

ESTUDIO PRELIMINAR

Bases para una evaluación
de la carrera de Diseño Gráfico

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO - UNNE

ESTUDIO PRELIMINAR

Bases para una evaluación del Plan de Estudios
de la Carrera de Diseño Gráfico / FAU - UNNE

Comisión Asesora de la Carrera de Diseño Gráfico.
Secretaría de Desarrollo Académico y Dirección de Carreras.
Facultad de Arquitectura y Urbanismo - UNNE

– Marzo 2018

Equipo de trabajo

DOCENTES

**DG Anibal Pautazzo / DG Mariela Carreri / DG Cesar Augusto /
DG Mauricio Zaya / DG Darío Saade / Esp. DG Alcides Garófalo /
Lic. Adriana Echeverría / DG Fernando Estevez**

EGRESADOS

DG Karina Diaz Ott / DG Alejandro Sosa / DG Rosana Lezcano

ALUMNOS

Alejandro Jockmanovich

DOCENTES COLABORADORES

Mgter. DG Ludmila Strycek / Téc. en CS Martha Casco

Objetivos

— General

Promover y coordinar un proceso de evaluación del plan de estudios tendiente a su actualización y optimización.

— Específicos

1. Retomar lo producido en instancias previas de evaluación de la carrera de Diseño Gráfico con el fin de reunir las observaciones hechas en relación al plan de estudios.
2. Construir un cuerpo documental suficientemente amplio, completo y actualizado para sustentar futuras decisiones en torno a ajustes y cambios en el plan de estudios.

Metodología

- Revisión de los documentos producidos en instancias previas de evaluación de la carrera de Diseño Gráfico.
- Construcción de un modelo metodológico de trabajo que contemple todas las dimensiones vinculadas a la temática.
- Investigación documental y de campo de los diversos contextos implicados.
- Definición de parámetros de análisis.
- Detección de requerimientos.

MAPEO GENERAL DE TRABAJO



Fig. 1 / Mapeo general de trabajo. Elaboración propia.

FUENTES DE INFORMACIÓN



Fig. 2 / Fuentes de información. Elaboración propia.

INTRODUCCIÓN – **4**

INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL – **7**

→ Contexto disciplinar – 8

→ Contexto académico – 10

→ Contexto institucional – 13

→ Contexto laboral – 16

EVALUACIÓN GENERAL DE LA CARRERA – **17**

CONCLUSIONES PRELIMINARES – **24**

FUENTES DE CONSULTA – **27**

ANEXOS – **29**



Introducción

El pasado año se han cumplido 20 años de la creación de la carrera de Diseño Gráfico de la UNNE, una de las dos únicas ofertas de grado en universidades públicas del norte del país. Con más de 1000 egresados, el impacto positivo de la carrera en el ámbito público, privado y de la sociedad civil en Resistencia, Corrientes y alrededores está a la vista, en franco crecimiento y evolución.

En estas dos décadas la dinámica de la disciplina y los requerimientos del mercado laboral y productivo se han transformado radicalmente, sin embargo nuestra carrera no ha logrado adaptarse completamente desde su propuesta curricular. El Plan de Estudios aprobado en 1996, año de su creación, está aún vigente sin cambios sustanciales, no así la realidad diaria de la carrera que fue adaptándose en algunos aspectos.

Durante la segunda mitad de la historia de nuestra carrera hubo varios intentos de revisión de la misma, cada una con sus características particulares y sus logros parciales. Sin embargo, la mayoría de los aportes construidos en cada oportunidad convergen en un conjunto de problemáticas que siempre estuvieron presentes y al día de hoy siguen vigentes; una de ellas se relaciona con **la necesidad imperante de actualizar el Plan de Estudios de nuestra carrera**, tanto en su forma como en su contenido. Debido a la escala de las evaluaciones previas—la Carrera en todas sus dimensiones)— en ninguna de las oportunidades se llegó a profundizar la mirada específicamente sobre el Plan de Estudios.

Producto de dichas instancias, en la actualidad se cuenta con un conjunto de observaciones generales respecto de cuestiones muy específicas relacionadas al PE. Los siguientes son algunos de los requerimientos y demandas recogidos:

1. En relación al **contenido** del PE:
 - Garantizar la vigencia y proyección a futuro.
 - Reformular el perfil de egreso.
 - Replantear la estructura curricular y los contenidos curriculares.
 - Fortalecer la formación teórica.
 - Incorporar cambios ya vigentes en las Cátedras.
2. En relación a la **gestión** para su efectivo funcionamiento:
 - Contar con una Dirección de Carrera.
 - “Provocar” la integración de contenidos.
 - Lograr una articulación horizontal y vertical.
 - Promover la autogestión del conocimiento.
 - Enseñar a pensar y generar propuestas y que los docentes lo respeten.
 - Incorporar temáticas reales y locales.
 - Incorporar charlas de docentes y profesionales (propios y externos).

En los últimos años se han hecho avances aislados pero, al no formar parte de un plan integral, no han generado el impacto necesario en la carrera.

ETAPAS DEL PROCESO DE EVALUACIÓN



Fig. 3 / Esquema síntesis de actividades de evaluación de la carrera efectuadas hasta el momento.

Bases para una evaluación del Plan de Estudios

A raíz de la situación presentada, hacia mediados del año 2017 se inició un proceso de investigación tendiente a sentar las bases que posibiliten un estudio pormenorizado del mismo, contemplando todas las variables implicadas en lo que significa evaluar el diseño curricular de una carrera de diseño en el siglo XXI. Durante este periodo se ha realizado un trabajo de relevamiento y análisis de información tendiente a construir una perspectiva más amplia y actualizada sobre la disciplina y la formación de los diseñadores de la UNNE.

El trabajo se ha abordado en base a cuatro dimensiones de análisis con la intención de estudiar los temas centrales en torno a los cuales se considera necesario llevar adelante una posterior discusión con todos los actores de la comunidad académica de la carrera:

1. **CONTEXTO DISCIPLINAR:** Intenta responder a las preguntas fundamentales ¿Qué es el diseño hoy? ¿Hacia dónde se dirige?
2. **CONTEXTO ACADÉMICO:** Un mapeo de la oferta de formación de nivel superior, tanto a nivel nacional como internacional.
3. **CONTEXTO INSTITUCIONAL,** el cual consta de dos bloques:
 - Las implicancias de la nueva normativa a nivel nacional en torno a las carreras universitarias de diseño.
 - Un esbozo del panorama que se presenta en nuestro país para los profesionales del diseño.
4. **CONTEXTO LABORAL:** Muestra una suerte de radiografía del quehacer diario de un diseñador en la actualidad, movilizada por la pregunta: ¿Qué tipo de diseñador se necesita en nuestra región?

Se desarrolla a continuación una síntesis general de cada uno de los mismos; en el apartado de Anexos se encuentra todo el material analizado que permitió arribar a las conclusiones preliminares.



Investigación documental

1. CONTEXTO DISCIPLINAR

Redefinición del perfil profesional

El diseño está cambiando

Cada vez se hace más evidente que el diseño, a escala global, está mutando hacia nuevos escenarios de acción y ello impulsa una actualización de su campo disciplinar.

En términos generales, se está adoptando la “cultura proyectual” del diseño en ámbitos totalmente nuevos. No sólo se diseñan espacio, productos y mensajes, sino también interacción, servicios y organizaciones. Cada vez con más fuerza se está posicionando el concepto del *design thinking* —como abordaje sobre los procesos orientados a resolver problemas de manera creativa y descubrir nuevas oportunidades— y la implementación del modelo *design driven business*¹ como nuevo paradigma de empresas globales exitosas; tal es el caso de Amazon, Pinterest, Google, Airbnb, IBM, Starbucks, Apple, Whirlpool, por citar algunas de las más conocidas.

Las universidades más importantes del mundo están sumando a su oferta académica carreras impensadas hace una década atrás: *Diseño Transdisciplinario*, *Diseño Estratégico y Administración* (Parsons New School, EUU), *Diseño de servicios*, *Diseño para la innovación social* y *Diseño Transicional* (Carnegie Mellon University, EE UU), *Diseño Digital y de Interacción* (Politécnico di Milano, Italia), *Diseño de Información e Interfaces* (London College of Communication, Inglaterra), *Innovación en Diseño y Diseño de Servicios* (Glasgow School of Arts, Escocia), entre otros.

Consolidación del Diseño de Comunicación

En la última década se fue reorientando el perfil del diseñador desde el plano de lo estrictamente gráfico hacia la comunicación visual en general.

Se observa una creciente tendencia en la educación superior, tanto en nuestro país como en Latinoamérica y el resto del mundo, a superar el ámbito de lo *gráfico* en la formación de diseñador —vinculado tradicionalmente a los objetos impresos— para enfocarse en la *comunicación visual* de un modo más abarcativo e integrador, incluyendo así el rol del usuario en el procesos de construcción social de la comunicación, lo cual amplía y diversifica el campo de acción hacia nuevas fronteras.

Abonan esta perspectiva el trabajo desarrollado por autores destacados en el ámbito del diseño como Joan Costa y Jorge Frascara, quienes abogan desde hace casi dos décadas sobre este cambio en relación a la definición disciplinar.

Otro de los posibles factores que influyeron en este cambio es el documento “Design Education Manifesto” publicado por Ico-D (ex Icograda) en 2011² donde se propone esta reorientación dentro del diseño, definiendo a la Comunicación Visual como “(...) una actividad intelectual, creativa, estratégica, técnica y de dirección. Esta actividad involucra esencialmente la producción de soluciones visuales para problemas de comunicación. El diseño de comunicación se ha convertido en una profesión que incorpora cada vez más las expresiones y los enfoques de otras disciplinas en un resultado visual híbrido y pluridimensional.” En el mismo se expresa a su vez las características del nuevo campo profesional como así también los lineamientos necesarios en la formación de los futuros profesionales.

¹ Negocios impulsados por el diseño.

² <http://www.ico-d.org/resources/design-education-manifesto#the-manifesto>

Innovación e Industrias Creativas

Otro de los puntos clave en este panorama es el rol fundamental que se le está asignando al diseño en tanto motor de avance de la actividad productiva, principalmente en su vinculación con la innovación y la conformación de las denominadas *Industrias Creativas*.

El Banco Interamericano de Desarrollo las ha denominado “Economía naranja” –basado en el concepto “Economía Creativa”³– y las defino como un “(...) conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios, y cuyo valor puede estar basado en la propiedad intelectual (...) El universo naranja está compuesto por dos partes: 1) la economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales; y 2) las áreas de soporte para la creatividad.”⁴

Esta nueva concepción está basada en lo que está sucediendo hace un tiempo en la economía mundial. Según el BID “Estos servicios basados en la creatividad generaron globalmente, en 2012, un total de 547.000 millones de dólares (Unctad) y 29,5 millones de empleos, equivalentes estos últimos a los de Gran Bretaña. Para América Latina y el Caribe, la economía naranja significó 1,9 millones de puestos de trabajo en el 2015, comparables con los que genera toda la economía de Uruguay o Costa Rica.”

Pero lo más destacable de este escenario es que actualmente nuestro país participa de manera activa y en aumento. “Según SINCA [Sistema de Información Cultural Argentino], las industrias creativas representan más del 3% del PBI de la Argentina. El diseño, la edición de libros y la producción audiovisual fueron los sectores con mejor desempeño en 2016, según la UNCTAD [Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo].”⁵

“El rol de la innovación se transformó totalmente. En la actualidad, la innovación no es ni para unos pocos ni tampoco para los más ricos; es la fuerza motriz de la presencia de las empresas en el mercado.”⁶

Tal es la relevancia de este sector de la economía que la próxima Exposición Internacional –recientemente adjudicada a la ciudad de Buenos Aires para el año 2023– lleva como lema “Industrias creativas en la convergencia social”.

³ “La economía creativa, definida por [John] Howkins, comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos.” Buitrago Restrepo, Felipe; Duque Márquez, Iván (2013) *La Economía Naranja. Una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo. Puntoaparte Bookvertising. Colombia.

⁴ Luzardo, Alejandra (2017) “Economía Naranja. Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe”. Banco Interamericano de Desarrollo.

⁵ www.infobae.com/tendencias/innovacion/2017/09/23/economia-naranja-una-gran-oportunidad-para-argentina

⁶ Morace, Francesco. Innovación y gusto de la experiencia. La ciudad como laboratorio y la ciudadanía como valor responsable.

2. CONTEXTO ACADÉMICO

Actualización de la oferta académica

Panorama internacional

Los programas formativos en Europa y Estados Unidos reflejan de manera clara este nuevo escenario en el que se mueve el diseño en el mundo.

El crecimiento de las tecnologías digitales de comunicación impulsaron la creación de carreras pensadas para este campo: *Diseño y Tecnología* (Parsons New School, EE. UU.), *Diseño de Información e Interfaces* y *Diseño de Comunicación Interactiva* (London College of Communication, Inglaterra), *Diseño de Interacción Digital* (ELISAVA - Escuela UNiversitaria de Barcelona, España), entre otras.

Algo similar sucede en algunas universidades de Latinoamérica, aunque con menor profusión: *Diseño Multimedia* (Universidad ORT, Uruguay), *Animación y Arte Digital* (Tecnológico de Monterrey, México), y *Diseño Gráfico y Digital* (Universidad La Salle, México), por citar algunos. En el caso de nuestro país fueron las universidades privadas las que más se han hecho eco de esta tendencia (Maimónides, UM, Champagnat, UCP, UADE, UNSTA).

Por otra parte, la gran mayoría de las carreras de grado, tanto en países angloparlantes como en toda Latinoamérica, están orientadas a la *comunicación visual*, dejando al Diseñador Gráfico como una titulación intermedia o de formación técnica.

Existen aún carreras que mantienen el título de Diseño Gráfico pero lo hacen incorporando los medios audiovisuales e interactivos en sus programas o incluso combinando ambos perfiles (por ejemplo, *Graphic Communication Design* en el Reino Unido); esto se puede observar mayormente en Europa y Estado Unidos.

Oferta de grado en Argentina

Actualmente nuestro país cuenta con una amplia oferta de carreras de grado vinculadas al diseño y la comunicación visual: 13 en universidades públicas, incluyendo la nuestra, y 21 en universidades privadas.

A continuación se exponen las características más destacables de las mismas:

– Modificación de la oferta de grado en diseño

- a. Creación de nuevas universidades públicas con modelos de carrera y estructura curricular diferentes (UNNOBA / UNLA).
- b. Incorporación de nuevas carreras en universidades privadas con abordajes innovadores:
 - Universidad San Andrés: Carrera de Diseño, con un enfoque transversal a todas las orientaciones conocidas.
 - Siglo 21: Posibilidad de una segunda titulación (Lic. en Publicidad) y una Certificación complementaria en “Competencias Emprendedoras”
 - UCALP: Licenciatura en Diseño Visual con dos posibles orientaciones (Producción Visual / Gestión del Diseño).

– Diversificación de perfiles de carrera

a. Cuatro diferentes *denominaciones*:

- En universidades públicas:
 - Diseño **Gráfico**: 5 carreras
 - Diseño de **Comunicación Visual**: 4 carreras
 - Diseño **Gráfico y Multimedia / Multimedial / Nuevos Medios**: ninguna
 - Otras: **Diseño Visual** (Universidad Nac. de Río Negro)
- En universidades privadas
 - Diseño **Gráfico**: 7 carreras
 - Diseño de **Comunicación Visual**: 5 carreras
 - Diseño **Gráfico y Multimedia / Multimedial / Nuevos Medios**: 4 carreras
 - Otras: **Diseño** (Univ. de Mendoza. y Univ. Champagnat).

b. Dos *niveles de grado*:

- La mitad de las carreras en universidades públicas tienen título de **Licenciatura** con *5 años de duración*, pero sólo 1 con *título intermedio* (UNNOBA: Téc. en Diseño Gráfico); las restantes tienen **títulos regulares** de grado con 4 años de duración.
- Casi todas las carreras en universidades privadas tienen un título de *Licenciatura*, pero sólo el 75% ofrecen un título intermedio⁷. Sin embargo, ninguna supera los 4 años de duración (excepto la Universidad del Cine, con 5 años).

c. Dos *modelos de titulación*: Más de la mitad de las carreras, tanto en universidades públicas como en privadas, tienen un **Proyecto Final de Carrera** (o Tesina en el caso de las Licenciaturas), mientras que el resto sigue el modelo tradicional.

d. Algunas *orientaciones*:

- En el ámbito *público* solamente la UBA ofrece la posibilidad de orientaciones: **Gestión del Diseño / Diseño de Contenidos e Interfaces / Teoría y Crítica del Diseño**,
- Mientras que en el ámbito privado son 4⁸:
 - UNIMORÓN: **DG Publicitario / DG Multimedial**
 - U. Champagnat: Lic. en Diseño con Mención en **Identidad / Editorial**.
 - UNSTA: **Diseño Gráfico / Diseño Multimedial**.
 - UP: Diseño Gráfico con orientación **Editorial / Imagen Empresarial / Packaging / Publicitario**.

– Actualización de la oferta académica

La mitad de las carreras en universidades públicas actualizó su PE *en los últimos 5 años* (Río Negro, Lanús, Buenos Aires, Rosario y San Juan).

⁷ En su mayoría denominado "Técnico Universitario", pero en muchos casos es "Diseñador Gráfico".

⁸ Ésto sucede dentro del plan de estudios de grado. En muchos casos se complementa con una oferta de posgrado con orientaciones específicas.

Espacios de especialización

En general, las universidades públicas poseen una oferta de formación de posgrado con enfoque **transdisciplinar** en temáticas que exceden al ejercicio liberal de la profesión, a saber:

- **Maestrías:** Diseño Abierto para la Innovación (UBA), Diseño para los Desarrollos Regionales (UNCUYO) y Diseño Orientada a la Estrategia y la Gestión de la Innovación (UNNOBA)
- **Especializaciones** en: Sociología del Diseño, Teoría del Diseño Comunicacional (UBA) y Gestión Estratégica y Emprendedorismo (UNSJ), entre otras.

No obstante esto existe una acotada oferta **disciplinar** en algunas áreas tradicionales del Diseño: Mestrías: Identidad, Editorial y Tipografía (UBA) y Motions Graphics (UNL); como así también en el campo digital: Especialización en Diseño Multimedial (UNCUYO), Maestría en Comunicación Digital Interactiva (UNR) y Diseño de materiales didácticos digitales (UNLP).

En el caso de las universidades privadas son mayores las posibilidades de especialización, en alguna de las áreas profesionales del diseño durante el trayecto del grado. En cambio las opciones de posgrado poseen ambas vertientes, tanto la especialización disciplinar como la transdisciplinar. Es así que se pueden encontrar titulaciones, orientaciones y posgrados:

- **Disciplinares:** Editorial (3), Identidad (2), Packaging (1), Publicidad (2), Ilustración (1), Imagen y Sonido (1), Multimedia (1) y Comunicación digital (2).
- **Transdisciplinares:** Gestión del Diseño, Creatividad e Innovación.

3. CONTEXTO INSTITUCIONAL

Un nuevo escenario socioproductivo

Diseño como política de Estado

En la última década el Estado nacional ha comenzado a hacerse eco de este nuevo panorama en el que el diseño está inserto y se ha convertido en uno de los motores fundamentales en la incorporación efectiva del diseño en la cadena de valor de la producción argentina. Prueba de ellos son los diversos programas y acciones que viene llevando a cabo:

1. **Plan Nacional de Diseño** (Ministerio de Producción) con los programas *Sello Buen Diseño* y *Pymes D*.
2. Puesta en marcha de la **Red de Ciudades Creativas**, una de las iniciativas de la **Dirección Nacional de Industrias Creativas** (Ministerio de Cultura); en este sentido la ciudad de Resistencia fue seleccionada como uno de los 8 *Nodos Creativos* del país⁹.
3. Acciones del **Centro de Investigación y Desarrollo de Diseño Industrial** (INTI)
 - *Red Nacional de Diseño*.
 - *Encuesta Laboral Nacional*.
 - *Informes sectoriales*.
 - *Charlas y capacitaciones para empresarios y emprendedores*.
4. Consolidación del **MICA - Mercado de Industrias Creativas de Argentina** (Ministerio de Cultura) y la reciente creación de la **Red MICA**¹⁰ y el **Micsur**¹¹.

Cabe mencionar también lo vertido en la iniciativa del gobierno nacional denominada **Argentina 2030**. En la formulación inicial de metas de desarrollo productivo para nuestro país, dos de las cinco actividades planteadas dentro del grupo "Conocimiento y Talento" se configuran como futuros escenarios para el diseño:

- Las **industrias creativas** (industrias audiovisuales, publicidad, industrias de contenido, arquitectura, diseño);
- La **informática** (desarrollo de software, consultoría en servicios informáticos, gestión integración y mantenimiento de aplicaciones, infraestructura y redes, videojuegos, animación y simulación).¹²

Otro de los paradigmas de presencia del estado en relación a la visibilización y promoción del diseño son las acciones concretas llevadas adelante en la ciudad de Buenos Aires como ser la creación del Centro Metropolitano de Diseño (2001) y la definición de un sector de la zona sur de la ciudad como Distrito de Diseño (2014). Es por esta y otras razones que en el año 2002 la UNESCO la incorporó a la red de ciudades creativas como "Ciudad de Diseño"¹³.

⁹ <https://redciudadescreativas.cultura.gob.ar/la-red-de-ciudades-creativas-queda-conformada-por-54-municipios/>

¹⁰ Un programa de fortalecimiento de mercados, ferias y festivales de todo el país, que busca visibilizar y potenciar un circuito de eventos culturales a través de redes de intercambio y trabajo asociativo. <https://mica.cultura.gob.ar/red-mica/>

¹¹ "MICSUR es el Mercado de Industrias Culturales del Sur, conformado por 10 países de Latinoamérica: Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, Uruguay, Perú, Paraguay y Venezuela". <https://micsur.cultura.gob.ar/mas-info>

¹² Argentina 2030. Desarrollo sostenible: actividad y competitividad. <https://www.argentina.gob.ar/argentina2030>.

¹³ <https://es.unesco.org/creative-cities/content/ciudades-creativas>

Otros casos destacables son los de las ciudades de Rosario, donde se relanzó en el año 2017 el “CEDIC - Centro de Diseño e Industrias Creativas”¹⁴, Santa Fé, con su plan de inversiones y desarrollo “Diseña Santa Fe 2017-2018”, y Mendoza.

En lo que respecta a la región NEA, existen también algunas iniciativas estatales en este sentido tales como la creación del *Departamento de Industrias Culturales* como parte del Instituto de Cultura de la Provincia del Chaco, el cual ha puesto en marcha el *Registro Cultural del Chaco*¹⁵, la realización del premio “*Corrientes Emprende Industrias Culturales 2015*” por parte del Instituto de Fomento Empresarial de la provincia de Corrientes y la creación de la “*Coordinación Provincial de Industrias Culturales*” dentro de la órbita de la Subsecretaría de Cultura de la provincia de Formosa, impulsora del “*Relevamiento de Trabajadores Culturales*”.

Programa de Calidad Universitaria

A fines del año 2016 se comenzó a implementar el Sistema Nacional de Reconocimiento Académico, donde 56 universidades públicas y privadas argentinas adherentes al convenio marco comenzaron a trabajar coordinadamente para acordar la instrumentación del mismo.

El mismo se plantea como “*Una iniciativa que promueve que las universidades, de forma voluntaria, realicen acuerdos para reconocer mutuamente trayectos formativos, para que los estudiantes puedan tener distintas alternativas en su recorrido hasta llegar a su graduación. (...) posibilitará corregir la problemática de las equivalencias entre universidades y generar condiciones para la innovación curricular con menor rigidez en los planes de estudio.*”¹⁶

Esta iniciativa del Ministerio de Educación de la Nación se implementa con lo que dieron en llamar “familias de carreras”, donde Diseño Gráfico está inscrita en la familia de “Arquitectura y Diseño” junto a las carreras de Diseño Industrial, Indumentaria y Textil e Imagen y Sonido. En pos de unificar parámetros de estudio de este gran espectro de carreras se determinó organizarlas según su objeto de estudios en tres subfamilias:

1. **Espacial:** Arquitectura y Diseño de Interiores.
2. **Objetual:** Diseño Industrial, de Indumentaria y Textil.
3. **Comunicacional:** Diseño Gráfico, Multimedia y de Imagen y Sonido (Audiovisual).

En el mes de noviembre del año 2017 la UNNE suscribió al mencionado sistema, por lo que la Facultad de Arquitectura y Urbanismo estuvo participando desde entonces con miembros de otras universidades nacionales, públicas y privadas, para concertar un conjunto de parámetros de equivalencia entre las carreras que permitan la movilidad de los estudiantes por las diferentes unidades académicas participantes.

Este escenario plantea una nueva dimensión de análisis del actual plan de estudios de nuestra carrera y nuevos parámetros de evaluación del mismo. Tal programa repercute puntualmente en tres aspectos:

- 1) El análisis de la distribución de la **carga horaria** en cada nivel, el cual no puede superar **60 RTF**¹⁷,

¹⁴ <https://www.rosario.gov.ar/web/servicios/empresas-y-emprendedores/centro-de-diseno-e-industrias-creativas-cedic>

¹⁵ <http://registroculturalchaco.com.ar/>

¹⁶ <https://www.argentina.gob.ar/noticias/que-es-el-sistema-nacional-de-reconocimiento-academico>

¹⁷ Determinada como la “*Unidad de medida base de los reconocimientos: Reconocimiento de Trayecto Formativo (...) estima en horas el tiempo de trabajo total del estudiante para el cumplimiento de los requisitos de aprobación establecido en los planes de estudio.*” Esta unidad de medida equivale a 27 a 30 horas de trabajo del estudiante, acordándose en 60 RTF el máximo para un año académico.

- 2) la redefinición de las **áreas** comunes a todas las carreras de diseño vinculados a un coeficiente —que considera la carga horaria que demanda cada uno fuera de la carga horaria presencial para el cálculo de los RTF— a saber:

- Proyecto	3
- Proyecto Final de Carrera*	3
- Forma y Representación	2,5
- Tecnologías	2,5
- Historia y Teoría	2,5
- Cs. básicas y aplicadas*	2
- Gestión y Producción	2
- Libre*	2
- Práctica Prof. Asistida*	1

** No aplican actualmente a nuestra carrera*

- 3) el establecimiento de **trayectos formativos**, definidos como bloques de contenidos mínimos desarrollados en cada una de las áreas en vinculación a los requerimientos de cada una de las carreras. Este apartado se encuentra actualmente en desarrollo dentro de los equipos de trabajo conformados a tal efecto.

4. CONTEXTO LABORAL

Delimitación de demandas

Contexto nacional

Desde el año 2013, el INTI viene realizando una serie de encuesta anuales y abiertas a todos los diseñadores del país con el fin de obtener un mapeo del campo laboral en las diversas ramas del diseño.

Los resultados de estas encuestas indican un mayor requerimiento laboral en las áreas de **Identidad y diseño web**; si bien los porcentajes variaron en cada año ambas áreas se encuentran entre las más demandadas.

Realidad regional

Para poder contar con una idea más concreta de la actividad profesional de los diseñadores gráficos egresados de la UNNE se relevó información de diferentes fuentes, tanto propias como de terceros:

- a. *Identificación de demandas de formación de alumnos y egresados* a partir de una encuesta realizada en el marco del congreso "97-17. 20 años de diseño en el NEA".
- b. *Relevamiento de portfolios*, donde se observó los trabajos expuestos en sitios web de diseñadores y estudios de diseño de la región.
- c. *Sondeo laboral* de los diseñadores por medio de una encuesta online de elaboración propia a alumnos de 4º año y egresados de nuestra carrera.

En relación a los **campos de acción laboral** se pudo constatar un alto grado de coincidencia en las diferentes fuentes de información, siendo las preponderantes:

- Identidad y Branding.
- Multimedia y Web.
- Editorial y Tipografía.
- Audiovisual.
- Redes Sociales.

En menor medida pero igualmente destacables se encuentran los campos de Fotografía, Publicidad, Gráfica General y Producción Gráfica.

En relación al **perfil profesional**, se puede observar tres perfiles:

- El principal modo de trabajo de los diseñadores es *freelance*, es decir, trabajan de manera independiente.
- En segundo lugar están los profesionales que trabajan en *relación de dependencia*.
- En menor medida son dueños de un *emprendimiento* propio.



Evaluación general de la carrera

— Antecedentes

Como se mencionara al principio del presente informe, nuestra carrera fue motivo de estudio en instancias previas por lo cual se considera menester retomar las observaciones obtenidas en tales instancias en relación al Plan de Estudio ya que, entre otras cuestiones, el mismo no ha sufrido modificaciones sustanciales y los déficits detectados siguen en su mayoría vigentes. Éstos son:

1. Estudio Diagnóstico - 2012

En el Informe Preliminar¹⁸, presentado por el Comité Académico y la Comisión Permanente de Autoevaluación de nuestra carrera, se arribó a las siguientes observaciones:

→ **Perfil de formación y perfil del egresado:**

- No respetan el formato para Planes de estudios que la UNNE institucionalizó hacia el año 1997, por ser el diseño del Plan de estudios previo a este año. Ambos están incompletos.
- Es inconsistente con la realidad de la región y no tiene proyecciones a futuro, debido a que no fue revisado y actualizado.

→ **Intensidad de la formación práctica:**

- Ciclos y áreas: Están contemplados en el Plan de Estudios pero no se han implementado, debido a que no se dieron las condiciones necesarias.
- Gradualidad y complejidad de los contenidos: se evidencian saltos cualitativos en materias troncales respecto de los contenidos y las prácticas pedagógicas.
- Integración Teoría-Práctica: se plantea en los programas de las asignaturas pero el rendimiento académico de los alumnos evidencia la falta de implementación en las mismas.

→ **Articulación horizontal y vertical:** Si bien algunos programas plantean una articulación de contenidos, no se verifican en la práctica. No existen acciones de coordinación entre cátedras para generar la articulación. Tal situación es más grave en materias consecutivas.

→ **Régimen:** Varias asignaturas implementaron de manera informal sistemas de promoción.

→ **Contenidos optativos:**

- La caracterización de electivas “proyectuales” y “no proyectuales” no es clara y obstaculiza la implementación de las mismas.
- El PE establece un régimen semestral y una carga horaria de 176 hs. para las mismas, pero en su implementación se han modificado ambos aspectos.

¹⁸ http://arq.unne.edu.ar/acreditacion/diagdisgraf/descargar/docpreliminar/info_preliminar_dg.pdf

2. Proyecto Académico - 2016

Producto de reuniones con docentes, convocadas por la Secretaría de Desarrollo Académico, y documentos elaborados por algunas cátedras se consensuaron un conjunto de necesidades detectadas en la carrera. Se transcriben a continuación los ítems vinculados con el PE:

- Reformular completamente el Plan de Estudios contemplando: Debatir y definir cada uno de los componentes del mismo (Perfil del Egresado, Contenidos Mínimos y Campo Profesional) con una *mirada prospectiva y propositiva* construyendo un modelo de carrera que:
 - se ancle en la articulación real y eficiente de las asignaturas, a partir de estrategias curriculares y pedagógicas;
 - garantice su vigencia y proyección a futuro, que se adapte a los continuos cambios tecnológicos;
 - incorpore como necesidad primordial el trabajo en soportes digitales y la práctica profesional, entre otras cuestiones; y
 - considere los cambios que ya se realizaron en las diferentes asignaturas.
- Trabajar en una estrategia planificada y sistemática de la *articulación horizontal y vertical* entre las asignaturas, los contenidos y los docentes de la carrera. Promover trabajos *intercátedras*.
- Definir nuevamente las *áreas académicas* y la estructura de funcionamiento de las mismas analizando el rol de los coordinadores.
- Revisión y actualización del *perfil del egresado* en base a las condiciones actuales, aportar mayor flexibilidad para reflejar cambios tecnológicos y nuevas demandas.
- Analizar la *superposición de los contenidos* de diferentes materias de la carrera.
- Revisar las *cargas horarias* de todas las materias.
- Implementar asignaturas donde los alumnos aprendan el *manejo de software* con los que podrá realizar sus trabajos durante el cursado de la carrera.
- Necesidad de replantear las *materias optativas* para adaptarse a las demandas actuales específicas y favorecer una pronta inserción laboral.
- Impulsar diferentes *perfiles de cátedras* para el cursado de los Talleres con perfiles o énfasis diferentes (social, comercial, profesional, etc.).
- Rever el orden de las materias en diferentes etapas. Hay conocimientos técnicos, conceptos básicos, y manejo de herramientas que los estudiantes deben conocer en una etapa inicial de la carrera.

