

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 VI
ORIENTACIÓN EN DISEÑO EDITORIAL

ARTE CONTEMPORÁNEO

Semestre: sexto

Carácter de la asignatura: obligatoria para las cinco orientaciones

Créditos: 6

Horas por semana: 3

Horas por semestre: 48

Horas teóricas: 3

Seriación: Arte del siglo XIX al XX

Tipo de asignatura: teórica

OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:

Iniciar al alumno al estudio de las corrientes artísticas básicas de la época contemporánea.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:

Al finalizar el curso, el alumno:

- a) Conocerá los orígenes de las vanguardias del siglo XX
- b) Conocerá y valorará la cultura y el arte contemporáneo.
- c) Conocerá los orígenes de los movimientos más recientes.
- d) Reconocerá los principales elementos constitutivos de los estilos artísticos correspondientes a la época estudiada.
- e) Identificará las posibles influencias entre ellos

CONTENIDO TEMÁTICO

Unidad I: Las vanguardias a principios del siglo XX

Hrs. por unidad

12

1.1. Expresionismo

1.1.1. "El puente" y "El jinete azul"

1.2. Neoprimativismo

1.3. Abstraccionismo

1.4. Fauvismo

1.5. Cubismo

1.5.1. Cubismo analítico

1.5.2. Cubismo sintético

1.6. Futurismo

Unidad II: El arte entre guerras

12

2.1. Dadaísmo

2.2. Surrealismo

2.3. Suprematismo

2.4. Constructivismo

2.5. La Bauhaus y el arte industrial

Unidad III: El arte contemporáneo de posguerra

12

- 3.1. Expresionismo abstracto
- 3.2. Op-art
- 3.3. Arte pop
- 3.4. "Minimal art"
- 3.5. Arte conceptual
- 3.6. "Land art"
- 3.7. "Arte povera"
- 3.8. El posmodernismo
- 3.9. La deconstrucción

Unidad IV: Arte contemporáneo de México y América Latina

12

- 4.1. El muralismo mexicano
- 4.2. Vanguardismo
- 4.3. Últimas tendencias

Método de enseñanza sugerido: Exposición teórica apoyada con material audiovisual.

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

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

DeMicheli, Mario: Las vanguardias artísticas del siglo XX

Alianza (Alianza Forma N. 7) Madrid 1994

Dorfles, Gilo: Últimas tendencias del arte de hoy

Labor. Barcelona 1985

Rewald, John: El postimpresionismo. De Van Gogh a Gauguin

Alianza (Alianza Forma N. 31), Madrid 1990

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Paz, Octavio: Apariencia desnuda

FCE. México 1993

AUTOEDICIÓN II

Semestre: sexto

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: Autoedición I

Tipo de asignatura: práctica

OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:

Introducir al alumno a la tecnología computarizada y desarrollar su creatividad por medio de la autoedición.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:

Al finalizar el curso, el alumno:

- a) Desarrollará ideas y su potencial creativo aplicado a la innovación del DTP .
- b) Asimilará conocimientos recientes y especializados en materia de autoedición
- c) Estará capacitado para aplicar los adelantos electrónicos en proyectos profesionales de autoedición.
- d) Aplicará todos los conocimientos sobre DTP necesarios para realizar proyectos a nivel profesional
- e) Tendrá una perspectiva de análisis y resolución de problemas aplicados a proyectos de autoedición.
- f) Realizará trabajos profesionales y especializados aplicando la tecnología actual sobre DTP.

CONTENIDO TEMÁTICO

Unidad I: Trabajo con autoedición

Hrs. por unidad

48

1.1. Preparación de documentos electrónicos

1.1.1. Distribución electrónica de un documento

1.1.2. Elección de una forma electrónica

1.1.3. Preparación de un documento para formato PDF (portable document format)

1.1.4. Preparación de un documento para formato HTML (hipertext markup lenguaje

1.2. Manipulación de documentos electrónicos

1.2.1. Buscar, cambiar y utilizar bibliotecas de fuentes tipográficas

1.2.2. Interacción con otros programas de cómputo

1.2.3. Programas vectoriales (Corel Draw, Illustrator, Freehand, Designer, etc.)

1.2.4. Imagen digital y manipulación (Photoshop, Painter, Paintbrush, Dabblers, Exposure,

Fotofinish, etc.)

