

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN DISEÑO Y  
COMUNICACIÓN VISUAL

Programas de asignatura

Semestre VII  
ORIENTACIÓN EN DISEÑO EDITORIAL

ANÁLISIS DE LA PROFESIÓN EN LA REALIDAD NACIONAL I

Semestre: séptimo

Carácter de la asignatura: obligatoria para las cinco orientaciones

Créditos: 4

Horas por semana: 3

Horas por semestre: 48

Horas Teóricas: 1

Horas Prácticas: 2

Seriación: Economía, administración y mercadotecnia II

Tipo de asignatura: teórico-práctica

**OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:**

Introducir al alumno en la comprensión de su actividad profesional en el contexto político, económico, ideológico y cultural de nuestro país.

Proporcionar una visión global de las principales características y tendencias de la estructura social nacional, particularmente en sus condiciones actuales.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:**

Al finalizar el curso, el alumno:

- a) Participará en propuestas alternativas de diseño y comunicación visual derivadas de modelos operativos científicos que incluyan los criterios de la realidad nacional dentro de nuestro sistema cultural, económico y tecnológico.
- b) Conocerá los factores que influyen en el desarrollo del diseño y la comunicación visual en la actual realidad nacional.

**CONTENIDO TEMÁTICO**

**Unidad I: México en el contexto de la globalización.**

**Hrs. por unidad**

**16**

- 1.1. Introducción a los conceptos generales del curso
- 1.2. La sociedad occidental
- 1.3. Etapas de desarrollo de la formación social mexicana
- 1.4. Dependencia estructural
- 1.5. Integración regional y bloques económicas

**Unidad II: Ambito económico**

**16**

- 2.1. Problemática estructural
- 2.2. Problemática conyuntural
- 2.3. Prospectiva

**Unidad III: Ambito político**

**16**

- 3.1. Problemática estructural
- 3.2. Problemática coyuntural
- 3.3. Prospectiva

**Método de enseñanza sugerido:** Exposición oral con apoyo de material audiovisual

**Método de evaluación sugerido:** Trabajos parciales de investigación, reortes escritos de visitas a museos y exposiciones y examen.

#### **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

**Acha, Juan:** Introducción a la teoría de los diseño

Ed. Trillas. México 1996

**Bartra, Armando:** La jaula de la melancolía

Ed. Grijalbo. México, 1990.

**Bonsiepe, Gui:** Las siete columnas del diseño

Ed. UAM. México 1992

**Cosío Villegas, Daniel:** Historia mínima de México

El Colegio de México. México, 1990.

**Moreno N. Prudenciano:** Desarrollo económico y acumulación de capital en Méxicio

Ed Trillas. México, 1985

**Ramírez, Santiago:** El mexicano. psicología de sus motivaciones

Ed. Grijalbo. México 1977 (192 pp)

**Villarreal, René:** El sistema económico mexicano

Ed. Premiá. México, 1995

#### **BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

**Alcocer, Jorge et al:** México: presente y futuro

Ed. Fondo de Cultura Popular. México, 1991

**Guillén R. Héctor:** Los orígenes de la crisis en México

Ed. ERA. México, 1993

<b>AUTOEDICIÓN III</b>	
Semestre: séptimo	
Carácter de la asignatura: obligatoria para la orientación en Diseño editorial, optativa para las demás orientaciones profesionales	
Créditos: 8	
Horas por semana: 6	
Horas por semestre: 48	
Horas Teóricas: 2	
Horas Prácticas: 4	
Seriación: Autoedición II	
Tipo de asignatura: teórico-práctica	
<b>OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:</b>	
Adquirir los conocimientos básicos de edición asistida por computadora a través de la comprensión y manejo de los principales avances tecnológicos con respecto a los programas de autoedición.	
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:</b>	
Al finalizar el curso, el alumno:	
a) Dominará los tratamientos y fórmulas específicas que se requieren para obtener habilidad en cada programa de autoedición ( Page Maker y Quark x press).	
b) Aplicará la autoedición con gran habilidad al utilizar dispositivos de salida para imprimir.	
c) Resolverá diversas problemáticas de autoedición aplicadas a las gestiones del color.	
d) Será capaz de incorporar tipografía e imágenes a color; utilizando las gestiones de color.	
e) Resolverá los aspectos básicos de la impresión.	
f) Aprenderá a preparar documentos para impresión.	