— Análisis Comparativo

En función del relevamiento efectuado respecto de los planes de estudio de diversas carreras en universidades públicas de nuestro país¹⁹ es posible detectar las características particulares que definen la identidad de nuestra carrera:

¹⁹ Al final de este apartado se anexan todos los análisis efectuados.

1. Continúa la tradición argentina del **Taller como tronco de la carrera**, de cursado anual y promocional, lo cual no sucede en las universidades extranjeras.
2. Posee una **alta carga instrumental en los dos primeros años**: Sistemas de Representación + Morfologías I y II.
3. Se otorga una **gran importancia a la Tipografía**: 2 niveles con cursado anual.
4. Presenta una **fuerte impronta en Comunicación** (3 materias obligatorias + 1 electiva) **y Sociología** (1 obligatoria y 1 electiva).
5. Contempla un trayecto de **asignaturas optativas** (lo cual sucede en gran parte de las carreras estudiadas) pero con algunas particularidades:
 - Se distribuyen en los dos últimos años de la carrera: 2 materias en 3º y 2 en 4º año, mientras que en el resto del país se propone 1 sola en el 3º año y entre 1 y 4 en el 4º año. En algunos de los casos estudiados éste espacio propone tanto asignaturas optativas como seminarios.
 - Se estructuran bajo la modalidad proyectual / no proyectual, lo cual no está debidamente fundamentado ni explicitado en el PE.
 - La situación de los ítems anteriores provoca que los estudiantes no puedan optar realmente ya que no la oferta de asignaturas no es suficiente.
6. Se observa una **ausencia de algunas asignaturas** presentes en varias de las carreras analizadas:
 - Epistemología del Diseño / Teoría del diseño / Heurística.
 - Publicidad / Medios de comunicación.
 - Psicología / Cultura material.
 - Semiología / Semiótica / Teoría de la imagen / Estética.
 - Legislación y práctica profesional / Economía / Gestión de proyectos.
 - Medios digitales y audiovisuales.
 - Lectura y escritura profesional - académica.
 - Idioma extranjero.
 - Matemática / Geometría descriptiva / Estadística.

– Valoración en base a encuestas

En el marco del presente estudio se efectuó también una serie de encuestas a diferentes grupos de interés relacionados con la carrera. A continuación se desarrolla una síntesis de los resultados obtenidos²⁰.

1. Visión de los estudiantes

Se registraron sólo 23 respuestas (sobre una población estimada de 100 estudiantes que cursaron TDG IV en el año 2017) lo cual no permitiría sacar conclusiones estadísticas acertadas, pero sí aporta un conjunto de información valiosa para evaluar la carrera.

A continuación, algunas de las conclusiones:

a. En relación a la carrera

Uno de los mayores campos de las sugerencias se relaciona con *corregir la ubicación de algunas materias*, como ser Diseño Asistido por PC y MECAD, por considerarlas más necesarias durante el trayecto inicial de la carrera. Algunos otros sugieren:

²⁰ El resto de los resultados de las encuestas están vinculados al campo del ejercicio profesional y están volcados en el Anexo 4 del presente informe.

- Un mayor **correlato** entre contenidos de un año a otro.
- Preparación del alumno para la realidad laboral a través de **prácticas profesionales**, con un fuerte hincapié en el emprendedurismo. En este sentido resaltan la necesidad de trabajar sobre **casos reales** en toda la carrera y no solo en algunas materias.
- Unos pocos indican que el perfil generalista de la carrera no ayuda en la profundización de contenidos específicos y necesarios.

b. En relación a los contenidos

Al momento de consultar sobre contenidos que podrían *profundizarse* en la carrera, se puede observar que hay una tendencia hacia 3 áreas: **Diseño Editorial y Tipografía / Diseño multimedial y Web / Identidad y Branding**.

En menor medida se mencionan contenidos como **Marketing** y **Diseño audiovisual**.

Por otra parte, al cuestionar sobre contenidos que podrían *incorporarse*, se observa que hay una coincidencia en 2 áreas: Manejo de **software** para diseño, fundamentalmente en el inicio de la carrera / Diseño **multimedial y Web**.

En ambas preguntas mencionan otros contenidos de interés como *ilustración, motion graphics, manejo de redes sociales, lettering e idioma inglés*.

2. Visión de los egresados

Se obtuvo un total de 71 respuestas las cuales, si bien no constituyen un porcentaje significativo del total de egresados de la carrera, aportan suficiente información para detectar algunas tendencias. Se detalla a continuación una síntesis de los resultados obtenidos.

a. En relación a la carrera

- La mitad de los encuestados expresaron estar *satisfechos* en relación a los ítems "Metodología de la enseñanza / Estrategias pedagógicas" y "Sistemas de Evaluación / Acreditación de conocimientos".
- Más del 80% se declara *poco satisfechos* con respecto a "Actualización y pertinencia de asignaturas", "Manejo de TIC", y "Metodología de enseñanza".
- Un 75% indica *no estar satisfechos* en torno a "Actualización y pertinencia de la asignatura", "Formación en Investigación" mientras que un 50% lo indica en relación a "Manejo de TIC" y "Sistemas de Evaluación / Acreditación de conocimientos".

Al preguntar sobre las *asignaturas más importantes* en relación a su desempeño profesional actual los resultados fueron los siguientes:

- Las indicadas como más relevantes fueron Tipografía II, TDG III y IV, elegidas entre el 85 y 76% de los encuestados.
- Un segundo grupo lo constituyen Mercadotecnia, TDG II, Tipografía I, MECAD, Morfología II, Fotografía, Comunicación II y TDG I, valoradas por entre el 55 y 48%.
- Las dos menos elegidas fueron Análisis Literario y Diseño Asistido por PC, con 15,5% cada una.

En cuanto a *aportes o sugerencias*, las siguientes son las más relevantes y que presentan mayor grado de coincidencia:

- a. Modificación de la currícula:
 - Cambiar la **ubicación de asignaturas**: se indica que materias como Diseño Asistido por PC y MECAD se encuentran desfasadas de la realidad y debieran dictarse en años anteriores o formar parte de un ciclo básico de la carrera.
 - Ampliar la **oferta de materias optativas** e incorporar otras disciplinares.
 - Adaptar los contenidos de las asignaturas a los **nuevos medios y tecnologías**, que se mantienen en constante cambio en esta profesión.
- b. Profundización de contenidos existentes:
 - **Diseño en entornos digitales**: Multimedia (18.30%), NTICS (8.45%) y Gestión de redes sociales (4.22%).
 - **Diseño Audiovisual** (28.61%).
 - **Comercialización y Marketing** (21.12%): aspectos comerciales y de negocio, presupuestos y relación con el cliente.
 - **Diseño editorial y Tipografía** (12.5%).
 - **Software de diseño** (11.5%).
- c. Incorporación de nuevos contenidos:
 - **Diseño Audiovisual** (28.5%).
 - **Marketing** (18%).
 - **Diseño en entornos digitales** (15.5%).
 - **Publicidad / Gestión de redes sociales** (8.45%)
 - **Identidad / Branding / Packaging / Práctica profesional** (5.5%)
 - **Metodología** (4.22%)
 - **Software de diseño** (4.22%)
- d. Definir un Perfil del egresado preparado para el **mercado global**.
- e. Acercar al alumno a la **realidad profesional** a través de la Incorporación de pasantías, estrategias de acercamiento a los clientes, presupuesto de trabajos, etc.
- f. Generar **comunicación** entre la facultad y los egresados.
- g. Efectivizar propuestas de **posgrado**, cursos de formación en diseño.

3. Visión de diseñadores emprendedores

En este caso el número de respuestas es aún menor (sólo nueve egresados, lo cual se relaciona con el hecho de que es menor el porcentaje de diseñadores que tienen montada una estructura o un emprendimiento), por lo que los datos cuantitativos son poco representativos; sin embargo la información cualitativa tiene relevancia para el presente estudio.

a. En relación a los egresados

En términos generales, el 75% de los encuestados tiene una opinión negativa con respecto a formación de los diseñadores egresados de la UNNE, sin embargo para el 25% restante es positiva.

Las críticas más fuertes tienen que ver principalmente con dos aspectos: **conocimientos básicos e insuficientes** y **falta de profesionalismo en la actividad laboral**.

En cuanto a las cualidades que más valoran en un diseñador gráfico se destacan:

1. **Actitud:** Proactividad, responsabilidad y compromiso (25%).
2. **Habilidades estratégicas:** Formulación de problemas y propuestas de soluciones (20%)
3. **Habilidades técnicas:** Manejo de herramientas y técnicas de expresión (15%)

En menor grado se consideran: *Habilidades operativas* (Capacidad de resolución de piezas de diseño), *Creatividad e innovación* y *Experiencias específicas en un campo*, cada una con un 10% de respuestas.

b. En relación a la carrera

Existe una marcada coincidencia en las respuestas en torno a tres ejes principales:

- *Mejoras académicas:* actualización del plan de estudios, capacitación para los docentes, oferta de posgrados disciplinares (identidad, diseño web, etc.) y mayor exigencia a los alumnos (horarios y calidad de entrega).
- Orientar la *práctica profesional:* vinculación con profesionales del medio, generar proyectos de emprendimientos, pasantías, aspectos legales, etc.
- Incorporación de *contenidos:* Se vuelve a mencionar un conjunto de temáticas como imprescindibles (diseño web, diseño audiovisual).

— Nueva normativa

La implementación del Sistema Nacional de Reconocimiento de Trayectos Formativos en la UNNE supone primordialmente el estudio y adecuación de la carga horaria en cada nivel de la carrera.

Luego de aplicar la nueva definición de áreas y calcular los RTF según los coeficientes correspondientes se observa que el plan de estudios actual **excede entre un 20 y 30% el total de horas y RTF por cada nivel.**²¹

Esto implica la necesidad de revisar por nivel y por área todas las asignaturas para actualizar, entre otras cuestiones, la carga horaria de las mismas.

²¹ Ver Anexo "Estructura Curricular + RTF"



Conclusiones preliminares

A partir de todo lo detallado en el presente informe es factible esbozar una primera evaluación del plan de estudios de nuestra carrera. A continuación se expresan un conjunto de conclusiones que permitirán posteriormente elaborar una propuesta superadora.

Cuestiones a revisar

En primer lugar es posible confirmar la hipótesis inicial en relación a la desactualización del plan de estudios, tanto el perfil de formación cuanto los contenidos mínimos; sin embargo es necesario dimensionar correctamente el problema en cuestión.

Luego de haber analizado las múltiples dimensiones vinculadas a la carrera se puede observar que es necesario *reformular y actualizar todos y cada uno de los componentes del Plan de Estudios* para contar con un currículum que acompañe en la actualización y optimización de la carrera.

Para contar con una visión más detallada de esta problemática es posible tomar la estructura indicada en la normativa de la UNNE para la conformación de planes de estudios; de esta manera se puede indicar que los elementos fundamentales a revisar serían:

- **Denominación de la carrera / Denominación del título que otorga**
- **Campo profesional / Perfil del graduado / Alcances y Act. Profesionales del título.**
- **Estructura curricular: Ciclos, Áreas, Años / Distribución del total de asignaturas.**
- **Componentes curriculares: carga horaria total / Número total de asignaturas.**
- **Presentación de cada asignatura:**
 - Formato Curricular.
 - Carga horaria (máxima y mínima).
 - Régimen de cursado (cuatrimestral, semestral, anual).
 - Tipo: Obligatoria / Optativa / Electiva.
 - Objetivo/s general/es de la asignatura.
 - Contenidos mínimos.
- **Sistema de correlatividades.**

Desde el punto de vista formal en la formulación del PE de la carrera y a partir de la definición de los puntos anteriores, existe otro conjunto de cuestiones a discutir, como ser: Seguimiento y evaluación de los planes de estudio, Régimen de articulación con planes de estudio anteriores, entre otros.

Requerimientos detectados

A partir de los anterior, se puede enumerar una posible secuencia de temáticas a discutir dentro de la comunidad académica en torno a la carrera:

1º. Definición de un perfil del egresado actualizado

- Profesional generalista pero con un enfoque holístico: superar la visión histórica de Diseño gráfico en favor del *Diseño de Comunicación Visual*.
- Con formación orientada en alguna de las áreas de mayor demanda: *Sistemas de Identidad Visual / Comunicación Digital / Diseño de Información / Diseño Audiovisual*.
- Emprendedor con capacidad de participar activamente en toda la cadena de valor de la producción, con especial énfasis en las industrias culturales.

2°. Actualización, profundización e incorporación de contenidos curriculares

- Disciplinarios generales: *Marketing / Publicidad / Metodología*.
- Disciplinarios específicos: *Diseño de Identidad / Diseño Audiovisual / Diseño multimedial / Diseño editorial y Tipografía*.
- Transdisciplinarios: *Innovación y creatividad / Gestión estratégica del diseño*.

3°. Reorganización de la estructura curricular

- Redefinir las *Áreas* y ajustar la *carga horaria* por nivel en función del Sistema Nacional de Reconocimiento de Trayectos de Formación.
- Otorgar mayor flexibilidad al tramo de materias electivas, pensándolo como un espacio dinámico de orientación.

4°. Actualización de programas de asignaturas

- Actualizar, reorganizar y articular contenidos.
- Revisar los formatos curriculares más adecuados para cada contenido y en cada nivel.

5°. Revisión de la modalidad de egreso

- Estudiar la posibilidad de incorporar *Prácticas Profesionales Asistidas* y *Proyecto Final de Carrera*.

Cuestiones pendientes

Por último, es necesario enumerar otros aspectos relacionados a la temática, tanto para profundizar la discusión como para garantizar su implementación exitosa y cumplir los objetivos que se planteen hacia una mejora cualitativa de la carrera:

A. PROYECTO ACADÉMICO

- Estudiar la incorporación de oferta de posgrado y pasantías.
- Proponer estrategias de optimización del trabajo en extensión y la incorporación de trabajos de investigación.

B. PROYECTO PEDAGÓGICO

- Trayecto inicial: evaluar las condiciones de ingreso y la deserción.
- Analizar las características de los equipos docentes.
- Indagar sobre cuestiones didácticas en el dictado de asignaturas.
- Fortalecer la formación pedagógica.

C. CONTEXTO INSTITUCIONAL

- Definir requerimientos en torno a infraestructura y equipamiento necesarios.
- Estudiar vinculación con nuevas carreras de diseño de la FAU.

En síntesis, este documento intenta sentar las bases necesarias para discutir, proponer y consensuar con toda la comunidad académica un nuevo modelo de carrera que no sólo forme profesionales que respondan a la demanda actual del mercado sino que incorpore una visión prospectiva, de mayor amplitud, con una estructura dinámica que permita incorporar rápidamente los cambios vinculados a los futuros escenarios donde se desempeñarán los diseñadores. Sólo resta elaborar un plan de acción para llevar adelante un proceso de trabajo conjunto.



Fuentes de consulta

Bibliografía

BONSIEPE, Gui (2013) "Sobre la aceleración del período de semi-desintegración de los planes de estudio de diseño. Conferencia en el 6. ELADDI Encuentro Latinoamericano de Docentes de Diseño, Universidad Nacional Misiones, Oberá, Junio 2013" (Argentina).

BUITRAGO RESTREPO, Felipe; DUQUE MÁRQUEZ, Iván (2013) "La Economía Naranja. Una oportunidad infinita. Banco Interamericano de Desarrollo". Puntoaparte Bookvertising. Colombia.

COSTA, Joan (2003) "Diseñar para los ojos". Universidad de Medellín. Colombia.

ECHEVERRÍA, Adriana (2006) "Problemática Curricular y Docencia Universitaria". Especialización en Docencia Universitaria en Ciencias Empresariales y Sociales, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales.

FRASCARA, Jorge (2006) "El diseño de comunicación". Infinito, Buenos Aires.

GAMONAL ARROYO, Roberto (2011) "Logos, Ethos, Pathos: Retórica y Creatividad en el Diseño Gráfico". Doctorado Creatividad Aplicada, Facultad de Bellas Artes, Universidad Complutense de Madrid.

LEDESMA, María (2010) "El diseño gráfico, una voz pública: (de la comunicación visual en la era del individualismo)". Wolkowicz Editores, Buenos Aires..

LUZARDO, Alejandra (2017) "Economía Naranja. Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe". Banco Interamericano de Desarrollo.

MARTINS, Ricardo (2017) 8 señales de que algunas escuelas de diseño atrasan 15 años. Foroalfa. <https://foroalfa.org/articulos/8-senales-de-que-algunas-escuelas-de-diseno-atrasan-15-anos>

MARQUINA, Mónica (2004) "Panorama de las Titulaciones en el Sistema de Educación Superior Argentino: Aportes para un estudio comparado". Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria. Buenos Aires.

MORACE, Francesco. "Innovación y gusto de la experiencia. La ciudad como laboratorio y la ciudadanía como valor responsable". Prólogo a "A través de las experiencias. Valores y diseño en los sistemas de comercialización y consumo" (2006) BECERRA, Paulina; FÁBREGAS, Silvia; PIZZABIOCCHÉ, Georgina (Eds.). Instituto Metropolitano de Diseño e Innovación. Buenos Aires.

TAPIA, Alejandro (2005) "El diseño gráfico en el espacio social". Nobuko, Buenos Aires.

ZABALZA, Miguel A. (2013) "Currículum universitario innovador. ¿Nuevos planes de estudio en moldes y costumbre viejas?". III Jornada de Formación de Coordinadores.

Documentos

Encuesta nacional para diseñadores / Instituto Nacional de Tecnología Industrial - INTI. 2013, 2014, 2015. <http://www.inti.gov.ar/disenoindustrial/>

Reflexiones y perspectivas de la Educación Superior en América Latina. Informe Final – Proyecto Tuning. Universidad de Groningen - Universidad de Deusto. 2007

Sitios web

- Sitios web oficiales de carreras de diseño estudiadas.
- <http://www.designkit.org>.
- <https://www.ideo.com/pages/design-thinking>.
- <http://www.cultura.gob.cl/publicaciones/politica-de-fomento-del-diseno-2017-2022>.
- <http://www.designforeurope.eu/news-opinion/what-do-we-mean-design>.
- http://www.ico-d.org/database/files/library/IcogradaEducation_Manifesto_2011.pdf
- <https://www.aiga.org/aiga/content/tools-and-resources/designer-of-2015/designer-of-2015-competencies>.



Anexos

Documentos
de trabajo

1. CONTEXTO DISCIPLINAR

¿Qué es el diseño hoy?

- (Re)Definiciones sobre la disciplina
- Competencias profesionales

1. (RE)DEFINICIONES SOBRE LA DISCIPLINA

“La cuestión abierta en la enseñanza del diseño: ¿Cómo formar personas culturalmente abiertas, socialmente responsables, estéticamente sensibles y técnicamente competentes?”—Gui Bonsiepe¹

La siguiente es una recopilación de textos de diversos autores y fuentes de consulta en torno a la definición del Diseño Gráfico en tanto disciplina y actividad profesional; intenta ser un mapeo de diversos abordajes conceptuales que se hacen sobre el tema con el objetivo de servir de documento base para la propia discusión hacia el interior de nuestra carrera.

El diseño y su campo de acción

Si bien el concepto de Diseño Gráfico ya lleva varias décadas incorporada en la dinámica social no fue hasta hace unos años que su campo de acción fue tomando forma y definiendo ciertos límites, producto tanto de la consolidación de la práctica profesional como del aporte de autores de renombre que fueron construyendo modelos que intentaban dar cuenta de ello. En el mundo de habla hispana los más destacados fueron **Joan Costa** y **Jorge Frascara**.

Costa (1991) definió las áreas de acción en función a los *tipos de piezas* que proyecta²:

- a. Diseño Editorial
- b. Diseño Publicitario
- c. Diseño de Embalajes
- d. Diseño de Identidad
- e. Diseño Señalético
- f. Diseño Técnico³

Sin embargo, posteriormente propuso una caracterización superadora, más dinámica y abarcativa al definir un campo con dos extremos entre los que desarrolla su actividad: *“diseño como comunicación (dar a la gente la información necesaria en cualquier ámbito de la vida social) y el diseño de persuasión (que intenta convencer, seducir para que las personas compren cosas y voten a personas, o se adscriban a ideologías)”⁴*.

Otro de los grandes aportes de este autor a esta disquisición es la incorporación del concepto de *comunicación visual en la que, en términos generales, distingue entre el grafista quien “(...) trabaja con el trazo icónico y tipográfico sobre el espacio bidimensional de la hoja de papel o de la pantalla (...)”* y el *visualista* quien *“(...) sintetiza el pensamiento abstracto y la formalización gráfica (...)”⁵*. Para consolidar su postura desarrolló un conjunto de principios que lo rigen:

¹Bonsiepe, Gui (2013) Sobre la aceleración del período de semi-desintegración de los planes de estudio de diseño.

² Citado en “Logos, Ethos, Pathos: Retórica y Creatividad en el Diseño Gráfico” Gamonal Arroyo, Roberto. Universidad Complutense de Madrid.

³ Al que casi una década después denominará “Esquemática” y será uno de los grandes aportes a la disciplina.

⁴ Costa, Joan. (2003) “Diseñar para los ojos”.

⁵ Costa, Joan, Op. cit.

“12 principios para la Comunicación Visual”⁶

1. **El Diseño se dirige a las personas**, a diferentes partes de la sociedad en un contexto cultural dado.(...) se echa en falta una sociología crítica del Diseño.
2. **El Diseño es una actividad proyectual** (...).
3. **Lo que define la idea de proyecto**, con sus componentes creativas y técnicas, **es su potencial de innovación**. Proyecto e Innovación constituyen la matriz del Diseño, que a su vez es la matriz de sus distintas disciplinas (arquitectónico, industrial, gráfico, etc.).
4. **El diseño gráfico es**, específicamente, **diseño de comunicación**. Vincula la información con la semiótica. Los mensajes son sistemas semióticos. Contienen significados, tanto por la vía semántica como por la vía de la estética.
5. (...) **todo proyecto gráfico o visual, y todo mensaje, se refieren a cosas ausentes**, que no están aquí sino significadas. Los mensajes son sistemas de signos y el visualista opera con ellos y los organiza en formas comunicables portadoras de sentido.
6. Esta condición comunicativa es propia del Lenguaje. De su capacidad por tratar del pasado, del presente y del futuro; de lo real, de lo imaginario y de todo lo que puede ser pensado. **Una propiedad específica que solo posee el diseño gráfico** (...).
7. **Diseño gráfico es diseño de comunicación**, es decir, transmisión de información, de significados. Las demás disciplinas diseñan funciones, que liberan del esfuerzo físico, ahorran tiempo o cubren necesidades.
8. El paso del concepto de «diseño gráfico» al de comunicación visual es el **salto directo con el que superamos nuestra tradicional introversión** en «el diseño» (mi oficio, la disciplina, lo que yo hago), y en «lo gráfico» (el medio y el lenguaje que utilizo).
9. Asumir la comunicación como función esencial del diseño gráfico, es **salir fuera de la burbuja profesional para interactuar con las personas y la sociedad**, a través del principal canal de percepción, de conocimiento y de recuerdo: el canal visual. (...).
10. Esta mutación del diseño (...) abre un inmenso **horizonte a la innovación y al desarrollo de la comunicación**, ya que ella abarca todas las dimensiones de lo gráfico, lo visual y lo visualizable.
11. La última de estas dimensiones es la **Esquemática** (...). A través de la creación de modelos, la comunicación visual deviene una herramienta estratégica (...).
12. Los nuevos campos de la comunicación visual sobrepasan incluso las clásicas colaboraciones del diseño gráfico con la arquitectura, el diseño industrial, la moda, la publicidad y el marketing. **La sociedad del conocimiento reclama la intervención de la comunicación visual en los grandes ámbitos en desarrollo**: las industrias culturales, la difusión de la ciencia, la tecnología, la educación, la cultura ambiental, el entorno urbano, la innovación, el civismo, la responsabilidad social...

⁶ Costa, Joan (2012) <https://foroalfa.org/articulos/cambio-de-paradigma-la-comunicacion-visual>

Colofón

La comunicación visual no es un movimiento aislado. Es un epifenómeno que avanza paralelamente con la tecnología hacia el futuro. Con la sociedad del conocimiento y de los valores. Con los movimientos sociales interculturales y medioambientales. La intervención en la esfera pública, las libertades y la cultura. Y con la apuesta por la I+D+i+i: Investigación más Desarrollo más innovación más información. Esta última es mi propuesta que completa la fórmula I+D+i con la información, es decir, con la comunicación pública de la innovación.”

Frascara por su parte, adscribe a la definición del Diseño de Comunicación Visual “(...) cuyo objetivo principal no es la creación de formas, sino la creación de comunicaciones eficaces que obtienen resultados perseguidos”⁷ y delimita sus áreas de acción en relación a su *finalidad*⁸:

- a. Para la *información*: Organización del contenido y planificación de su presentación visual (Publicaciones, Esquematisaciones, Instrucciones, Interfaces. etc.)
- b. Para la *persuasión*: Destinado a influir en la conducta del público: Publicidad (Comercial / No comercial), Propaganda (política e ideológica), Comunicación de interés social. En general, avisos y campañas,
- c. Para la *educación* (combina información y persuasión para el desarrollo de las personas) en los ámbitos de la Escuela, Sanidad y Seguridad;
- d. Para la *administración*: Organiza las comunicaciones en las organizaciones (formularios, tickets, boletos, billetes, sellos postales).

Para completar la definición considera además las características generales de aquello que se diseña: a) Elementos aislados y sistemas; b) Plano, espacio y movimiento; c) 2 - 3 dimensiones.

Ahora bien, es importante mencionar aquí el aporte de otros dos autores con menos difusión pero que aportan una mirada diferente sobre la cuestión: **María Ledesma** y **Alejandro Tapia**.

A diferencia de los autores antes citados, Ledesma pone en crisis la definición del término “diseño gráfico” y su vinculación con la comunicación, a su vez que lo describe como *lugar de acción* según una secuencia de tres niveles⁹:

- a. *Hacer leer*: organización y manipulación de mensajes verbales (Diseño tipográfico, editorial, señalética, web, etc.),
- b. *hacer saber*: utilización de textos e imágenes para responder a necesidades sociales (identidad, packaging, publicidad, cartelería, etc.) y
- c. *hacer hacer*: utilización de la persuasión para influir en las conductas (publicidad, propaganda, etc.)

Tapia (2004) por su parte hace lo propio al defender al diseño gráfico como “discurso social”, diferenciando la “comunicación gráfica” de la “comunicación visual”; desarrolla a su vez un nuevo modelo donde define los *géneros del diseño y sus discursos*¹⁰: de la *lectura*, de la *identidad*, de la *información* y del *diseño argumentativo*.

⁷ Frascara, Jorge (2006) El diseño de comunicación.

⁸ Gamonal Arroyo, Roberto, Op. cit.

⁹ Citado en Ledesma, María (2000) El diseño gráfico, una voz pública (de la comunicación visual en la era del individualismo).

¹⁰ Tapia, Alejandro (2004) El diseño gráfico en el espacio social.

Manifiesto de Icoagrada para la enseñanza del diseño¹¹

En el año 2011 el International Council of Graphic Design Associations (actualmente llamado Ico-D) relanzó una versión revisada y actualizada de su manifiesto sobre la enseñanza del diseño, originalmente publicado en el congreso del año 2000 en Seul, Korea.

Este documento reúne un conjunto de definiciones en torno a una postura consensuada por los miembros de esta organización. A continuación se transcribe el contenido del mismo.

“Diseño de Comunicación¹²

El diseño de comunicación es una actividad intelectual, creativa, estratégica, técnica y de dirección. Esta actividad involucra esencialmente la producción de soluciones visuales para problemas de comunicación.

El diseño de comunicación se ha convertido en una profesión que incorpora cada vez más las expresiones y los enfoques de otras disciplinas en un resultado visual híbrido y pluridimensional.

Hoy, los límites entre las disciplinas de diseño son más permeables, gracias al uso compartido de herramientas digitales y conocimientos avanzados. A medida que el proceso de trabajo en equipo adquiere una complejidad mayor, los diseñadores de comunicación necesitan redefinir su papel y sus propósitos hacia un contexto de medios de comunicación más amplio, dominado por un modo de intercambio ‘de muchos hacia muchos’.

Cambios, oportunidades y desafíos

Nuevas oportunidades y desafíos retan al diseñador. Los cambios sociales, culturales, tecnológicos, ambientales y económicos de la última década han influido profundamente la enseñanza y la práctica del diseño de comunicación.

Por consiguiente, la variedad y la complejidad de los problemas de diseño han aumentado.

Las novísimas tecnologías (por ejemplo, la realidad aumentada, el smartphone y las redes sociales) han ampliado el modo en que los diseñadores se manifiestan, que ahora incluye expresiones intersensoriales: elementos visuales, auditivos, somatosensoriales, olfativos y/o gustativos. La norma vigente es entregar contenido multiplataforma.

El diálogo directo, abierto e instantáneo con usuarios finales individuales (unido a la recesión económica en muchos países), ha creado oportunidades para el desarrollo de la creación. Derecho de autor, patentes y plazas creativas forman parte del vocabulario actual sobre propiedad intelectual del diseñador de comunicación.

Los diseñadores pueden servir prácticamente al mundo entero e interactuar con él. Los rápidos progresos en las tecnologías de la información y la comunicación han globalizado el contexto profesional del diseño y han tendido puentes sobre segmentos culturales a través de redes sociales, a pesar de las eternas barreras del idioma.

¹¹ Icoagrada Education Manifiesto, 2011

¹² “El “Diseño Gráfico” ha evolucionado a un estado plural con múltiples denominaciones: comunicación gráfica, comunicación visual, diseño visual, diseño de comunicación. “Diseño de Comunicación” fue la denominación aprobada en la Asamblea General de Icoagrada en La Habana, 2007”.

Se necesita con urgencia un equilibrio ecológico más avanzado entre los seres humanos y sus ambientes naturales. Este desafío ambiental ha incrementado la necesidad de materiales, métodos y resultados de diseño más sostenibles.