1.2.5. Compatibilidad entre plataformas

Unidad II: Proyectos de autoedición

48

2.1. Creación de una papelería profesional

2.2. Diseño de una imagen corporativa

2.3. Realizar un folleto para ventas

2.4. Diseño de un suplemento

2.5. Creación de una revista

2.6. Propuesta para realizar un libro

2.7. Creación de tablas de datos

2.8. Crear una página o documento que se pueda publicar en el word wide web (WWW, home page).

2.9. Creación de un anuncio panorámico.

Método de enseñanza sugerido: Exposición teórica y ejercicios prácticos.

Método de evaluación sugerido: El alumno presentará todos sus proyectos realizados durante el semestre sobre lo que se le aplicará un examen oral.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Adobe system: Adobe Acrobat 2.0

Suplemento 1995

Baker, Pauline y Hearn, Donald: Gráficas por computadora

Ed. Prentice Hall Hispanoamericana. México 1995.

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 Gili, Barcelona, España.-1990 233pp.

Muller Brockman, Josef: Sistema de retículas

Edit. Gustavo Gili, Barcelona, España 1982

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Adobe system: Adobe Page Maker Versión 6.0

Guía de Usuario, U.S.A., 1995

Baker, Kim & Baker, Sunny Quark Xpress

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

Baker (equipo de producción): Page Maker 5.0

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

ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y MERCADOTECNIA II	
Semestre: sexto	
Carácter de la asignatura: obligatoria para las cinco orientaciones	
Créditos: 4	
Horas por semana: 2	
Horas por semestre: 32	
Horas teóricas: 2	
Seriación: Economía, administración y mercadotecnia I	
Tipo de asignatura: teórica	
OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:	
Introducir al alumno en el conocimiento de las propuestas teóricas de la Economía para la comprensión de las relaciones entre los sectores productivos y de servicios.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:	
Al finalizar el curso, el alumno:	
a) Definirá a la administración y a la mercadotecnia como conocimientos y técnicas que apoyan el ejercicio profesional así como la canalización de los productos generados por el profesionista del diseño y la comunicación visual.	
b) Definirá los vehículos de comunicación visual que se insertarán en el mercado, a partir del conocimiento que proporciona la mercadotecnia.	
c) Integrará los conocimientos sobre economía, administración y mercadotecnia para aplicar la práctica profesional del diseño y la comunicación visual en proyectos específicos de cada orientación profesional.	

CONTENIDO TEMÁTICO

Unidad I: La Industria del Diseño y la Comunicación Visual

Hrs. por unidad

10

- 1.1. Tipos de empresas e instituciones
- 1.2. El producto: estándares internacionales de calidad
- 1.3. Procesos: reingeniería y productividad
- 1.4. Recursos humanos

Unidad II: La Mercadotecnia: sus aplicaciones y rentabilidad

11

- 2.1. Mercadotecnia de productos
- 2.2. Mercadotecnia de servicios
- 2.3. Mercadotecnia no lucrativa
- 2.4. Investigación de mercado
- 2.5. Planeación y desarrollo de productos y servicios
- 2.6. Implantación, organización y control de los programas de mercadotecnia

Unidad III: Mercadotecnia y Comunicación Visual

11

- 3.1. Comunicación y estrategia
- 3.2. Publicidad, promoción y propaganda
- 3.3. Desarrollo de la comunicación eficaz

Método de enseñanza sugerido: Exposición de temas, trabajos de análisis e investigación, y reportes por escrito de visitas.

Método de evaluación sugerido: Trabajos de aplicación y examen

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Berenyi, Laszlo: Variables psicológicas en la mercadotecnia

Ed. Trillas. México. 1986 (112 pp).

Córdoba Villar, Jose Luis de: Técnicas de Marketing

Deusto. 3a. Ed. Madrid. 1990 (298 pp)

Eyssautier de la Mora, Maurice: Elementos básicos de Mercadotecnia

Ed. Trillas. 2a. Ed. México. 1991 (295 pp)

Morgan, Jim: Marketing para la pequeña empresa de diseño

Ed. Gustavo Gili. Barcelona 1986. (157pp)

Kotler, Phillip: Fundamentos de Mercadotecnia

Prentice-Hall Hispanoamericana. 2a. ed. México. 1985 (648 pp)

Schoell, William F: Mercadotecnia: conceptos y prácticas modernas

Ed. Prentice-Hall. México. 1991 (822 pp)