### CONTENIDO TEMÁTICO

#### Unidad I: El color en autoedición.

Hrs. por unidad

24

- 1.1. Elección y uso de un CMS
- 1.2. Calibración del monitor
- 1.3. Colores de alta fidelidad
- 1.4. Importación de imágenes de mapa de Bits usando un CMS
- 1.5. Preparar imágenes de mapa de Bits utilizando un CMS
- 1.6. Importar imágenes de Photo CD aplicando Kodak Precision al CMS
- 1.7. Cambiar perfiles de dispositivos de salida previos a impresión
- 1.8. Trabajar con colores EPS importados.

#### Unidad II: Impresión de documentos realizados por autoedición.

24

- 2.1. Compatibilidad de las impresoras
- 2.2. Opciones de impresión
- 2.3. Encajar documentos *Post Script*.
- 2.4. Determinación por forma manual para encajar documentos
- 2.5. Principios básicos de la impresión de fuentes tipográficas
- 2.6. Comunicación bidireccional con la impresora (en Macintosh)
- 2.7. Definir tamaños de papel para filmadoras.
- 2.8. Diferentes filmadoras.

**Método de enseñanza sugerido:** El alumno realizará múltiples impresiones aplicadas en los diferentes trabajos de autoedición que presente.

**Método de evaluación sugerido:** El alumno presentará sus trabajos de forma impresa (B/N y a color) en diferentes impresoras.

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

**AA.VV Adobe system:** Adobe Page Maker Versión 6.0  
 Guia de Usuario, U.S.A., 1995

**AA.VV Adobe system:** Adobe Acrobat 2.0

Suplemento 1995

**AA.VV Baker, Kim & Baker, Sunny Quark Xpress**

.Edit.- Addison.-Wesley Iberoamericana, USA, 1994.-365pp.

**AA.VV Baker (equipo de producción):** Page Maker 5.0

Edición Especial para Windows .-Edit. Prentice Hall, Hispanoamerica, México.- 1994; 1045 pp.

**AA.VV Dayton, Linnea & Ashfor, Janet:** Aldus Page Maker, una guía visual para Mac

Edit. Gustavo Gili, México, 1995, 138 pp.

**Jordan:** Autoedición con Page Maker

Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, España .-1990 233pp.