Diseñador como Profesional y Ciudadano Global

Un Diseñador de Comunicación:

- 1. Realiza diseño de identidad; diseño editorial y de libros; diseño de tipografía; diseño de información; publicidad; ilustración; fotografía; caligrafía; sistemas de señalización y de pictogramas; envases y embalajes; diseño de animación; gráfica para televisión y títulos de películas; diseño de interfaz de productos, de la web y de juegos; gráfica de exposiciones, de interacción y ambiental; visualización de datos; y cualquier otra actividad que cree formas visuales online y offline.*
- 2. Posee la sensibilidad intelectual y la destreza, alimentadas por la experiencia profesional y el entrenamiento docente, para crear imágenes o diseños que serán reproducidos por cualquier medio de comunicación visual.*
- 3. Contribuye a conformar la vida y el paisaje visual del comercio y la cultura en un equilibrio estable.*
- 4. Crea significados para una comunidad de clientes y usuarios diversos, no sólo interpretando sus intereses sino ofreciendo también soluciones conservadoras e innovadoras que sean cultural, ética y profesionalmente apropiadas.*
- 5. Identifica y define problemas y los soluciona, a la vez que analiza las posibilidades en equipo, a través del pensamiento crítico, la creatividad, y la experimentación, así como de la evaluación.*
- 6. Conceptualiza, articula y transmite identidad, mensajes, ideas y valores a productos, sistemas, experiencias y servicios nuevos, actualizados o fusionados.*
- 7. Usa un enfoque inclusivo que enfatiza la diferencia, respeta la diversidad humana, ambiental y cultural, y lucha por conseguir puntos en común.*
- 8. Aplica principios éticos para evitar daños y tiene en cuenta las consecuencias de la acción del diseño sobre la humanidad (individuos y comunidades) y el medio ambiente.*
- 9. Defiende el enfoque 'de abajo hacia arriba' (facilitando DUM y DCO¹³ y la apropiación de tecnologías), o 'de arriba hacia abajo' (a través de políticas) para el mejoramiento de la humanidad y del medio ambiente.*
- 10. Se adapta al cambio tecnológico con facilidad y acepta el desafío de aprender y dominar las nuevas maneras de visualizar y comunicar conceptos mediante diferentes medios de comunicación y nuevos materiales atractivos.*
- 11. Es un Diseñador que posee un enfoque disciplinario y aplica esa habilidad al trabajar en equipos interdisciplinarios con antropólogos, programadores de software, científicos, ingenieros, arquitectos y otros expertos.*

¹³ Diseñelo Usted Mismo (DIY) / Diseñelo con Otros

2. COMPETENCIAS PROFESIONALES

Marco conceptual

“El término ‘competencia’ surgió inicialmente de la formación para el empleo a finales de los años 40, con los planteamientos de la ‘sociedad del conocimiento’ se ha venido empleando con mayor fuerza en el ámbito educativo para todos los niveles de formación. Este nuevo enfoque sobre el papel de la formación ante la nueva ‘sociedad del conocimiento’ constituye una oportunidad para revisar los distintos sistemas educativos y se considera como una finalidad fundamental de todo proceso de enseñanza–aprendizaje generar al estudiante los medios necesarios para que pueda llevar a cabo su búsqueda personal hacia el aprendizaje (De Miguel Díaz, 2005b). Su conceptualización e incorporación a los propósitos formativos, a la definición de perfiles profesionales y como recurso para la comparación y movilidad de los estudiantes en los sistemas educativos nacionales e internacionales se debe en gran medida a los aportes de organismos internacionales y la influencia de sus programas de cooperación en la formulación de políticas nacionales y globales (MEN, 2009). La sociedad en general marcha hacia una transformación de sus estructuras y funciones por efecto de estos procesos globales, de ahí que el dominio de nuevos medios, como las tecnologías de la información (TIC), constituyan uno de los principales objetivos en la formación de los universitarios.

Las competencias se vienen abordando en la educación y en el mundo organizacional desde diferentes enfoques: el conductismo, el funcionalismo, el constructivismo y el sistémico-complejo.

Las competencias son un enfoque para la educación y no un modelo pedagógico, no pretenden ser una representación ideal de todo el proceso educativo, determinando cómo debe ser el tipo de persona a formar. Al contrario, las competencias son un enfoque porque sólo se focalizan en unos determinados aspectos conceptuales y metodológicos de la educación y la gestión del talento humano (Tobón, 2008)”¹⁴.

Competencias del diseñador de 2015¹⁵

Desde el año 2006 Adobe y AIGA llevaron adelante un estudio para definir un nuevo perfil de diseñador que estaba emergiendo como necesario para los nuevos desafíos que planteaban los albores del siglo XXI. Como resultado de una primera fase de este estudio, arribaron a un conjunto de competencias que consideraban como necesarias para configurar el perfil de los diseñadores para los próximos años. Las mismas se detallan a continuación:

1. Capacidad para crear y desarrollar la respuesta visual a los problemas de comunicación, incluida la comprensión de la jerarquía, la tipografía, la estética, la composición y la construcción de imágenes significativas.
2. Capacidad para resolver problemas de comunicación, incluidos la identificación del problema, la investigación, análisis, generación de solución, construcción de prototipos, pruebas de usuario y resultados de la evaluación.

¹⁴ Carlos Moreno Rodríguez. Sobre las competencias en diseño gráfico. https://www.academia.edu/8272778/Sobre_las_competencias_en_diseno_gafico

¹⁵ AIGA, & ADOBE. (2007). Designer of 2015 competencies. <https://www.aiga.org/aiga/content/tools-and-resources/designer-of-2015/designer-of-2015-competencies>

3. Amplio conocimiento de temas relacionados con el desarrollo cognitivo, los contextos sociales, culturales, tecnológicos y económicos para el diseño.
4. Capacidad para responder a los contextos público, el reconocimiento de los factores físicos, cognitivos humanos, culturales y sociales y las decisiones que se den para el diseño.
5. Comprensión y capacidad de utilizar herramientas y tecnología.
6. Capacidad de ser flexible, ágil y dinámico en la práctica.
7. Habilidades de gestión y comunicación para funcionar productivamente en grandes equipos interdisciplinarios y en el plano de las estructuras organizativas.
8. Comprensión de cómo se comportan los sistemas y los aspectos, estrategias y prácticas que contribuyen a la sostenibilidad de los productos.
9. Capacidad de construir argumentos verbales para soluciones dirigidas a diversos usuarios / audiencias; cuestiones útiles para la vida, los negocios y el funcionamiento de las organizaciones.
10. Capacidad para trabajar en un entorno global con comprensión de la preservación cultural.
11. Capacidad para colaborar de forma productiva en grandes equipos interdisciplinarios.
12. Conocimiento de la ética en la práctica.
13. Comprensión de los múltiples elementos que generan causa y efecto, capacidad para desarrollar y tener criterios de evaluación en proyectos que den cuenta de la audiencia y el contexto.

Este mismo estudio permitió detectar también una serie de tendencias que definen los nuevos roles que se está comenzando a asignar a los diseñadores preparados para ello¹⁶:

- a. Conocimiento amplio y profundo: estudio metadisciplinario y práctica.
- b. Con alcance amplificado: mayor escala y complejidad de los problemas de diseño.
- c. Mensajes dirigidos: diseño para audiencias acotadas.
- d. Disruptivo: hacia una economía de la atención.
- e. Experiencias compartidas: un modelo de co-creación.
- f. Resultados responsables: enfocarse en la sostenibilidad.

Competencias genéricas acordadas para América Latina

Otro aporte de gran utilidad es el trabajo realizado en el marco del *Proyecto Tuning – América Latina (2004-2007)*, en cuyo Informe Final¹⁷ se expresan las competencias genéricas acordadas para la educación superior en el continente latinoamericano, transversal a todas las disciplinas. Las mismas se establecen de alguna manera para promover un mismo nivel académico en todas las universidades de los países participantes, independientemente del área temática de formación. Ellas son:

1. Capacidad de abstracción, análisis y síntesis.
2. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.

¹⁶ <https://www.aiga.org/aiga/content/tools-and-resources/designer-of-2015/designer-of-2015-trends/>

¹⁷ Reflexiones y perspectivas de la Educación Superior en América Latina. Informe Final – Proyecto Tuning - Latinoamérica.

3. Capacidad para organizar y planificar el tiempo.
4. Conocimientos sobre el área de estudio y la profesión.
5. Responsabilidad social y compromiso ciudadano.
6. Capacidad de comunicación oral y escrita.
7. Capacidad de comunicación en un segundo idioma.
8. Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.
9. Capacidad de investigación.
10. Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente.
11. Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas.
12. Capacidad crítica y autocrítica.
13. Capacidad para actuar en nuevas situaciones.
14. Capacidad creativa.
15. Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas.
16. Capacidad para tomar decisiones.
17. Capacidad de trabajo en equipo.
18. Habilidades interpersonales.
19. Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes.
20. Compromiso con la preservación del medio ambiente.
21. Compromiso con su medio socio-cultural.
22. Valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad.
23. Habilidad para trabajar en contextos internacionales.
24. Habilidad para trabajar en forma autónoma.
25. Capacidad para formular y gestionar proyectos.
26. Compromiso ético.
27. Compromiso con la calidad.

2. CONTEXTO ACADÉMICO

¿Cómo se forman los diseñadores en la actualidad?

- A. Oferta internacional
- B. Oferta nacional de grado
- C. Espacios curriculares de especialización

A. OFERTA INTERNACIONAL

– Universidades destacadas de Europa y Estados Unidos

Según el Ranking QS¹ del año 2017, las mejores universidades del mundo que ofrecen una formación de grado y posgrado en diseño gráfico y/o de comunicación son las siguientes:

Universidad	Oferta de posgrado (Graduate, 2 años +)	Oferta de Grado (Undergraduate, 4 años)
1°. Royal College of Arts - School of Communication (Reino Unido)	MA: Comunicación visual	BA: Diseño Gráfico / Ilustración / Comunicación Experimental
3°. Parsons New School ² (EEUU)	MFA: Diseño y Tecnología / Fotografía / Diseño transdisciplinario MS: Visualización de datos / Diseño estratégico y Administración MPS: Diseño de Comunicación	BBA: Diseño estratégico y Administración BFA: Diseño de Comunicación / Diseño y Tecnología / Ilustración / Fotografía / Medios artísticos y tecnología AAA (1 año): Diseño Gráfico
4°. Rhode Island School of Design (EEUU)	MFA: Diseño gráfico ³ / Fotografía / Impresos	BA: Diseño gráfico / Ilustración / Fotografía / Impresos / Películas, Video y Animación /
5°. Pratt Institute - School of Design (EEUU)	MFA: Diseño de comunicación MS: Diseño de comunicación / Diseño de Envases	BFA: Diseño de Comunicación (Ilustración / Publicidad / Diseño Gráfico)
6°. University of the Arts - London College of Communication (EEUU)	MA: Visualización de Datos / Animación Digital en 3D / Diseño de Experiencia de Usuario / Diseño Gráfico y de Medios / Diseño para Dirección de Arte / Diseño de Comunicación Interactiva / Branding e Identidad / Diseño de Experiencia de Servicios e Innovación	FdA: Diseño Gráfico BA: Diseño Gráfico / Diseño de Interacción / Branding e Identidad / Diseño para Dirección de Arte / Diseño de Información e Interfaces
7°. Politecnico di Milano (Italia)	LAUREE MAGISTRALI IN DESIGN (MS IN DESIGN): Diseño de Comunicación / Diseño para Sistemas Producto-Servicio / Diseño Digital y de Interacción	
8°. School of the Arts Institute ⁴ (EEUU)	MFA: Diseño de Comunicación Visual	BFA: Diseño de Comunicación Visual
7°. California Institute of the Arts (EEUU)	MFA: Diseño Gráfico ⁵	BFA: Diseño Gráfico

REFERENCIAS: **BA** - Licenciatura en Humanidades / **BFA** - Licenciatura en Bellas Artes / **AAA** - Asociado en Artes Aplicadas / **FdA** - Grado Básico en Artes / **MA** - Maestría en Humanidades / **MFA** - Maestría en Bellas Artes / **MS** - Maestría en Ciencias / **MPS** - Maestría en Estudios Profesionales (con orientación interdisciplinaria).

NOTA: Se omitió el *Massachusetts Institute of Technology*, en el 2º puesto, por no poseer una oferta vinculada específicamente al diseño gráfico y/o de comunicación.

¹ <https://www.topuniversities.com/university-rankings/university-subject-rankings/2015/art-design>

² Orientaciones: Cómics y narrativa gráfica / Diseño de comunicación / Programación creativa / Visualización de datos / Estudios sobre diseño (Design Studies) / Narrativa inmersiva / Periodismo y diseño / Fotografía / Práctica social / Estudios visuales

³ Incluyendo web y medios interactivos y *motion graphics*.

⁴ Contempla tanto medios tradicionales (impresos, objetos y ambientes) hasta medios digitales e interactivos.

⁵ Contempla: Diseño de impresos y publicaciones, diseño web y de interfaces, motion graphics para TV y cine, branding, identidad y diseño tipográfico, como así también formación en los campos de historia y educación del diseño.

– Otras universidades europeas

Para completar el panorama académico se detalla a continuación un grupo de instituciones destacadas de algunos países europeos:

ESPAÑA

Universidad Complutense de Madrid

Grado en Diseño - 4 años

Menciones: *Gráfico / Escenográfico / Nuevos Medios.*

Universidad Autónoma de Barcelona / EINA

Grado en Diseño - 4 años.

Orientaciones: *Diseño de Interiores / Diseño Gráfico / Diseño de Productos / Creación Visual / Cultura del Diseño*

Universitat de Barcelona

Grado en Diseño - 4 años.

Perfil generalista.

ELISAVA. Escuela Universitaria de Barcelona

Grado en Diseño - 4 años.

Menciones: *Diseño Gráfico / Diseño de Producto / Diseño de Espacio / Interacción Digital.*

Universitat Oberta de Catalunya

Grado en Diseño y Creación Digitales - 3 años

Universitat Politècnica de Valencia

Grado en diseño y tecnologías creativas - 4 años.

Orientaciones: *Diseño e ilustración / Animación / Medios Interactivos y Audiovisuales*

REINO UNIDO

1. University of the Arts London

- a) Undergraduate (4 años)
 - **Camberwell College of Arts**
 - FdA⁶ Graphic Design
 - BA (Hons)⁷ Graphic Design
 - **Chelsea College of Arts**
 - BA (Hons) Graphic Design Communication
 - **College: Central Saint Martins**
 - BA (Hons) Graphic Communication Design

⁶ Foundation degree in Arts - 2 años. <http://www.studyawayuk.co.uk/es/before-your-studies/education-system/#Foundation%20Degree>

⁷ Honors Undergraduate - 4 años. <http://www.studyawayuk.co.uk/es/before-your-studies/education-system/#Degree>

b) Postgraduate (2 años)

- **London College of Communication**

- MA⁸ Graphic Media Designs
- MA Interaction Design Communication
- MA Graphic Branding and Identity
- MA Service Experience Design and Innovation
- Postgraduate Diploma⁹ Design for Visual Communication
- Postgraduate Certificate¹⁰ Design for Visual Communication

- **Central Saint Martins**

- MA Graphic Communication Design
- MA Applied Imagination in the Creative Industries

- **Chelsea College of Arts**

- MA Graphic Design Communication

2. Glasgow School of Arts

a) Undergraduate

– **Communication Design**

- BA (Hons) Communication Design (4 años)

– **Interaction Design**

- BA (Hons) Interaction Design

– **3D Modelling / Games and Virtual Reality**

- BSc (Hons) Immersive Systems Design

b) Graduate

– **Communication Design**

- M.Des¹¹ Communication Design (2 años)
- M.Des in Graphics, Illustration, Photography (1 año)

– **Design Innovation**

- M.Des in Design Innovation and Collaborative Creativity
- M.Des in Design Innovation and Environmental Design
- M.Des in Design Innovation and Interaction Design
- M.Des in Design Innovation and Service Design
- M.Des in Design Innovation and Transformation Design.

– **Research**

- M.Res in Creative Practices
- Master of Research

⁸ Master in Arts - 1 año. <http://www.studyawayuk.co.uk/es/before-your-studies/education-system/#Masters>

⁹ Diploma de Posgrado, equivalente a dos tercios de un Master. <http://www.studyawayuk.co.uk/es/before-your-studies/education-system/#PGD>

¹⁰ Certificado de Posgrado, equivalente a un tercio de un Master.: <http://www.studyawayuk.co.uk/es/before-your-studies/education-system/#PGC>

¹¹ Master in Design. <http://gsacomdes.com/courses/>

AUSTRALIA

1. RMIT University

.Graphic and communication design programs

a) Undergraduate

- Associate Degree in Graphic Design
- Bachelor of Design (Communication Design)
- Bachelor of Media and Communication (Honours)

b) Postgraduate

- Master of Communication Design
- Master of Design Futures

c) Vocational

- Advanced Diploma of Graphic Design
- Certificate IV in Design
- Diploma of Graphic Design

.Games and interactive media

a) Undergraduate

- Bachelor of Design (Animation and Interactive Media)
- Bachelor of Design (Digital Media)
- Bachelor of Design (Games)
- Bachelor of Information Technology (Games and Graphics Programming)
- Bachelor of Media and Communication (Honours)

b) Postgraduate

- Master of Animation, Games and Interactivity

c) Research

- PhD (Media and Communication)

d) Vocational

- Diploma of Screen and Media (Interactive Media)

2. University of New South Wales

a) Undergraduate: **Bachelor of Design** (Honours)¹²

- Communication, identity and branding, media and advertising.
- Interactive design and computing; web design and screen interface; wearables, digital and pre-press design.
- Environments and spatial design including interiors, exhibition, theatre, urban and landscape design.
- Design management and creative strategy.
- Graphic media studio (visual identity design; book and magazine design; digital media; illustration; experimental typography; and letterpress printing)
- Design history, theory and aesthetics.
- Social innovation and entrepreneurship.

¹² <https://www.artdesign.unsw.edu.au/future-students/undergraduate-degrees/design#structure>

b) Postgraduate: **Master of Design** (MDes)¹³

- Experience Design.
- Interaction Design.
- Visualisation and Visual Effects.
- Graphic Communication.

– Universidades latinoamericanas

Universidad del Bosque (Colombia)

Diseño de Comunicación - 5 años.

Universidad Nacional de Colombia

Diseño Gráfico - 4 años.

Universidad Mayor (Chile)

Licenciatura en Diseño Gráfico - 4 años. / Título Profesional de Diseñador Gráfico - 5 años.

Universidad Nacional de Chile

Lic. en Diseño con mención en Diseño Gráfico - 4 años. / Título Prof. de Diseñador - 5 años.

Universidad Católica de Chile

Bachillerato - 2 años / Licenciatura en Diseño - 4 años / Título Prof. de Diseñador - 5 años.

Universidad Nacional Autónoma de México

Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual - 4 años. Orientaciones: *Edición Gráfica / Iconicidad y Entornos / Medios Audiovisuales e Hipermedia / Gráfica e Ilustración.*

Universidad Autónoma Metropolitana (México)

Lic. en Diseño de la Comunicación Gráfica - 4 años.

Universidad de San Pablo (Brasil)

Bachiller en Diseño - 5 años.

Pontificia Universidad Católica de Río de Janeiro (Brasil)

Bachiller en Diseño - 4 años. Orientaciones: *Comunicación Visual / Medios Digitales / Moda / Diseño de Productos.*

Universidad ORT (Uruguay)

Proyectista Gráfico - 2 años / Licenciado en Diseño Gráfico - 4 años / Diseñador Web - 2 años / Licenciatura en Diseño Multimedia - 4 años.

Universidad de la República (Uruguay)

Licenciado en Diseño de Comunicación Visual - 4 años.

¹³ <https://www.artdesign.unsw.edu.au/future-students/postgraduate-coursework-degrees/master-design>

B. OFERTA NACIONAL DE GRADO

– Mapeo general

Con el objetivo de conocer el panorama completo de formación académica en nuestro país, se realizó un relevamiento de todas las carreras de Diseño Gráfico y de Comunicación Visual, las cuales se detallan a continuación:

1. Universidades Públicas

- **UBA - Universidad Nacional de Buenos Aires**
Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (CABA) / *Diseño Gráfico*
- **UNAM - Universidad Nacional de Misiones**
Facultad de Artes y Diseño / *Diseño Gráfico*
- **UNCUYO - Universidad Nacional de Cuyo (Mendoza)**
Facultad de Arquitectura y Diseño / *Diseño Gráfico*
- **UNL - Universidad Nacional del Litoral (Santa Fe)**
Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo / *Lic. en Diseño de la Com. Visual*
- **UNLA - Universidad Nacional de Lanús (Bs. As.)**
Depto. de Humanidades y Artes / *Lic. en Diseño y Comunicación Visual*
- **UNLP - Universidad Nacional de La Plata**
Facultad de Bellas Artes / *Diseño en Comunicación Visual*
- **UNNOBA - Universidad Nacional del Noroeste de la Pcia. de Buenos Aires**
Escuela de Tecnología (Pergamino) / *Lic. en Diseño Gráfico*
- **UNR - Universidad Nacional de Rosario**
Facultad de Arquitectura, Planeamiento y Diseño / *Lic. en Diseño de Com. Visual*
- **UNRN - Universidad Nacional de Río Negro (Sede Gral. Roca)**
Área de Ciencias Aplicada / *Lic. en Diseño Visual*
- **UNSJ - Universidad Nacional de San Juan**
Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño / *Diseño Gráfico*

2. Universidades Privadas

CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES

- **UADE - Universidad Argentina de la Empresa**
Fac. de Arquitectura y Diseño / *Lic. en Diseño Gráfico*
- **UAI - Universidad Abierta Interamericana**
Fac. de Ciencias de la Comunicación / *Lic. en Diseño Gráfico*
- **UB - Universidad de Belgrano**
Fac. de Arquitectura y Urbanismo / *Lic. en Diseño Gráfico*
- **UCES - Universidad de Cs. Empresariales y Sociales**
Ciencias de la Comunicación / *Lic. en Diseño y Com. Visual*

- **UP - Universidad de Palermo**
Fac. de Diseño y Comunicación / *Diseño Gráfico*
- **USAL - Universidad del Salvador**
Escuela de Diseño / *Lic. en Diseño Gráfico*
- **Universidad del Cine**
Fac. de Comunicación / *Lic. en Comunicación Visual con Orientación en DG*

RESTO DEL PAÍS

- **UFLO - Universidad de Flores** (Bs. As.)
Fac. de Arquitectura, Diseño y Planeamiento Socio-Ambiental / *Lic. en Diseño Gráfico y Nuevos Medios*
- **Universidad de Morón** (Bs. As.)
Informática / *Lic. en DG Publicitario - Lic. en DG Multimedial*
- **Universidad Champagnat** (Mendoza)
Fac. de Informática y Diseño / *Lic. en Diseño: Mención Identidad - Mención Editorial*
- **Universidad de Mendoza** (Mendoza)
Fac. de Arquitectura, Diseño y Urbanismo / *Licenciatura en Diseño*
- **Universidad Siglo 21** (Córdoba)
Diseño y Comunicación / *Lic. en Diseño Gráfico*
- **UBP - Universidad Blas Pascal** (Córdoba)
Arquitectura y Diseño Gráfico / *Lic. en Diseño Gráfico*
- **UCASAL - Universidad Católica de Salta** (Salta)
Fac. de Artes y Ciencias / *Lic. en Diseño Gráfico*
- **UCC - Universidad Católica de Cuyo** (Sede San Luis)
Fac. de Ccias. Económicas y Empresariales / *Lic. en Diseño de Comunicación Visual*
- **UCP - Universidad de la Cuenca del Plata** (Corrientes)
Fac. de Arte, Diseño y Comunicación / *Lic. DG Multimedial*
- **UGD - Universidad Gastón Dachary** (Misiones)
Diseño y Comunicación / *Lic. en Diseño y Comunicación Visual*
- **UNSTA - Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino** (Tucumán)
Fac. de Ingeniería / *Lic. en Diseño Diseño Gráfico - Lic. en Diseño Multimedial*

En cuanto a la duración de las carreras, la mayoría de la oferta pública mantiene una duración de 4 años, a excepción del nuevo plan de estudios de la UBA (que se extiende 1 años más) y las carreras en las universidades de Cuyo, Lanús, La Plata y Noroeste de Buenos Aires, con un total de 5 años. En el caso de las universidades privadas, casi la totalidad de las carreras poseen una duración de 4 años, siendo la única excepción la Universidad del Cine.

— Listado de Títulos de Grado (INTI)

Es interesante destacar aquí el conjunto de títulos que esta institución tiene registrados, y que ofrece como opción en las encuestas laborales que anualmente realiza, ya que da cuenta de la amplitud de campos de formación existentes. Éstos son:

- Comunicador Audiovisual
- Comunicador Web
- Diseñador de Animaciones y Dibujos Animados
- Diseñador de Imagen Empresaria
- Diseñador de Imagen y Sonido
- Diseñador de Información
- Diseñador de Juegos Interactivos
- Diseñador de Packaging
- Diseñador de Sitios Web
- Diseñador Editorial
- Diseñador Gráfico
- Diseñador Gráfico Multimedia
- Diseñador Gráfico Publicitario
- Diseñador Gráfico y Visual
- Diseñador Integral en Comunicación Multimedial
- Diseñador Multimedial
- Diseñador y Administrador de Sitios Web con Orientación en Programación y Comunicación Visual
- Diseñador y Programador de Simuladores Virtuales
- Esp. en Diseño de Tipografía
- Esp. en Diseño Multimedial
- Esp. en Gestión Estratégica de Diseño
- Lic. en Comunicación Audiovisual
- Lic. en Diseño
- Lic. en Diseño Asistido (especializado en: Diseño Editorial, de Imagen Empresaria, de Multimedia, de Packaging o Publicitario).
- Lic. en Diseño de la Com. Visual
- Lic. en Diseño Gráfico
- Lic. en Diseño Gráfico Multimedial
- Lic. en Diseño Gráfico Publicitario
- Lic. en Dis. Gráf. y Com. Audiovisual
- Lic. en Diseño Gráfico y Com. Visual
- Lic. en Diseño Multimedial
- Lic. en Diseño Multimedia y de Interacción
- Lic. en Diseño y Comunicación Visual
- Lic. en Diseño y Producción en Comunicación Multimedial
- Lic. en Gestión de la Prod. Gráfica
- Lic. en Imagen y Sonido

C. ESPACIOS CURRICULARES DE ESPECIALIZACIÓN

Además del mapeo de carreras de grado, se relevó también todas las posibilidades que las universidades ofrecen para formar a los diseñadores en algún nivel de formación especializada, ya sea una orientación dentro de la oferta de grado o una especialización / maestría en el nivel de posgrado. En este caso se incluyeron también algunas universidades latinoamericanas y españolas destacadas.

1. UNIVERSIDADES ARGENTINAS

– PÚBLICAS

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Maestrías:

- Diseño Abierto para la Innovación (Open Design).
- Diseño Interactivo (MAEDI)
- Diseño Comunicacional (diCom).
- Maestría en Tipografía (MT).
- Maestría Interdisciplinaria en Estudios sobre Servicios de Comunicación Audiovisual.

Especializaciones

- Diseño y Gestión de Marcas y Sistemas de Identidad (DIGEM).
- Gestión Estratégica de Diseño (GED).
- Sociología del Diseño (DISO).
- Teoría del Diseño Comunicacional (diCom).

Programas de actualización

- Diseño de juegos, juguetes e interfaces lúdicas.
- Diseño Gráfico de Interfaces para la Convergencia Digital (DIGICODI).
- Proyecto Editorial.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

Seminarios de Posgrado

- Diseño de materiales didácticos digitales.
- Narrativas transmedia
- En torno a la Letra.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO

- **Maestría** del Diseño para los Desarrollos Regionales
- **Especialización** en Diseño Multimedial

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

- **Especialización** en Diseño Estratégico para la Innovación¹⁴
- **Maestría** en Comunicación Digital Interactiva¹⁵

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NOROESTE DE BUENOS AIRES¹⁶

- **Maestría** en Diseño Orientada a la Estrategia y la Gestión de la Innovación

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL LITORAL

- **Curso de posgrado:** Motion Graphics Design. Del diseño gráfico al diseño en movimiento
- **Cursos de capacitación:** Gestión de diseño de comunicación / Motion Graphics para video, cine y TV. Curso de Aprendizaje sobre el software Adobe After Effects / Taller de Diseño de Interfaces en Lenguaje HTML y CSS / Community Management.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN JUAN

- **Curso de posgrado:** Gestión Estratégica y Emprendedorismo

—PRIVADAS

UNIVERSIDAD DE PALERMO

- **Doctorado** en Diseño
- **Maestría** en Gestión del Diseño
- **Licenciatura** en Diseño Gráfico / Editorial / de Packaging / Imagen Empresaria / Publicitario / de Historietas / de Imagen y sonido
- **Licenciatura** en Ilustración
- **Licenciatura** en Comunicación digital

UNIVERSIDAD SIGLO 21

- **Diplomatura** en Comunicaciones Digitales y Social Media
- **Diplomado** en Creatividad e Innovación.

UNIVERSIDAD DE MORÓN

- **Licenciatura** en Diseño Gráfico Publicitario
- **Licenciatura** en Diseño Gráfico Multimedial

UNIVERSIDAD CHAMPAGNAT

- **Orientaciones:** Lic. en Diseño Mención Identidad / Lic. en Diseño Mención Editorial

UNIVERSIDAD DE BELGRANO

- **Diplomatura** en Diseño Editorial (en conjunto con la editorial Perfil).

¹⁴ Desarrollada en el Centro de Estudios Interdisciplinarios

¹⁵ Dictada en la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales

¹⁶ La misma es replicada en las Universidades de Mar del Plata y Misiones

2. UNIVERSIDADES LATINOAMERICANAS

Universidad ORT - Uruguay

- **Orientaciones** (Grado): Editorial, Web, Identidad, Interfases, Persuasión, Empaques, Tipografía, Imagen.

Universidad Nacional de Colombia

- **Orientaciones:** orientación y diseño de información, Identidad e imagen, tipografía y diagramación, multimedia e imagen digital, narrativas audiovisuales, fotografía, ilustración.

Universidad Gestalt - México

- **Orientación:** Multimedia.
- **Posgrado:** Esp. en Diseño Editorial y Diseño Tipográfico.

Universidad de Chile

- **Menciones:** Visualidad y Medios (Lic. en Diseño).
- **Diplomas de postítulo:** Diseño Editorial / Tipografía y Lettering.

Pontificia Universidad Católica de Chile

- **Diplomados:** Branding, Infografía, Diseño de Servicios, Creatividad en Innovación / Visualización de Datos, Tipografía (Departamento de Estudios Tipográficos).
- **Posgrado:** Magister en Diseño Avanzado (MADA).

IED - Centro Superior de Diseño (Madrid)

- **Orientaciones:** Branding, Digital, Publicidad, Virtual.

IDEP - Barcelona

- **Orientación:** Diseño Gráfico y Digital.
- **Posgrado:** Pensamiento Estratégico, Diseño Gráfico y Negocio Creativo / Web, Apps y Productos Interactivos.

4. CONTEXTO LABORAL

¿Qué tipo de diseñador es necesario?

- Escenarios socio-productivos para el desarrollo profesional
- Campo ocupacional en Argentina.
- Realidad regional

A. ESCENARIOS SOCIO-PRODUCTIVOS PARA EL DESARROLLO PROFESIONAL

Perspectivas globales

El siglo XXI, hiperconectado y global, presenta un nuevo escenario con el surgimiento de nuevos campos de acción para el diseño, desplazándose de la prefiguración de los espacios, objetos y mensajes hacia la gestión estratégica de procesos (*Design Driven Innovation*¹, *Design Driven Culture*², *Design Driven Business*³ y *Design Thinking*⁴).

Por otra parte, el advenimiento de nuevos modos de integración digital a la vida cotidiana plantea también nuevos desafíos para los diseñadores. Es cada vez más común hablar de realidad virtual, aumentada, mixta y extendida, las implementaciones de la inteligencia artificial están creciendo exponencialmente, la interacción mediada por objetos (*Internet of Things*) es ya una realidad palpable e instalada en cada vez más hogares.

Este contexto permite también ampliar los horizontes geográficos y aumenta de posibilidades laborales a distancia; lo producido por los diseñadores es una de las mercancías de más fácil exportación.

Sin embargo, se plantea también un rápido crecimiento de la cultura “Hágalo usted mismo” (DIY) en general y dentro del campo de acción del diseñador en particular, donde cualquier persona con una PC o dispositivo móvil y una conexión a internet puede acceder a múltiples herramientas digitales de acceso gratuito, fácil implementación y calidad aceptable para la realización de una gran cantidad de piezas de comunicación, lo cual está borrando los límites del campo de acción exclusiva de los diseñadores gráficos.

