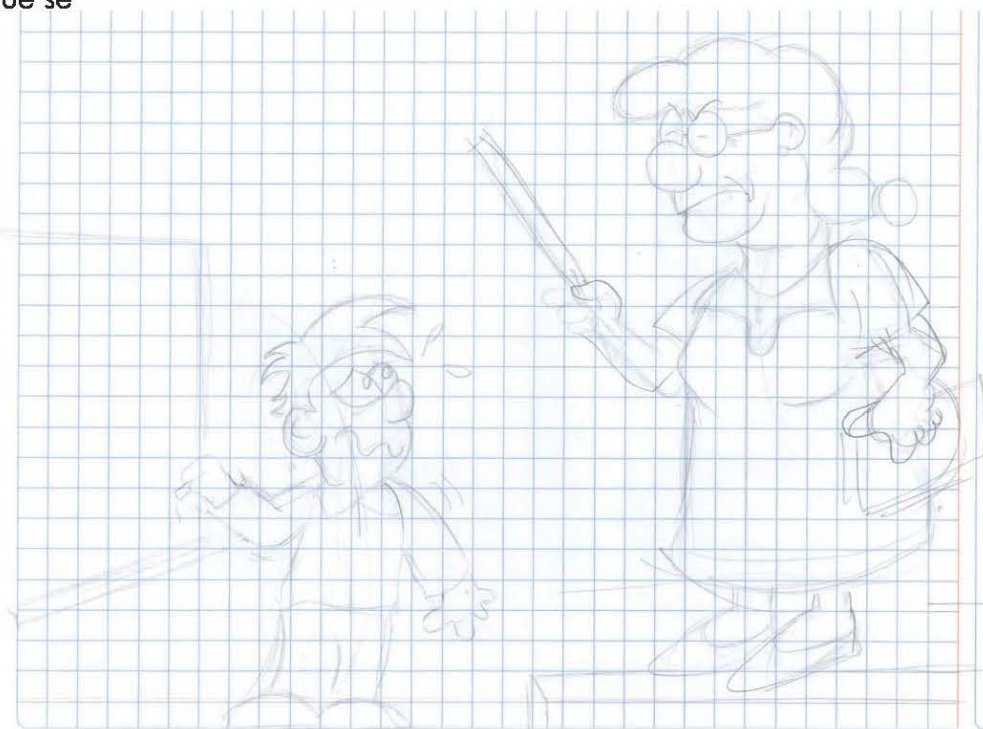




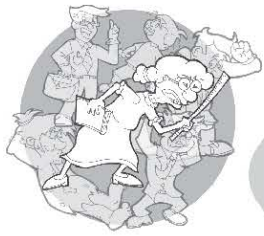
Todo proceso tiene un principio, y estos carteles no surgieron de la nada. A continuación se presentará un ejemplo con todos los pasos que se tuvieron que realizar para lograr el resultado final en la solución de los carteles.

Se observará desde la conceptualización de la idea, la creación de personajes y las primeras composiciones, hasta la conclusión del diseño.

Primero que nada se hizo un boceto de la idea que se quería representar



1
fase
fase



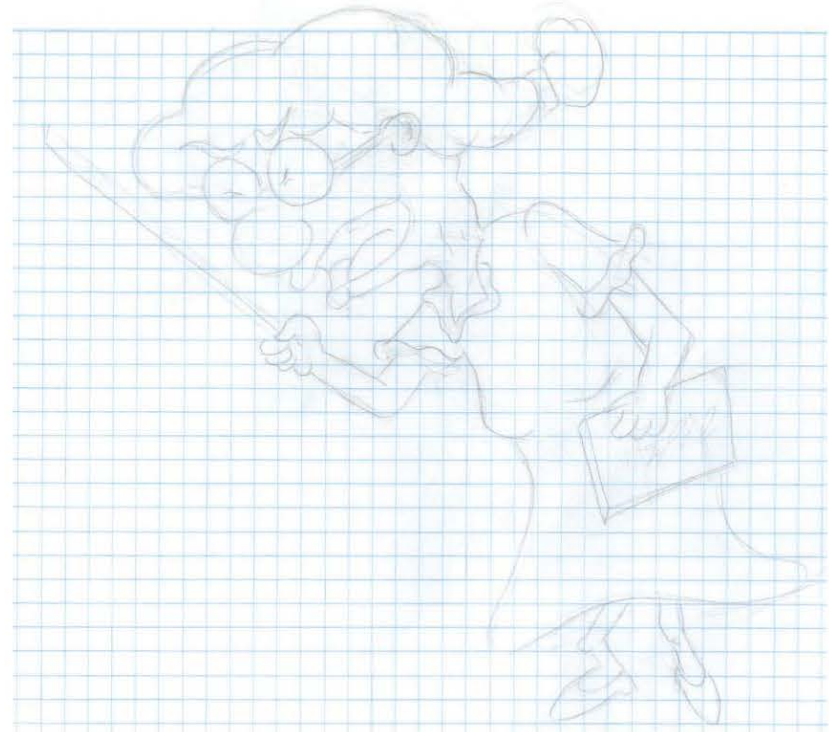
El siguiente paso fue perfeccionar a los personajes, tanto en su postura como en sus facciones; esto, para que la idea a transmitir tuviera más expresión.