#### **BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

**Muller Brockman, Josef:** Sistema de retículas

Edit. Gustavo Gili, Barcelona, España 1982

<b>LABORATORIO DE DISEÑO EDITORIAL III</b>	
Semestre: séptimo	
Carácter de la asignatura: obligatoria para la orientación en Diseño editorial, optativa para las demás orientaciones profesionales	
Créditos: 8	
Horas por semana: 6	
Horas por semestre: 96	
Horas Teóricas: 2	
Horas Prácticas: 4	
Seriación: Laboratorio de diseño editorial II	
Tipo de asignatura: teórico-práctica	
<b>OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:</b>	
El alumno conocerá los elementos en la planeación y desarrollo de un producto editorial determinado (Pasquín, Cartel, Folleto, Revista y Libro )	
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:</b>	
Al finalizar el curso, el alumno:	
a) Aplicará los elementos de organización, estructuración y producción de diseño utilizados en el área del Proceso Editorial.	
b) Será capaz de planear y visualizar un producto editorial menor de 48 páginas	
c) Realizará el proceso de elaboración de un cartel ( tamaño 43x28 cm. / con un máximo de 3 tintas )	
d) Realizará el proceso de elaboración de un pasquín ( tamaño ½ carta, 4 páginas, a 1 x 1 tinta )	
e) Realizará el proceso de elaboración de un folleto desplegable (tamaño: cuatro cartas máximo, a 2 x 2 tintas)	
f) Utilizará los conocimientos teóricos y prácticos en cuanto a medios de impresión se refiere para poder realizar la planeación y producción de un cartel.	
g) Será capaz de planear y visualizar un producto editorial.	
h) Realizará el proceso de elaboración de un cartel ( tamaño 43 x 28 cm/con un máximo de 3 tintas )	
i) Utilizará los conocimientos teóricos y prácticos en cuanto a medios de impresión se refiere para poder realizar la planeación y producción de un pasquín	
j) Será capaz de planear y visualizar un producto editorial.	
k) Realizará el proceso de elaboración de un pasquín ( tamaño ½ carta / 4 páginas a 1x1 tintas )	
l) Utilizará los conocimientos teóricos y prácticos en cuanto a medios de impresión se refiere para poder realizar la planeación y producción de un folleto desplegable	
m) Será capaz de planear y visualizar un producto editorial.	
n) Realizará el proceso de elaboración de un folleto desplegable (tamaño: cuatro cartas máximo, a 2 x 2 tintas)	

<b>CONTENIDO TEMÁTICO</b>	<b>Hrs. por unidad</b>
<b>Unidad I: Proceso Editorial</b>	<b>24</b>
1.1. Antecedentes y Objetivos del Proceso Editorial	
1.2. Proceso Metodológico en la preparación de una Campaña de Difusión	
1.3. Medios que son utilizados en las Estrategias de Comunicación y Difusión Masiva.	
1.3.1. Folletos (a caballo, desplegables, dípticos, trípticos, catálogos, boletines, revistas, periódicos, tarjetones, carta formula, muestra, etc.)	
1.4. Diseño editorial asistido por computadora.	
1.4.1. Sistema Operativo PC y Sistema Operativo Macintosh	
1.4.2. Plataforma PC - Page Maker para edición de textos, Corel Draw para Construcción y Digitalización de Imágenes.	
1.4.3. Plataforma Macintosh - Quark Xpress para edición de textos, Adobe Illustrator para, elaboración de imágenes en diferentes técnicas de dibujo y de representación gráfica.	
1.4.4. Adobe Photo Shop, para trabajo de edición fotográfica, efectos especiales, retoque fotográfico y preparación de imágenes para impresión.	
<b>Unidad II: Cartel</b>	<b>24</b>
2.1. Planeación o visualización.	
2.1.1. Contenido	
2.1.2. Forma	
2.1.3. Aspectos técnicos y económicos	

2.1.4. Propuesta gráfica	
2.2. Preparación del producto	
2.2.1. Formato	
2.2.2. Elementos tipográficos	
2.2.3. Elementos gráficos	
2.2.4. Diagramación	
2.2.5. Cálculo tipográfico	
2.2.6. Originales	
2.3. Realización de impresión	
2.3.1. Papel	
2.3.2. Tintas	
2.3.3. Prensa	
2.3.4. Acabado	
<b>Unidad III: Pasquín</b>	<b>24</b>
3.4. Planeación o visualización.	
3.4.1. Contenido	
3.4.2. Forma	
3.4.3. Aspectos técnicos y económicos	
3.4.4. Propuesta gráfica	
3.5. Preparación del producto	
3.5.1. Formato	
3.5.2. Elementos tipográficos	
3.5.3. Elementos gráficos	
3.5.4. Diagramación	
3.5.5. Cálculo tipográfico	
3.5.6. Compaginación	
3.5.7. Originales	
3.6. Realización de impresión	
3.6.1. Papel	
3.6.2. Tintas	
3.6.3. Prensa	
3.6.4. Acabado	
<b>Unidad IV: Folleto desplegable</b>	<b>24</b>
4.7. Planeación o visualización.	
4.7.1. Contenido	
4.7.2. Forma	
4.7.3. Aspectos técnicos y económicos	
4.7.4. Propuesta gráfica	
4.8. Preparación del producto	
4.8.1. Formato	
4.8.2. Elementos tipográficos	
4.8.3. Elementos gráficos	
4.8.4. Diagramación	
4.8.5. Cálculo tipográfico	
4.8.6. Compaginación	
4.8.7. Originales	
4.9. Realización de impresión	
4.9.1. Papel	
4.9.2. Tintas	
4.9.3. Prensa	
4.9.4. Acabado	