Contexto nacional y regional

Vivimos en una economía completamente dinámica y versátil, lo cual propicia el surgimiento de oportunidades laborales para todos los diseñadores preparados para afrontar desafíos cada vez más complejos.

Algunos de los rubros y sectores identificados como potenciales campos de acción son:

- a) **TURISMO:** Se puede identificar una creciente explotación turística de los recursos naturales y culturales, con la creación y consolidación de la oferta de parques naturales y consolidación de oferta turística urbana a través de eventos y atractivos culturales.
- b) **INDUSTRIAS CULTURALES:** En los últimos años se definió como una de las prioridades productivas para el país, con apoyo estatal y posicionamiento de emprendimientos y actividades relacionadas al sector, lo que potencia el surgimiento de proyectos colaborativos de diversa índole y escala.
- c) **PYMES:** Consolidado como uno de los pilares fundamentales de la economía nacional, presenta varias características:

¹ <http://www.designforeurope.eu/what-design-driven-innovation>

² <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/building-a-design-driven-culture>

³ <https://www.slideshare.net/JoshLevine2/building-a-design-driven-business>

⁴ <https://www.fastcompany.com/919258/design-thinking-what>

- Crecimiento de la cultura del emprendedurismo.
 - Apoyo estatal (Capital Semilla / Registro de marcas, etc.)
 - Ampliación de la oferta y la demanda en nuevos rubros.
- d) **INDUSTRIA DEL SOFTWARE:** En el ámbito regional es visible un crecimiento sostenido de emprendimientos, productos, servicios y eventos vinculados a las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación). Se destaca la presencia de organismos de vinculación y apoyo: Polo IT / Informatorio / UNNETEC / Hackaton Express / Barcamp / Comunidad TIC.
- e) **ORGANISMOS ESTATALES:** El estado está incorporando lentamente diseñadores al ámbito público en áreas estratégicas como Cultura, Turismo, y Producción.

B. CAMPO OCUPACIONAL EN ARGENTINA

Encuesta nacional laboral para diseñadores (INTI)

Desde el año 2013, como parte de sus acciones de promoción para el sector, el INTI viene efectuando una encuesta a diseñadores con el fin de “analizar desde el lado de la oferta el nivel de integración del diseño en la economía y sociedad nacional”.

Los resultados de estas encuestas indican un claro requerimiento laboral en las áreas de **Identidad** y **diseño web**; si bien los porcentajes variaron en cada año ambas áreas se encuentran entre las más demandadas.

Año		2013	2014	2015	
Muestra		Bs. As	Bs. As. / Cba. / Mdza. / Sta Fe	Bs. As. / Cba. / Mdza. / Sta Fe / Mnes.	
Principales sectores	Comercio	34%	27%	30%	
	Alimentos y bebidas	23%	22%	/	
	Educación / Investigación	30%	32%	27%	
	Papel y artes gráficas	27%	18%	28%	
	Comunicaciones	27%	/	24%	
	Industria Textil, Indum., Calzado y accesorios	/	22%	23%	
Principal es tareas	Gral	Comunicación, branding, marca	51%	75%	48%
		Desarrollo de productos / diseño industrial	36%	53%	25%
		Modelizado 3D	27%	46%	/
		Docencia	26%	44%	23%
		Diseño web	26%	35%	25%
		Investigación	/	/	20%
	DG	Comunicación, branding, marca	81%	81%	75%
		Diseño web	55%	66%	46%
		Diseño de packaging	30%	31%	23%
		Docencia	23%	27%	21%
Diseño audiovisual		18%	24%	15%	

Fig. 1: Comparación de algunos de los indicadores durante las tres primeras ediciones de la encuesta. Elaboración propia.

C. REALIDAD REGIONAL

– Demandas de formación de los Diseñadores Gráficos

En el mes de mayo del corriente año se llevó a cabo el congreso “97-17. Veinte años de diseño en el NEA” en el marco de la conmemoración de los 20 años de creación de nuestra carrera. Los inscriptos al mismo completaron una breve encuesta orientada a conocer los intereses sobre futuras ofertas de capacitación y actualización.

Se tomaron dichas encuestas como una primera aproximación a la cuestión de los ámbitos y las temáticas en las que se desempeña con mayor preponderancia los diseñadores de nuestra región.

Áreas de interés para formación - Profesionales

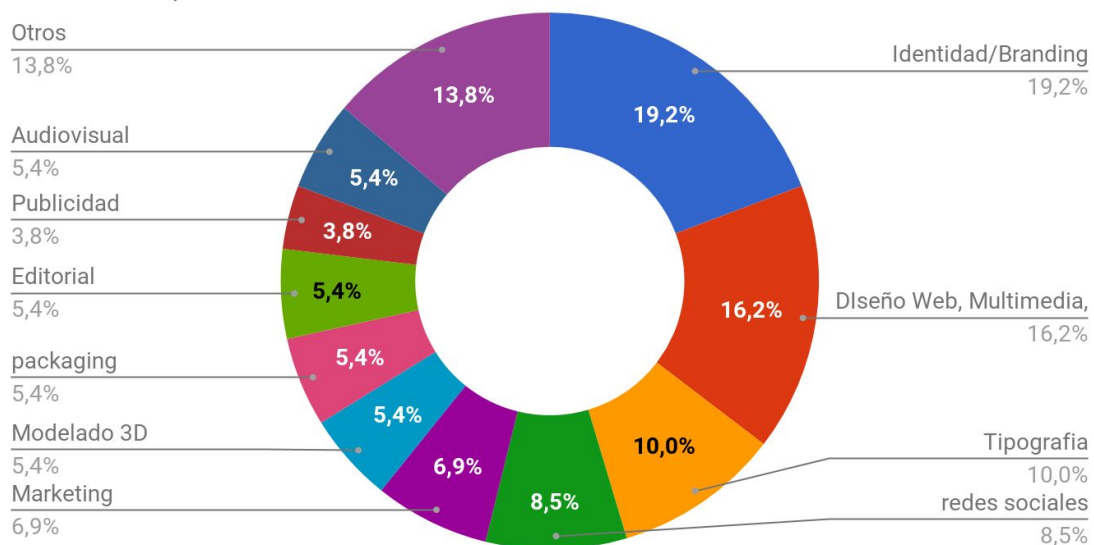


Fig. 2: Áreas de interés para formación en diseñadores profesionales. Gráfico automático a partir de la información cedida por la DG Ludmila Strycek.

Se puede observar que en la muestra registrada de diseñadores profesionales (alrededor de 80 respuestas) existe una clara prioridad en las áreas de:

- Identidad / Branding
- Diseño web / Multimedia
- Redes sociales
- Tipografía / Editorial

Áreas de interés para formación - Alumnos

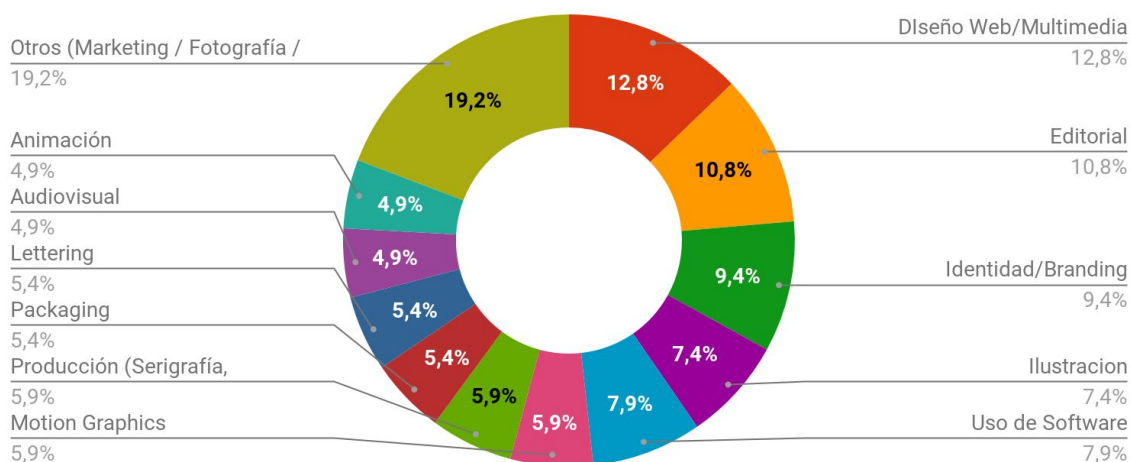


Fig. 3: Áreas de interés para formación en alumnos. Gráfico automático a partir de la información cedida por la DG Strycek.

Por otra parte, las respuestas de los alumnos (alrededor de 140) **reflejan una similitud** en cuanto a las áreas de interés, aunque el rango es bastante mayor.

– Portfolios de diseño de la región

Con el fin de conocer las principales áreas de acción de los diseñadores en el NEA se realizó un relevamiento de los portfolios de trabajos mostrados en los sitios de web de estudios de diseño y de profesionales independientes.

Resistencia

ESTUDIO	Gráfica Gral.	Identidad	Web	Redes Soc.	Audio-visual	Publicidad	3D	Prod. Gráf.	Otros
BRANDON	X	X	X	X	X	X			Marketing, Fotografía, Packaging
WITE		X	X			X	X		Señalización
ALFA BUSINESS	X	X			X	X			Fotografía
SULIM			X						
LIBA	X	X	X		X		X		
AXÓNKA	X	X	X	X	X	X			
BE3		X		X	X	X			
FREIM		X			X				Comunicación, Eventos
DEGE	X							X	
INTEGRA	X	X							
VISUAL PLANET			X						

– Sondeo laboral

Para completar la visión regional sobre el campo profesional de los diseñadores gráficos se efectuó una serie de encuestas a diferentes grupos de interés relacionados con la carrera.

A continuación se desarrolla una síntesis de los resultados en torno al desempeño profesional.

1. Alumnos de 4º año

En este caso se trató de conocer la visión a futuro de los alumnos sobre el ejercicio de la profesión. Sobre una muestra de 23 respuestas se pueden extraer los siguientes datos:

Expectativas en formación académica: Un alto porcentaje de los encuestados tienen intención de continuar con su formación (70%) tanto académica (posgrado) como profesional (cursos/seminarios). Las áreas de mayor preferencia son:

1. Diseño Audiovisual.
2. Diseño Multimedial y Web.
3. Diseño de Sistemas de Identidad.
4. Fotografía.
5. Comunicación, Publicidad, Marketing digital.

Áreas de interés para el desempeño profesional: Se puede observar una cierta amplitud en las áreas temáticas de interés, sin embargo hay una prevalencia en:

- Diseño de Identidad / Diseño Editorial 50% aprox (c/u)
- Diseño Audiovisual / Fotografía 45% aprox. (c/u)
- Redes Sociales / Marketing / Publicidad 30% (c/u)

Experiencias en proyectos: Una gran cantidad de los alumnos manifiesta contar con una breve experiencia laboral (más de un 80% del total, con 2 años en promedio), lo cual otorgaría mayor validez a las respuestas vertidas en la encuesta. Los tipos de trabajos realizados con mayor preponderancia son en las áreas de:

1. Diseño de Identidad 85%
2. Com. Impresa 50%
3. Com. digital / Fotografía 45% (c/u).
4. Diseño Editorial 25%
5. Ilustración 20%

2. Profesionales

En este grupo se encuentran comprendidos los diseñadores egresados de la UNNE que se desempeñan como diseñadores independientes (freelance) o empleados.

Si bien la muestra es muy pequeña (71 casos) en relación al total de la población (más de 1000 egresados) los resultados colaboran en la identificación de algunas tendencias. Cabe mencionar que lo acotado de la muestra se debe en gran medida a que la institución no realiza un seguimiento de egresados por lo que se hace muy difícil acceder a los mismos.

Características demográficas de los encuestados

Cohortes		Antigüedad laboral	
- 2011 - 2016	11,5%	- < 5 años	38%
- 2006 - 2010	29%	- 5 - 9 años	28%
- 2001 - 2005	24,5%	- 10 - 14 años	24%
- Sin respuesta	35%		

Formación académica posterior

En cuanto al tipo de formación, el 45% corresponde a cursos y seminarios; el resto recae en forma pareja en cursos de posgrado, posgrado y otras carreras. Si bien gran parte de las respuestas corresponde a formación estructurada académica, muchas de las respuestas están asociadas a formación profesional, lo cual corresponde al siguiente ítem.

En relación a las temáticas se pueden agrupar de la siguiente manera:

- **Identidad / Branding**
- **Fotografía**
- **Web y multimedia:** Diseño web / Desarrollo html y css / Diseño de interfaces (UI) e interacción (UX) / Programación / E-commerce
- **Imagen y sonido:** Comunicación Audiovisual y Multimedia / Diseño audiovisual / Motion graphic / Animación.
- **Comunicación digital:** Comunicación Digital Interactiva (UNR) / Marketing Digital / Community management.
- **Ccias. Empresariales:** Marketing / Management / Ventas
- **Ccias. Sociales y Humanidades:** Publicidad / Periodismo / Comunicación / Gestión y desarrollo cultural / Artes Visuales
- **Metodología e investigación**
- **Docencia:** Especialización en docencia universitaria / Master en diseño para la educación a distancia

En cuanto a las temáticas elegidas para perfeccionarse, se destacan las siguientes:

1. Redes sociales 54%
2. Identidad Visual 41%
3. Branding 38%
4. Marketing 37%
5. Publicidad 35%
6. Diseño Web 32%

Desempeño profesional

En cuanto al rol que desempeñan los egresados, un 48% declara trabajar de modo *freelance*, un 30% trabaja en relación de dependencia y un 17% es dueño de un emprendimiento.

Respecto de las áreas de trabajo de mayor frecuencia, las más preponderantes son:

Casi siempre		Ocasionalmente	
Redes sociales	~60%	Diseño Editorial	~60%
Diseño de Identidad Visual	~40%	Identidad Visual / Web / Audiovisual / Branding / Señalización / Packaging / Fotografía /	~50%
Fotografía / Dis. de Información / Branding / Marketing / Publicidad	~30%		

3. Emprendedores

Este grupo corresponde a diseñadores que tienen montada una mínima estructura empresarial (espacio de trabajo fijo, equipamiento, personal).

Por las mismas razones que el punto anterior, la muestra de este grupo está constituida por 21 respuestas. Las mismas corresponden a emprendedores ubicados mayormente en la ciudad de Resistencia, con una antigüedad laboral de entre 5 y 10 años (un 50% de los encuestados); el 62% tiene menos de 5 empleados y el resto sin empleados.

Principales roles y tareas

- | | |
|--------------------------------|-----|
| 1. Trato con clientes | 86% |
| 2. Responsable áreas de diseño | 81% |
| 3. Tareas administrativas | 71% |
| 4. Producción e implementación | 62% |
| 5. Responsable de desarrollo | 48% |

Servicios ofrecidos

- | | |
|--------------------------------------|-----|
| 1. Proyectos de Diseño | 71% |
| 2. Desarrollo gráfico | 67% |
| 3. Impresión / Materialización | 48% |
| 4. Desarrollo / Implementac. digital | 48% |
| 5. Consultoría | 43% |

Perfil del emprendimiento/Empresa

- | | |
|----------------------------------|-----|
| 1. Identidad Visual | 52% |
| 2. Comunicac. impresa en gral. | 33% |
| 3. Comunicac. digital en general | 33% |
| 4. Especializado en Branding | 29% |
| 5. Producción gráfica en gral. | 24% |

Frecuencia en cada tipo de servicios:

Casi siempre		Ocasionalmente	
Diseño de Identidad Visual	~65%	Diseño Editorial / Fotografía	~75%
Branding	~50%	Fotografía / Redes Sociales	~60%
Redes sociales / Marketing / Investigación / Diseño de Información	~25%	Dis. Audiovisual / Dis de Información / Marketing / Publicidad	~50%

Análisis de planes de estudios

Universidad	Carrera	Ciclos	Áreas	Materias	Optativas / Electivas	Semin.	Duración	Carga horaria	Año del Plan	Graduación	Observaciones
UNNOBA	Téc. en Diseño Gráfico		4	24	-		3 años	2240	2010	-	
	Lic. en Diseño Gráfico		4	12+	2 / 6		2 años+	3400	2010	Tesina	
UNR	Postítulo en Diseño de Com. Visual		?	10	-		3 cuatrim.	510	2014	Seminario de Integración	
	Lic. en Diseño de Com. Visual	2	?	6	-		1 Cuatrim.	302	2014	Proyecto y Evaluación Final	
UNLP	Diseño en Comunicación Visual		4 (?)	27	-		5 años	3584	1997	-	
	Profesorado de Diseño en Com. Visual		4 (?)	29	-		5 años		2006	-	
UNL	Lic. en Diseño de la Com. Visual	2	3	28	?/12		4 años		2001	Taller de Tesina	
UNLA	Lic. en Diseño y Comunicación Visual		?	39	3/?		5 años	2944	2015	Trabajo Final Integrador	Oferta dinámica de optativas
UNRN	Lic. en Diseño Visual		7	35	2 / 5	2	4 años	2912	2012	Proyecto Final	
UBA	Diseño Gráfico	CBC + 3		48	7 / 14	4	CBC + 4 años	CBC + 2180	2018	-	Plantea 4 posibles orientaciones
UNSJ	Diseño Gráfico			30	3 / 9		4 años	2765	2016	-	
UNCUYO	Diseño Gráfico			38	6 / 10		5 años	3164	2009	Diseño Gráfico Final	
UNAM	Diseño Gráfico			26	2/?	1	4 años	3480	1997	-	Oferta dinámica de optativas
UNNE	Diseño Gráfico	3	3	25	4 / 6		4 años	3248	1997	-	
UNNE (FADYCC)	Técnico/a Universitario en Diseño de Imagen, Sonido y Multimedia		2	20			3 años	1728	2016	-	

Universidad	Carrera	Materias	Opt.	Semin.	Duración	Carga horaria	Año del Plan	Graduación	Observaciones
UCES	Técnico Universitario en DG y Comunicación Visual	30			3 años				
	Lic. en Diseño y Com. Visual	10+	2		1 año +			Proyecto de carrera	
Siglo 21	Técnico Universitario en DG	31			3 años				
	Lic. en Diseño Gráfico	9+			1 año +				Sumando materias se accede a un segundo título: Certificado en Competencias Emprendedoras
USAL	Doble Tit.: Lic. En Publicidad								
	Diseño Gráfico	27			3 años	2016			
U de Mendoza	Lic. en Diseño Gráfico	9+		3	1 año +	2646			
	Diseñador gráfico	17			3 años			Presentación final	título de pre grado
UCASAL	Licenciatura en Diseño	10+			1 año +			Trabajo final	
	Técnico Universitario en DG	34			3 años		2008		
UAI	Lic. en Diseño Gráfico	8+			1 año +			Tesis final	
	Diseñador Gráfico	36			3 años	2416	2004	materias + pasantía	Pertenece a la facultad de Ciencias de la Comunicación
U del Cine	Lic. en Diseño Gráfico	14+			1 año +	3496		tesis final	
	Comunicador Visual con orientación en Diseño Gráfico	31		2	3 1/2 años				Carrera de pre grado
UADE	Lic. en Comunicación Visual con Orientación en DG	7+		4	1 1/2 año +			tesis final	
	Profesor en Comunicación Visual con orientación en Diseño Gráfico	18+			1 1/2 año +				
UNIMORON	Técnico Universitario en DG	30			3 años				
	Lic. en Diseño Gráfico	9+			1 año +	2720			
UFLO	Diseñador Gráfico	33			3	120 sem.			
	Lic. en DG Publicitario	10+			1 año +	159 sem		tesis final	
	Lic. Diseño Gráfico Multimedial	10+			1 año +	166 sem.		tesis final	
	Diseño Gráfico	22			3 años				
	Lic. en Diseño Gráfico y Nuevos Medios	17+			1 año+				
	Diseñador Gráfico	32	3		3 años				

Universidad	Carrera	Materias	Opt.	Semin.	Duración	Carga horaria	Año del Plan	Graduación	Observaciones
U Champagnat	Licenciatura en Diseño - Mención: Diseño de Identidad	12+			1 año +				
	Licenciatura en Diseño - Mención: Diseño Editorial	11+							
UB	Diseño Gráfico	34	4 + 7	1	3 años	1810	2012	Defensa del Trabajo Final de Carrera	
UCC	Técnico en Diseño Gráfico	26			2 años				
UGD	Lic. en Diseño de Com. Visual	29+	5		2 años +				
	Técnico Universitario en Diseño y Comunicación Visual								
	Lic. en Diseño y Com. Visual	52			4 años		2013		
UCP	Lic. Diseño Gráfico Multimedial	34			4 años			trabajo final	
UNSTA	Lic. Diseño Diseño Gráfico	44			4 años		2013	proyecto final	
	Lic. Diseño Multimedial	42			4 años			proyecto final	
UBP	Lic. en Diseño Gráfico	55	2	2	4 años				
CAECE	Lic. en DG y Com. Audiovisual	35		2	4 años				
UP	Diseño Gráfico	24			3 años		2003		
	– Diseñador Editorial	10+	3	2					
	– Diseñador de Imagen Empresarial	10+	3	2	1 año+			trabajo final	
	– Diseñador de Packaging	10+	3	2					
	– Diseñador Publicitario	10+	3	2					
Escuela Da Vinci	Diseñador Gráfico Artístico Digital	35			3 años				
Fundac. Walter Benjamin	Comunicador en Imagen	27			3 años			trabajo final integrador	
Instituto ORT	Técnico Sup. en DG Multimedia	38			3 años				

Universidad / Carrera	1° AÑO		2° AÑO		3° AÑO	
	1° Cuatrimestre	2° Cuatrimestre	1° Cuatrimestre	2° Cuatrimestre	1° Cuatrimestre	2° Cuatrimestre
UNNOBA (Lic. en DG)	Historia de la cultura Taller rotativo DG	Taller rotativo DIT Introducción a la geometría elemental	Introducción a los materiales Estética Taller rotativo DI	Introducción al taller DG Historia del diseño Estadística Tipografía I	Morfología Introducción a la comercialización	Métodos del diseño
	Lenguaje visual I Dibujo I Comunicación		Lenguaje visual II Dibujo II		Taller DG I Tecnología I Técnicas de representación DG Producción audiovisual Tipografía II	
UBA	CBC: Intr. al Conocimiento de la Sociedad y el Estado Intr. al Pensamiento Científico Intr. al Conocimiento Proyectual I	Intr. al Conocimiento Proyectual II Matemática Semiología	Historia 1 Comunicación 1 Tecnología 1 Fotografía		Historia 2 Comunicación 2 Medios Expresivos 1 Tecnología 2	
	Taller de Dibujo		Diseño 1 Morfología 1 Tipografía 1		Diseño 2 Morfo 2 / Tipo 2	
UNNSJ	Psicología de la Comunicación Dibujo a Mano Alzada Matemática	Computación Gráfica I Génesis Formal I Teoría, Historia y Crítica del Diseño y del Arte	Computación Gráfica II Génesis Formal II	Semiología Sistemas Gráficos Tecnología	Computación Gráfica III Gráfica para Productos Sistemas de Impresión	Diseño para Educación Metodología Aplicada al Diseño
	Diseño Gráfico I		Diseño Gráfico II Diseño Tipográfico		Diseño Gráfico III	
UNCUYO	Introducción al Diseño Tipografía I: Básica Dibujo a mano Alzada Matemática Geometría Descriptiva I Tecnología I: Software Psicología Aplicada al Diseño I	Introducción a la Cultura Material	Técnica de Prod. de la Imagen Historia del Diseño I Tipografía II: Editorial Técnicas de Dibujo Tecnología II: Insumos	Tipografía III: Expresiva Historia del Diseño II	Método de Diseño Tecnología III: Producción Psicología Aplicada al Diseño II Sociología Aplicada al Diseño Semiótica Multimedia I	
			Diseño Gráfico I Comunicación Visual Fotografía I: Básica Tecnología I		Diseño Gráfico II	
UNAM						
	Taller de Diseño Gráfico I Dibujo y Representación I Computación I Tipografía Visión Redacción Psicología		Taller de DG II Dibujo y Rep. II Computación II Historia del Arte y del Diseño I Semiología de la Imagen Teoría del Conocimiento		Taller de DG III Tecnología II Fotografía Teoría de la Comunicación Historia del Arte y del Diseño II Mercado y Publicidad Organización de las Instituciones y de la Empresa	
UNNE	Medios de Expresión I Historia del Diseño Gráfico I	Morfología I Comunicación I	Morfología II Comunicación II Medios de Expresión II	Tecnología Gráfica I Historia del DG II	Tecnología Gráfica II Sociología de la Com. Visual ELECTIVAS	
	Taller de DG I Tipografía I Sistemas de Representación (Semestral)		Taller de DG II Tipografía II		Taller del DG III	
UNDAV (Tec. en Dis. de Marcas y Envases)	Pensamiento Proyectual I Sistemas de Representación I Tipografía I Física y Química aplicada Taller de informática	Comunicación Pensamiento Proyectual II Sist. de Representación II Tipografía II Morfología I Idioma nivel 1 Trabajo Social Comunitario	Diseño de marcas y envases I Morfología II Economía Ingeniería de los Materiales Ing. de Productos a Envasar Idioma nivel 2	Sistemas de Representación III Sociología de la cultura D M y E II Morfología III Técnicas de Producción I Tec. en Procesos y Mat. I Trabajo Social Comunitario	D M y E III Diseño Sustentable Tec. de Procesos y Mat. II Técnicas de Producción II Ergonomía Metodología de Inv. proy.	Heurística Tec. para la Innovación D M y E IV Laboratorio experimental de Procesos y Materiales Trabajo Social Comunitario Optativas

Universidad / Carrera	4° AÑO		5° AÑO		ELECTIVAS / OPTATIVAS
	1° Cuatrimestre	2° Cuatrimestre	1° Cuatrimestre	2° Cuatrimestre	
UNNOBA (Lic. en DG)	Intro. al diseño multimedia Epistemología y metodología de la ciencia Taller DG II Tecnología II Inglés técnico	Marketing estratégico Optativa 1	Legislación y práctica profesional Seminario DG Tecnología III Tesis de grado	Optativa 2	Serigrafía y estampado Fotografía Programas de identidad institucional Diseño Sustentable
UBA	Legal y gestión profesional Medios Expresivos 2 Electiva Socio-human. Seminario 1 Seminario 2 Diseño 3 Morfo 2/ Tipo 2		Electiva orientada 1 Electiva orientada 1 Optativa 1 Optativa 2 Seminario 3 Seminario 4 Proyecto / Diseño 4		Diseño de Cont. e Interfaces (5° año): Medios 3 Diseño Editorial Diseño de la Información Diseño de interfaces digitales Teoría y Crítica del Diseño (5° año): Teoría del habitar Heurística Análisis del discurso visual
UNSJ	Investigación de Mercado Legislación y Práctica Profesional Diseño Gráfico IV	Gestión Empresarial y Mercadotecnia			1° Cuat.: Gestión del Patrimonio Nat. y Cult. I 2° Cuat.: Estética Fotografía General Gestión del Patrimonio Nat. y Cult. II Gráfica para Cine, TV y Video Práctica del Diseño Gráfico Teoría del Habitar
UNCUYO	Gráfica en el Espacio Filosofía del Diseño Economía y Gestión Diseño Gráfico III Multimedia II		Legislación Industrial Diseño Gráfico Final		Fotografía Avanzada Taller de Producción de Textos Ilustración Narrativa Gráfica Infografía
UNAM	Seminario Optativa I Optativa II Taller de DG IV Tecnología III				
UNNE	Metodología de la Ciencia ELECTIVAS Taller del DG IV				3° Año: Mercado. y Gestión Empresarial Análisis Literario y Redacción 4° Año: Diseño Asistido por PC Sociología de la Imagen Fotografía Historia del Arte
UNDAV (Tec. en Dis. de Marcas y Envases)					Expresión y Representación Visual Empresa y Emprendedorismo Humanidades

Universidad / Carrera	1° AÑO		2° AÑO		3° AÑO
	1° Cuatrimestre	2° Cuatrimestre	1° Cuatrimestre	2° Cuatrimestre	
UNL Lic. en Dis. de CV	Taller introductorio (Transversal a todas las áreas)	Introd. a la Historia Taller de Matemática Introducción a los Medios Digitales	Historia I Introd. a Comunicación Tecnología I	Historia II Comunicación Tecnología II	Comunicación II Medios I Tecnología III
			Taller de Diseño II Tipografía I Morfología II		Taller de Diseño III Tipografía II
UNLA Lic. en Dis. y CV	Taller de Diseño I Geometría descriptiva aplicada Medios Expresivos I Espacio Tipográfico I Teoría del Diseño I Lectura y Escritura Profesional	?	Tecnología I Computación I Medios Expresivos II Taller de Diseño II Espacio Tipográfico II Historia de la Com. visual Metodología de la Investigación	?	Taller de Diseño III Tecnología II Computación II Fotografía Medios Expresivos III Espacio Tipográfico III Historia Social del Diseño Optativa 1
UNRN Lic. en DV	Fundamentos de Tipografía Fundamentos de la visualidad Teoría de la com. y la información Int. a la lectura y escritura acad. Diseño Visual I	Visualidad I Historia de la com. y la inform. visual Tecnología I Técnicas digitales Diseño Visual II	Comunicación escrita Inglés Teoría de la imagen Tecnología II Diseño Visual III	Tipografía I Visualidad II Fotografía Tecnología III Diseño Visual IV	Tipografía II Visualidad III Sociología Comercialización (Marketing) Diseño Visual V
					Seminario de físico matemática 1
UNLP Dis en CV			-		
	Taller de DCV 1 Tecnología DCV 1 Lenguaje Visual 1 Dibujo 1 Panorama histórico social del diseño	Taller de DCV 2 Tecnología DCV 2 Lenguaje Visual 2 Dibujo 2 Física Historia del pensamiento argentino			Taller de DCV 3 Tecnología DCV 3 Lenguaje Visual 3 Integración Cultural 1 Métodos de diseño

		4° AÑO		5° AÑO	
		1° Cuatrimestre	2° Cuatrimestre	1° Cuatrimestre	2° Cuatrimestre
0					
2° Cuatrimestre					
Comunicación III Medios II		Teoría y Crítica Metodología de la Inv. Epistemología Práctica Prof. y Legislación	Taller de Tesina (Transversal a todas las áreas)		
		Taller DG IV			
		Taller de Diseño IV Computación III Taller de Diseño Orientado Comunicación Teoría del Diseño II Semiótica Video Taller de Trabajo Final Integrador Optativa 2	?	Práctica Pre Profesional Estética Ética profesional Taller de Trabajo Final Integrador Idioma Extranjero I Idioma Extranjero II Optativa 3 Sem. de Pensam. Nac. y Latinoam. Sem. de Justicia y Derechos Humanos	?
Producción audiovisual Historia del diseño visual I Técnicas multimedia Gestión de proyectos Diseño Visual VI		Narrativas visuales Historia del Diseño Visual II Práctica profesional y legislación Políticas Públicas. Investigac., des. y transf. Diseño Visual VII	Proyecto final - Seminario I Seminario II Optativa I Optativa II		
		Historia del Diseño 1 Seminario de Fis./Mat. 2 Idioma		Mercadotecnia Historia del Diseño 2	
		Taller de DCV 4 Tecnología DCV 4 Integración Cultural 2		Taller de DCV 5 Legislación y Pract. Prof.	