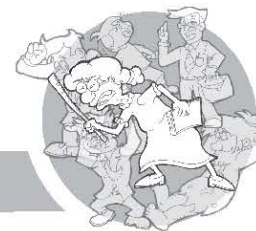
266



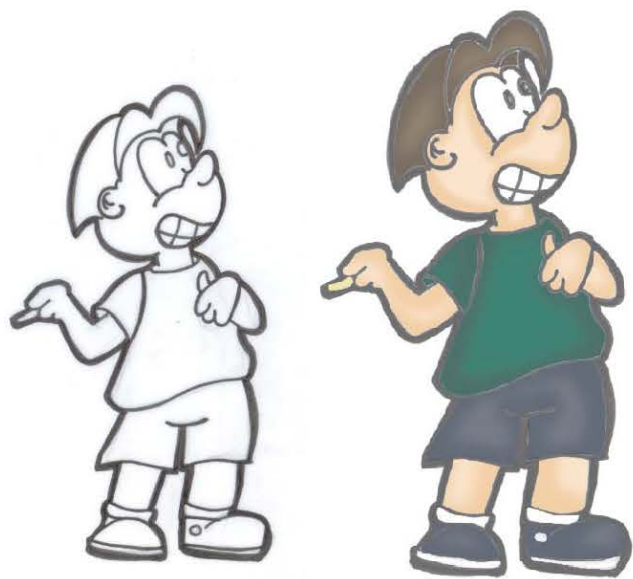
2

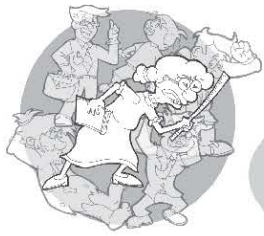
fase
fase





Se pasó a entintarlos para ver mejor sus características y corregir algunas cosas. Ya entintados se pasó a la fase de la elección de color.





En esta fase del proceso ya se empezaba a hacer las primeras composiciones del cartel, al igual que la elección de la frase que iba a reforzar la idea. También se empezaron a notar algunos rasgos de los personajes que se podían corregir, para que el cartel pudiera causar más impacto al usuario.

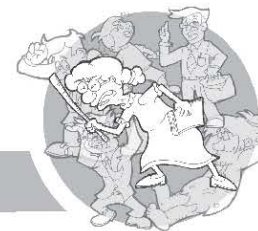
268

4
fase
fase



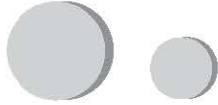
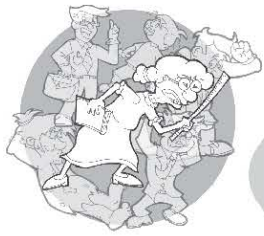
“La letra, con sangre entra”

(Propuesta preliminar para frase del cartel)



En esta siguiente etapa se retomó el diseño de los personajes, ya que se podía explotarlos más y darles más movimiento.





Se siguió con el boceto de composición del diseño, agregando elementos que pudieran ayudar a reforzar el cartel, simplificando y unificando la frase con los otros carteles, para que todos ellos fueran un solo cuerpo.

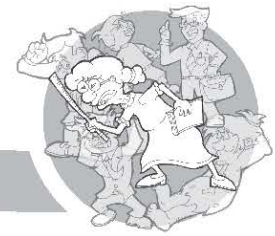
270

También se hicieron pruebas para tipografía de las frases.

fase
fase

6





Se hicieron unos últimos ajustes de elementos, para poder llegar a la solución final.

fase ⁷
fase

www.cedepromact.com

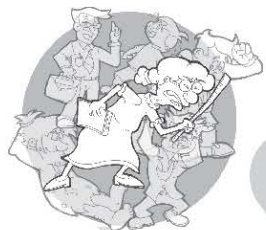
¿sigues así? ¡actualízate!