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Schnarch Kirberg, Alejandro: Nuevo producto: estrategias para su creación, desarrollo y lanzamiento

McGraw-Hill. Bogotá-México. 1991 (187 pp)

Swann, Alan: Diseño y Marketing

Ed. Gustavo Gili. México. 1991 (144p)

LABORATORIO DE DISEÑO EDITORIAL II	
Semestre: sexto	
Carácter de la asignatura: obligatoria para la orientación en diseño editorial	
Créditos: 8	
Horas por semana: 6	
Horas por semestre: 96	
Horas teóricas: 2	
Horas prácticas: 4	
Seriación: Diseño Editorial I	
Tipo de asignatura: teórico-práctica	
OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:	
Conocer y aplicar el proceso del dictamen editorial en una edición colectiva. Elegir las estrategias de comunicación visual más convenientes, llevando a la práctica las convenciones editoriales básicas.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:	
Al finalizar el curso el alumno:	
a) Conocerá el proceso del dictamen editorial, que hace posible la selección y aprobación de un manuscrito para su publicación.	
b) Analizará y seleccionará la(s) estrategia(s) de comunicación visual que permitan alcanzar la mejor integración entre palabra e imagen.	
c) Identificará y aplicará las convenciones editoriales necesarias para la correcta composición de un texto.	
d) Participará colectivamente en la edición integral de un cuaderno visual, que cubrirá los tres elementos principales del proceso editorial.	

CONTENIDO TEMÁTICO	Hrs. por unidad
Unidad 1: El dictamen editorial	32
1.1. Trayectoria del manuscrito al ejemplar impreso	
1.2. Integración y funcionamiento de un consejo editorial	
1.3. La decisión de publicar: ética y praxis	
Unidad II: Estrategias de comunicación visual	32
2.1. Integración de la palabra y la imagen	
2.2. Los mecanismos de la lectura	
2.3. El texto como potencia de la suma de las partes	
2.4. El proceso creativo: del arquetipo a la idea original	
Unidad III: Las convenciones editoriales en la práctica	32
3.1. Normas ortotipográficas	
3.2. Créditos editoriales y autorales	
<i>Proyecto: Edición colectiva de un cuaderno visual.</i>	

Método de enseñanza sugerido: Gestión múltiple (*alumno*: traslado de ideas a proyectos concretos, práctica de la lecto-escritura, interacción en grupo para la verbalización de conceptos nuevos; *profesor*: exposición oral, elaboración de material didáctico; *entorno*: conferencias, museos, cine, teatro).

Método de evaluación sugerido: Formativa, diagnóstica y sumativa (puntuación secuencial relativa).

Actividades de aprendizaje sugeridas: *Ejercicios manuales, realización de proyectos, asistencia a clase, preparación de exámenes escritos, intervenciones orales en clase, elaboración de resúmenes de lecturas y reportes de visitas, distribución de material didáctico.*

BIBLIO-HEMEROGRAFÍA BÁSICA:

AAVV: El país, libro de estilo
Ed. El país, Madrid (526 pp)

Harold, Evans: Diseño y compaginación de la prensa diaria

Ed. Gustavo Gili, Barcelona 1988 (207 pp)

Martínez de Sousa, José: Diccionario de tipografía y del libro

Ed. Labor, Barcelona 1974 (545 pp)

Owen, William: Diseño de revistas

Ed. Gustavo Gili, Barcelona 1991 (244 pp)

Sagone, Miguel Ángel: Normas para la presentación de originales

Ed. UAM-Xochimilco, México 1991 (81 pp)

Thompson, Bradbury: The art of the graphic design

Ed. Yale University, New Haven 1988 (218 pp)

Zavala, Lauro, El dictamen editorial: Un modelo para armar

Ed. UNAM, México 1990 (26 pp)

Zavala, Roberto, El libro y sus orillas. Tipografía, originales, redacción,

Corrección de estilo y de pruebas

Ed. UNAM, México 1994 (397 pp)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

Libros de México (revista trimestral)

Ed. Centro de Promoción del Libro Mexicano (Cepromex) de la Caniem, México, (primer trimestre) 1994

Graphis advertising

Ed. Graphis Press, Suiza Marzo

U&lc (revista)