Universidad	Carrera	Materias	Opt.	Semin.	Duración	Carga horaria	Año del Plan	Graduación	Observaciones
UCES	Técnico Universitario en DG y Comunicación Visual	30			3 años				
	Lic. en Diseño y Com. Visual	10+	2		1 año +			Proyecto de carrera	
Siglo 21	Técnico Universitario en DG	31			3 años				
	Lic. en Diseño Gráfico	9+			1 año +				Sumando materias se accede a un segundo título: Certificado en Competencias Emprendedoras
USAL	Doble Tit.: Lic. En Publicidad								
	Diseño Gráfico	27			3 años	2016			
U de Mendoza	Lic. en Diseño Gráfico	9+		3	1 año +	2646			
	Diseñador gráfico	17			3 años			Presentación final	título de pre grado
UCASAL	Licenciatura en Diseño	10+			1 año +			Trabajo final	
	Técnico Universitario en DG	34			3 años		2008		
UAI	Lic. en Diseño Gráfico	8+			1 año +			Tesis final	
	Diseñador Gráfico	36			3 años	2416	2004	materias + pasantía	Pertenece a la facultad de Ciencias de la Comunicación
U del Cine	Lic. en Diseño Gráfico	14+			1 año +	3496		tesis final	
	Comunicador Visual con orientación en Diseño Gráfico	31		2	3 1/2 años				Carrera de pre grado
UADE	Lic. en Comunicación Visual con Orientación en DG	7+		4	1 1/2 año +			tesis final	
	Profesor en Comunicación Visual con orientación en Diseño Gráfico	18+			1 1/2 año +				
UNIMORON	Técnico Universitario en DG	30			3 años				
	Lic. en Diseño Gráfico	9+			1 año +	2720			
UFLO	Diseñador Gráfico	33			3	120 sem.			
	Lic. en DG Publicitario	10+			1 año +	159 sem		tesis final	
UB	Lic. Diseño Gráfico Multimedia	10+			1 año +	166 sem.		tesis final	
	Diseño Gráfico	22			3 años				
U Champagnat	Lic. en Diseño Gráfico y Nuevos Medios	17+			1 año+				
	Diseñador Gráfico	32	3		3 años				
UB	Licenciatura en Diseño - Mención: Diseño de Identidad	12+			1 año +				
	Licenciatura en Diseño - Mención: Diseño Editorial	11+							
UB	Diseño Gráfico	34		1	3 años	1810	2012		
	Licenciatura en Diseño Gráfico	14+	4 + 7	1	1 año +	2631		Defensa del Trabajo Final de Carrera	

Universidad	Carrera	Materias	Opt.	Semin.	Duración	Carga horaria	Año del Plan	Graduación	Observaciones
UCC	Técnico en Diseño Gráfico	26			2 años				
	Lic. en Diseño de Com. Visual	29+	5		2 años +				
UGD	Técnico Universitario en Diseño y Comunicación Visual								
	Lic. en Diseño y Com. Visual	52			4 años		2013		
UCP	Lic. Diseño Gráfico Multimedial	34			4 años			trabajo final	
UNSTA	Lic. Diseño Diseño Gráfico	44			4 años		2013	proyecto final	
	Lic. Diseño Multimedial	42			4 años			proyecto final	
UBP	Lic. en Diseño Gráfico	55	2	2	4 años				
CAECE	Lic. en DG y Com. Audiovisual	35		2	4 años				
UP	Diseño Gráfico	24			3 años		2003		
	– Diseñador Editorial	10+	3	2					
	– Diseñador de Imagen Empresaria	10+	3	2	1 año+			trabajo final	
	– Diseñador de Packaging	10+	3	2					
	– Diseñador Publicitario	10+	3	2					
Escuela Da Vinci	Diseñador Gráfico Artístico Digital	35			3 años				
Fundac. Walter Benjamin	Comunicador en Imagen	27			3 años			trabajo final integrador	
Instituto ORT	Técnico Sup. en DG Multimedia	38			3 años				

Univ.	Carrera	1° AÑO	2° AÑO	3° AÑO	4° AÑO	NOTAS
	Asignaturas	Asignaturas	Asignaturas	Asignaturas	ELECTIVAS	ELECTIVAS
UP - U de Palermo	Diseño Gráfico	Intro. al Lenguaje Visual (Com. visual) Taller I (Lenguaje visual) Intro. a la Investigación Diseño e Imagen de Marcas (Sistemas visuales) Taller II (Tipografía) Producción Gráfica (Sist. de Impresión) Comunicación Oral y Escrita	Diseño Tridimensional I (Standards) Taller III (Diseño de libros) Taller de Reflexión Artística I (Vanguardias) Introducción al Discurso Audiovisual (Narración) Diseño Tridimensional II (Señalética) Taller IV (Revistas) Diseño de Packaging I Taller de Fotografía I	Com. y Dis. Multimedia I (Diseño corporativo I A) Com. y Dis. Multimedia I (Diseño corporativo I B) Planificación de campañas I (Publicidad y creatividad) Taller V (Portfolio profesional) Com. y Dis. Multimedia II (Diseño corporativo II A) Com. y Dis. Multimedia II (Diseño corporativo II B) Planificación de campañas II (Estrategias publicitarias) Cultura I	Diseño Editorial I (Diarios) Producción Gráfica II (Industria editorial) Sem. de Integración I (Proyectos de graduación I) Diseño Editorial II (Suplementos) Fotografía Editorial (Imagen y concepto) Sem. de Integración II (Proyectos de graduación II) Cultura II Trabajo Final de Grado (Proyecto de Graduación) Campañas Pub. I (Concepto y creación) Empresa Pub. I (Com. Integradas) Seminarío de Integración I (*2) Campañas Pub. II (Planificación y Desarrollo) (*1) Empresa Pub. II (Taller Agencia) Seminarío de Integración II (*4) Cultura II Trabajo Final de Grado (Proyecto de Graduación) Dis. de Imagen Empresarial I (Identidad Institucional) Com. Estratégica I (Análisis corporativo) Sem. de Integración I (Proyectos de graduación I) Dis. de Imagen Empresarial II (Estrategias de intervención) Com. Estratégica II (Intervención corporativa) Sem. de Integración II (Proyectos de graduación II) Cultura II Trabajo Final de Grado (Proyecto de Graduación) Diseño de Packaging II (Creación de envases) Repres. y Materiales I (Forma y construcción) Sem. de Integración I (Proyectos de graduación I) Diseño de Packaging III (Línea de envases) Representación y Materiales II (Función y técnica) Sem. de Integración II (Proyectos de graduación II) Cultura II Trabajo Final de Grado (Proyecto de Graduación) Dis. de Sist.s Editoriales Dis. de Sist. de Identidad Dis. de Envases y Productos Dis. de Interfaces Gráficas y Entornos Virtuales Dis. de Campañas Promocionales Dis. de Sistemas Multimediales Planificación de Negocios Metodología de la Investigación Social Cultura II Trabajo Final	El Plan de Estudios de Diseño Gráfico contempla tres asignaturas electivas, ubicadas en el ciclo superior correspondiente al último año de la carrera. Los estudiantes deben cubrir este requerimiento cursando asignaturas de otras carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación. Áreas: Audiovisual / Comunicación Corporativa y Empresarial / Comunicación y Creatividad Publicitaria / Diseño de Espacios / Diseño de Objetos y Productos / Diseño Visual / Moda y Tendencias / Multimedia Digital / Teatro y Espectáculo
	Orientación Editorial				Electiva I Electiva II Electiva III	
	Orientación Publicidad				Electiva I (*3) Electiva II Electiva III	(*1): Esta asignatura se cursa con Taller Agencia (El mundo profesional) (*2): Esta asignatura se cursa con Comercialización I (El mundo de los negocios) (*3): Esta asignatura se cursa con Redacción publicitaria (El lenguaje y la imagen) (*4): Esta asignatura se cursa con Comercialización II (Planes de negocios)
	Orientación Imagen Empresarial				Electiva I Electiva II Electiva III	
	Orientación Packaging				Electiva I Electiva II Electiva III	
UCES - U de Cs	Técnico Universitario en Diseño Gráfico y Comunicación Visual / Lic. en Diseño y Comunicación Visual	Diseño y Comunicación Visual I Morfología I Tipografía I Diseño e Informática I Análisis del Discurso Diseño y Comunicación Visual II Morfología II Tipografía II Diseño e Informática II Teorías de la Comunicación	Diseño 3D I Diseño Multimedia I Tipografía Experimental Proyecto Estratégico de Diseño Fotografía Diseño 3D II Diseño Multimedia II Diseño de Tipografía Historia del Diseño y del Arte I Tecnología del Diseño	Animación I Diseño de Objetos 3D Digitales Estética Marketing y Publicidad Historia del Diseño y del Arte II Animación II Organizaciones y Emprendimientos de Diseño Semiótica y Comunicación Edición Digital Diseño Sostenible y RSE	Dis. de Sist.s Editoriales Dis. de Sist. de Identidad Dis. de Envases y Productos Dis. de Interfaces Gráficas y Entornos Virtuales Dis. de Campañas Promocionales Dis. de Sistemas Multimediales Planificación de Negocios Metodología de la Investigación Social Cultura II Trabajo Final de Grado (Proyecto de Graduación)	Trabajo final: Consiste en un proyecto a realizar en una asignatura del último cuatrimestre de la carrera.
	Empresariales y Sociales	Comportamiento del consumidor Comunicación visual Dibujo Taller de Creatividad y Diseño I Desarrollo Emprendedor Diseño de Comunicación Visual I Herramientas Digitales I Morfología II Taller de Creatividad y Diseño II	Cultura Organizacional Diseño de Comunicación Visual II Estética Herramientas Digitales II Marketing I Creación Publicitaria I Diseño de Comunicación Visual III Herramientas Digitales III Redacción Publicitaria Semiótica	Comunicación Organizacional Dis. de Comunicación Visual IV Herramientas Digitales IV Planamiento de la Comunicación Tecnología Gráfica Ética y Deontología Profesional Fotografía Historia del Diseño Seminarío de Práctica de DG Tecnología Tipografía I	Diseño de preprints Universitarios Práctica Profesional de DG Tipografía II Diseño Interactivo Gestión Ambiental Práctica Solidaria Seminarío Final de DG Sociología de los Medios de Comunicación Social	Tiene la posibilidad de una doble titulación con Publicidad
Siglo 21	Técnico Universitario en Diseño Gráfico / Lic. en Diseño Gráfico					

Univ.	Carrera	1° AÑO	2° AÑO	3° AÑO	4° AÑO	ELECTIVAS	Asignaturas	NOTAS
UNSTA - U del Norte Sto Tomás de Aquino - Tucumán	Lic. en Diseño Gráfico Multimedial	Asignaturas Proyectual 1 Tipografía 1 Morfología 1 Medios 1 Formación Humanística I Espacio Curricular Común 1 Inglés Nivel I (Extracurricular) Tic 1 (Requisito) Diseño y Comunicación 1 Hist. Del Arte y Diseño 1	Asignaturas Tipografía 2 Formación Humanística II Inglés Nivel II (Extracurricular) Tic 2 (Requisito) Proyectual 2 Morfología 2 Medios 2 Diseño y Comunicación 2 Esp. Curricular Común 2 Medios 3 Hist. Del Arte Y Diseño 2 Proyectual 3 Tecnología Grafica 1 Morfología 3	Asignaturas Tipografía 3 Formación Humanística III Tic 3 (Requisito) Medios 4 Hist. del Arte y Diseño 3 Diseño y Comunicación 3 Hist. del Arte y Diseño 4 Esp. Curricular Común 3 Proyectual 4 Tecnología Grafica 2 Medios 5	Asignaturas Formación Humanística IV Proyectual 5 Diseño Y Com. 4 Marketing Publicidad Esp. Curricular Común 4 Proyecto Final Medios 6 Diseño Editorial	ELECTIVAS	Medios Audiovisuales Animación Digital 2 Diseño de Interfaces Complejas	
		Lic. en Diseño Gráfico Multimedial	Diseño Multimedial 1 Prog. Multimedial 1	Diseño Multimedial 2 Prog. Multimedial 2 Prog. Multimedial 3 Animación Digital 1				
U de Mendoza	Licenciatura en Diseño	Ciclo de Información Cultura del Diseño I y II Dibujo y Expresión Visual I y II Informática I y II Taller de Introducción al Diseño I y II	Ciclo de Instrumentación Diseño Regional Materización I y II Creatividad en el Diseño Taller de Diseño Integrar I y II Psicología de la Percepción Actuación Profesional	Ciclo de Aplicación Actuación Empresarial Práctica Profesional Taller Especial de Diseño I y II Introducción a la Investigación Semiótica Presentación Final	Ciclo de Licenciatura Taller de Diseño Estratégico Ergonomía Teoría General del Diseño Metodología del Diseño Marketing Empresarial Trabajo Final	Opcional Especifica I Opcional Especifica II	Opcional Integral I Opcional Integral II Opcional Especifica III	
		Lic. Diseño Gráfico Multimedial	Morfología Comunicación Taller de Escritura y Oratoria Metodología del Diseño Introducción a la Informática Cuatrimestral Introducción a la Tipografía Taller de Diseño Gráfico I Historia del Diseño I Informática Aplicada al Diseño I	Taller de Diseño Gráfico II Tipografía Gráfica I Semiótica Medios de Expresión Informática Aplicada al Diseño II Diseño y Realización Multimedia I Morfología II Tecnología Gráfica Historia II Inglés I	Taller de Diseño Gráfico III Tipografía Gráfica II Medios, Estrategias y Planificación Inglés II Dis o y Realización Multimedia II Marketing Diseño de Productos y Envases Fotografía Portugués I	Práctica Profesional Innovación, Emprendimiento y Gerenciamento Ética, Deontología y Principios Jurídicos Portugués II Práctica Profesional Supervisada Taller de Elaboración del Trabajo Final		
UCP - U de la Cuenca del Plata	Lic. en Diseño Gráfico	Lengua Inglesa Elemental (A) Pensamiento Filosófico I Psicología Social Representación Gráfica I Teoría de la Comunicación Diseño en Comunicación Visual I Lenguaje Visual I Pensamiento Filosófico II Psicología de la Motivación Computación Gráfica I Diseño en Comunicación Visual II Tipografía I Tecnología del Diseño I	Lengua Inglesa Intermedia (A) Representación Gráfica II (A) Diseño en Comunicación Visual III (A) Teología I Semiótica General y Aplicada Taller de Fotografía Lenguaje Visual II Teología II Computación Gráfica II Mercadotecnia Estética e Historia del Arte I	Historia del Arte II (A) Computación Gráfica III (A) Diseño en Comunicación Visual IV (A) Metodología de la Investigación En Comunicaciones Tipografía II Doctrina Social de la Iglesia Práctica Profesional Régimen Legal de las Comunicaciones Tecnología del Diseño II	Diseño Editorial (A) Computación Gráfica IV (A) Diseño de Envases y Productos (A) Diseño de Identidad Institucional (A) Proyecto de Tesis Gestión de la Producción Ética Profesional Taller de Tesis			
		Lic. en Diseño Gráfico	Comunicación y Visión Introducción al DCV Tecnología Gráfica Problemática del Mundo Actual Taller de Informática I Inglés I Recursos Expresivo Taller de DCV I - Seminario de Integración Curricular Panorama Histórico, Económico y Social del Arte y del Diseño I Taller de Informática II Inglés II Teorías de la Comunicación	Taller de DCV II Panorama Histórico, Económico y Social del Arte y del Diseño II Tipografía I Elementos de Lenguajes y Redacción Taller de Informática III Tecnologías Gráficas II Taller de Dibujo Taller de DCV III, Sem. de Integración Curricular Fotografía y Laboratorio Tipografía II Taller de Informática IV	Taller de Diseño Editorial Semiótica del Objeto y del Espacio Taller de Informática V: Diseño y Computación Gráfica I Taller de DCV IV Enfoque Socio-Antrópologico Taller de Diseño de Comunicación Visual IV - Sem. de Integración Curricular Seminario Taller de Práctica Profesional Ética y Legislación Aplicada Taller de Informática VI: Diseño y Computación Gráfica II Técnicas de Comercialización y Marketing Personal	Comportamiento del Consumidor Taller de Diseño Publicitario La Investigación y sus Métodos Taller de Diseño Gráfico en Cine, TV y Video Organización y Gestión de la Empresa de Diseño Packaging Taller de Diseño para la Educación Taller de Tesis - Sem. de Integración Curricular TRABAJO FINAL DE TESIS	Opcional Opcional - Animación y Efectos Especiales I	
UCASAL - U Católica de Salta	Lic. en Diseño Gráfico	Lengua Inglesa Elemental (A) Pensamiento Filosófico I Psicología Social Representación Gráfica I Teoría de la Comunicación Diseño en Comunicación Visual I Lenguaje Visual I Pensamiento Filosófico II Psicología de la Motivación Computación Gráfica I Diseño en Comunicación Visual II Tipografía I Tecnología del Diseño I	Lengua Inglesa Intermedia (A) Representación Gráfica II (A) Diseño en Comunicación Visual III (A) Teología I Semiótica General y Aplicada Taller de Fotografía Lenguaje Visual II Teología II Computación Gráfica II Mercadotecnia Estética e Historia del Arte I	Historia del Arte II (A) Computación Gráfica III (A) Diseño en Comunicación Visual IV (A) Metodología de la Investigación En Comunicaciones Tipografía II Doctrina Social de la Iglesia Práctica Profesional Régimen Legal de las Comunicaciones Tecnología del Diseño II	Diseño Editorial (A) Computación Gráfica IV (A) Diseño de Envases y Productos (A) Diseño de Identidad Institucional (A) Proyecto de Tesis Gestión de la Producción Ética Profesional Taller de Tesis			
UAI - U Abierta Interamericana	Lic. en Diseño Gráfico	Comunicación y Visión Introducción al DCV Tecnología Gráfica Problemática del Mundo Actual Taller de Informática I Inglés I Recursos Expresivo Taller de DCV I - Seminario de Integración Curricular Panorama Histórico, Económico y Social del Arte y del Diseño I Taller de Informática II Inglés II Teorías de la Comunicación	Taller de DCV II Panorama Histórico, Económico y Social del Arte y del Diseño II Tipografía I Elementos de Lenguajes y Redacción Taller de Informática III Tecnologías Gráficas II Taller de Dibujo Taller de DCV III, Sem. de Integración Curricular Fotografía y Laboratorio Tipografía II Taller de Informática IV	Taller de Diseño Editorial Semiótica del Objeto y del Espacio Taller de Informática V: Diseño y Computación Gráfica I Taller de DCV IV Enfoque Socio-Antrópologico Taller de Diseño de Comunicación Visual IV - Sem. de Integración Curricular Seminario Taller de Práctica Profesional Ética y Legislación Aplicada Taller de Informática VI: Diseño y Computación Gráfica II Técnicas de Comercialización y Marketing Personal	Comportamiento del Consumidor Taller de Diseño Publicitario La Investigación y sus Métodos Taller de Diseño Gráfico en Cine, TV y Video Organización y Gestión de la Empresa de Diseño Packaging Taller de Diseño para la Educación Taller de Tesis - Sem. de Integración Curricular TRABAJO FINAL DE TESIS	Opcional Opcional - Animación y Efectos Especiales I		

Univ.	Carrera	1° AÑO	2° AÑO	3° AÑO	4° AÑO	NOTAS
	Asignaturas	Asignaturas	Asignaturas	ELECTIVAS	Asignaturas	ELECTIVAS
Udelv. Empresa	Técnico Universitario en Diseño Gráfico / Lic. en Diseño Gráfico	FUNDAMENTOS DE LA PRÁCTICA PROYECTUAL LENGUAJE VISUAL HISTORIA DEL ARTE Y DEL DISEÑO TECNOLOGÍA DIGITAL PARA EL DISEÑO TIPOGRAFIA I INTRODUCCIÓN AL DISEÑO INTRODUCCIÓN AL MARKETING SEMÓTICA DEL DISEÑO MORFOLOGÍA I FOTOGRAFIA I	DISEÑO GRÁFICO: SISTEMAS VISUALES TALLER DE LENGUAJE VISUAL I DISEÑO MULTIMEDIA I HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO TIPOGRAFIA II DISEÑO GRÁFICO: RETÓRICA DE LA IMAGEN TALLER DE LENGUAJE VISUAL II INGLÉS I MORFOLOGÍA II DISEÑO EDITORIAL I	DISEÑO GRÁFICO: MARCA Y SISTEMAS SENALETICOS TALLER DE ILUSTRACIÓN Y SERIGRAFIA DISEÑO CINÉTICO DISEÑO DE LA INFORMACIÓN VISUAL GESTIÓN DE EMPRESAS DE DISEÑO ESTÉTICA DISEÑO DE INTERACCIÓN I TECNOLOGÍA GRÁFICA DISEÑO Y ANIMACIÓN 2D DISEÑO EDITORIAL II	PLAN DE NEGOCIOS DE DISEÑO DISEÑO DE PORTFOLIO DISEÑO ARQUITECTÓNICO DISEÑO GRÁFICO: CAMPANA SOCIAL INNOVACIÓN Y DISEÑO 3 D TRABAJO FINAL DE DISEÑO GRÁFICO TEORÍA, HISTORIA Y CRÍTICA DEL DISEÑO ÉTICA DEONTOLÓGICA Y PRINCIPIOS JURÍDICOS APLICADOS AL DISEÑO DISEÑO DE PRODUCTOS Y ENVASES	
		Lic. Diseño Gráfico Multimedial	Introducción al DG (taller) Informática aplicada al diseño I Problemática cultural social y económica contemporánea Tecnología gráfica I Morfología I Diseño gráfico I Informática aplicada al diseño II Introducción al arte contemporáneo Fotografía I Inglés I	Diseño gráfico II Historia del Diseño I Teoría de La Comunicación Estructuras Publicitarias Morfología II Diseño gráfico III Tipografía II Estética Tecnología Gráfica II Informática Aplicada Al Diseño III Inglés II	Diseño gráfico IV Informática Aplicada Al Diseño IV Psicología de la Comunicación I Semiótica del Lenguaje Publicitario Editorial Historia del Diseño II Trabajo de Campo DeDG Diseño de Productos y Envases Régimen Jurídico de La Publicidad Promoción de Ventas Diseño de Imagen Audiovisual	Guion I Realización multimedial Iluminación y cámara Edición audiovisual Efectos especiales y animación documental Laboratorio - tratamiento digital de la imagen Creación sonora Animación digital Tesis de grado
UNIMORON - U de Morón	Lic. en Diseño y Comunicación Visual	Introducción Gráfica Cuatrimestral Herramientas Digitales I Cuatrimestral Teorías de la Percepción Cuatrimestral Taller de Introducción al Dibujo Principios de Tipografía Herramientas Digitales II Dibujo Técnico Lenguaje Visual I Fundamentos del Diseño (A)	Taller de Tipografía Herramientas Digitales III Historia del Diseño Tecnología Gráfica Herramientas Digitales IV Creatividad Aplicada al Diseño Teorías de la Comunicación (A) Lenguaje Visual II (A) Identidad Visual (A)	Taller Multimedia I Estrategias de Marketing Taller Multimedia II Tipografía Aplicada (A) Lenguaje Visual III (A) Taller de Fotografía (A) Sematética y Arquigrafía (A) Producción Editorial (A) Expresión Oral y Escrita (A)	Taller Multimedia III Diseño Latinoamericano Diseño de Envases y Embalajes Taller Multimedia IV Legislación y Práctica Profesional Inglés Técnico Trabajo Final Integrador Gestión de Emprendimientos (A) Metodología de la Investigación (A) Semiótica de la Imagen (A)	
UGD - U Gastón Dachary	Comunicador Visual con Orientación en Diseño Gráfico (3 años y medio) / Lic. en Comunicación Visual con Orientación en Diseño Gráfico (1 año y medio)	Panorama Histórico y Social del Diseño (A) Introducción a la Dirección (Dirección I) Visión I Introducción a las Técnicas Audiovisuales (Tec. Aud. I) Introducción a los Medios de Comunicación Historia Social y Económica I Semiotología y Teoría de la Comunicación I Historia de los Sistemas y Medios de Comunicación Semiótica de la Imagen	Técnicas Audiovisuales II Producción y Comercialización Visión II Multimedia: Diseño de Sistemas de Comunicación I Semiotología y Teoría de la Comunicación II Arte Contemporáneo Pensamiento Contemporáneo I Teoría y Técnica de la Actividad Grupal Historia Social y Económica II Política, Legislación y Planeamiento en Comunicación	Técnicas Audiovisuales III Mercado Planificación de Medios Diseño Gráfico II Gráfica de la Información Narrativa Gráfica Creación Gráfica Informática (en gráfica) Seminario I Seminario II	A. N. de conocimiento técnico específico de la orientación: - Diseño de Sistemas de Comunicación Gráfica (Gráfica III) B. N. de conocimiento técnico no específico. - Diseño de Sistemas de Comunicación en Artes Visuales; o Procesos Educativos - Taller del Núcleo de Comunicación en Artes Visuales; o Educativos C. N. de teoría e historia de los movimientos estéticos en las diferentes artes - Estética y Teorías de la imagen en procesos de la comunicación D. N. de pensamiento contemporáneo E. N. de seminarios. - Seminario de la Orientación - Seminario	La currícula de la Licenciatura está organizada en torno a cinco núcleos de temas y tesis. Cada núcleo estará integrado por Materias, Talleres o Seminarios; de los cuales algunos son específicos de cada orientación y otros, comunes a todas las orientaciones. Cada Estudiante elaborará una Tesis, en el marco de su orientación, la que deberá ser aprobada como condición para obtener el título de Licenciado
U del Cine	Profesor en Comunicación Visual con orientación en Diseño Gráfico				A. N. de conocimiento técnico específico de la orientación: - Diseño de Sistemas de Comunicación Gráfica (Gráfica III) B. N. de conocimiento técnico no específico. - Realización de Sistemas de Comunicación Gráfica C. N. de teoría e historia de los movimientos estéticos en las diferentes artes - Estética y Teorías de la imagen en procesos de la comunicación D. N. de pensamiento contemporáneo E. N. de seminarios. - Seminario de la Orientación - Seminario	Al igual que la Licenciatura, se obtiene cursando tres cuatrimestres más que para las carreras de pregrado. Incluyen cinco núcleos temáticos, cuatro comunes con los de la Licenciatura y uno de formación docente.
					A. N. de conocimiento técnico específico de la orientación: - Diseño de Sistemas de Comunicación Gráfica (Gráfica III) B. N. de conocimiento técnico no específico. - Realización de Sistemas de Comunicación Gráfica C. N. de teoría e historia de los movimientos estéticos en las diferentes artes. - Didáctica y Práctica de la Enseñanza de la Cinematografía - Psicología I - Psicología II C. N. de teoría e historia de los movimientos estéticos en los diferentes artes. - Historia de los Movimientos Estéticos en las Artes Visuales - Estética y Teorías de la Imagen en Procesos de la Comunicación D. N. de pensamiento contemporáneo - Pensamiento Contemporáneo II	

Univ.	Carrera	1° AÑO	2° AÑO	3° AÑO	4° AÑO	ELECTIVAS	ELECTIVAS	NOTAS	
		Asignaturas	Asignaturas	Asignaturas	Asignaturas	ELECTIVAS	ELECTIVAS		
U Champagnat	Diseñador Gráfico	Taller de Diseño I Comunicación Visual Fundamentos de Publicidad. Dibujo I - Taller de Diseño II Diseño Tridimensional Historia del Arte y el Diseño Dibujo II - 105 inglés I (A)	Taller de Diseño III Semiología Tecnología Gráfica I Informática Gráfica I Optativa: Taller de Caligrafía Optativa: Taller de Dibujo para Modas Optativa: Taller de Dibujo para Animación - Taller de Diseño IV Imagen Corporativa Informática Gráfica II Fotografía - Inglés II (A)	Taller de Diseño V Estrategias de Planificación Informática Gráfica III Multimedia I Historia del Diseño Contemporáneo - Taller de Diseño VI. Señalética Diseño Audiovisual Multimedia II Ética Profesional Oratoria					
	Licenciatura en Diseño Gráfico - Mención: Diseño de Identidad				Diseño de Identidad Taller de Especialización I Comunicación Institucional. Semiótica Programación Integral Tecnología - Proyecto de Diseño Taller de Especialización II Campañas Marketing Digital Medios complementarios y alternativos Diseño de Packaging - Diseño de Libros Tecnología Editorial I Periodismo Semiótica Ilustración Marketing Editorial Infografía - Proyecto de Diseño Tecnología Editorial II Marketing Digital Diseño de Diarios Diseño de Revistas				
	Licenciatura en Diseño Gráfico - Mención: Diseño Editorial				Diseño Multimedia Estética de los medios Comunicación Interactiva Guion Multimedia Taller de Herramientas Web I Taller de Producción I - Proyecto de Diseño Marketing Digital Introducción a 3D Taller de Producción II Estética del Cine Taller de Herramientas Web II				
	Licenciatura en Diseño Gráfico - Mención: Diseño Multimedia				Diseño de Modas Diseño Textil I Materiales Alternativos Semiótica e Historia de la Indumentaria I Taller de Especialización I - Proyecto de Diseño Diseño Textil II Semiótica e Historia de la Indumentaria II Taller de Especialización II Informática para Moda Estética del Cine				
UB - U de Biegrano	Licenciatura en Diseño Gráfico - Mención: Diseño de Moda				Diseño de Modas Diseño Textil I Materiales Alternativos Semiótica e Historia de la Indumentaria I Taller de Especialización I - Proyecto de Diseño Diseño Textil II Semiótica e Historia de la Indumentaria II Taller de Especialización II Informática para Moda Estética del Cine				
	Asistente de Diseñador Gráfico / Licenciatura en Diseño Gráfico	Diseño Gráfico 1 A Diseño Gráfico 1 B Forma y Lenguaje 1 A Forma y Lenguaje 1 B Historia del Diseño Gráfico A Historia del Diseño Gráfico B Práctica Profesional 1 Fotografía Gráfica Digital A Gráfica Digital B - Prueba de Nivel de Inglés Prueba de Nivel de Informática	Diseño Gráfico 2 A Diseño Gráfico 2 B Forma y Lenguaje 2 A Forma y Lenguaje 2 B Práctica Profesional 2 Tecnología Gráfica Tipografía 1 A Tipografía 1 B - Mat. Opt. De Form. General (MOFG) 1 Participación en Jornadas y Congresos	Diseño Gráfico 3 A Diseño Gráfico 3 B Forma y Lenguaje 3 A Forma y Lenguaje 3 B Práctica Profesional 3 Diseño de Envases y Productos Tipografía 2 Semiología 1 Semiología 2 MOFG 2 Participación en Jornadas y Congresos	Trabajo Final de Carrera A Trabajo Final de Carrera B Habilitación Profesional A Habilitación Profesional B Desarrollo de Estrategias de Marcas (Branding) Diseño Editorial Mat. Opt. de Form. Especifica (MOFE) 1 MOFE 2 - Participación en Jornadas y Congresos Trabajo Social Profesional Prueba de Lecto-comprensión de Inglés Desarrollo del Trabajo Final de Carrera Defensa del Trabajo Final de Carrera			MOFG: Filosofía Creatividad e Innovación Medios de Comunicación y Opinión Pública Literatura Argentina Contemporánea Ética Metodología de la investigación Movimientos Políticos y Sociales del Siglo XX MOFE: -Diseño de información 4 Diseño Gráfico 3 A -Publicidad Institucional 4 Diseño Gráfico 3 A -Diseño Interactivo 4 Diseño Gráfico 3 B -Promoción de Ventas	