CEDEPROM uruapan

Carretera # 4
Cul. Ramón Farías
tel. 52 4 36 84

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

Cursos
CEDEPROM



diseño final

272

cartel

www.cedepromact.com

¿sigues así?

¡Actualízate!

CEDEPROM
Uruapan

Coahuila # 18
Col. Ramón Farías
Tel. 52 4 36 84
Uruapan, Michoacán

Horarios
Lunes a Viernes
9 am a 2 pm y
4 pm a 8 pm

cursos
CEDEPROM
actualización



5 imagen
institucional

solución





Como se comentó anteriormente, el Centro de Desarrollo Profesional para Maestros (CEDEPROM) región Uruapan, carece de una imagen institucional en la actualidad. Así, para empezar a diseñar, se tenía que conceptualizar que se querían proyectar en dicha imagen.

Y los conceptos que se eligieron para la institución fueron

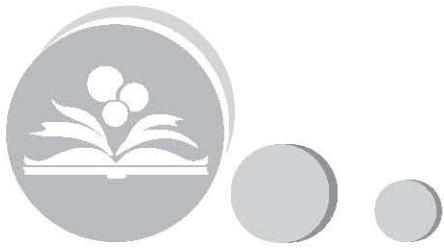
- Dinamismo
- Crecimiento
- Actualidad
- Seriedad

El segundo paso a seguir fue hacer un listado de elementos y conceptos que fueran representativos de los docentes, o de una institución educativa, para de ahí partir con una idea más clara y fundamentada. Algunos de los elementos que se eligieron fueron:

Pizarrón	Alumnos
Maestro	Sabiduría
Libro	Crecimiento
Aprendizaje	Libreta
Aula de clases	Seriedad

Entre muchos otros.

Conceptos
conceptos
conceptos



Ya teniendo estas bases se pasó a lo que es la lluvia de ideas general, retomando los conceptos que se habían planteado.

lluvia de ideas

ideas





En esta etapa de la creación del logotipo, se tuvo que parar el proceso de bocetaje para delimitar y pensar cuáles podrían ser los elementos más representativos para la institución y, con ellos, trabajar más delimitada la idea.

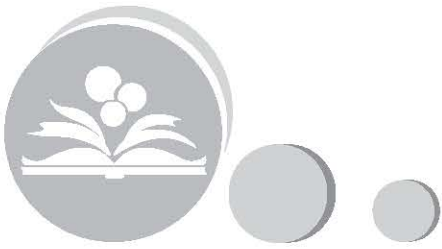
Un elemento esencial que surgió fue el de una figura geométrica, la cual es el círculo, ya que con ella se iba a representar el crecimiento del docente al actualizarse: entre más preparación fuera adquiriendo, más grande sería el círculo que se iba a representar.



