

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 VIII
ORIENTACIÓN EN FOTOGRAFÍA

ANÁLISIS DE LA PROFESIÓN EN LA REALIDAD NACIONAL II

Semestre: octavo

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: Análisis de la profesión en la realidad nacional I

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) Utilizará las herramientas teóricas para la detección de problemas nacionales y será capaz de proponer soluciones pertinentes de demandas del diseño y comunicación visual.
- b) Ubicará el desempeño del profesional del Diseño y la Comunicación Visual en torno a las políticas educativas nacionales y en particular de la UNAM y su correspondencia con la realidad nacional.

CONTENIDO TEMÁTICO

Unidad I: Ambito ideológico-cultural

Hrs. por unidad

16

- 1.1. Ideología y aparatos ideológicos
- 1.2. Los medios de comunicación masiva
- 1.3. Escuela y educación
- 1.4. Análisis de la cultura nacional

Unidad II: Política educativa

16

- 2.1. Universidades públicas y privadas
- 2.2. La profesión universitaria
- 2.3. Líneas de producción de profesionista
- 2.4. Relación entre la oferta y la demanda educativa
- 2.5. El mercado laboral nacional
- 2.6. Vinculación con el sector productivo

Unidad III: La investigación científica y tecnológica

16

- 3.1. Contextos nacional e internacional
- 3.2. Análisis de la situación del Diseño y la Comunicación Visual
- 3.3. Análisis de la situación de la investigación con el Diseño y la Comunicación Visual
- 3.4. Inversión de ciencia y tecnología
- 3.5. Formación de recursos

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 México

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

FOTOGRAFÍA DIGITAL IV

Semestre: octavo

Carácter de la asignatura: obligatoria para la orientación en fotografía, optativa para las demás orientaciones profesionales.

Créditos: 8

Horas por semana: 6

Horas por semestre: 96

Horas Teóricas: 2

Horas Prácticas: 4

Seriación: Fotografía digital III

Tipo de asignatura: práctica

OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:

Introducir al alumno en los principios y fundamentos de los lenguajes de la imagen digital y su vínculo con el devenir fotográfico.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:

Al finalizar el curso, el alumno:

- a) Conocerá y analizará los productos más representativos de la imagen digital.
- b) Investigará las posibilidades de difusión de la imagen en los diversos sistemas de información.
- c) Vinculará el desarrollo de la imagen digital con las áreas de la comunicación visual.
- d) Seleccionará las técnicas y las herramientas adecuadas para el desarrollo de sus proyectos.

CONTENIDO TEMÁTICO

Unidad I: Desarrollo y discusión de conceptos históricos y definiciones **Hrs. por unidad 32**

1.1. Análisis de la imagen

Unidad II: Desarrollo y discusión elementos formales **32**

2.1. Imagen digital

2.1.1. Foto digitalizada

2.1.2. Manipulación

2.1.3. Infografía

2.1.4. Electrografía

2.1.5. Holografía

2.1.6. Sonografía

2.1.7. Internet

2.1.8. Conservación

2.2. El discurso de la imagen digital

2.3. Imagen

2.3.1. Real

2.3.2. Virtual

2.3.3. Digital

2.4. Imagen digital y comunicación visual

2.5. El diseño de la imagen digital

2.6. Fotografía digital

2.6.1. Los géneros

2.6.1.1. Retrato, desnudo, paisaje, documental, naturaleza muerta.

2.7. El discurso de la imagen digital

Unidad III: Desarrollo y discusión de técnicas

32

3.1. Conceptos básicos

3.2. Sistema analógico digital

- 3.2.1. Hardware
- 3.2.2. Software
- 3.2.3. Entradas. Procesamiento. Salidas
- 3.2.4. Unidades de medida
- 3.3. Resoluciones
 - 3.3.1. Pantalla
 - 3.3.2. Archivo
 - 3.3.3. Salida
- 3.4. Sistemas de graficación
 - 3.4.1. Vectores
 - 3.4.2. Mapa de bits
- 3.5. Modelos de color
 - 3.5.1. RGB
 - 3.5.2. CMYK
 - 3.5.3. Indexado
- 3.6. Formatos de archivo
- 3.7. Ejercicios

Método de enseñanza sugerido: Exposición teórica apoyada con materiales audiovisuales.