Univ.	Carrera	1° AÑO	2° AÑO	3° AÑO	4° AÑO	NOTAS
		Asignaturas	Asignaturas	Asignaturas	Asignaturas	ELECTIVAS
UCC - U Católica de Cuyo	Técnico en Diseño Gráfico / Lic. en Diseño de Comunicación Visual	Fundamentos del Diseño Dibujo Técnico Teoría a Mano Alzada I Teoría de la Comunicación Tecnología I Elementos de la Filosofía	Taller de Diseño II Tipografía IV Técnicas de Expresión Gráfica Historia del Diseño I Idioma III Computación Gráfica III	Taller de Diseño IV Tipografía IV Semiótica I Historia del Diseño III Idioma III Metodología del Diseño Fotografía Teología Dogmática II	Proyecto de Diseño Legislación Industrial Mercadotecnia I Metodología de la Investigación Optativa III Inglés II	
		Taller de Diseño I Tipografía I Dibujo a Mano Alzada II Psicología de la Percepción Tecnología II Computación Gráfica II	Taller de Diseño III Introducción a la Fotografía Historia del Diseño II Tecnología IV Computación Gráfica IV Teología Dogmática II	Taller de Diseño II Semiótica II Diseño Editorial Diseño III (A)	Proyecto de Diseño Final Mercadotecnia II Doctrina Social de la Iglesia Optativa IV Optativa V Ética y Deontología Profesional Práctica Profesional (Pasantía)	
UFL - Arg. y Diseño - Bs As	Lic. en Diseño Gráfico y Nuevos Medios (En proceso de Aprobación)	Tecnología Informática Semiólogía Historia del Diseño Comunicación Introducción a la Tipografía	Morfología II Comunicación II Historia del Diseño II Tipografía Tipografía II Taller de Narrativa Tecnología II Software para Edición Digital Fotografía	Taller de Narrativa II Herramientas Multimediales Estética Diseño Editorial Diseño Editorial II Packaging Teoría y Crítica del Diseño Trabajo de Integración Diseño III (A)	Diseño IV Marketing y Gestión de Proyectos Producción Audiovisual Ética y Normas Jurídicas Metodología de la Investigación Diseño de Interfases	Seminario Electivo I Seminario Electivo II
		Diseño I Morfología I Tipografía I Introducción a la Computación Tecnología I Caligrafía	Diseño II (A) Diseño III Morfología III Tipografía V Informática II Laboratorio de Medios de Reproducción Historia del Diseño II	Diseño V Tecnología V Tipografía V Animación II Fotografía Materia Electiva I Semiótica del Diseño I	Proyecto Final Enfoque Sociológico y Antropológico Medios Expresivos Práctica Profesional Supervisada	Otros Requisitos: Inglés 1° y 2° nivel Informática 1° y 2° nivel Sem. de Formac. Prof. con Esp. en: Diseño Editorial, Packaging o Medios Audiovisuales (duración 4 meses) Pasantías Curso Instructivo
UFP - U. Blas Pascal	Lic. en Diseño Gráfico	Diseño I Morfología I Tipografía I Introducción a la Computación Tecnología I Caligrafía	Diseño III Morfología III Tipografía V Informática II Laboratorio de Medios de Reproducción Historia del Diseño II	Diseño V Tecnología V Tipografía V Animación II Fotografía Materia Electiva I Semiótica del Diseño I	Estética I Diseño VII Introducción a la Sociología Mercadotecnia Metodología de la Investigación II Seminario Taller	
		Diseño II Morfología II Tipografía II Informática I Tecnología II Historia del Diseño I	Diseño IV Morfología IV Tipografía IV Tecnología IV Animación I Informática III Introducción a la Fotografía	Diseño VI Ética Metodología de la Investigación I Animación III Seminario de Aspectos Legales Semiótica del Diseño II Tecnología VI	Proyecto Final Enfoque Sociológico y Antropológico Medios Expresivos Práctica Profesional Supervisada	
UDA - U del Aconagua	Lic. en Diseño Gráfico	Introducción a la Comercialización Comunicación Geometría y Sistemas de Representación Introducción a la Publicidad Introducción al Diseño Gráfico Historia del Arte I Fotografía Dibujo Informática I	Historia del Arte I Tipografía Psicología Aplicada Informática II Comportamiento del Consumidor Inglés I	Expresión Gráfica Inglés II Tecnología de Materiales Packaging Creatividad Historia del Diseño	Diseño Gráfico III Publicidad I Tecnología de Impresiones Medios Diseño Gráfico IV Formulación y Evaluación de Proyectos Multimedia Práctica y Orientación Profesional	
		Tecnología Digital I Historia del Arte y del Diseño I Lenguaje Y Comunicación Visual I Filosofía Inglés Técnico Producción Gráfica	Tecnología Digital II Historia Del Arte Y Del Diseño II Introducción al Marketing Teología Metodología de la Investigación en Arte y Diseño Diseño Multimedia I	Morfología Lenguaje Y Comunicación Visual II Diseño De Identidad Visual I Packaging Diseño Tridimensional I (Stand) Seminario I (Arte) Diseño Editorial Ética	Diseño Tridimensional II (Señalética) Diseño De Identidad Visual II Diseño Multimedia II Seminario de Publicidad Seminario II (Tecnología) Portafolio y Práctica Profesional del Diseño Seminario De Integración. Trabajo Final	
USAL - U del Salvador	Diseño Gráfico / Lic. en Diseño Gráfico Multimedia	Taller de Diseño Gráfico I (A) Plástica y Visión I (A) Tipografía I (A)	Taller de Diseño Gráfico II (A) Plástica y Visión II (A) Tipografía II (A)	Taller De Diseño Gráfico III (A)		
		Diseño en Comunicación Visual Morfología I Tipografía I Introducción a la Historia del Diseño y el Arte Tratamiento Digital de la Imagen Ilustración Digital	Diseño Editorial Recursos Expresivos Imagen Fotográfica Vanguardias del Arte y Diseño del Siglo XX Teoría de la Comunicación Imagen en Movimiento	Diseño y Publicidad II Representación Tridimensional Ética y Deontología Profesional Marketing Digital Diseño 3D II Diseño Web I		
Escuela Da Vinci	Diseñador Gráfico Artístico Digital	Diseño de Marcas y Envases Morfología II Tipografía II Arte y Diseño del Siglo XIX Tecnología del Diseño Editorial Digital	Diseño y Publicidad I Imagen y Creatividad Semiólogía de la Imagen Arte y Diseño Contemporáneo Imagen en Movimiento II Diseño 3D I	Presentación de Proyectos Publicidad Audiovisual Diseño y Espacio Diseño de la Identidad Corporativa Diseño Web II		

Univ. Fundae. Walter Benjamin	<p data-bbox="119 38 306 168">Carrera Comunicador en Imagen</p> <p data-bbox="119 168 306 430">1° AÑO</p> <p data-bbox="119 430 306 694">Asignaturas</p> <p data-bbox="119 694 306 958">Creación de Imágenes Antropología Visual Teorías de la Comunicación Iniciación a la Escritura Literaria</p> <p data-bbox="119 958 306 1223">2° AÑO</p> <p data-bbox="119 1223 306 1487">Asignaturas</p> <p data-bbox="119 1487 306 1751">Imagen y Movimiento Fotoperiodismo Imagen y Conocimiento Diseño Gráfico Práct. Prof. I: Des. de una Puesta en Escena</p> <p data-bbox="119 1751 306 2016">3° AÑO</p> <p data-bbox="119 2016 306 2210">Asignaturas</p> <p data-bbox="119 2016 306 2210">Radiofonía Animación Diseño Digital Identidad e Imagen Institucional</p> <p data-bbox="119 2210 306 2240">4° AÑO</p> <p data-bbox="119 2210 306 2240">Asignaturas</p> <p data-bbox="119 2210 306 2240">ELECTIVAS</p> <p data-bbox="119 2210 306 2240">ELECTIVAS</p> <p data-bbox="119 2210 306 2240">NOTAS</p>
-------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ÁREAS		CICLOS / AÑOS											
		Básico				De formación				Profesional			
ACTUALES	SNRA	1°		2°		3°		4°		1° C.	2° C.	Electivas	Electivas
		1° C.	2° C.	1° C.	2° C.	1° C.	2° C.	1° C.	2° C.				
DISEÑO	Forma y representación Coef: 2,5	Sist. de Representación (Sem.) 176 HP / 15 RTF											Diseño Asistido PE: 176 / 18 - R: 80 / 7
		Morfología 1 128 / 11		Morfología 2 128 / 11									Fotografía (Sem.) 176 / 18
	Proyecto Coef: 3	Tipografía I PE: 176 / 18 - R: 240 / 24		Tipografía II PE: 176 / 18 - R: 240 / 24									
		TDG I 240 / 24		TDG II 240 / 24		TDG II 240 / 24		TDG IV 240 / 24					
TECNOLOGÍA	Tecnología Coef: 2,5	Medios I 80 / 7		Medios II 80 / 7									
				Tecnología I 80 / 7		Tecnología II 80 / 7							
CIENCIAS SOCIALES	Historia y Teoría Coef: 2,5	Historia I 80 / 7		Historia II 80 / 7									Historia del Arte 176 / 15
			Comunicac. I 80 / 7	Comunicac. II 80 / 7		Soc. de la Comunicac. 80 / 7							Soc. de la Imagen 176 / 15
LIBRE Coef: 2													
Horas Cátedra		PE: 960 / R: 1024		864 / 928		752 / 560		672 / 576		3248 / 3088			
RTF (60 máx)		PE: 89 / R: 95		81 / 91		62 / 50		67		299 / 303			

Univ.	1° AÑO		2° AÑO		3° AÑO		4° AÑO		NOTAS
	Carrera	Asignaturas	Asignaturas	ELECTIVAS	Asignaturas	ELECTIVAS	Asignaturas	ELECTIVAS	
UP - U de Palermo	Diseño Gráfico	Intro. al Lenguaje Visual (Com. visual) Taller I (Lenguaje visual) Publicidad I Intro. a la Investigación - Diseño e Imagen de Marcas (Sistemas visuales) Taller II (Tipografía) Producción Gráfica (Sist. de impresión) Comunicación Oral y Escrita	Diseño Tridimensional I (Stands) Taller III (Diseño de libros) Taller de Reflexión Artística I (Vanguardias) Introducción al Discurso Audiovisual (Narración) - Diseño Tridimensional II (Señalética) Taller IV (Revistas) Diseño de Packaging I Taller de Fotografía I	Com. y Dis. Multimedial I (Diseño corporativo I A) Com. y Dis. Multimedial I (Diseño corporativo I B) Planificación de campañas I (Publicidad y creatividad) Taller V (Portfolio profesional) - Com. y Dis. Multimedial II (Diseño corporativo II A) Com. y Dis. Multimedial II (Diseño corporativo II B) Planificación de campañas II (Estrategias publicitarias) Cultura I	-	Diseño Editorial I (Diarios) Producción Gráfica II (Industria editorial) Sem. de Integración I (Proyectos de graduación I) - Diseño Editorial II (Suplementos) Fotografía Editorial (Imagen y concepto) Sem. de Integración II (Proyectos de graduación II) Cultura II - Trabajo Final de Grado (Proyecto de Graduación)	Electiva I Electiva II - Electiva III	El Plan de Estudios de Diseño Gráfico contempla tres asignaturas electivas, ubicadas en el ciclo superior correspondiente al último año de la carrera. Los estudiantes deben cubrir este requerimiento cursando asignaturas de otras carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación. Áreas: Audiovisual / Comunicación Corporativa y Empresarial / Comunicación y Creatividad Publicitaria / Diseño de Espacios / Diseño de Objetos y Productos / Diseño Visual / Moda y Tendencias / Multimedia Digital / Teatro y Espectáculo	
	— Orientación Editorial								
	— Orientación Publicidad					Campañas Pub. I (Concepto y creación) Empresa Pub. I (Com. Integradas) Seminario de Integración I (*2) - Campañas Pub. II (Planificación y Desarrollo) (*1) Empresa Pub. II (Taller Agencia) Seminario de Integración II (*4) Cultura II - Trabajo Final de Grado (Proyecto de Graduación)	Electiva I (*3) Electiva II - Electiva III	(*1): Esta asignatura se cursa con Taller Agencia (El mundo profesional) (*2): Esta asignatura se cursa con Comercialización I (El mundo de los negocios) (*3): Esta asignatura se cursa con Redacción publicitaria (El lenguaje y la imagen) (*4): Esta asignatura se cursa con Comercialización II (Planes de negocios)	
	— Orientación Empresarial					Dis. de Imagen Empresarial I (Identidad Institucional) Com. Estratégica I (Análisis corporativo) Sem. de Integración I (Proyectos de graduación I) - Dis. de Imagen Empresarial II (Estrategias de intervención) Com. Estratégica II (Intervención corporativa) Sem. de Integración II (Proyectos de graduación II) Cultura II - Trabajo Final de Grado (Proyecto de Graduación)	Electiva I Electiva II - Electiva III		
— Orientación Packaging					Trabajo Final de Grado (Proyecto de Graduación) Diseño de Packaging II (Creación de envases) Repres. y Materiales I (Forma y construcción) Sem. de Integración I (Proyectos de graduación I) - Diseño de Packaging III (Línea de envases) Representación y Materiales II (Función y técnica) Sem. de Integración II (Proyectos de graduación II) Cultura II - Trabajo Final de Grado (Proyecto de Graduación)	Electiva I Electiva II - Electiva III	(P) egresados de carreras de 4 o más años		
Licenciatura en Diseño	Proyecto y Crítica I (Teorías del diseño) Historia y Tendencia del Diseño I (Evolución histórica) Gestión Empresarial (Creación y desarrollo) Investigación y Desarrollo I (Proyecto de graduación I)	Proyecto y Crítica II (Diseño y sociedad) Historia y Tendencia del Diseño II (Proyectos contemporáneos) Técnicas de Investigación (Coolhunting) Investigación y Desarrollo II (Proyecto de graduación II)							
Técnico Universitario en Diseño Gráfico y Comunicación Visual / Lic. en Diseño y Comunicación Visual	Diseño y Comunicación Visual I Morfología I Tipografía I Diseño e informática I Análisis del Discurso - Diseño y Comunicación Visual II Morfología II Tipografía II Diseño e informática II Teorías de la Comunicación	Diseño 3D I Diseño Multimedia I Tipografía Experimental Proyecto Estratégico de Diseño Fotografía - Diseño 3D II Diseño Multimedia II Diseño de Tipografía Historia del Diseño y del Arte I Tecnología del Diseño	Animación I Diseño de Objetos 3D Digitales Estética Márketing y Publicidad Historia del Diseño y del Arte II - Animación II Organizaciones y Emprendimientos de Diseño Semiótica y Comunicación Edición Digital Diseño Sustentable y RSE		Dis. de Sist.s Editoriales Dis. de Sist. de Identidad Dis. de Envases y Productos Dis. de Interfaces Gráficas y Entornos Virtuales - Dis. de Campañas Promocionales Dis. de Sistemas Multimediales Planificación de Negocios Metodología de la Investigación Social - Trabajo Final	Optativa I Optativa II	Trabajo final: Consiste en un proyecto a realizar en una asignatura del último cuatrimestre de la carrera.		
UCES - U de Cs Empresariales y Sociales									

Univ.	Carrera	1° AÑO	2° AÑO	3° AÑO	4° AÑO	NOTAS
		Asignaturas	Asignaturas	Asignaturas	Asignaturas	ELECTIVAS
Siglo 21	Técnico Universitario en Diseño Gráfico / Lic. en Diseño Gráfico	Comportamiento del consumidor Comunicación visual Dibujo Morfología I Taller de Creatividad y Diseño I - Desarrollo Emprendedor Diseño de Comunicación Visual I Herramientas Digitales I Morfología II Taller de Creatividad y Diseño II	Cultura Organizacional Diseño de Comunicación Visual II Estética Herramientas Digitales II Marketing I - Creación Publicitaria I Diseño de Comunicación Visual III Herramientas Digitales III Redacción Publicitaria Semiótica	Comunicación Organizacional Dis. de Comunicación Visual IV Herramientas Digitales IV Planeamiento de la Comunicación Tecnología Gráfica Ética y Deontología Profesional - Fotografía Historia del Diseño Seminario de Práctica de DG Tecnología Tipografía I	Diseño y Asignaturas Universitarias Práctica Profesional de DG Tipografía II - Diseño Interactivo Gestión Ambiental Práctica Solidaria Seminario Final de DG Sociología de los Medios de Comunicación Social	Tiene la posibilidad de una doble titulación con Publicidad
UNSTA - U del Norte Sto Tomás de Aquino - Tucumán	Lic. en Diseño Gráfico	Proyectual 1 Tipografía 1 Morfología 1 Medios 1 Formación Humanística I - Espacio Curricular Común 1 Inglés Nivel I (Extracurricular) Tic 1 (Requisito) Diseño y Comunicación 1 Hist. del Arte y Diseño 1	Tipografía 2 Formación Humanística II Inglés Nivel II (Extracurricular) Tic 2 (Requisito) Proyectual 2 Morfología 2 Medios 2 - Diseño y Comunicación 2 Esp. Curricular Común 2 Medios 3 Hist. Del Arte Y Diseño 2 Proyectual 3 <i>Tecnología Grafica 1</i> <i>Morfología 3</i>	Tipografía 3 Formación Humanística III Tic 3 (Requisito) Medios 4 Hist. del Arte y Diseño 3 - Diseño y Comunicación 3 Hist. del Arte y Diseño 4 Esp. Curricular Común 3 <i>Proyectual 4</i> <i>Tecnología Grafica 2</i> <i>Medios 5</i>	Formación Humanística IV Proyectual 5 Diseño Y Com. 4 Marketing Publicidad Esp. Curricular Común 4 Proyecto Final <i>Medios 6</i> <i>Diseño Editorial</i>	
UNSTA - U del Norte Sto Tomás de Aquino - Tucumán	Lic. en Diseño Multimedial		<i>Diseño Multimedial 1</i> <i>Prog. Multimedial 1</i>	<i>Diseño Multimedial 2</i> <i>Prog. Multimedial 2</i> - <i>Prog. Multimedial 3</i> <i>Animación Digital 1</i>	<i>Medios Audiovisuales</i> <i>Animación Digital 2</i> <i>Diseño de Interfaces Complejas</i>	
U de Mendoza	Licenciatura en Diseño	Ciclo de Información Cultura del Diseño I y II Dibujo y Expresión Visual I y II Informática I y II Taller de introducción al Diseño I y II	Ciclo de Instrumentación Diseño Regional Materialización I y II Creatividad en el Diseño Taller de Diseño Integral I y II Psicología de la Percepción Actuación Profesional	Ciclo de Aplicación Actuación Empresarial Práctica Profesional Taller Especial de Diseño I y II Introducción a la Investigación Semiología Presentación Final	Ciclo de Licenciatura Taller de Diseño Estratégico Ergonomía Teoría General del Diseño Metodología del Diseño Marketing Empresarial Trabajo Final	Opcional Integral I Opcional Integral II Opcional Especifica III
Lic. Diseño Gráfico Multimedial	Morfología Comunicación Taller de Escritura y Oratoria Metodología del Diseño Introducción a la Informática Cuatrimestral - Introducción a la Tipografía Taller de Diseño Gráfico I Historia del Diseño I Informática Aplicada al Diseño I	Taller de Diseño Gráfico II Tipografía Gráfica I Semiótica Medios de Expresión Informática Aplicada al Diseño II - Diseño y Realización Multimedia I Morfología II Tecnología Gráfica Historia II Inglés I	Taller de Diseño Gráfico III Tipografía Gráfica II Medios, Estrategias y Planificación Inglés II - Dis. o y Realización Multimedia II Marketing Diseño de Productos y Envases Fotografía Portugués I	Práctica Profesional Innovación, Emprendimiento y Gerenciamiento Ética, Deontología y Principios Jurídicos Portugués II - Práctica Profesional Supervisada Taller de Elaboración del Trabajo Final		
UCP - U de la Cuenca del Plata	Lic. en Diseño Gráfico	Lengua Inglesa Elemental (A) - Pensamiento Filosófico I Psicología Social Representación Gráfica I Teoría de la Comunicación Diseño en Comunicación Visual I Lenguaje Visual I - Pensamiento Filosófico II Psicología de la Motivación Computación Gráfica I Diseño en Comunicación Visual II Tipografía I Tecnología del Diseño I	Lengua Inglesa Intermedia (A) Representación Gráfica II (A) Diseño en Comunicación Visual III (A) - Teología I Semiótica General y Aplicada Taller de Fotografía Lenguaje Visual II - Teología II Computación Gráfica II Mercadotecnia Estética e Historia del Arte I	Historia del Arte II (A) Computación Gráfica III (A) Diseño en Comunicación Visual IV (A) - Metodología de la Investigación En Comunicaciones Semiología de la Publicidad Tipografía II - Doctrina Social de la Iglesia Práctica Profesional Régimen Legal de las Comunicaciones Tecnología del Diseño II	Diseño Editorial (A) Computación Gráfica IV (A) Diseño de Envases y Productos (A) Diseño de Identidad Institucional (A) - Proyecto de Tesis Gestión de la Producción - Ética Profesional Taller de Tesis	
UCASAL - U Católica de Salta	Lic. en Diseño Gráfico					

Univ.	Carrera	1° AÑO		2° AÑO		3° AÑO		4° AÑO		NOTAS
		Asignaturas		Asignaturas		Asignaturas		Asignaturas	ELECTIVAS	
Univ. - U Abierta Interamericana	Lic. en Diseño Gráfico	Comunicación y Visión Introducción al DCV Tecnología Gráfica Problemática del Mundo Actual Taller de Informática I Inglés I - Recursos Expresivo Taller de DCV I - Seminario de Integración Curricular Panorama Histórico, Económico y Social del Arte y del Diseño I Taller de Informática II Inglés II Teorías de la Comunicación	Taller de DCV II Panorama Histórico, Económico y Social del Arte y del Diseño II Tipografía I Elementos de Lenguajes y Redacción Taller de Informática III Tecnologías Gráficas II - Taller de Dibujo Taller de DCV III . Sem. de Integración Curricular Fotografía y Laboratorio Tipografía II Taller de Informática IV	Taller de Diseño Editorial Semiótica del Objeto y del Espacio Taller de Informática V: Diseño y Computación Gráfica I Taller de DCV IV Enfoque Socio-Antropológico - Taller de Diseño de Comunicación Visual V - Sem. de Integración Curricular Seminario Taller de Práctica Profesional Ética y Legislación Aplicada Taller de Informática VI: Diseño y Computación Gráfica II Técnicas de Comercialización y Marketing Personal	Taller de Diseño Editorial Semiótica del Objeto y del Espacio Taller de Informática V: Diseño y Computación Gráfica I Taller de DCV IV Enfoque Socio-Antropológico - Taller de Diseño de Comunicación Visual V - Sem. de Integración Curricular Seminario Taller de Práctica Profesional Ética y Legislación Aplicada Taller de Informática VI: Diseño y Computación Gráfica II Técnicas de Comercialización y Marketing Personal	Comportamiento del Consumidor Taller de Diseño Publicitario La Investigación y sus Métodos Taller de Diseño Gráfico en Cine, TV y Video - Organización y Gestión de la Empresa de Diseño Packaging Taller de Diseño para la Educación Taller de Tesis - Sem. de Integración Curricular - TRABAJO FINAL DE TESIS	Optativa - Optativa - Animación y Efectos Especiales I			
UADE - U Argentina de la Empresa	Técnico Universitario en Diseño Gráfico / Lic. en Diseño Gráfico	FUNDAMENTOS DE LA PRÁCTICA PROYECTUAL LENGUAJE VISUAL HISTORIA DEL ARTE Y DEL DISEÑO TECNOLOGÍA DIGITAL PARA EL DISEÑO TIPOGRAFÍA I INTRODUCCIÓN AL DISEÑO INTRODUCCIÓN AL MARKETING SEMIÓTICA DEL DISEÑO MORFOLOGÍA I FOTOGRAFÍA I	DISEÑO GRÁFICO: SISTEMAS VISUALES TALLER DE LENGUAJE VISUAL I DISEÑO MULTIMEDIA I HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO TIPOGRAFÍA II DISEÑO GRÁFICO: RETÓRICA DE LA IMAGEN TALLER DE LENGUAJE VISUAL II INGLÉS I MORFOLOGÍA II DISEÑO EDITORIAL I	DISEÑO GRÁFICO: MARCA Y SISTEMAS SEÑALÉTICOS TALLER DE ILUSTRACIÓN Y SERIGRAFÍA DISEÑO CINÉTICO DISEÑO DE LA INFORMACIÓN VISUAL GESTIÓN DE EMPRESAS DE DISEÑO ESTÉTICA DISEÑO DE INTERACCIÓN I TECNOLOGÍA GRÁFICA DISEÑO Y ANIMACIÓN 2D DISEÑO EDITORIAL II	DISEÑO GRÁFICO: MARCA Y SISTEMAS SEÑALÉTICOS TALLER DE ILUSTRACIÓN Y SERIGRAFÍA DISEÑO CINÉTICO DISEÑO DE LA INFORMACIÓN VISUAL GESTIÓN DE EMPRESAS DE DISEÑO ESTÉTICA DISEÑO DE INTERACCIÓN I TECNOLOGÍA GRÁFICA DISEÑO Y ANIMACIÓN 2D DISEÑO EDITORIAL II	PLAN DE NEGOCIOS DE DISEÑO DISEÑO DE PORFOLIO DISEÑO ARQUIGRÁFICO DISEÑO GRÁFICO: CAMPAÑA SOCIAL INNOVACIÓN Y DISEÑO 3D TRABAJO FINAL DE DISEÑO GRÁFICO TEORÍA, HISTORIA Y CRÍTICA DEL DISEÑO ÉTICA DEONTOLÓGICA Y PRINCIPIOS JURÍDICOS APLICADOS AL DISEÑO DISEÑO DE PRODUCTOS Y ENVASES				
UADE - U Argentina de la Empresa	Lic. Diseño Gráfico Multimedial	Introducción al DG (taller) Informática aplicada al diseño I Problemática cultural social y económica contemporánea Tecnología gráfica I Morfología I Diseño gráfico I - Informática aplicada al diseño II Introducción al arte contemporáneo Fotografía I Tipografía I Inglés I	Diseño Gráfico II Historia Del Diseño I Teoría De La Comunicación Estructuras Publicitarias Morfología II Diseño Gráfico III Tipografía II Estética Tecnología Gráfica II Informática Aplicada Al Diseño III Inglés II	Diseño Gráfico IV Informática Aplicada Al Diseño IV Psicología de la Comunicación I Semiótica del Lenguaje Publicitario Editorial Historia del Diseño II Trabajo de Campo DeDG Diseño de Productos y Envases Régimen Jurídico de La Publicidad Promoción de Ventas Diseño de Imagen Audiovisual	Diseño Gráfico IV Informática Aplicada Al Diseño IV Psicología de la Comunicación I Semiótica del Lenguaje Publicitario Editorial Historia del Diseño II Trabajo de Campo DeDG Diseño de Productos y Envases Régimen Jurídico de La Publicidad Promoción de Ventas Diseño de Imagen Audiovisual	Guion I Realización multimedial Iluminación y cámara Edición audiovisual Efectos especiales y animación Métodos y técnicas de investigación y documentación Laboratorio - tratamiento digital de la imagen Creación sonora Animación digital Tesis de grado				
UNIMORON - U de Morón	Lic. en Diseño y Comunicación Visual	Introducción Gráfica Cuatrimestral Herramientas Digitales I Cuatrimestral Teorías de la Percepción Cuatrimestral Taller de Introducción al Dibujo - Principios de Tipografía Herramientas Digitales II Dibujo Técnico Lenguaje Visual I - Fundamentos del Diseño (A) Panorama Histórico y Social del Diseño (A)	Taller de Tipografía Herramientas Digitales III Historia del Diseño - Tecnología Gráfica Herramientas Digitales IV Creatividad Aplicada al Diseño - Teorías de la Comunicación (A) Lenguaje Visual II (A) Identidad Visual (A)	Taller Multimedial I Estrategias de Marketing - Taller Multimedial II - Tipografía Aplicada (A) Lenguaje Visual III (A) Taller de Fotografía (A) Señalética y Arquigrafía (A) Producción Editorial (A) Expresión Oral y Escrita (A)	Taller Multimedial I Estrategias de Marketing - Taller Multimedial II - Tipografía Aplicada (A) Lenguaje Visual III (A) Taller de Fotografía (A) Señalética y Arquigrafía (A) Producción Editorial (A) Expresión Oral y Escrita (A)	Taller Multimedial III Diseño Latinoamericano Diseño de Envases y Embalajes - Taller Multimedial IV Legislación y Práctica Profesional Inglés Técnico - Trabajo Final Integrador Gestión de Emprendimientos (A) Metodología de la Investigación (A) Semiótica de la Imagen (A)				
UGD - U Gastón Dachary	Comunicador Visual con Orientación en Diseño Gráfico (3 años y medio) / Lic. en Comunicación Visual con Orientación en Diseño Gráfico (1 año y medio)	Introducción a la Dirección (Dirección I) Visión I Introducción a las Técnicas Audiovisuales (Tec. Aud.I) Introducción a los Medios de Comunicación Historia Social y Económica I Semiología y Teoría de la Comunicación I Historia de los Sistemas y Medios de Comunicación Semiótica de la Imagen	Técnicas Audiovisuales II Producción y Comercialización Visión II Diseño Gráfico I Multimedia: Diseño de Sistemas de Comunicación I Semiología y Teoría de la Comunicación II Arte Contemporáneo Pensamiento Contemporáneo I Psicología y Comunicación Teoría y Técnica de la Actividad Grupal Historia Social y Económica II Política, Legislación y Planeamiento en Comunicación	Técnicas Audiovisuales III Técnicas de Investigación en Opinión Pública y de Mercado Planificación de Medios Diseño Gráfico II Gráfica de la Información Narrativa Gráfica Creación Gráfica Informática (en gráfica) Seminario I Seminario II	Técnicas Audiovisuales III Técnicas de Investigación en Opinión Pública y de Mercado Planificación de Medios Diseño Gráfico II Gráfica de la Información Narrativa Gráfica Creación Gráfica Informática (en gráfica) Seminario I Seminario II	A. N. de conocimiento técnico específico de la orientación: - Diseño de Sistemas de Comunicación Gráfica (Gráfica III) - Realización de Sistemas de Comunicación Gráfica B. N. de conocimiento técnico no específico. - Diseño de Sistemas de Comunicación en Artes Visuales; o Procesos Educativos - Taller del Núcleo de Comunicación en Artes Visuales; o Procesos Educativos C. N. de teoría e historia de los movimientos estéticos en las diferentes artes. - Estética y Teorías de la imagen en procesos de la comunicación - Historia de los movimientos estéticos en el Diseño Gráfico D. N. de pensamiento contemporáneo - Pensamiento Contemporáneo II E. N. de seminarios. - Seminario de la Orientación - Seminario				