Conceptos
conceptos

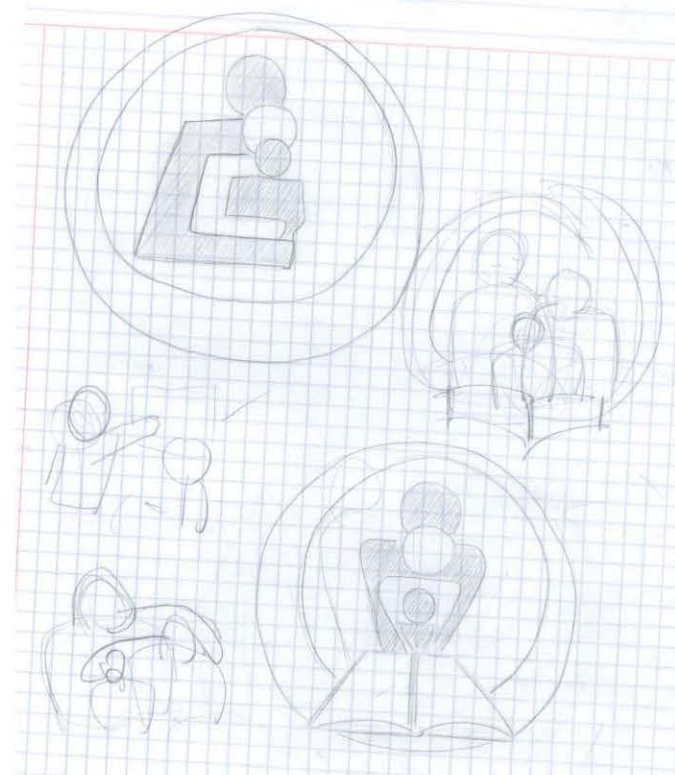
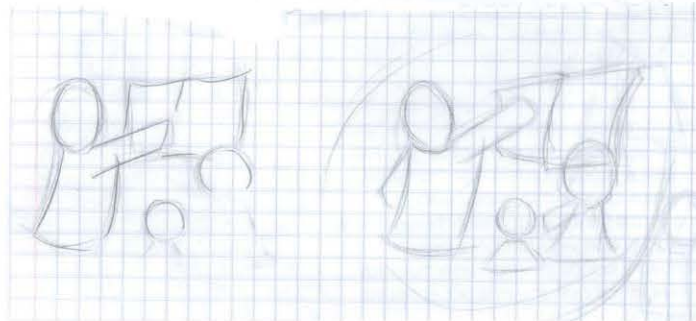
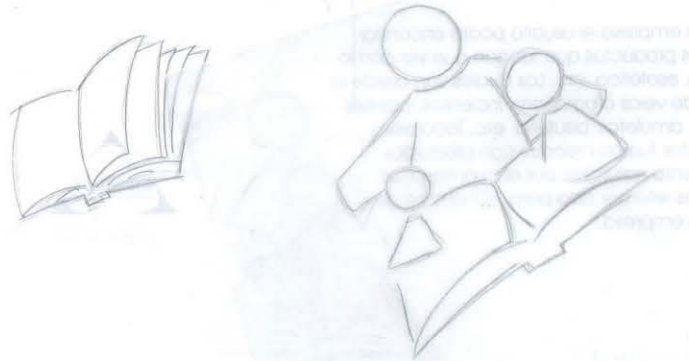
276

Además se llegó a la conclusión de que los elementos que más se identificaban con un docente eran el libro, la enseñanza y un pizarrón. Entonces, con ellos se iba a empezar a trabajar.



Esta recapitulación ayudó a que los bocetos fueran más encaminados a lo que se buscaba. Aquí ya se empezó a utilizar los elementos que se definieron anteriormente.

277



Bocetos

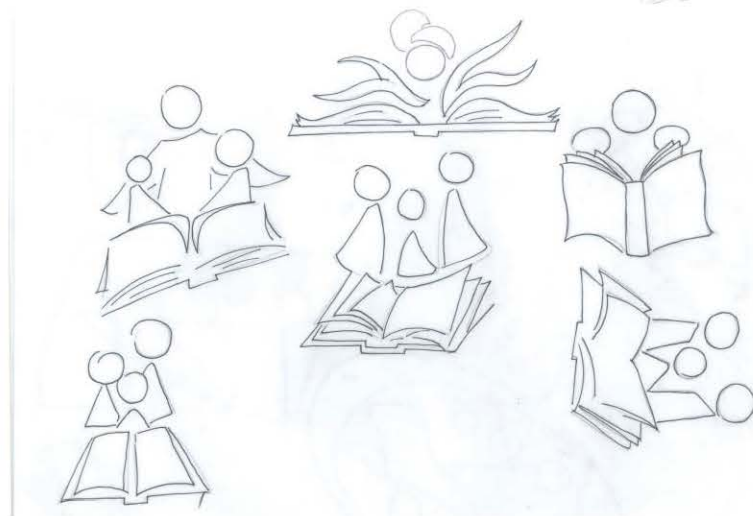
bocetos



Ya en esta etapa los bocetos tenían una forma más definida de lo que se quería representar, jugando con formas, elementos y un concepto bien definido.

Bocetos

bocetos



Después de tener las ideas a lápiz, se pasó al proceso de entintarlas, para tener una idea más clara. Posteriormente las que más cumplieran con el objetivo pasarían a ser trazadas en un programa de diseño.



Estos son algunos ejemplos de bocetos del logotipo ya trazados. Se observa que en todos ellos se aplicó el concepto del círculo y el elemento libro.

Propuestas que no llegaron a concretarse



Bocetos
bocetos
bocetos





CEDEPROM



280



Después de varios estudios se llegó a la conclusión de que el logotipo que más cumplía con los objetivos e iba más acorde a la lo que era la institución fue el que aquí se presenta.