**Método de enseñanza sugerido:** Exposición oral y asesoría del profesor en la realización de los ejercicios de producción.

**Método de evaluación sugerido:** Presentación de los productos terminados, se evaluará: concepto, presentación y calidad del producto final.

#### **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

**Arnold, Edmundo C:** Diseño total de un periódico

Edit. EDAMEX, México 1985.

**Beltran, Raul:** Publicidad en medios de impresión

México Edit. Trillas, 1994.

**Brookfield, Karen:** La escritura

México, Biblioteca Visual Altea, 1994.

**Gabelli, Prat Pedro:** Publicidad Combativa

Ed.Labor, Barcelona

**Hourez, Fernand:** Tratado de Publicidad Directa

Edit.Miracle, Barcelona, 1969.

**Martin, Euniciano:** La Composición en Artes Gráficas, Tomo segundo

Ediciones Don Bosco, Barcelona, Biblioteca Profesional EPS. 1974.

**Martin, Euniciano:** La Composición en Artes Gráficas, Tomo primero

Ediciones Don Bosco. Barcelona. Biblioteca profesional EPS. 1970, 599 p.

**Sander, Norman:** Manual de producción del diseñador gráfico

México, Edit. G.Gili, 1992.

**Swann, Alan:** Bases del diseño

Ed. G. Gili. México 144pp.

**Tubaro, Antonio:** Tipografía, estudios e investigaciones sobre la forma de la escritura y del estilo de la impresión

Universidad de Palermo, Librería técnica, CP67, 1994.

**Weill, Georges, Jaques:** El Periodismo: Orígenes, Evolución y función de la prensa periódica

Edit. Utera, 1979.

#### **BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

**Bert, Braham:** Manual del Diseñador Gráfico

Edit.Celeste, Madrid, 1991.

**Celorio, Blasco, Carlos:** Diseño del Embalaje para Exportación

Edit. Instituto Mexicano del Envase y Bancomext. Mexico, 1993.

**Dawson, Jhon:** Guía completa de grabado e impresión

España, Edit. Blume, 1991.

**Kleppners, Otto:** Publicidad

Novena Edición, Prentice Hall, Inc. Hispanoamericana, 1988.

**Vidales, Dolores:** El mundo del envase

México, Edit. G Gili, UAM, 1995.

### **MEDIOS DE COMUNICACIÓN I**

Semestre: séptimo

Carácter de la asignatura: obligatoria para las cinco orientaciones

Créditos: 4

Horas por semana: 3

Horas por semestre: 48

Horas Teóricas: 1

Horas Prácticas: 2

Tipo de asignatura: teórico-práctica

#### **OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:**

Introducir al alumno en el conocimiento de los medios de comunicación y la influencia que éstos tiene en el diseño y la comunicación visual

#### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:**

Al finalizar el curso, el alumno:

- a) Conocerá los antecedentes históricos de la comunicación masiva; su desarrollo con la aparición de la imprenta y su expansión a través de los medios modernos de comunicación.
- b) Identificará los factores de la conducta humana y valorará la influencia de la propaganda y la publicidad en las actividades de compra de los consumidores de productos y/o ideas.
- c) Identificará las funciones de la sociedad y valorará la participación de la publicidad y propaganda en el proceso sociocultural.
- d) Identificará y valorará la propaganda y la publicidad como una actividad profesional en el desarrollo socioeconómico del país.
- e) Conocerá y aplicará las técnicas del proceso creativo en la comunicación visual.
- f) Conocerá diseñar estrategias de comunicación y el plan de medios para la difusión de mensajes.
- g) Describirá los principales medios de difusión, su organización dentro de las campañas de propaganda y publicidad y sus formas de presentación.
- h) Tendrá una visión amplia del papel que juega la comunicación visual como actividad profesional en el desarrollo socioeconómico del país.
- i) Identificará a la propaganda y la publicidad como una forma especializada de la comunicación dentro del proceso mercadológico.

### **CONTENIDO TEMÁTICO**

#### **Unidad I: Propaganda y publicidad**

**Hrs. por unidad**

**10**

- 1.1. Concepto de publicidad.
- 1.2. Concepto de propaganda.
- 1.3. Concepto de promociones de venta.
- 1.4. Práctica profesional en la comunicación visual.
  - 1.4.1. En la propaganda.
  - 1.4.2. En la publicidad.
- 1.5. El estudio de la comunicación visual.
  - 1.5.1. En la propaganda.
  - 1.5.2. En la publicidad.

#### **Unidad II: Comunicación y psicología**

**10**

- 2.1. Concepto de psicología.
- 2.2. Concepto de reacción.
  - 2.2.1. Respuesta.
  - 2.2.2. Conducta.
- 2.3. Factores de conducta.
- 2.4. Concepto de personalidad.
  - 2.4.1. Colectiva



2.4.2. De masas	
<b>Unidad III: Propaganda, publicidad y sociología.</b>	<b>10</b>
3.1. Funciones de la comunicación visual.	
3.1.1. En la publicidad.	
3.1.2. En la propaganda.	
3.2. Influencia de la propaganda en las funciones de la sociedad	
3.3. Influencia de la publicidad en las funciones de la sociedad	
3.4. La propaganda como difusora de los valores culturales	
3.5. La publicidad como difusora de los valores culturales	
3.6. Función educativa de la publicidad y propaganda	
<b>Unidad IV: Los recursos publicitarios y propagandísticos</b>	<b>9</b>
4.1. La estrategia creativa.	
4.2. El texto.	
4.3. La ilustración.	
4.4. Los medios de difusión.	
4.5. La campaña.	
4.6. El presupuesto.	
<b>Unidad V: Valoración de los mensajes.</b>	<b>9</b>
5.1. Teorías de la medición de los resultados de mensajes.	
5.1.1. En la propaganda.	
5.1.2. En la publicidad.	
5.2. Técnicas de medición.	
5.3. Pruebas y evaluación de la estrategia.	

**Método de enseñanza sugerido:** Exposición teórica con apoyo de material audiovisual.

**Método de evaluación sugerido:** Trabajos parciales de investigación, reportes escritos de visitas a museos y exposiciones y examen.

#### **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

**Avila, Raúl:** La lengua y los hablantes

Ed. trillas, México, 1980.

**Bassat, Luis:** El libro rojo de la publicidad

Ed. folio, España, 1995.

**Beltrán y Cruces, Raúl Ernesto:** Publicidad en medios impresos

Ed. trillas, México, 1990

**Beltran, de Tena y Rodas Salinas:** Información y comunicación

Ed. g. g. Madrid, 1983

**Berlo, David k:** El proceso de la comunicación

Ed. Atenea. México, 1978.

**Brewster, Arthur et. al:** Introducción a la publicidad

Ed. cecsa. México, 1986

**Camacho, Morelos Jesús:** Así se escribe una campaña de publicidad efectiva

Ed. diana, México, 1984.

**Cervera, Ethiel:** Publicidad lógica

Ed. Hispanoamericano, México, 1988.