International Typeface Corporation, EUA 1987

MORFOLOGÍA PARA EL DISEÑO II
Semestre: sexto
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: 4
Horas por semana: 3
Horas por semestre: 48
Horas teóricas: 1
Horas prácticas: 2
Seriación: Morfología para el diseño I
Tipo de asignatura: teórico-práctica
OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:
Introducir al alumno al estudio de la morfología como herramienta de construcción en el diseño aplicado a los vehículos de comunicación visual
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:
Al finalizar el curso, el alumno:
a) Comprenderá a la forma y su composición como sistema
b) Comprenderá y aplicará los procedimientos de la proporción armónica para la obtención de sistemas

CONTENIDO TEMÁTICO	Hrs. por unidad
Unidad I: Isometría	6
1.1 División isométrica	
1.2 Redes	
1.2.1 División	
1.2.2 Suma	
Unidad II: Sistema de proporción armónica	7
2.1 Sistema modular	
2.2 Sistema de proporción áurea	
2.3 Sistema de proporción de los rectángulos: armónicos	
2.4 Sistema de rectángulos sub-armónicos	
2.5 Compás de proporciones	
Unidad III: Aplicaciones de teoría de simetría y proporción	7
3.1 operaciones de transformación	
3.1.1 Alargamiento	
3.1.2 Cambio de perímetro	
Unidad IV: Anamorfismo	7
Unidad V: Heterometría	7
5.1 Diagrama o traza de composición	
Unidad VI: Estructuras tridimensionales y su transformación	7
Unidad VII: Simetría y proporción en formas naturales	7
7.1 Análisis	
7.2 Propuestas	

Método de enseñanza sugerido: Exposición y demostración; ejercicios en clase y su aplicación al diseño.

Método de evaluación: Examen, récord de ejercicios en clase y concurso de las aplicaciones.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Matila Ghyka. Estética de las proporciones en la naturaleza y las Artes.

Ed. Poseidón. México, 1988

Wolf y KuHn. Forma y Simetría.

Ed. Eudebe. Buenos Aires, 1985

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Bonsieppe, Gui. Teoría y práctica del Diseño Industrial

Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, 1986

SISTEMAS DE IMPRESIÓN EDITORIAL II	
Semestre: sexto	
Carácter de la asignatura: obligatoria para la orientación en Diseño editorial, optativa para las demás orientaciones profesionales.	
Créditos: 6	
Horas por semana: 6	
Horas por semestre: 96	
Horas prácticas: 6	
Seriación: Sistemas de impresión editorial I	
Tipo de asignatura: práctica	
OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:	
Transmitir al alumno la capacidad para planear, integrar, dirigir y organizar las diferentes partes del proceso de reproducción impresa, así como distinguir y recopilar los elementos materiales, mecánicos y humanos inherentes al mismo para obtener un producto editorial. Asimismo transmitir los conocimientos para planear, dirigir y llevar a cabo procesos de investigación y desarrollo de nuevos productos editoriales.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:	
Al finalizar el curso, el alumno:	
a) Conocerá los diferentes sistemas y equipos de impresión, sus principios básicos de operación y manejo, características mecánicas, materiales e insumos diferentes a los sustratos y tintas.	
b) Distinguirá los principios de seguridad industrial y elementos de protección ambiental, ecológica, e iluminación.	
c) Adquirirá los conocimientos básicos para la integración de las nuevas tecnologías en sus diferentes tendencias y variedades.	
d) Conocerá los diferentes sistemas y operaciones de acabado aplicables a un producto editorial específico.	
e) Adquirirá los conocimientos necesarios para determinar el costo y viabilidad de reproducción del producto editorial impreso..	
f) Distinguirá las características de trabajo que presenta cada modelo de máquina de impresión.	
g) Conocerá el proceso para la realización de las matrices de impresión.	
h) Conocerá las técnicas de fotomecánica como un auxiliar en los sistemas de impresión	
i) Realizará investigaciones en relación al impacto social de los medios impresos	
j) Establecerá una crítica formal de los medios de impresión realizando una práctica vinculada con el campo profesional	

CONTENIDO TEMÁTICO

Unidad I: Prensa

- 1.1. Papel
- 1.2. Tinta
- 1.3. Condiciones mecánicas
- 1.4. Prensa mecánica
- 1.5. Prensa electrónica-digital
- 1.6. Evaluación de pruebas de capillas
- 1.7. Evaluación de calidad de impresión

Hrs. por unidad

32

Unidad II: Acabado

- 2.1. Encuadernación
- 2.2. Plastificado y barnizado
- 2.3. Suaje
- 2.4. Otros acabados
- 2.5. Empacado

32

Unidad III: Presupuestos

- 3.1. Papel

32

- 3.2. Matrices fotográficas
- 3.3. Matrices mecánicas
- 3.4. Originales
- 3.5. Preparación de prensa
- 3.6. Tiraje
- 3.7. Acabados
- 3.8. Indirectos

Método de enseñanza sugerido: Expresión teórica del maestro con apoyos audiovisuales y visitas a talleres.