Los motivos de su elección fueron porque es el logotipo que más representaba los conceptos de crecimiento (los círculo que emergen del libro, entre más grandes se van haciendo, representarían el crecimiento del docente al actualizarse). También representa ese dinamismo que se buscaba; esto lo refleja el libro con sus páginas en movimiento. La seriedad que necesitaba se la da la tipografía elegida, la cual es STEELWOLFFUNTITLED, ya que es una tipografía bold que le da el peso necesario para equilibrar los demás elementos. Se eligió también por ser una tipografía san serif y muy legible. Con estas características bien puede representar a una institución educativa.



Proceso de elección
de tipografías

CEDEPROM
Tipografía Bisque

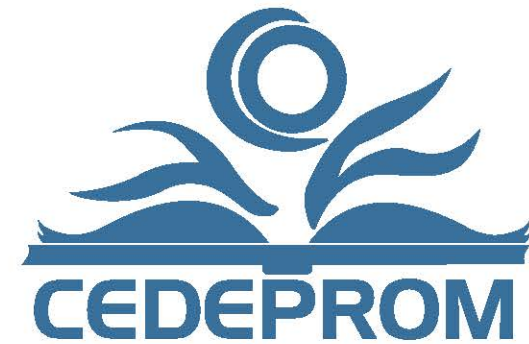
CEDEPROM
Tipografía xpressive xtrabold

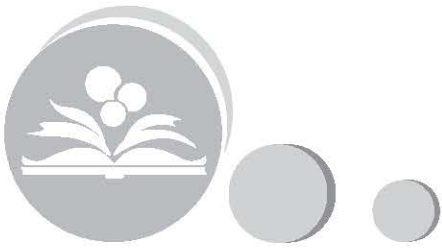
CEDEPROM
Tipografía Handel gothic

CEDEPROM
Tipografía steelwolffuntitled
la elegida



A la propuesta elegida aún se le hicieron algunas variantes, jugando con la posición de los círculos. En cuanto a las páginas del libro, se trabajó más en ellas para que fueran más entendibles, y pudiera transmitir el mensaje más claramente.





283

Ésta fue la solución final, pero aún se podía explotar más la imagen. Así, para reforzar ese dinamismo que se buscaba, se le agregó un fondo, el cual es un círculo del cual sale o da la idea de salir otro; esto, siguiendo el concepto del crecimiento. Ya con esto quedaría bien conceptualizada y fundamentada la imagen institucional del CEDEPROM Uruapan.





Los colores que se eligieron para este logotipo fueron el azul pantone 2728 y el gris cool gray 3. Esto, por la conotación que tienen ambos colores.

La conotación que tiene el color azul dentro del contexto de enseñanza y aprendizaje, es de sabiduría y reflexión.

La conotación que tiene el color gris es de seriedad.

Como se observa, la combinación de ambos colores justifica muy bien la aplicación que se le da al logotipo, ya que éste va dirigido a una institución educativa, y el color azul reafirma esa sabiduría que se quiere transmitir; el color gris respalda la seriedad que existe en ese tipo de instituciones.

En la gráfica están tanto el número de los colores pantone como los C,M,Y,K.



Pantone



Pantone 2728

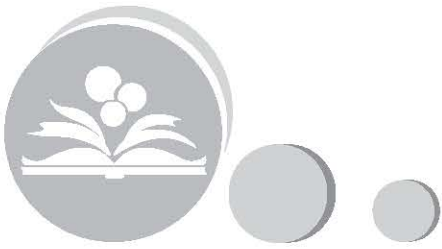


Pantone cool gray 3

C,M,Y,K

C 100, M 69, Y 0, K 0

C 0, M 0, Y 0, K 18



285

diseño

logotipo

final





personaje
institucional

solución





El personaje institucional que habría de, representar a la institución debería de reunir ciertas características y rasgos específicos, con la finalidad de que los docentes al verlo se sientan identificados con el personaje.
Por lo anterior desde un inicio se descartó la opción de que el personaje fuera un animal u objeto.

Así que se puso la determinación que su imagen fuera la de un maestro, que en su actitud reflejara esa frescura, ese dinamismo y preparación. Este personaje nos va ser útil para que, por medio de él, se transmitan mensajes, ya sea para información respecto a los centros de actualización o como mera publicidad.





288

En la animación número 1 se ven los inicios de lo que habría de ser el personaje de la institución. Pero hubo que hacer algunas mejoras, ya que sus rasgos eran muy agresivos; además se buscaba una personalidad más dinámica y acorde con la institución.