**Charles, j. Dirksen: Arthur Kroeger.** Principios y problemas de publicidad

Ed. Continental, México, 1981

**Crawford, J. H.** Publicidad

Ed. Uthea. México, 1978.

**Dahda, Jorge:** Publicidad turística

Ed. Trillas. México.1990

**Dirksen, Charles y Kroger Arthur:** Principios y problemas de publicidad

Ed. CECSA. México, 1990.

- Fernandez, Fátima, Yepes Margarita:** Comunicación y teoría social  
UNAM, México, 1991
- Ferrer, Eulalio:** La publicidad  
Ed. Trillas. México, 1993
- Goded, Jaime:** 100 puntos sobre la comunicación en México  
Ed. UNAM México, 1995
- Gonzalez, Llaca Edmundo:** Teoría y práctica de la propaganda  
Ed. Grijalbo. México, 1994.
- Hadjinocolaou, Nicos:** La producción artística frente a sus significados  
Siglo XXI. México 1981
- Holtje, H. F:** Publicidad  
Ed. Mc Grawhill. México, 1996
- Joanis, Henri:** El proceso de creación publicitaria  
Ed. Edusto. México, 1995
- Judson, Brewster Arthur et. al:** Introducción a la publicidad  
Ed. Continental, décima edición, México, 1997
- Kleppner's, Otto:** Manual de publicidad  
Ed. Hispanoamericana. México, 1985
- Leduc, Robert:** La publicidad una fuerza al servicio de la empresa  
Ed. Paraninfo. España, 1987
- Mc Quail, Denis:** Introducción a la teoría de la comunicación de masas  
Ed. paidós. México, 1980
- Moragas, Miguel de:** Sociología de la comunicación de masas  
Ed. gg. España, 1981.
- Paoli, J. Antonio:** Comunicación e información  
Ed Trillas/UAM.México, 1978
- Peninauo, A:** Semiótica de la publicidad  
Ed. cc. gg. España, 1988.
- Pierre, Giraud:** La semiología  
Ed s xxi. México, 1980
- Rozsak, Theodore:** El culto a la información  
Grijalbo-CNCA. México 1990
- Sanchez, Guzmán José Ramón:** Introducción a la teoría de la publicidad  
Ed. Tecnos, España, 1993
- Salvat:** La sociedad de consumo  
Ed. Salvat. España, 1974
- Vanden, Berghe Pierre:** El hombre en sociedad  
Ed. FCE. México, 1978.

#### **BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

- Espejo, Alberto:** Pensamiento y Realidad  
Ed. trillas. México, 1990
- Ivins, W.M:** Imagen impresa y conocimiento  
Ed. Gustavo Gili. Barcelona 1975
- Torin, Douglas:** Guía completa de la publicidad  
Ed. Hermann Blume. España, 1981
- Vance, Packard:** Las formas ocultas de la propaganda  
Ed. hermes. México, 1987.

**Hemerografía:**

Directorio m p m. ed. medios publicitarios mexicanos.  
Directorio de medios audiovisuales. ed. medios publicitarios.  
Directorio de medios impresos.  
Revista Abcebra. México. publicación mensual.  
Revista El publicista. México. publicación mensual.  
Revista Creativa. México. publicación mensual  
Revista Origina. México, publicación mensual.  
Revista Apertura. México. publicación mensual.

<b>TALLER DE SERIGRAFIA I</b>
Semestre: séptimo
Carácter de la asignatura: obligatoria para las orientaciones en Diseño editorial, y en Simbología y diseño en soportes tridimensionales, optativa para las demás orientaciones profesionales.
Créditos: 6
Horas por semana: 6
Horas por semestre: 96
Horas Prácticas: 6
Tipo de asignatura: práctica
<b>OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:</b>
Introducir al alumno en el conocimiento de la técnica de serigrafía así como de sus diferentes procesos para la realización de impresiones como medio de comunicación y expresión creativa y artística.
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:</b>
Al finalizar el curso, el alumno:
a) Conocerá y diferenciará los diferentes materiales y equipo de taller.
b) Adquirirá el conocimiento de los diferentes procesos.
c) Aplicará y realizará una serie de ejercicios de diferentes tipo de soportes y materiales para conocer y experimentar diversos medios de aplicación.
d) Aprenderá y practicará la mecánica de impresión así como los diferentes procedimientos de registro.