Método de evaluación sugerido: Trabajos parciales y examen.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

AAVV: Photoshop

Simon & Schuster Company/Prentice Hall Hispanoamericana. México 1996

Hearn y Baker: Gráficas por computadora

Prentice Hall, México, 1995.

Cajigas, Eneko: El Infografista

Ed. Anaya. Madrid 1995

Droblas Greenberg, Adele y Greenberg, Seth: Manual de Photoshop

Mc Graw Hill/Interamericana. Madrid 1994

Fontcuberta, Joan: Estética fotográfica

Ed. Blume. Barcelona 1984

Margulis, Dan: Photoshop profesional. Corrección de color, retoque y manipulación

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

AAVV: Multimedia

Ed B (Grupo Z). Barcelona 1996

Cadoz, Claude: Las realidades virtuales

Ed Debate. Madrid 1994

Langford, Michael: The darkroom handbook

De. Alfred A. Knof U.S., 1991

FOTOGRAFÍA ESPECIALIZADA IV

Semestre: octavo

Carácter de la asignatura: obligatoria para la orientación en fotografía, optativa para las demás orientaciones profesionales.

Créditos: 9

Horas por semana: 6

Horas por semestre: 96

Horas Teóricas: 3

Horas Prácticas: 3

Seriación: Fotografía especializada III

Tipo de asignatura: teórico-práctica

OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:

Introducir al alumno al estudio de la toma fotográfica del cuerpo humano como elementos fotográfico así como a las técnicas de toma y modificación específicas del género.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:

Al finalizar el curso, el alumno:

- a) Conocerá los principios básicos de la toma fotográfica del cuerpo humano
- b) Conocerá las técnicas principales de la toma del cuerpo humano
- c) Reconocerá la respuesta a la luz de la piel y será capaz de controlar y modificar su respuesta de acuerdo a un sentido fotográfico específico
- d) Conocerá algunas las interpretaciones y connotaciones culturales que se han asignado a las imágenes del cuerpo humano.

CONTENIDO TEMÁTICO

Unidad I: Conceptos históricos y definiciones

Hrs. por unidad
32

- 1.1. Foto del Producto artístico
- 1.2. Restauración fotográfica
- 1.3. Fotografía industrial
- 1.4. Fotografía científica

Unidad II: Elementos formales

32

- 2.1. El lenguaje de la foto del producto artístico y la relación foto producto artístico
- 2.2. Calibración y control de calidad
- 2.3. La ciencia y la percepción

Unidad III: Técnicas

32

- 3.1. Técnicas de fotografía del prod. artístico
- 3.2. Técnicas de restauración fotografica
- 3.3. Técnicas de fotografía industrial
 - 3.3.1. Rayos X
 - 3.3.2. Infrarrojo
- 3.4. Técnicas de fotografía científica
 - 3.4.1. Foto médica
 - 3.4.2. Astronómica
 - 3.4.3. Aérea
 - 3.4.4. Microfotografía
 - 3.4.5. Macrofotografía

Método de enseñanza sugerido: Exposición teórica y ejercicios prácticos de toma fotográfica.

Método de evaluación sugerido: Trabajos parciales y examen

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

AAVV: Enciclopedia Focal de la fotografía

Ed. Omega V1 y V2

Gallo, Max: The poster in history

New american library, times mirror, U.S.A. 1974, 187 p.