Univ.	Carrera	1° AÑO		2° AÑO		3° AÑO		4° AÑO		NOTAS
		Asignaturas		Asignaturas		Asignaturas		Asignaturas		
	Licenciatura en Diseño Gráfico - Mención: Diseño de Moda									
UB - U de Biegrano	Asistente de Diseñador Gráfico / Licenciatura en Diseño Gráfico	Diseño Gráfico 1 A Diseño Gráfico 1 B Forma y Lenguaje 1 A Forma y Lenguaje 1 B Historia del Diseño Gráfico A Historia del Diseño Gráfico B Práctica Profesional 1 Fotografía Gráfica Digital A Gráfica Digital B - Prueba de Nivel de Inglés Prueba de Nivel de Informática	Diseño Gráfico 2 A Diseño Gráfico 2 B Forma y Lenguaje 2 A Forma y Lenguaje 2 B Práctica Profesional 2 Tecnología Gráfica Tipografía 1 A Tipografía 1 B - Mat. Opt. De Form. General (MOFG) 1 Participación en Jornadas y Congresos	Diseño Gráfico 3 A Diseño Gráfico 3 B Forma y Lenguaje 3 A Forma y Lenguaje 3 B Práctica Profesional 3 Diseño de Envases y Productos Tipografía 2 Tipografía 2 Semiología 1 Semiología 2 MOFG 2 Participación en Jornadas y Congresos			Diseño de Modas Diseño Textil I Materiales Alternativos Semiótica e Historia de la Indumentaria I Taller de Especialización I - Proyecto de Diseño Diseño Textil II Semiótica e Historia de la Indumentaria II Taller de Especialización II Informática para Moda Estética del Cine			
UCC - U Católica de Cuyo	Técnico en Diseño Gráfico / Lic. en Diseño de Comunicación Visual	Fundamentos del Diseño Dibujo Técnico Dibujo a Mano Alzada I Teoría de la Comunicación Tecnología I Comunicación Gráfica I Elementos de la Filosofía - Taller de Diseño I Tipografía I Dibujo a Mano Alzada II Psicología de la Percepción Tecnología II Computación Gráfica II	Taller de Diseño II Tipografía II Técnicas de Expresión Gráfica Historia del Diseño I Tecnología III Computación Gráfica III - Taller de Diseño III Tipografía III Introducción a la Fotografía Historia del Diseño II Tecnología IV Computación Gráfica IV Teología Dogmática II	Taller de Diseño IV Tipografía IV Semiótica I Historia del Diseño III Idioma III Metodología del Diseño Fotografía Teología Dogmática II - Inglés I Sociología Semiótica II Computación Gráfica V Optativa I Teología Moral			Proyecto de Diseño Legislación Industrial Mercadotecnia I Metodología de la Investigación Optativa II Optativa III Inglés II - Proyecto de Diseño Final Mercadotecnia II Doctrina Social de la Iglesia Optativa IV Optativa V Ética y Deontología Profesional Práctica Profesional (Pasantía)			
UFL - Arq. y Diseño - Bs As	Lic. en Diseño Gráfico y Nuevos Medios (En proceso de Aprobación)	Tecnología Informática Semiología - Historia del Diseño Comunicación Introducción a la Tipografía - Diseño I (A) Morfología I (A)	Morfología II Comunicación II Historia del Diseño II Tipografía - Tipografía II Taller de Narrativa Tecnología II Software para Edición Digital Fotografía - Diseño II (A)	Taller de Narrativa II Herramientas Multimediales Estética Diseño Editorial - Diseño Editorial II Packaging Teoría y Crítica del Diseño Trabajo de Integración - Diseño III (A)			Diseño IV Marketing y Gestión de Proyectos Producción Audiovisual Ética y Normas Jurídicas Metodología de la Investigación Diseño de Interfases - Proyecto Final Diseño para la Educación Enfoque Sociológico y Antropológico Medios Expresivos Práctica Profesional Supervisada	Seminario Electivo I - Seminario Electivo II	Otros Requisitos: Inglés 1° y 2° nivel Informática 1° y 2° nivel Sem. de Formac. Prof. con Esp. en: Diseño Editorial, Packaging o Medios Audiovisuales (duración 4 meses) Pasantías Curso Introductorio	
UBP - U. Blas Pascal	Lic. en Diseño Gráfico	Diseño I Morfología I Tipografía I Introducción a la Computación Tecnología I Caligrafía - Diseño II Morfología II Tipografía II Informática I Tecnología II Historia del Diseño I	Diseño III Morfología III Tipografía III Informática II Tecnología III Laboratorio de Medios de Reproducción Historia del Diseño II - Diseño IV Morfología IV Tipografía IV Tecnología IV Animación I Informática III Introducción a la Fotografía	Diseño V Tecnología V Tipografía V Animación II Fotografía Materia Electiva I Semiótica del Diseño I - Diseño VI Ética Metodología de la Investigación I Animación III Seminario de Aspectos Legales Semiótica del Diseño II Tecnología VI			Estética I Diseño VII Introducción a la Sociología Mercadotecnia Metodología de la Investigación II Seminario Taller - Estética II Diseño VIII Heurística Materia Electiva II Seminario Trabajo Final de Carrera Gráfica Audiovisual Sociología de la Cultura Trabajo Final			
UDA - U del Aconcagua	Lic. en Diseño Gráfico	Introducción a la Comercialización Comunicación Geometría y Sistemas de Representación Introducción a la Publicidad Introducción al Diseño Gráfico Historia del Arte I Fotografía Dibujo Informática I	Diseño Gráfico I Historia del Arte II Tipografía Psicología Aplicada Informática II Comportamiento del Consumidor Inglés I	Diseño Gráfico II Expresión Gráfica Inglés II Tecnología de Materiales Packaging Creatividad Historia del Diseño			Diseño Gráfico III Publicidad I Tecnología de Impresiones Medios Formulación y Evaluación de Proyectos Diseño Gráfico IV Multimedia Práctica y Orientación Profesional			

Univ.	Carrera	1° AÑO			2° AÑO			3° AÑO			4° AÑO			NOTAS
		Asignaturas			Asignaturas			Asignaturas			Asignaturas			
USAL - U del Salvador	Diseño Gráfico / Lic. en Diseño Gráfico Multimedia	Tecnología Digital I Historia del Arte y del Diseño I Lenguaje Y Comunicación Visual I Filosofía Producción Gráfica			Tecnología Digital II Historia Del Arte Y Del Diseño II Introducción al Marketing Teología Metodología de la Investigación en Arte y Diseño Diseño Multimedial I			Morfología Lenguaje Y Comunicación Visual II Diseño De Identidad Visual I Packaging Diseño Tridimensional I (Stand) Seminario I (Arte) Diseño Editorial Ética			Infografía Diseño Tridimensional II (Señalética) Diseño De Identidad Visual II Diseño Multimedial II Seminario de Publicidad Seminario II (Tecnología) Portfollio y Práctica Profesional del Diseño Seminario De Integración. Trabajo Final			
		Taller de Diseño Gráfico I (A) Plástica y Visión I (A) Tipografía I (A)			Taller de Diseño Gráfico II (A) Plástica y Visión II (A) Tipografía II (A)			Taller De Diseño Gráfico III (A)			Taller De Diseño Gráfico IV (A)			
Escuela Da Vinci	Diseñador Gráfico Artístico Digital	Diseño en Comunicación Visual Morfología I Tipografía I Introducción a la Historia del Diseño y el Arte Tratamiento Digital de la Imagen Ilustración Digital			Diseño Editorial Recursos Expresivos Imagen Fotográfica Vanguardias del Arte y Diseño del Siglo XX Teoría de la Comunicación Imagen en Movimiento			Diseño y Publicidad II Representación Tridimensional Ética y Deontología Profesional Marketing Digital Diseño 3D II Diseño Web I						
		Diseño de Marcas y Envases Morfología II Tipografía II Arte y Diseño del Siglo XIX Tecnología del Diseño Editorial Digital			Diseño y Publicidad I Imagen y Creatividad Semiología de la Imagen Arte y Diseño Contemporáneo Imagen en Movimiento II Diseño 3D I			Presentación de Proyectos Publicidad Audiovisual Diseño y Espacio Diseño de la Identidad Corporativa Diseño Web II						
Fundac. Walter Benjamín	Comunicador en Imagen	Creación de Imágenes Antropología Visual Teorías de la Comunicación Iniciación a la Escritura Literaria			Imagen y Movimiento Fotoperiodismo Imagen y Conocimiento Diseño Gráfico Práct. Prof. I: Des. de una Puesta en Escena			Radiofonía Animación Diseño Digital Identidad e imagen institucional						
		Imagen Luz y Color Historia de las Artes Visuales Imagen y Digitalización Introducción al Diseño			Montaje y Narrativa Fílmica Semiótica del Cine Práct. Prof. II: Desarrollo Audiovis. según Géneros Ética y Deontología Profesional Espacio de Definición Institucional (EDI)			Narrativa Literaria Patrimonio Cultural Práct. Prof. III: Planificación Partic. de Com. Pública Práctica Prof. IV: Trabajo Final Integrador						

Univ.	Carrera	1° AÑO		2° AÑO		3° AÑO		4° AÑO		5° AÑO		NOTAS
		Cuatrimestral	Anual	Cuatrimestral	Anual	Cuatrimestral	Anual	Cuatrimestral	Anual	Electivas	Anual	
UNNOBA	Lic. en Diseño Gráfico	Historia de la cultura	Lenguaje visual I	Lenguaje visual II	Lenguaje visual II	Taller DG I	Introducción a la	Taller DG II	Introducción a la	Optativa 1	Legislación y práctica profesional	
		Taller rotativo DG	Dibujo I	Dibujo II	Dibujo II	Técnicas de	comercialización	Tecnología II	Epistemología y metodología	Tesina de grado	Tecnología III	
UNL	Lic. en Diseño de la Comunicación Visual	Taller rotativo DIT)	Introducción al taller DG	Introducción a los materiales	Taller rotativo DI	Producción audiovisual	Métodos del diseño	Marketing estratégico	Marketing estratégico	Optativa 2	Optativa 2	Al finalizar el Ciclo Superior, el alumno deberá acreditar conocimientos de nivel intermedio en idioma extranjero.
		Historia de la geometría elemental	Estadística	Estadística	Estadística	Tipografía I	Tipografía II	Tipografía II	Tipografía II	Tipografía II	Tipografía II	
UNLA	Lic. en Diseño y Comunicación Visual	Taller introductorio	Historia I	Taller de Diseño II	Tipografía I	Comunicación II	Comunicación II	Teoría y Crítica	Teoría y Crítica	Optativa 2	Práctica Pre Profesional	Las tres optativas se cumplen a través de: Materias o seminarios departamentales, módulos de investigación o módulos de cooperación, según la oferta disponible anualmente
		Taller de Matemática	Historia II	Historia II	Historia II	Comunicación III	Comunicación III	Metodología de la Inv.	Metodología de la Inv.	Optativa 2	Optativa 2	
UNR	Posítulo en Diseño de Comunicación Visual	Geometría descriptiva aplicada	Medios Expresivos I	Medios Expresivos II	Medios Expresivos II	Tipografía III	Tipografía III	Computación III	Computación III	Optativa 2	Práctica Pre Profesional	Luego de aprobar los 3 primeros cuatrimestres se otorga una certificación en "Actualización Académica en Diseño de Comunicación Visual"
		Geometría descriptiva aplicada	Medios Expresivos I	Medios Expresivos II	Medios Expresivos II	Tipografía III	Tipografía III	Computación III	Computación III	Optativa 2	Optativa 2	
UNRN	Lic. en Diseño de Comunicación Visual	Historia del diseño contemporáneo	Historia del diseño contemporáneo	Teoría y téc. para la creatividad	Teoría y téc. para la creatividad	Marketing y gestión de proyecto	Marketing y gestión de proyecto	Epistemología del diseño	Epistemología del diseño	Optativa 2	Práctica Pre Profesional	Al finaliza el 4° cuatrimestre se otorga el título de "Licenciado en Diseño de Comunicación Visual"
		Historia del diseño contemporáneo	Historia del diseño contemporáneo	Teoría y téc. para la creatividad	Teoría y téc. para la creatividad	Marketing y gestión de proyecto	Marketing y gestión de proyecto	Epistemología del diseño	Epistemología del diseño	Optativa 2	Optativa 2	
UNLP	Licenciatura en Diseño Visual	Fundamentos de Tipografía	Fundamentos de Tipografía	Comunicación escrita	Comunicación escrita	Comunicación escrita	Comunicación escrita	Narrativas visuales	Narrativas visuales	Optativa 2	Práctica Pre Profesional	Al finaliza el 4° cuatrimestre se otorga el título de "Licenciado en Diseño de Comunicación Visual"
		Fundamentos de Tipografía	Fundamentos de Tipografía	Comunicación escrita	Comunicación escrita	Comunicación escrita	Comunicación escrita	Narrativas visuales	Narrativas visuales	Optativa 2	Optativa 2	
UBA	Diseño Gráfico	Historia de la cultura	Lenguaje visual I	Lenguaje visual II	Lenguaje visual II	Tipografía I	Tipografía I	Tipografía I	Tipografía I	Optativa 2	Práctica Pre Profesional	Al finaliza el 4° cuatrimestre se otorga el título de "Licenciado en Diseño de Comunicación Visual"
		Taller rotativo DG	Dibujo I	Dibujo II	Dibujo II	Tipografía I	Tipografía I	Tipografía I	Tipografía I	Optativa 2	Optativa 2	
UNSJ	Diseño Gráfico	Historia de la cultura	Lenguaje visual I	Lenguaje visual II	Lenguaje visual II	Tipografía I	Tipografía I	Tipografía I	Tipografía I	Optativa 2	Práctica Pre Profesional	Al finaliza el 4° cuatrimestre se otorga el título de "Licenciado en Diseño de Comunicación Visual"
		Taller rotativo DG	Dibujo I	Dibujo II	Dibujo II	Tipografía I	Tipografía I	Tipografía I	Tipografía I	Optativa 2	Optativa 2	

Univ.	Carrera	1° AÑO		2° AÑO		3° AÑO		4° AÑO		5° AÑO		NOTAS
		Cuatrimestral	Annual	Cuatrimestral	Annual	Cuatrimestral	Annual	Cuatrimestral	Annual	Cuatrimestral	Annual	
UNCUYO	Diseño Gráfico	Introducción al Diseño Tipografía I: Básica Dibujo a mano Alzada Matemática Geometría Descriptiva I Tecnología I: Software Psicología Aplicada al Diseño I Introducción a la Cultura Material	Taller de Diseño Gráfico I Dibujo y Representación I Computación I Tipografía Visión Redacción Psicología	Técnica de Prod. de la Imagen Historia del Diseño I Tipografía II: Editorial Técnicas de Dibujo Tecnología II: Insumos Tipografía III: Expresiva Historia del Diseño II	Taller de DG II Dibujo y Rep. II Computación II Historia del Arte y del Diseño I Semiología de la Imagen Teoría del Conocimiento	Método de Diseño Tecnología III Producción Psicología Aplicada al Diseño II Sociología Aplicada al Diseño Semiótica Multimedia I	Taller de DG III Tecnología II Fotografía Teoría de la Com. Historia del Arte y del Diseño II Mercado y Publicidad Organización de las Instituciones y de la Empresa	Gráfica en el Espacio Filosofía del Diseño Economía y Gestión	Diseño Gráfico III Multimedia II	Legislación Industrial	Diseño Gráfico Final	Optativas: Diseño Tipográfico Publicidad Comunicación Institucional Fundamentos Estilísticos del Diseño Gráfico Taller de gráfica Experimental Fotografía Avanzada Taller de Producción de Textos Ilustración Narrativa Gráfica Infografía
UNAM	Diseño Gráfico		Taller de Diseño Gráfico I Dibujo y Representación I Computación I Tipografía Visión Redacción Psicología	Tecnología I	Taller de DG II Dibujo y Rep. II Computación II Historia del Arte y del Diseño I Semiología de la Imagen Teoría del Conocimiento		Taller de DG III Tecnología II Fotografía Teoría de la Com. Historia del Arte y del Diseño II Mercado y Publicidad Organización de las Instituciones y de la Empresa	Taller de DG IV Tecnología III		Seminario Optativa I Optativa II		
UNLAR	Lic. en Diseño y Producción Multimedial	Informática Comunicación Fundamentos de Programación Semiótica de la Imagen Redes Multimediales Sonido I	Historia del Arte y el Diseño (A) Diseño Gráfico Fotografía e Iluminación Inglés I	Programación I Imagen Digital I Inglés II Sonido II Intro. a la Publicidad Imagen Digital II Aplicaciones Multimediales I Narrativa y Guión Arquitectura de la Información Programación II	Expresión Oral y Escrita	Aplicaciones Multimediales II Animación Historia del Cine Marketing Digital Técnicas Audiovisuales Multimediales Técnicas Audiovisuales II Gestión de Empresas de Diseño Montaje, Edición y Postproducción Animación Digital Seminario de Actualización I Efectiva I	Aplicaciones para tecnologías móviles Ética y Principios Jurídicos del Diseño Filosofía de las Artes Multimediales Producción y Dirección Artística Investigación Aplicada para Desarrollos Educativos Electiva II Seminario de Actualización II	Telesión Digital y Nuevos Medios Digitales Diseño y Desarrollo de Videojuegos Formación de Emprendedores Trabajo Final de Carrera				
UNDAV	Tec. en Diseño de Marcas y Envases	Pensamiento Proyectual I Sistemas de Representación I Tipografía I Historia del Diseño Física y Química aplicada Taller de informática	Morfología II Comunicación II Economía Ingeniería de los Materiales Ingeniería de Productos a Envasar Idioma nivel 2	Diseño de marcas y envases I Morfología II Economía Ingeniería de los Materiales Ingeniería de Productos a Envasar Idioma nivel 2	Optativas	Diseño de Marcas y Env. III Diseño Sustentable Tec. de Procesos y Mat. II Técnicas de Producción II Ergonomía Metodología de Inv. proy. Heurística Tecnología para la innovación Diseño de Marcas y Env. IV Laboratorio experimental de Procesos y Materiales Trabajo Social Comunitario						Optativas: Expresión y Representación Visual Empresa y Emprendedorismo Humanidades
UNNE	Diseño Gráfico	Morfología I Comunicación I Medios de Expresión I Historia del Diseño Gráfico I	Taller de DG I Tipografía I Sistemas de Representación (Semestral)	Morfología II Comunicación II Medios de Expresión II Historia del Diseño Gráfico II Tecnología Gráfica I	Taller de DG II Tipografía II	Tecnología Gráfica II Sociología de la Comunicación Visual	Taller del DG III	Metodología de la Ciencia	Taller del DG IV	Diseño Asistido por PC Sociología de la Imagen Fotografía Historia del Arte		
UNNE	Técnico/a Universitario en Diseño de Imagen, Sonido y Multimedia	Introducción a las tecnologías aplicadas al arte Lenguaje visual Introducción al conocimiento científico Lenguaje audiovisual Lenguaje musical Fotografía	Seminario taller de integración imagen, sonido y multimedia 1	Tec. aplicadas al arte I: edición de imagen y sonido Guión Estética Realización audiovisual Inglés Historia de las artes en Argentina y el NEA	Seminario taller de integración imagen, sonido y multimedia 2	Prod.n y planif. audiovisual Semiótica Gestión y edición de publicaciones culturales Animac. 2D, 3D y dis. web Derecho a la cultura y protección legal de los bienes culturales	Seminario taller de integración imagen, sonido y multimedia 3					

CONTENIDOS

1. Forma y Representación

ASIGNATURA	CONTENIDOS MÍNIMOS Según Plan de Estudios	Contenidos según programas
Sistemas de Representación (2014)	<p>Dibujo técnico. Objeto de la geometría descriptiva. Proyecciones. Concepto y aplicación de distintos sistemas, análisis comparativo, generación de cuerpos sencillos. Método de Monge. Planos de proyección. Rotación giro. Abatimiento - afinidad. Poliedros. Proyecciones. Secciones planas. Intersecciones. Representación. Axonométrica. Octogonal y oblicua. Perspectiva cónica. Sombras. Superficies curvas, regladas, alabeadas, de revolución y helicoidales.</p>	<p>DIBUJO SEMIÓTICO (1ra. parte) (a mano alzada; como práctica libre) UT 1: EL DIBUJO COMO PENSAMIENTO ABSTRACTO Y SIMBÓLICO / COORDINACIÓN VISO – MOTRIZ / TÉCNICAS DE REPRESENTACIÓN Prácticas al aire libre. / Capturas del dibujo en el paisaje. / Exploraciones sensibles mediante prácticas de copia y análisis morfológico de la imagen. / Construcción de un libro dibujado - Semiótica del dibujo - análisis de sistemas estructurante de la imagen. / Copia y análisis retórico de la expresión y anatomía. UT 2: COORDINACIÓN VISO – MOTRIZ / DIBUJO Técnicas de configuración del objeto: Lineal - Tonal - Mixta. / Dibujo sin directrices estructurantes (Teoría de Betty Edwards). / Dibujo con bases estructurantes de la Perspectiva Lineal. DIBUJO PERCEPTUAL (2da. parte) (Dibujo a mano alzada) Grafismos. Escala de valores. Claro-oscuro. / Técnicas Instrumentales: Lápiz de grafito y color - Tinta - Marcadores -Pulverizado – Collage – Fotocopiado - Escaneo.</p>
Morfo- logía I (2016)	<p>Las formas bi y tridimensionales. El campo visual. Elementos, estructura y organización de la forma. Principios de economía de la forma. Formas tipográficas, retículas y tramas. Series y familias de figuras. Leyes de simetría. Sensación. Percepción. Forma y materialidad. Cualidades. Configuración, tamaño, escala proporción, brillo, textura, valor, color, posición, orientación. Elementos de la composición. Figura y fondo. Contraste y fusión. Profundidad. Problemática del espacio tridimensional. Luz y color. contraste. Tinte. Valor y saturación. Luz y pigmento. Instrumentalidad. Experimentación en técnicas húmedas y secas y en sistemas de representación. Percepción y comunicación. Reconocimiento del espacio plano. Espacio ambiguo.-</p>	<p>UT 3: COORDINACIÓN VISO – MOTRIZ / DIBUJO Técnicas de configuración del objeto: Lineal - Tonal - Mixta. / Dibujo sin directrices estructurantes (Teoría de Betty Edwards). / Dibujo con bases estructurantes de la Perspectiva Lineal. DIBUJO GEOMÉTRICO-METODOLÓGICO (2da. parte) (Dibujo con instrumentos de precisión análogos) UT 4: REPRESENTACIÓN DE (2) DIMENSIONES DEL OBJETO Objeto de la Geometría Descriptiva. Proyecciones ortogonales. Introducción al estudio del Método o Sistema de Monge. Noción de Cortes. Proyecciones Oblicuas: Introducción al estudio de las sombras. UT 4: REPRESENTACIÓN DE (3) DIMENSIONES DEL OBJETO Emblaque y sumatoria de partes del espacio-objeto. / Introducción a las Perspectivas Paralelas, y sus diferentes tipos. Introducción a las sombras en perspectiva.</p> <p>Unidad 1: Percepción de la forma visual PERCEPCIÓN Y COMUNICACIÓN: Leyes gestálticas de percepción. Figura-fondo. Contraste-fusión. / Estructura geométrica e interpretación morfológica. / Efectos perceptuales surgidos de la organización formal. / La imagen visual. Estructura de los elementos de la composición. / Sensación de espacialidad. Sensación de profundidad. Significado Unidad 2: Forma y estructura Organización de la forma en el campo visual. / Los elementos básicos del diseño y la composición. El punto, la línea y el plano. Su interrelación. // ESTRUCTURA de las entidades geométricas básicas. / Retículas y tramas. // SIMETRÍA. Organizaciones simétricas. Operaciones de simetría simple. Series y familias de figuras.</p> <p>Unidad 3: Cualidades y características de la forma VARIABLES DE LA FORMA: Posición-orientación / Efectos perceptuales y significativos su manipulación intencionada en el diseño. // LA LUZ, LA TEXTURA Y EL COLOR. Como factores de cualificación de la forma. Variables del color: tono, valor, saturación. / Contrastes y analogías. Color luz y color pigmento: mezcla aditiva y mezcla sustractiva. / Interacción del color: contraste simultáneo.</p>

<p>Morfología II (2013)</p>	<p>Organizaciones formales en la tridimensión. Representación de la tercera dimensión. Programación visual. la estructura del mensaje gráfico. relación y significado. movimiento y transformaciones. Luz y Color. Interacción, contraste y armonías. Equilibrio, contraste y dinámica del color. aspectos significativos y comunicaciones del color. variables morfológicas y comunicación. Instrumentalidad: técnicas y sistemas de representación en función de la expresión y de la comunicación.-</p>	<p>U. 1: Percepción y significado de la forma. 1. Interpretación de los datos que provienen de los sentidos en función de construir contextos significantes. Elementos básicos de la percepción visual. / El método de la fenomenología. Lo subjetivo y lo objetivo. Lo óptico - lo háptico / La percepción visual: la inteligencia de la percepción visual. Las imágenes mentales. // 2. Función significativa de la percepción sobre la base de la organización de los estímulos visuales: principios de segregación e integración de componentes a partir de los factores de semejanza, proximidad, cierre y continuidad, la buena forma. Principios de agrupación gestáltica. // 3. La teoría del campo. Los cuatro momentos de la percepción visual y los cuatro campos sucesivos. La estructura del campo.</p>	<p>U. 2: Variables de la forma y el color. 1. Interrelación de variables: Proporción. Escala. Posición. Orientación. / Vinculación - Conformación - Materialización. // 2. La luz. Diferencias entre sensación del color y percepción de la luz. Intensidad, claridad, oscuridad. La dirección de la luz, como generador las sombras. // 3. Variables del color: tono, valor y saturación. Capacidad de producir efectos sobre la imagen. Color y temperatura: colores ardientes y cálidos, fríos y frescos, pálidos y brillantes. // 4. Armonías y contrastes del color. Esquemas combinatorios. // 5. El color y su significación. // 6. Textura táctil y visual. Estructura, textura y grano. Superficie táctil. Los determinantes de los atributos. La textura en lo visual.</p> <p>U. 3: Estructura geométrica de la forma. 1. Organización de la forma en el campo visual bi y tridimensional en sus diferentes enfoques. // 2. Redes y tramas bi y tridimensionales y su representación. // 3. Operaciones de simetría en 3.D: operaciones simples y acopladas, simultáneas y sucesivas. // 4. Particiones. Operaciones de adición, sustracción y transposición. // 5. Tipologías y familias de figuras. Relación entre el todo y las partes. // 6. Estructura geométrica e interpretación morfológica.</p>
------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2. Proyecto

<p>TDG I (2014)</p>	<p>El diseño. El diseño gráfico. Su problemática. Campo y mercado del diseño gráfico. Fines y medios del diseño gráfico. Función social del diseño gráfico. Rol del diseño gráfico. La comunicación visual. el lenguaje visual. La representación como fenómeno comunicacional. El signo gráfico. Leyes del lenguaje gráfico. El ideograma. El Pictograma. La imagen. Retórica de la imagen. operaciones de refuerzo semántico. El signo tipográfico. La tipografía como código e imagen de comunicación. La retícula gráfica. Organización</p>	<p>Fase 1: Experimentación Básica Unidad 1: INTRODUCCIÓN A LAS ORGANIZACIONES FORMALES El color como herramienta de diseño / Estructuras compositivas / Jerarquías de elementos / La percepción visual / La síntesis de la forma gráfica / La figura pregnante / La imagen / Organización de los elementos en el campo / Posibilidades compositivas en distintos formatos / Nociones básicas de relación imagen - texto. Unidad 2: INTRODUCCIÓN AL LENGUAJE GRÁFICO Síntesis gráfica / Baja iconicidad / La figura pregnante / Encuadre y estructura de la imagen / Técnicas de representación / Puesta en campo, su relación con el formato / Nociones básicas relación imagen-texto / Nociones de sistema de baja complejidad</p>	<p>Fase 2: Experimentación Compleja Unidad 3: INTRODUCCIÓN A SISTEMAS GRÁFICOS Elementos y fundamentos de un sistema. Constantes y variables. / Forma y contenido de la imagen / Relación organización, imagen y texto / Lo gráfico, lo icónico y lo simbólico / Concepto de formato. Diferentes formatos / Funcionalidad comunicativa de las distintas piezas y niveles de información Unidad Temática 4: INTRODUCCIÓN A NARRATIVA GRÁFICA El lenguaje de imágenes como dimensión narrativa / La comunicación de estructuras narrativas / Nociones de tipografía como código e imagen de comunicación / Gráfica secuencial / Relación imagen - texto / Campo gráfico / Familia gráfica / Programa - Sistema. Unidad Temática 5: INTRODUCCIÓN A NOCIONES DE IDENTIDAD GRÁFICA Intencionalidad comunicativa. Relación entre objetivos y recursos a utilizar / El código gráfico. Categorización de elementos. Significado y significante / El programa. Necesidad de un programa. Elementos de un programa. Constantes y variables / Forma y contenido de la imagen. La evocación. La retórica / Tipografía. Texto comunicativo.</p>
----------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>TDG II (2012)</p>	<p>Organizaciones formales en la tridimensionalidad. Representación de la tercera dimensión. Programación visual. La estructura del mensaje gráfico. relación y significado. movimiento y transformaciones. Luz y Color. Interacción, contrastes y armonías. Equilibrio, contraste y dinámica del color. aspectos significativos y comunicaciones del color. variables morfológicas y comunicación. Instrumentalidad: técnicas y sistemas de representación en función de la expresión y de la comunicación.</p>	<p>Resignificado de la imagen Identidad / Metodología de diseño / La semiótica / Concepto de retórica / Concepto de Universo temático / Universo gráfico / Concepto de estructura / Concepto de lenguaje / Función de las piezas. Programa editorial Identidad / Metodología de diseño / Concepto de Tipología / Tipología de diseño y sus partes. / Concepto de programa / Información gráfica / Lenguaje apropiado / Codificación / Organización de la información / Estructuras / Relaciones tipografía - imagen / El color. Codificación y sistema gráfico Identidad / Metodología de diseño / Tipología de piezas y su función / Concepto de códigos gráficos / Concepto de sistema.</p>	<p>Identidad de organizaciones Metodología de diseño / Concepto de Identidad de organizaciones / Imagen de Identidad visual / Concepto de Signo Identificador / Concepto de sistema de identidad gráfica Diseño digital Metodología de diseño / Resoluciones de pantallas (escalas) / Tipografías de pantallas / Color digital / Organización de la información / Software pertinente</p>
<p>TDG III (2014)</p>	<p>La función social del diseño. El problema del diseño. Métodos. Contextos, condicionantes, premisas. Cronogramas, costos. vinculación con el marketing, la sociología, la psicología y la economía de mercado. Los sistemas gráficos. Procesos de evaluación y verificación. El sistema de identidad visual, aplicaciones, planificación y estrategia. Sistema de señalización, clasificación y normas. la señal como objeto urbano arquitectónico. La gráfica como acción modificadora del hábitat.</p>	<p>UT1. Retórica en el discurso visual y verbal Figuras retóricas en la imagen y el texto / Sintácticas - Semánticas / Denotación - Connotación / Persuasión por medio de la imagen y el discurso / Exploración de diferentes lenguajes / Referentes culturales en la producción de mensajes / Síntesis / Impacto / Escala / Tiempo de percepción y lectura / Texto como imagen / La pieza gráfica con el contexto y la incidencia en el receptor / Especificidad del mensaje. / Formas textuales básicas: tipos, características y tipología de lectura. UT2. Esquematización y diseño de información Definición de información / Visualización de información / Criterios de organización: clasificación, jerarquías, relaciones / Noción básica de representaciones gráficas de datos / Esquematizaciones / De los datos genéricos a la creación de una representación gráfica / Formas textuales / Clasificación y función / Operaciones tipográficas / Tiempo de lectura / Legibilidad / Síntesis / Abstracción / Codificación / Grados de iconicidad / Operaciones retóricas. UT3. Identidad y diseño editorial Análisis de piezas editoriales / Pautas de análisis crítico / Perfil estilístico de la publicación / Géneros discursivos / Lenguajes gráficos / Diagramación: Reticula y modulación / Operaciones tipográficas / Ritmo y tiempo de lectura / Legibilidad Y Lecturabilidad Sistema y tipologías de páginas: dobles páginas, tapas, sumario, secciones, notas</p>	<p>/ Construcción de información gráfica / Esquematizaciones / Sintaxis: reglas sintácticas de acumulación de información / Figuras retóricas en la imagen / Sintácticas - Semánticas / Formas textuales. UT4. Diseño de información multimedia Estrategia / Partido conceptual / Identidad. / Códigos de la comunicación mediada por la multimedia / Impacto. / Estructura de navegación. / Diseño de interfases (menús, controles, iconos, links, interactividad, hipertexto, sonido, animación, etc.) / Paleta de colores para pantalla / Tipografías para pantalla / Unidades elementales icónicas / Esquematización / Formas textuales/ Retórica. UT5. Sistemas de identidad en campañas Análisis / Diagnóstico / Estrategia / Signos básicos de identidad / Atributos de identidad / Identidad conceptual global / Códigos comunicacionales y gráficos. / Partido conceptual / Partido gráfico / Relaciones y combinaciones cromáticas / Programa / Sistemas de alta y baja complejidad / Sistemas abiertos y cerrados / Sistemas de piezas / Constantes y variables / Apertura y límites de un sistema gráfico / Lenguaje / Clima / Estilo / Eficacia de la comunicación / Especificidad del mensaje a transmitir / Pertinencia de las piezas gráficas / Impacto / Denotación - Connotación / Persuasión por medio de la imagen y el discurso.</p>
<p>TDG IV (2014)</p>	<p>Diseño gráfico editorial. Diseño gráfico de productos. Diseño gráfico de envases.</p>	<p>UT1. Identidad corporativa Identidad institucional. Imagen institucional. Canales de imagen. Signos de identificación. Soportes de comunicación. Sistemática de la identidad institucional. Estrategias y programas de intervención. Lenguaje audiovisual. UT2. Diseño de información sobre soportes digitales / Comunicaciones multimedia, Sitios Web. La interactividad. La situación de respuesta. Relación usuario-pantalla. Estructuras narrativas lineales y no lineales. Flujos de navegación. Lo simultáneo. Lo paralelo. Planos de significación. Imagen fija-imagen</p>	<p>en movimiento. El sonido (ruido, habla y música) en cuadro, en off y el relator. El texto. La información dinámica. La temporalidad y el tiempo representado. La interfaz, el entorno. El lenguaje. Las transiciones. UT3. Diseño de Comunicación Masiva comunicación pública. Comunicación masiva, selectiva y directa. Estrategia creativa. Estrategia de medios. Multiplicidad de recursos de aplicación: área editorial, publicitaria, cinética etc. Optimización de la inversión y el esfuerzo por medio de la selección adecuada de elementos portadores de imagen.</p>