#### **CONTENIDO TEMÁTICO**

##### **Unidad I: La técnica de la serigrafía**

- 1.1. Antecedentes históricos
- 1.2. Recursos físicos y materiales
- 1.3. Planeación y elaboración del bastidor
- 1.4. Funciones y requisitos del marco
- 1.5. Tipos de prensas y bisagras
- 1.6. Tipo de mallas
- 1.7. Técnicas y procedimientos para tensar la malla.
- 1.8. Soportes o bases de impresión.
- 1.9. Elaboración de ejercicios para el mejor aprovechamiento de la técnica.
- 1.10. Tipos de raseros, su aplicación y uso.
- 1.11. Tintas, su aplicación y uso.
- 1.12. Solventes, su aplicación y uso.
- 1.13. Los registros y su importancia.
- 1.14. Función y análisis de las áreas del estencil.
- 1.15. Función y requisitos de la altura
- 1.16. Importancia de la limpieza de la malla.
- 1.17. Características del original a tinta y color.
- 1.18. Procedimiento de bloqueador
- 1.19. Procedimiento de crayón
- 1.20. Procedimiento de recorte.
- 1.21. Procedimiento de fotoemulsión.
- 1.22. Preparación de la emulsión y su aplicación.
- 1.23. Equipo y sistema de insolación
- 1.24. Procedimiento de desengrase y desemulsión de las mallas.

**Hrs. por unidad**

**96**

**Método de enseñanza sugerido:** Exposición oral del profesor y muestras de trabajos. Exposición con apoyo de audiovisuales. Asistencia a fábricas, talleres, museos y galerías.

**Método de evaluación sugerido:** Realización de una carpeta de apuntes con fichas técnicas de equipo material y tintas.

#### **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

**Bordeau, M.:** Serigrafía al alcance de los jóvenes

Colección como hacer, ed. Kapeluz 1979, 62 págs.

**Caza, Michel:** Técnicas de Serigrafía

Barcelona 1975, 247 págs.

**Jiménez Quinto, Alberto:** Manual de la Técnica de Serigrafía Artística

Impartido en el transcurso de clase (básico)

**Mara, Tim:** Manual de serigrafía

Ed. Blume, Barcelona 1ª edición española, 1981, 167 págs.

**Nielse, Ross:** Serigrafía Industrial de Artes

Barcelona 175, 247 págs.

**Russ, Stephen:** Tratado de Serigrafía Artística

Ed. Blume, Barcelona, 1974

**S'agaro, J. DE:** Serigrafía Artística

L.E.D.A. las ediciones del arte Barcelona, 1977, 60 págs.

**Steffen Bernard:** Silk Screen

Ed. Grosset a Dulanlap 1963 New York 31 págs.

**Hainke, Wolfgang:** Serigrafía: Técnica-Práctica-Historia

Cd. la Isla 198 Argentina 372 págs.

#### **BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

**Kentdoy M.:** Dibujo Textil

Ed. L.E.D.A 1968 Barcelona 71 págs.

**Rubio Martínez, M.:** Ayer y hoy del grabado y Sistemas de Estampación

Tarragona, España. Terraco, 1979, 297 págs.

## TEORIA E HISTORIA DEL DISEÑO I

Semestre: séptimo

Carácter de la asignatura: obligatoria para las orientaciones en Diseño editorial y en Simbología y diseño en soportes tridimensionales, optativa para las demás orientaciones.