En la figura número 2 ya se ve la evolución que se quería, agregándole elementos al personaje para hacerle parecer un maestro (un portafolio, algunos lapiceros y un par de lentes).



1



2



En la figura 3, el personaje pasó del lápiz al entintado, afinados algunos de sus rasgos, pero aun así no daba la apariencia de ser un maestro. Su imagen era un tanto informal.

Así que en la figura 4 se le agregaron más elementos, como una corbata para que su apariencia se apegara más a los conceptos y hacerlo parecer todo un docente preparado, además de agregarle a su portafolio más aditamentos para hacerlo más real.

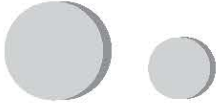
3



4



289



El paso a seguir era el de darle vida, así que se procedió a colorearlo en otro programa de diseño. En este caso, el programa de retoque fue el Photoshop. Se tuvo cuidado al ponerle el color ya que, por ejemplo, a uno de los lapiceros se le dio el color azul de un bolígrafo, y al otro se le dio color como si fuera un lápiz, herramientas claves de un maestro. También a su portafolio se le agregó la palabra CEDEPROM, siendo ésta, la institución que representa. Para el personaje se buscaron colores sobrios, con el fin de no perder esa seriedad que se requería, ya que aunque es un personaje animado, tenía que representar bien a una institución educativa.

Personaje en color





diseño
personaje final



CEDEPROM
Uruapan



CAPÍTULO X

plan de medios, presupuestos y lanzamiento





presupuestos y lanzamiento

presupuestos y lanzamiento





Objetivo: hacer reflexionar a los maestros sobre su situación actual respecto de la actualización en el ámbito de la educación.

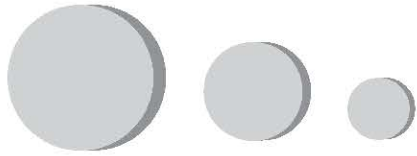
Estrategia: se tiene pensado distribuir la serie de los 12 carteles a todos los municipios que conforman la región Uruapan, incluyendo la cabecera. Cada municipio manejará los carteles en las oficinas de supervisión escolar correspondiente; se pegará uno por mes y se irá rotando cada último día del mes hasta concluir el año.

Serie: Son doce diferentes carteles unificados en cuanto a temática y con una secuencia de evolución, que serán utilizados uno a uno, mensualmente.

Cantidad: Se harán 96 carteles por cada mes; en total anual será de 1152.

COSTO: El costo mensual de los 96 carteles será de 4,800 pesos, mientras que el presupuesto anual es de 57,600 pesos.

Patrocinadores: se tiene contemplado una cita con los representantes de la Secretaría de Educación en el Estado (SEE) para presentar el proyecto, ya que la institución interesada en este caso CEDEPROM Uruapan dio la aprobación al proyecto, pero dependen de aquella instancia para los asuntos económicos.



Agenda

agenda

295

Objetivo: que el docente lleve un registro de sus actividades diarias y de actualización, teniendo a la mano la información pertinente de estos centros y, a su vez motivarlos a que sigan preparándose día con día.

Estrategia: para el lanzamiento de la agenda se delimitó que sólo será implementada para la cabecera del municipio(Uruapan), con la cantidad de 3000 agendas impresas, ya que es el número aproximado de maestros en Uruapan a nivel básico. De esas 3000 agendas, a 1000 docentes (los que más participación tienen en los cursos) se les hará llegar por medio de CEDEPROM Uruapan,y a los otros 2000 restantes (los docentes más pasivos) se tiene pensado hacerles llegar una serie especial de agenda, la cual vendrá personalizada para hacerle notar al docente que es tomado en cuenta. Se les hará llegar por medio de su autoridad inmediata.

Serie: se implementarán 3000 agendas, sólo en Uruapan.

Cantidad: se harán 3000 agendas con un aproximado de 300 hojas.

COSTO: el costo de estas agendas será de \$380,000

Patrocinadores: se tiene contemplado una cita con los representantes de la Secretaria de Educación en el Estado (SEE) para presentar el proyecto, ya que la institución interesada en este caso CEDEPROM Uruapan dio la aprobación al proyecto pero dependen de esta instancia para los ajustes económicos



CAPÍTULO XI

conclusiones





Conclusiones

Conclusiones





Conclusiones

conclusiones

En la Educación básica es insoslayable la necesidad de proporcionar a los alumnos los elementos básicos que les permitan aprender y desarrollarse plenamente a lo largo de la vida. Para lograrlo, es indispensable que el docente esté actualizado y en formación constante. Para ello se han creado instituciones como CEDEPROM (Centro de Desarrollo Profesional para Docentes) que lo apoyan en la puesta al día de sus conocimientos y en el fortalecimiento de sus recursos didácticos, para que alcancen una mayor calidad en el desarrollo de su ejercicio profesional.