Hedgecoenn Blame: Manual de Técnicas Fotográfica

Ed. Hermann Blame, Madrid, 1995

Hill, Paul: Diálogo con la fotografía

Ed. Gustavo Gill, Barcelona 1980, 384 p.

Langford, Michael: The darkroom hanelbook

De. Alfred A. Knof U.S., 1991

Rédacteurs des éditions TIME-LIFE: L'appareli photographique.

Verona 1971, 236 p.

Sayag, Alain: De la photographie comme un des beaux-arts

Centre national de la photographie, Francia 1989, 62 p.

Smith, Bill: Designing a photograph

Ed. American photograph, USA. 1985

Souges, Marie Loup: Historia de la fotografía

Turner, Peter: History of photography

Brompton Books corp., USA 1987, 220p.

Hecho en Latinoamérica, Memorias del primer coloquio

latinoamericano de fotografía. Consejo Mexicano de fotografía México 1978. 110 p.

15 ans de photographie au college de Matane, Indice, Galerie d'art de Matane inc. Matane, Canada 1991, 40 p. (catálogo)

La photographie de 1900 a 1950 Museé d'anrt contemporain de Québec, Montreal, Canada 1978, 36 p.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Costa, Joan: La fotografía entre la Sumisión y Subersión

Ed. Zigna Trillas, México. 1993

Flaser, Vilem: Hacia una filosofía de la fotografía

Ed. Zigna Trillas, México. 1994

Fontcuberta, Joan: Estética fotográfica

Ed. Blume. Barcelona 1979

Sontag, Susan: Sur la photographie

Ed. du Seuil, París 1983, 240 p.

FOTOGRAFÍA EXPERIMENTAL IV

Semestre: octavo

Carácter de la asignatura: obligatoria para la orientación en Fotografía, optativa para las demás orientaciones profesionales.

Créditos: 7

Horas por semana: 5

Horas por semestre: 80

Horas Teóricas: 2

Horas Prácticas: 3

Seriación: Fotografía experimental III

Tipo de asignatura: teórico-práctica

OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:

Introducir al alumno al estudio de la creación de la imagen a partir de las herramientas y técnicas para vincular su lenguaje con las formas de expresión, rompiendo y traslapando las fronteras de la expresión plástica (estética) a través de la experimentación y la reflexión.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:

Al finalizar el curso, el alumno:

- a) Interpretará las posibilidades de manipulación y experimentación que se dan en la imagen fotográfica.
- b) Reflexionará sobre las posibilidades expresivas, experimentales y de aplicación entre las técnicas tradicionales y las técnicas digitales.
- c) Seleccionará las técnicas y las herramientas adecuadas para el desarrollo de proyectos personales.

CONTENIDO TEMÁTICO

Unidad I: Conceptos históricos y definiciones

Hrs. por unidad

26

1.1. Evolución histórica de las técnicas y su relación con otros eventos de producción de imágenes

1.1.1. Fotografismo

1.1.2. Diseño fotográfico

1.1.3. Lo gráfico fotográfico

Unidad II: Elementos formales

26

2.1. Evaluación y aplicación del lenguaje de las diferentes técnicas en la actualidad

2.2. Manipulación y alteración de la imagen

Unidad III: Técnicas y materiales

28

3.1. Químicos no comerciales

3.1.1. Viradores

3.1.2. Reductores

3.1.3. Reforzadores

3.1.4. Intensificadores

3.1.5. Revelados parciales

3.1.6. Tramados fotomecánicos

Método de enseñanza sugerido: Exposición teórica apoyada con materiales audiovisuales.