Créditos: 6

Horas por semana: 3

Horas por semestre: 48

Horas Teóricas: 3

Seriación: Diseño IV

Tipo de asignatura: teórico

### OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:

Investigar y analizar los diferentes puntos de vista, formalmente expresados, en torno a la teoría e historia del diseño en lo general y del diseño gráfico en lo particular. Proporcionar los conocimientos básicos necesarios para la constitución particular de un marco teórico-histórico en torno al diseño gráfico.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:

Al finalizar el curso, el alumno:

a) Conocerá los conceptos y etapas históricas más importantes en la evolución del diseño gráfico.

## CONTENIDO TEMÁTICO

Hrs. por unidad

### Unidad 1: Conceptos generales

24

#### 1.1. Definición y conceptos básicos

##### 1.1.1. Definición

1.1.1.1. El concepto diseño en la historia.

1.1.1.2. Definiciones contemporáneas del diseño.

##### 1.1.2. Conceptos

1.1.2.1. El diseño gráfico y sus aplicaciones.

1.1.2.2. Delimitación de la metodología en el diseño.

#### 1.2. Necesidad de comunicarse

1.2.1. Las primeras culturas y el diseño (Paleolítico-Neolítico)

#### 1.3. La expresión como factor de identificación cultural

1.3.1. Grandes culturas antiguas y el diseño (China, Egipto y el Medio Oriente)

#### 1.4. Expresión e interpretación

1.4.1. Origen del pensamiento occidental y el diseño (Grecia y Roma)

1.4.2. Las culturas prehispánicas y el diseño ( Mesoamérica, América del sur)

#### 1.5. Arte, artesanía y diseño

1.5.1. Diseño en la Edad Media y el renacimiento

1.5.1.1. Del artesano al artista

1.5.1.2. Del aprendiz al maestro

1.5.2. El Barroco, el Neoclásico, y el Romanticismo

#### 1.6. La estética y función

1.6.1. La revolución industrial y el diseño

1.6.1.1. La simbolización

1.6.1.2. La figuración

1.6.1.3. La abstracción

### Unidad II: Diseño contemporáneo

24

#### 2.1. Siglo XIX, Europa y el diseño comercial

2.1.1. El diseño artístico

2.1.2. El diseño industrial

#### 2.2. Siglo XX. La modernidad, la Bauhaus y el diseño

2.2.1. Las guerras mundiales y el diseño en el mundo

2.2.2. Diseño y corrientes de pensamiento

- 2.2.2.1. Diseño y funcionalismo
- 2.2.2.2. Diseño y estructuralismo
- 2.2.2.3. Diseño y marxismo
- 2.2.3. Los estilos artísticos recientes y su influencia en el diseño

**Método de enseñanza sugerido:** Exposición teórica apoyada con material audiovisual. Dinámicas grupales de discusión y análisis.

**Método de evaluación sugerido:** Trabajos parciales de investigación y examen.

#### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

**Acha, Juan:** Introducción a la teoría de los diseños

Ed. Trillas. México 1996

**González, Cesar:** Crítica a la metodología del diseño

UAM. México 1982

**Jones, John:** Métodos del diseño

Ed. Gustavo Gili. Barcelona 1988

**Llovet, Jordi:** Ideología y metodología del diseño

Ed. Gustavo Gili. Barcelona 1986

**Meggs, Philip:** Historia del diseño grafico

Ed. Trillas. México 1991

**Pevsner, Nicolaus:** Pioneros del diseño moderno

Ed. Destino. Barcelona 1992

**Wick, Rainer:** Pedagogía del la Bauhaus

Ed. Gustavo Gili. Barcelona 1993

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA**

**Satue, Enric:** El diseño gráfico

Alianza Ed. (Col. Alianza Forma N. 71). Madrid 1990

**Selle, Gert:** Ideología y utopía del diseño

Ed. Gustavo Gili. Barcelona 1975