Estas instituciones necesitan una gran difusión para que los maestros asistan. Por lo cual se concluye que esta propuesta de tesis cumple ampliamente con los objetivos, ya que muestra una difusión y promoción ayudara a que los maestros encuentren una motivación para tener una preparación y formación continua y con esto elevar la educación tanto en el estado para posteriormente al país.

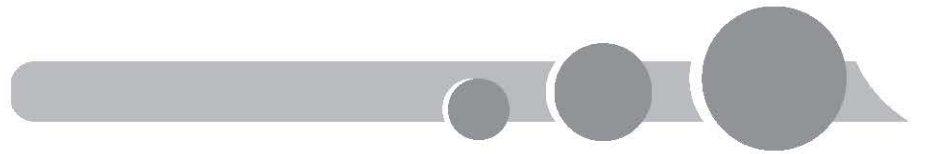


Bibliografías

bibliografías

bibliografías





BIBLIOGRAFÍA

300

LIBROS

LA FORMACIÓN PROFESIONAL DEL DOCENTE

Manuel S. Saavedra Regalado

Editorial Trillas

Morelia Michoacán 2001

LA FORMACIÓN DEL DOCENTE EN CUESTIÓN

Davini Ma. Cristina.

política y pedagogía

paidós México

LOS PROFESORES COMO INTELLECTUALES, HACIA UNA PEDAGOGÍA CRÍTICA DEL APRENDIZAJE

Giroux , Henry A.

Editorial Paidós Ibérica/ministerios de educación y ciencia

Barcelona. 1990

TALLER DE INTRODUCCIÓN AL PRONAP

UNEDEPROM Michoacán

Morelia Michoacán 2003

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

Artículo tercero y Ley General de Educación

LA FORMACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL DEL PROFESORADO, HACIA UNA CULTURA PROFESIONAL

Imbernon Francisco 1994

HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO

Philip B. Megg

Editorial Trillas

México, 1991.

EL DISEÑO GRÁFICO, DESDE SUS ORÍGENES HASTA NUESTROS DÍAS

Eric Sauté

Editorial Aranza Foma

México, 2003

EL DISEÑO GRÁFICO EN ESPAÑA

Santué, Eric.

Madrid, 1997

Editorial Alianza

RECONSTRUCCIÓN DEL TERMINO DISEÑO

Memorias del XI Congreso de Académicos de las Escuelas de

Diseño Gráfico

Universidad de Guadalajara

México 2003

LA MARCA CORPORATIVA

Chávez, Norberto.

Barcelona, 2003

Editorial Paidós

PUBLICIDAD

Dunn, Watson S.

Edit. Noriega Editores

México 2003

PUBLICIDAD INTEGRAL DE MARCA tercera edición

Thomas C.O' Guinn

Chris T. Allen

Richard J. Semenik

International Thomson Editores

México 2003

URUAPAN DE ANTAÑO

J. Jesus Alejandro Romero

LA CARICATURA: HISTORIA Y DEFINICIONES

Dr. Carlos Abreu

DICCIONARIO LARUSSE ILUSTRADO

MANUALES Y ANTOLOGÍAS

Manual de Reunión Estatal de Asesores del CNA
México 2003

Pequeñas Antologías que se laboran en CEDEPROM
Región Uruapan

Taller de inducción al PRONAP
Alba Martínez Olive
Secretaría de Educación Pública

El taller didáctico en el proceso de la enseñanza aprendizaje
una experiencia de educación para adultos
Jiménez Kemly

SEP fortalecimiento del papel del maestro
México

Como estudiar para aprender
Mennes Max
México Paidós 1999

Sole Gallart asesoramiento, orientación y supervisión en
cuadernos de pedagogía
Barcelona praxis