Método de evaluación sugerido: Trabajos parciales y examen.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Fontcuberta, Joan: Estética fotográfica

Paidós. Barcelona 1988

Fontcuberta, Joan: Foto diseño

Rotovisión. Barcelona 1989

Langford, Michael: Manual de Laboratorio Fotográfico

Ed. Herman Blume, Barcelona, 1993

Langford, Michael: Enciclopedia Completa de la Fotografía

Ed. Herman Blume, Barcelona, 1990

Langford, Michael: Tratado de la Fotografía

Ed. Herman Blume, Barcelona, 1986

Irvin J.R.: Imagen impresa y conocimiento

De. Gustavo Gil, Barcelona, 1992

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Barthes Roland: La cámara lúcida

Gustavo Gil Barcelona, 1989

Dubois, Philippe: El acto fotográfico

Ed. Paidós. Barcelona 1994

MEDIOS DE COMUNICACIÓN II
Semestre: octavo
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: Medios de comunicación I
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) Identificará y valorará la propaganda y la publicidad como una actividad profesional en el desarrollo socioeconómico del país.
b) Conocerá y aplicará las técnicas del proceso creativo en la comunicación gráfica.
c) Sabrá diseñar estrategias de comunicación y el plan de medios para la difusión de mensajes.
d) Describirá los principales medios de difusión, su organización dentro de las campañas de propaganda y publicidad y sus formas de presentación.
e) Identificará los elementos de la creatividad y su utilización en la propaganda y la publicidad.
f) Identificará los factores y la dinámica de la imaginación y su aplicación en el proceso creativo de la comunicación.
g) Identificará la dinámica del proceso creativo en la propaganda y la publicidad.
h) Identificará los elementos que componen una campaña publicitaria o propagandística.
i) Sabrá generar ideas de comunicación masiva a partir de las características de los satisfactores y de las necesidades que satisfacen al receptor de mensajes.

CONTENIDO TEMÁTICO	Hrs. por unidad
Unidad I: Creatividad	12
1.1. Concepto creativo	
1.2. Dinámica de la creatividad	
1.3. Aplicaciones de la creatividad	
1.4. La creatividad en la publicidad y propaganda	
1.5. Elementos de la creatividad publicitaria y propagandística	
Unidad II: El proceso creativo	12
2.1. Concepto de idea	
2.2. Elementos de la idea	
2.3. Etapas del proceso creativo	
2.4. Recopilación de información	
2.5. Análisis del material preliminar	
2.5.1. La incubación	
2.5.2. El alumbramiento	
Unidad III: Creación de ideas	12
3.1. Creación de idea	
3.1.1. Publicitaria	
3.1.2. Propagandística	
3.2. Creación de ideas a partir de satisfactores	
3.2.1. Necesidades aparentes	

- 3.2.2. Necesidades ocultas
- 3.3. Consumo de ideas
 - 3.3.1. Culturales
 - 3.3.2. Educativas
 - 3.3.3. Políticas
 - 3.3.4. Comerciales

Unidad IV: Estrategia general de comunicación

12

- 4.1. Posicionamiento
- 4.2. Objetivo meta
- 4.3. Público
 - 4.3.1. Primario
 - 4.3.2. Secundario
- 4.4. Estrategias y tácticas
- 4.5. Mezcla de comunicación
 - 4.5.1. Propaganda / publicidad
 - 4.5.2. Promoción de ventas
 - 4.5.3. Relaciones públicas
 - 4.5.4. Material punto de venta
 - 4.5.5. Fuerza de venta
 - 4.5.6. Marketing personalizado
 - 4.5.7. Correo directo
- 4.6. Plan de medios
 - 4.6.1. Selección y composición
 - 4.6.1.1. Medios impresos
 - 4.6.1.2. Medios audiovisuales
 - 4.6.2. Formatos
 - 4.6.2.1. Medios directos
 - 4.6.2.2. Publicidad y propaganda exterior
 - 4.6.2.3. Punto de venta
 - 4.6.2.4. Publicidad corporativa
 - 4.6.2.5. Propaganda política
 - 4.6.3. Tarifas

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.
- Hadjinicolaou, 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 semiologia
Ed s xxi. México, 1980
- Roszak, Theodore:** El culto a la infromación
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.

Directorio de publicidad exterior.

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.