Método de evaluación sugerido: Presentación de dos exámenes escritos con elaboración de un trabajo práctico y participaciones en clase.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Bann, David: Corrección de pruebas de color

Ed. Gustavo Gili. México 1992

Bann, David: Introducción a la reproducción en la industria gráfica

Ed. Tellus. Madrid 1988

Beltrán, Raúl: Publicidad en medios de impresión

Ed. Trillas. México 1989

Martín, Eunaciano: Diccionario enciclopédico de las artes e industrias gráficas

Ed. Don Bosco. Madrid 1981

Turnbull, Arthur: Comunicación gráfica

Ed Trillas. México 1995

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Bonsieppe, Gui. Teoría y práctica del Diseño Industrial

Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, 1986

LECTURA, IMAGINACIÓN Y CREATIVIDAD II
Semestre: sexto
Carácter de la asignatura: obligatoria para la orientación en Diseño editorial, optativa para las demás orientaciones profesionales
Créditos: 6
Horas por semana: 3
Horas por semestre: 48
Horas teóricas: 3
Seriación: Lectura, imaginación y creatividad I
Tipo de asignatura: teórica
OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:
Introducir al alumno en el análisis y corrección de textos y fortalecer su capacidad creativa y de imaginación a través de la lectura.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:
Al finalizar el curso, el alumno:
a) Será capaz de manejar las técnicas más importantes de corrección de textos.
b) Manejará con propiedad los procedimientos básicos de lectura activa y análisis de textos.
c) Vinculará la forma tipográfica y del cuerpo del texto a su contenido.

CONTENIDO TEMÁTICO	Hrs. por unidad
Unidad I: Análisis de texto	16
1.1. Teorías sobre la lectura	
1.2. Análisis de contenido	
Unidad II: Corrección de texto	16
2.1. Desarrollo proyectivo	
Unidad III: Lectura e imaginación	16
3.1. El pensamiento y la emoción	
3.2. Textos e imágenes	
3.3. Imágenes e ideas	
3.4. El lenguaje en la educación	
3.5. La educación por el arte	

Método de enseñanza sugerido: Exposición teórica y trabajos prácticos.

Método de evaluación sugerido: Trabajos parciales y examen.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Bruner, Jerome: Realidad mental y mundos posibles

Ed. Gedisa. Barcelona 1988

Chateau, Jean: Las fuentes de lo imaginario

Ed. Fondo de Cultura Económica. México 1976

Eisner, Elliot: Educación la visión artística

Ed. Paidós. Barcelona 1995

Galifret-Granjob, Nadine: Nacimiento y evolución de la representación en el niño

Ed Trillas. México 1991

Gardner, Howard: Estructuras de la mente

Fondo de Cultrua Económica. México 1994

Gardner, Howard: Educación artística y desarrollo humano

Ed. Paidós. Barcelona 1994

Gardner, Howard: Mentes creativas

Ed. Paidos. Barcelona 1996

Hadjinicolaou, Nicos: La producción artística frente a sus significados

Ed. Siglo XXI. México 1981

Lambert Brittain, W. y Lowenfeld, Viktor: Desarrollo de la capacidad creadora

Ed. Kapeluxz. Buenos Aires 1984

Piaget, Jean: La construcción de lo real en el niño

Ed. Paidós. Barcelona

Rodríguez Estrada, Mauro: Manual de creatividad

Ed. Trillas. México 1995

Watzlawick, Paul et al: La realidad inventada

Ed. Gedisa. Barcelona/Buenos Aires 1988

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Martin, Michel: Semiología de la imagen y pedagogía

Ed. Narcea. Madrid 1987

Read, Herbert: Educación por el arte

Ed. Paidós. Barcelona 1991