INTERNET

www.ecreatividadgrafica.com
Enero 28, 2005

www.encuadre.org
Febrero 19, 2006
Marzo 3, 2006

www.ilustrados.com
Octubre 31, 2004

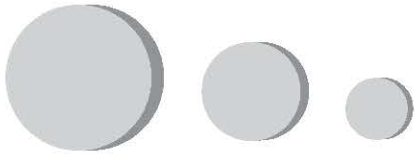
www.inegi.gob.mx
Enero 28, 29 y 30; 2005

www.michoacán.gob.mx
Septiembre 23, 26; 2004
Octubre 13, 17, 31; 2004

www.monografías.com
Diciembre 9, 11, 13; 2004

www.sep.com.mx

www.urupan.gob



303

Colaboración :

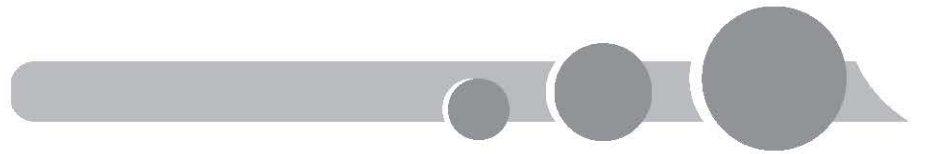
Mtra. Carmen Mendoza A.
Mtro. Pedro Loza P.
CEDEPROM URUAPAN



Índice fotográfico

Índice fotográfico





ÍNDICE FOTOGRAFICO

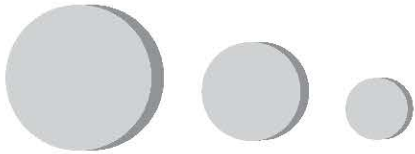
FOTOS DEL AUTOR DE TESIS

Número de imagen	Página
10	15
17	22
95	66
105	71
106-108	71-72
111	76
112-113	78
114-115	81
116-117-118	82
119	83
120	84
159	108
163-164	111

Número de imagen	
	113
167	118
175	123
179	123
180	124
181	124
182	125
183	126
184	127
185	128
186	130
188	131
189	

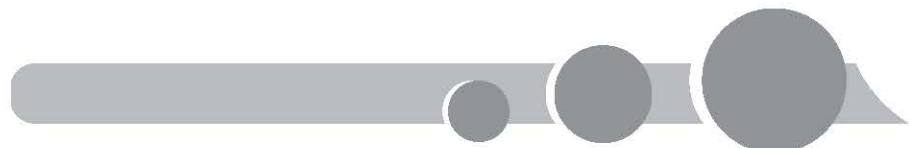
Página





FOTOS DE INTERNET

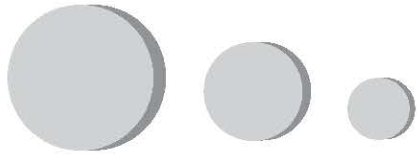
Número de imagen	Página	Número de imagen	Página	Número de imagen	Página
1	8	72	54	165	112
5-6	13	82	60	169	115
7	14	95	66	171-172	116
8-9	15	98	67	174	115
11	16	123	89	190	146
13	18	126-132	90-91	191-194	148
16	22	138-139	93	195	149
27	28	141-143	94	199-200	154
29	30	144-145	95	206	157
30	31	196-197	96	207-208	158
49	40	150-152	99		
51	41	154	100		
69	53				



BANCO DE IMÁGENES (REVISTAS, LIBROS, FOLLETOS, POSTALES, ETC)

Número de imagen	Página	Número de imagen	
3-4	12	166	112
14-15	20	168	114
19-20	23	170	115
23	25	173	116
47	39	176-177	119
124-125	89	178	120
133	92	187	129
135-137	93	197	153
140	93	202	155
148	96	203-204	156
160	109	205	157
161	110		
162	111		





BANCO DE IMAGENES DE DISCOS COMO: Corbis digital imagens, Dinamyc graphic inc.,
John Foxx imagens y Corbis digital master collection

Número de imagen Página

308

2	8	58-59	46	96-97	67
12	17	60	47	99-101	68
18	22	61	48	102-104	70
21-22	24	62-63	49	109-110	73
24-25	26	64-65	51	121	85
26	27	66-68	52	122	86
28	29	70	53	134	92
31-33	32	71	54	149	97
34-35	33	73	55	153	100
36-37	34	74-75	56	155	100
38-39	35	76-77	57	156	101
40-42	36	78-79	58	157	104
43-44	37	80-81	59	158	105
45-46	38	83	60	196	152
48	39	84	61	198	153
50	40	86-87	63		
52-53	42	88-89	64		
54-55	43	90-91	65		
56-57	45	93-94	66		