<p>Tipografía I (2011)</p>	<p>Escritura y tipografía. El signo tipográfico. Familias y fuentes tipográficas. Variaciónes en el peso y en el ancho. Inclinación del signo itálico. relaciones y unidad de diseño en una familia. Clasificación de los estilos. Sistema tipográfico de medidas. Representación, marcado y corrección de textos. Técnicas de producción y composición. El proceso personal. Legibilidad: principios y mecanismos de percepción. Características distintivas de los signos. Mayúsculas y minúsculas. interlineado. El espacio. Identidad de los párrafos. Legibilidad y señal. La línea, la columna y el color tipográfico. El color cromático. Contrastes, texturas. Ritmo, equilibrio y dinamismo. La puesta en página. Tipografía e imagen.-</p>	<p>1. Lo caligráfico - Puestas Caligráficas / Repertorio alfabéticos históricos / Manejo de instrumentos de trazo variable. / La palabra - la frase, como unidades básicas del texto.</p> <p>2. Lo tipográfico - Diseño Tipográfico Las familias tipográficas / Recursos expresivos de las familias tipográficas y sus variables. / Rasgos particulares de los signos – peso – inclinación / Interletra/ interlínea / El signo, la palabra y el texto / El signo textual el signo imagen / Logograma</p> <p>3. Diseño de programa - Páginas textuales caligráficas Edición de textos. Diagramación y diseño de elementos de página textual. Niveles de lectura. Constantes y variables del programa / Decisiones cromáticas.</p>	<p>4. Arquitectura de páginas - Páginas Editoriales Composición tipográfica. Elección y usos de las fuentes tipográficas. / Construcciones tipográficas – grillas - Formas de estructuras textuales. / Edición - lectura - articulación – expresión. / El color en el diseño tipográfico - Formas de lectura – Puesta en página – identidad tipográfica – Relación imagen y texto.</p> <p>5. Sistema de piezas comunicacionales La familias tipográficas . Pregnancia - Potencia visual. / Jerarquías de información - El texto como imagen. / Recursos funcionales y expresivos. / Formas de lectura. Denotación – Connotación – Impacto visual - Composición y síntesis perceptiva. Sistema de identidad. Programa tipográfico-cromático.</p>
<p>Tipografía II (2014)</p>	<p>El sistema tipográfico de retículas. Propósito. Cuerpo tipográfico y longitud de línea. Ancho de columna. Interlineado. Márgenes. Área tipográfica. Construcción del sistema. El sistema como generador de programa. El sistema como parte de la identidad. Refuerzo forma y contenido. Función y expresión. Estructura del texto. Sintaxis y comunicación. Refinamientos tipográficos. Tipografía e identidad. Aplicaciones tridimensionales: la simulación del volumen. Tipografía y Arquitectura. Tipografía y señal. Tipografía para la organización y comunicación de informaciones. La tipografía en movimiento, cine, televisión.</p>	<p>Formas textuales Organización de la información. Tipos de lectura. Secuencial, diagnóstica, de consulta, focalizada. / Niveles de lectura: escalas, distancia, jerarquías, organización de elementos. / Texto y paratexto. Instrucciones de la lectura. / Información y complejidad. Contenedor de información múltiple. / Itinerarios de lectura. El layout simultáneos. / Formas textuales: índice, tabla, mapa, diagrama.</p> <p>La Página La arquitectura de la página. Historia y desarrollos futuros. / La página como objeto de diseño. Estructura organizativa y espacio de lectura. / Textual y paratextual. Títulos, volante, epígrafe, foliado, notas. / Tipología textual: apertura, desarrollo, sumario, colofón, imagen. / Programa de paginas. Diversidad de funciones lectoras. Sistema gráfico tipográfico.</p>	<p>Diseño editorial Estrategias de edición y dinámica de lectura. / Tipología de página. Layout, grilla, resolución. Usos tipográficos, niveles de lectura. / Sistema de página, diversidad tipológica, identidad gráfica.</p> <p>Texto y movimiento La narrativa y sus estructuras. La lectura como interpretación. / La puesta en escena cinética. / De la página a la pantalla. Transformaciones de la función lectora. / Software y edición. Aspectos tecnológicos del diseño textual. / Dimensiones del movimiento.</p>

3. Tecnología

<p>Tecnología Gráfica I (2013)</p>	<p>Ingeniería del soporte, procesos de fabricación del papel. Tecnología de otros soportes. Otros soportes y nuevas tecnologías. Ingeniería de la reproducción. La cámara en los procesos fotomecánicos. El scanner electrónico, la computación. El color y la luz en la reproducción. La separación del color. Tramas y negativo color y blanco y negro.</p>	<p>Unidad 1: Tecnologías gráficas Tecnología, cultura y sociedad. Ciencia, técnica y tecnología. Tecnologías de la comunicación. Tecnologías gráficas. Entornos tecnológicos y efectos sobre el Hombre. Historia de las tecnologías de la comunicación.</p> <p>Unidad 2: Diseño gráfico y tecnologías Áreas de la práctica profesional: el diseño para medios gráficos y para la comunicación telemática. Proceso del diseño gráfico. Relaciones del diseñador gráfico en cada etapa del proceso. Cálculo de presupuestos. Opciones tecnológicas en el proceso.</p> <p>Unidad 3: Originales de arte Estructura del estudio o agencia gráfica. Departamento de Producción Gráfica. El diseñador free-lance. Rough o preboceto. Boceto. Originales: ilustraciones, fotografías, textos. Tipos de originales. Preparación de ilustraciones: dibujos, tintas, pinturas, fotografías, clips art. El software para la producción de originales de arte.</p> <p>Unidad 4: Color Teoría del color en la industria gráfica. Mezclas aditiva y sustractiva. Colores luz y colores pigmento. Originales en color. Separación de colores. Pruebas de color. Estandarización del color.</p>	<p>Unidad 5: Sistemas de impresión Principios tecnológicos, procesos de impresión, máquinas y artefactos, materiales e insumos, ventajas, usos y preparación de originales para los sistemas: offset convencional, offset seco y offset digital; flexografía de banda ancha y de banda angosta; huecograbado; serigrafía; impresión en seco; hot stamping; termografía; tampografía; holografía; duplicación e impresoras de sobremesa (chorro de tinta, laser y otros). Los sistemas de impresión digital.</p> <p>Unidad 6: Insumos: soportes y tintas Papel: proceso de fabricación, materias primas, tipos básicos, superficies, peso y tamaño de las hojas, imposición, doblado y encuadernado. Otros sustratos: vinílicos, plásticos, metales (hojalata, aluminio, etc.), maderas, cueros, telas. Tintas. Recubrimientos: barnizados y laminados. Reciclado e impacto ambiental de la industria del papel.</p> <p>Unidad 7: Diseño de envases Concepto y función del envase. El brief en el diseño de envases. Tecnología del packaging. Packaging y diseño gráfico.</p>
<p>Tecnología Gráfica II (2014)</p>	<p>Tecnología de la impresión, la tipografía como método de impresión con superficie en relieve. La composición mecánica. La litografía. El huecograbado. La serigrafía, tintas y materiales de impresión. Ingeniería de la producción. preparación de originales. Métodos. Plegos. Plegados. Marcado. Encuadernación.</p>	<p>I. Soporte digital: Imagen Digital: características. Medios para pasar del soporte analógico al digital. Escáneres, Cámaras Digitales, Unidades Lectoras y Grabadoras de CD./ DVD. Distintos procesos de trabajo en el medio digital. Dispositivos de salida: CD./ DVD./, Discos Rígidos externos. Impresoras: Láser, Chorro a Tinta, de Sublimación.</p> <p>II. El color: Fundamentos de la teoría del Color. Adición y Sustracción. Colores Primarios y Complementarios, Sistemas de selección. Práctica para la formación del Color en el medio analógico y digital. Separación Electrónica del Color.</p> <p>III. Prensa: Distintos Procesos Productivos, según el medio de salida. Preparación de Originales para Prensas Litográficas. Tramas</p>	<p>Estocásticas. Pruebas Digitales. Fotocopias, separación de Originales. Planchas Digitales y Analógicas. Tintas: Colores para policromía, Colores Especiales. Tintas Especiales y Recubrimientos. Originales de formato PDF., sus ventajas sobre los sistemas tradicionales. Envío de originales por Internet.</p> <p>IV. Sistemas de impresión: Impresión Digital: Distintos Procesos, Volúmenes de Impresión. Ventajas y desventajas respecto de los procesos tradicionales. Impresión Chorro a Tinta de Gran Formato: Tintas Tradicionales y con protección UV. Impresión Piezoeléctrica. Flexografía y Serigrafía, sus aplicaciones. Ventajas y desventajas de estos Sistemas.</p>
<p>Medios de Expresión I (2017)</p>	<p>Panorama actual de los medios expresivos y vinculados al diseño gráfico en las áreas de fotografía, video y cine y ordenadores electrónicos. Síntesis histórica de los medios visuales y su relación con el movimiento y el desarrollo temporal. Lógica verbal, Lógica visual y Lógica Audiovisual. Análisis pormenorizado de los medios expresivos actuales. Fotografía, audiovisuales, cine de ficción, cine documental, cine de animación, efectos especiales.-</p>	<p>Medios: La comunicación mediatizada. Síntesis histórica de los medios visuales y su relación con el movimiento y el desarrollo temporal. El proceso creativo: el diseñador gráfico y su relación con los medios visuales. Lenguajes y recursos expresivos de los medios.</p> <p>Imagen: Características de la imagen: originalidad - redundancia, monosemia-polisemia, complejidad- simplicidad, iconicidad- abstracción, connotación - denotación. Elementos de la imagen. Lectura crítica.</p>	<p>Imagen fija: la imagen fija como medio de expresión.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía: La fotografía como medio de expresión. Géneros fotográficos. Análisis de la imagen fotográfica. La fonovela. • Historieta: La historieta como medio de expresión. Elementos de la historieta. Análisis de historietas. <p>Imagen en movimiento: El cine como medio de expresión. Géneros cinematográficos. Análisis del discurso cinematográfico. La animación digital. Lenguaje audiovisual.</p>

<p>Medios de Expresión II</p>	<p>La expresión como emergente de la imaginación a través de los condicionantes. Manipulaciones de los medios expresivos. Comunicación de masas. Estereotipos y mistificación. Medios electrónicos. Generación electrónica de imágenes. La televisión. Los medios para la conservación de información. La cibernética. Lenguajes de computación. Incidencia de la informática en los medios audiovisuales. El ordenador electrónico. Los sistemas operativos. Los periféricos. El sistema de diseño asistido por ordenador. La ilustración por ordenador. La maquetación por ordenador. El diseño gráfico en 3D. La animación.</p>	<p>Unidad 1: La Narrativa Hipertextual <i>Narración:</i> Concepto de narración. Estructuras y Esquemas narrativos. Teatro Griego. Poética Aristotélica, la comedia y el drama. El relato no-lineal y los 3 principios básicos: Inmersión, actuación y participación. // <i>Hipertexto:</i> Antecedentes históricos de la lógica hipertextual. Modelos de hipertexto. Bloques, nodos, lexias. Red de nexos y trayectos. La ruptura de la concepción de trama en la narrativa interactiva. Interacción. Guión multimedia. Unidad 2: Real y Virtual Tecnologías analógicas y digitales: átomos y bits. Cibercultura. / El sistema hombre-máquina: la máquina como extensión. Hiper cuerpos. Realidad, Representación y Simulación. Real, Virtual, Actual. Procesos de desmaterialización en los medios contemporáneos. // <i>Multimedios:</i> Interactividad. Potencialidad y efectos de las tecnologías digitales. Fines y medios del diseñador gráfico en los entornos digitales. Los 5 principios básicos de los Nuevos Medios: representación numérica, modularidad, automatización, variabilidad, transcodificación.</p>	<p>Unidad 3: Narrativas Mediáticas Guión multimedia. Tipologías de Piezas Multimedia. El concepto de Hipermultimedia. El concepto de Crossmedia. El concepto de Transmedia. Características del medio digital. Cultura digital. Interactor y prosumidor: la cultura participativa / profundidad. Compromiso activo de las audiencias. Continuidad/multiplicidad. Myths, Topos y Ethos. Expansión. Prácticas mediáticas y modelos de creación colectiva. Unidad 4: Interfaz <i>Interfaz:</i> Del objeto a la interface. Modelo Ontológico. Afordances. / Diseño de navegación: Arquitectura de la información. La estructura no-lineal y los procesos interactivos. Interface Física, Interface virtual. Prototipado. Wireframe. Usabilidad. Patrones de Interacción // <i>Los usuarios:</i> Modelo mentales y tipos de usuario. Diseño Centrado en el Usuario. Experiencia de Usuario. Modelos de interacción. Test de usabilidad. Gamificación. // <i>Plataformas:</i> Apps. Mobile first. El rol del diseñador. Definición de usuario. Proceso de diseño, Conceptualización, Definición, Diseño, Desarrollo y Publicación.</p>
<p>Fotografía (2010)</p>	<p>NO CONTEMPLADO EN EL PLAN DE ESTUDIOS</p>	<p>Unidad I: Historia de la fotografía. Fenómeno de la cámara oscura. Sustancias fotosensibles. Las primeras fotografías. El proceso de evolución en la historia de la cámara y la fotografía. Cámara estenopeica. Cámaras de visor directo. Cámaras Reflex. Cámaras de formato pequeño, medio y gran formato. Cámaras instantáneas. Cámara digital. Diferencias entre ellas. Unidad II: La Cámara como sistema. Componentes de la cámara Réflex y su manipulación. Componentes del cuerpo. Componentes del objetivo. Descripción de cada una de las partes y sus funciones. Cómo tomar una cámara. Arrastre de la película. Carga y descarga de un rollo fotográfico. Mecanismo de enfoque. Foco y desenfoque (borrosidad). Telémetro de imagen doble. Telémetro de imagen partida, cristal esmerilado, micro-prisma. Uso del fotómetro. El obturador. El diafragma. Velocidad de obturación. Prioridad de abertura. Prioridad de obturación. Auto-disparador. Control de exposición. Número "f". Profundidad de campo (las 3 reglas). Exposición correcta. Compensación de exposición. Uso de trípode. Kit de limpieza, su uso. Cuidados generales del equipo fotográfico. Unidad III: La visión, lentes, objetivos, la luz y el color. Formación de la imagen. Diferentes tipos de lentes. Plano focal. Punto nodal. Longitud focal. Luminosidad de un objetivo. Noción de nitidez. Ángulo abarcado. Revestimiento del lente. Objetivos de distancia focal fija. Objetivos de distancia focal variable. Objetivos Autofocus. Objetivos Free focus. Gran angular. Normal. Teleobjetivo. Sistemas para macrofotografía: lentes, fuelles, etc. Filtros: tipos, usos y aplicaciones. Acoplamiento del objetivo: montura a rosca o montura a bayoneta. La energía electromagnética. Su comportamiento: óptico y físico. Propiedades de la luz. Teoría del color. El espectro cromático. Temp. color.</p> <p>Unidad IV: Fotografía Digital Diferencia entre lo analógico y lo digital, el Pixel, calidad fotográfica,</p>	<p>resolución, tamaño, CCD, LCD, tipos de archivos, modo RGB, modo CMYK, tarjetas de memorias, balance de blanco, requerimiento de las PC, escáner. Retoques de la imagen digital (Photoshop). - Unidad V: Iluminación Básica. <i>Tipos de iluminación:</i> LA LUZ NATURAL-AMBIENTE (luz día / noche). Condiciones básicas de iluminación natural (sol brillante, nublado, sombra y atardecer). Iluminación lateral, contraluz etc. Puesta de sol. Reflectores. Foto en interiores con luz ambiente. Foto nocturna en exteriores sin flash. // LA LUZ ARTIFICIAL (Flash y Spot). Tipos de flash. Características y uso. Diferentes potencia/ Nº guía. Cuidados del flash. Velocidad de obturación con flash. Cálculo del Nº guía. Efecto del ojo rojo. Sincronización del flash. Flash de relleno. Flash rebotado. Flash difusor. Variedades en la iluminación con flash o spot. Uso del fotómetro. Unidad VI: El estudio fotográfico. La fotografía de estudio. El local. Medios auxiliares. Fondos. Sistema de iluminación. Soportes y accesorios. Unidad VII: Arte y Fotografía - Composición: Composición de la imagen. Centro de interés. Regla de los tercios. Ángulos de toma. Punto de vista. Planos de toma. Línea de atención y unidad. Equilibrio. Tensión. Encuadre y reencuadre. Encuadre natural. Horizonte. Fotografía de acción o movimiento. La dirección. Uso de filtros y accesorios. Fotos de primer plano. Exposiciones múltiples. Situaciones del horizonte. Formato: toma horizontal, toma vertical. El Lenguaje Fotográfico. CLASICOS DE LA FOTOGRAFIA: Precursores de la fotografía. Fotógrafos históricos. Imágenes famosas. Análisis y crítica de obras. El estilo fotográfico. // RAMAS DE LA FOTOGRAFIA: Géneros. La fotografía de sociales. Foto periodismo: Un poco de historia. La manipulación de la imagen y los pies de foto. Fotografía policial. Fotografía deportiva.</p>

<p>Diseño asistido por PC (2014)</p>	<p>NO CONTEMPLADO EN EL PLAN DE ESTUDIOS</p>	<p>I. Diseño vectorial. Corel Draw, Illustrator y Freehand: Herramientas fundamentales. / Grillas, Tramas, Degradados, Textos, Efectos y Capas. / Dibujo Vectorial, Curvas Bezier, Figuras. Dibujo 2D. y 3D. / El Color, Uso y Aplicación de los distintos Sistemas. Línea y Relleno, Porcentajes. Separación de colores.</p> <p>II. Tratamiento de imágenes. Photoshop: Herramientas fundamentales. / Escaneo: Métodos y Técnicas Apropriadas para la adquisición de Imágenes. / Distintos Formatos de Imágenes Bitmap. Correcciones, Recortes, Trabajo con Capas, Resoluciones e Indexación. / El Color, Uso y Aplicación. Sistemas RGB. Y CMYK. Rellenos y Degradados. / Monotonos, Duotonos y Tritonos. Calibración del Color. / Preparación de Imágenes para Salida a Prensa.</p> <p>III. Diseño editorial. / diseño cad. QuarkXpress, PageMaker, InDesign: Herramientas fundamentales. / Trama: Cajas, Marginado, Líneas y Columnas. Aplicación de Imágenes. / Texto: Línea y Párrafo, Interletra e Interlinea. Texto Justificado. / Preparación de Originales. / Autocad, Archicad: procedimientos para la creación y edición de objetos de dibujo. Diseño y configuración de impresión.</p> <p>IV. Diseño web. / Maquetación en 3D Dreamweaver, Flash, Fireworks: Herramientas Básicas. / Levantado de Páginas Web. Animaciones. / SketchUp: Introducción a un entorno de diseño que facilita la exploración creativa y dinámica de formas en 3D, materiales y luz.</p>
--------------------------------------	----------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. Historia y Teoría (Ciencias Sociales)

<p>Comunicación I (2008)</p>	<p>Diseño, comunicación y significación. Proceso de significación. el universo del signo. El signo, el modelo Peirce. Icono, índice y símbolo. La problemática de la iconicidad. El texto visual. Retórica de la imagen. reglas de coherencia e isotopía de la imagen. Argumentación y figuras retóricas.-</p>	<p>La comunicación La comunicación: concepto amplio. Individuo, Cultura y Sociedad. / Comunicación y diseño gráfico. Interdisciplinariedad del campo. / Elementos que integran el sistema: Formación social; marco de referencia; códigos; emisor; perceptor; medios y recursos; mensaje; referente. / Modelos lineales y circulares</p> <p>Comunicación y significación Función Lingüística: El modelo de R. Jakobson. / La semiótica. Aportes a la comunicación / El signo: proceso de significación y de comunicación / Consideraciones sobre el signo: sintáctica, semántica y pragmática / Monosemia y polisemia. Signos indiciales. Señales y símbolos / La comunicación como proceso y la comunicación como generación de significados.</p>	<p>La imagen El signo icónico: Conceptualización. Grados de iconicidad. Propiedades / Transcodificación. / Decodificación y codificación de la imagen. / Significado e interpretación de un mensaje: denotación y connotación. / Función comunicativa de la imagen: algunos usos en la educación / Retórica de la imagen / Manipulación de la imagen: operaciones básicas de semantización.</p> <p>Comunicación, cultura y sociedad Ecología de la imagen: Reconocimiento de imágenes y calidad del medio ambiente. Cantidad de información visual. Redundancia y entropía. / Los mitos / Los estereotipos sociales / Los símbolos culturales. Los símbolos eternos. / El simbolismo en las artes visuales. Símbolos sagrados. El símbolo del círculo.</p>
<p>Comunicación II (2012)</p>	<p>La comunicación como conformadora de identidades intersubjetivas. La comunicación social. conformación de opiniones y tendencias. El diseño como trama cultural. Crítica al concepto de comunicación unívoca. Redes y entrecruzamiento comunicacionales. El proceso de enunciación, construcción del receptor dentro y fuera de la pieza. La intervención del receptor. Realidad cultural y regulación de necesidades sociales. Antinomias y coincidencias. Las comunicaciones y las nuevas tecnologías.</p>	<p>Comunicación y Diseño Comunicación, diseño y espacios no convencionales. / Los actores del proceso comunicativo El público y el diseñador / La cuestión del referente / El receptor contextual del diseño. Los efectos. / Perfil del diseñador gráfico. Nuevos paradigmas sociales. Áreas de Responsabilidades del Diseñador Gráfico: responsabilidad profesional; responsabilidad ética; responsabilidad social; y responsabilidad cultural</p>	<p>Planificación de la Comunicación Planes, programas y proyectos sociales. Inserción del diseñador / Secuencia de un proyecto. Diagnóstico comunicacional, planificación, evaluación y comunicación / Programación de actividades / Estrategias: Visualización, contenido de las imágenes y presentación visual. La dialéctica, texto e imagen / El procesamiento de la Información. Redundancia, ruido.</p> <p>Relaciones interpersonales y espacios sociales Alternativas en comunicación. Exploración de nuevos espacios. Redes sociales / Las personas, los grupos y el equipo / Equipos de trabajo: relaciones intrínsecas. Participación y comunicación / El Diseñador gráfico: interacción en el equipo. Su rol y espacio comunicacional.</p>

<p>Historia del DG I (2014)</p>	<p>Conceptos y alcances generales acerca de la disciplina. Los orígenes. La comunicación antes de la escritura. Imagen simbólica/mágica. Imagen narrativa. La escritura. Sistemas logo/silábicos de escritura. La evolución de la escritura. El alfabeto. La escritura como soporte social. La antigüedad clásica. La construcción del discurso clásico. El cristianismo primitivo. Disgregación del cuerpo clásico de conocimientos. La edad media. El mestizaje cultural. La recuperación del saber. La razón y la fe. La difusión del saber. iconografía religiosa. Expresiones. las primeras técnicas de impresión. La cultura del renacimiento. El cambio de paradigma. Las nuevas tipologías iconográficas. De la cultura oral a la cultura tipográfica. Extensión de los horizontes de la cultura de la visión. Expresiones. Las nuevas técnicas de edición e ilustración. Siglos XVI, XVII Y XVIII: la crisis del discurso renacentista. La concepción copernicana. La razón. La crisis religiosa y su expresión visual. El barroco y el nacimiento del mundo moderno. Decadencia del mundo artesano. El pensamiento ilustrado. El relativismo cultural. La interacción de las artes. La sociedad industrial y sus consecuencias. El modelo capitalista. ideología y crisis del progreso. La fuga romántica. realismo. Impresionismo y impresionismo. El diseño, la producción y la difusión masiva de objetos e ideas. La ideologización de la imagen. La lectura de masas y la novela. La producción de objetos.</p>	<p>UT 1: Los orígenes de la comunicación visual – La comunicación gráfica en los tiempos prehistóricos. Conceptos básicos acerca de la disciplina. El diseño gráfico en la historia de la civilización y la cultura. Sus orígenes / La comunicación antes de la escritura. Imagen simbólica, mágica y narrativa / Comunicación gráfica en la prehistoria. Las pinturas rupestres. La invención de la escritura. Identificación visual / La evolución de las escrituras: ideográfica, cuneiforme, fonética.</p> <p>UT 2: La comunicación gráfica en las culturas antiguas. Comunicación gráfica en el Antiguo Egipto. Los Jeroglíficos. El papiro / La caligrafía china. La invención del papel. El alfabeto fenicio / Los alfabetos griego y romano.</p> <p>UT 3: La edad media y su expresión gráfica. Los manuscritos del período medieval / El diseño del libro celta. / La renovación gráfica del carolingio / Los manuscritos en el período medieval tardío.</p> <p>UT 4: Gráfica comunicacional en américa precolombina. Las culturas precolombinas en Mesoamérica, características generales, ocupación territorial. / Culturas Maya y Azteca. / Los glifos nahuas. Identificación de figuras y signos. / El empleo del color y la tecnología en manos de los indígenas americanos.</p> <p>UT 5: Los orígenes de la impresión y la tipografía – El diseño de la página impresa. Primeras impresiones europeas en bloques. La imprenta de tipos móviles. Grabados en cobre. El desarrollo del libro alemán ilustrado. La propagación de la tipografía. / El diseño editorial y los aportes estéticos al diseño gráfico del Renacimiento. Los Maestros Italianos y franceses. / Producción gráfica en los</p>	<p>siglos XVII y XVIII. / Caslon Baskerville y el estilo romano. Louis René Luce y el diseño imperial. Giambattista Bodoni y el estilo moderno. William Blake y la impresión iluminada.</p> <p>UT 6: La difusión de la impresión móvil – América y argentina. Orígenes de la imprenta en América. Los catecismos pictográficos. El desarrollo del arte tipográfico en el nuevo continente. / La imprenta en la Argentina. Los impresos salidos de los talleres misioneros. La imprenta en la región guaranítica, Córdoba y Buenos Aires. / El empleo del color, las técnicas del grabado y los impresores.</p> <p>UT 7: La revolución industrial – El impacto de las nuevas tecnologías sobre la comunicación gráfica. Las innovaciones y la mecanización de la tipografía / El desarrollo de la litografía. / El lenguaje del diseño de la cromolitografía.</p> <p>U.T.8: El siglo XIX y su expresión visual. El diseño editorial y publicitario. Características estéticas y técnicas empleadas. / El fotograbado, su aplicación en los impresos. / El movimiento Arts and Crafts. Su influencia en el diseño de libros.</p> <p>U.T.9: El Art Nouveau y el cambio de siglo su incidencia en la gráfica moderna. El Art Nouveau en el contexto de la "Belle Epoque", su expresión gráfica en Inglaterra, Francia y Bélgica. La vertiente separatista de la Escuela de Viena./ Las vanguardias estéticas y su influencia en el Diseño Gráfico del siglo XX.</p>
<p>Historia del DG II (2014)</p>	<p>La vanguardia y la caída del orden newtoniano. Los avances científicos y técnicos. Los manifiestos y los nuevos lenguajes. Los nuevos objetos de diseño. Desarrollo del arte y las culturas en las vanguardias. Gráfica en función social. Las grandes editoriales y el mundo de la comunicación visual. Diseño gráfico y vanguardias. Las nuevas concepciones tipográficas. La gráfica de penetración masiva. Las nuevas formas de expresión. La nueva visión a través de la fotografía. Los Media. El concepto de comunicación global. El diseño gráfico en la Argentina y Latinoamérica.</p>	<p>UT1. Surgimiento del diseño gráfico El contexto social, histórico y político del S XX. Nacimiento y rol del DG en la sociedad, las nuevas técnicas de reproducción, el desarrollo industrial, las nuevas relaciones de poder en el mundo, las guerras mundiales y el surgimiento de los nuevos movimientos. Las escuelas de diseño a lo largo del siglo. Las nuevas especialidades que se incorporan al DG.</p> <p>UT2. Influencia del arte moderno Los Ismos: Cubismo, Futurismo, Maquinismo, Dadaísmo, Surrealismo, Expresionismo, Abstraccionismo, Constructivismo, Suprematismo, Neoplasticismo o De Stijl, lo Fantástico y lo Metafísico. La fotografía. / Artistas y Diseñadores, principales obras, piezas gráficas, sus técnicas, influencias recíprocas. Nuevos temas, otros paradigmas, distintos lenguajes gráficos. Incidencia en el Diseño.</p> <p>UT3. Las escuelas de Bauhaus, ULM y la Nueva Tipografía Bauhaus: La escuela, características, época, sedes, contexto.</p>	<p>Los maestros, disciplinas, metodología, influencias. Sus aportes y cierre. Florecimiento de la escuela en el mundo. / La segunda posguerra y la escuela de Ulm. Nuevos paradigmas, su herencia. / La nueva Tipografía. Principales protagonistas, su legado. Diseño de tipografías en la primera mitad de siglo en el mundo. Movimientos en el mundo. Nuevos enfoques, usos y técnicas en tipografía. Diseño científico y de información.</p> <p>UT4. Gráfica publicitaria y de propaganda <i>Cartel Publicitario:</i> Nacimiento, desarrollo, vigencia y permanencia. La propaganda y su relación con las industrias. Maxi carteles. Contaminación visual. Mensaje subliminal. La incidencia del pos- modernismo gráfico. / <i>Cartel Bélico:</i> El cartel Bélico en las dos guerras Mundiales, la Revolución rusa y cubana. Rol de la mujer. En Argentina, bandos y proclamas. Lo intangible y su repercusión / Temáticas. Técnicas de impresión. Uso del Color. Tipografías. Tamaños. Códigos gráficos e icónico</p>

<p>Historia del DG II - Cont.</p>		<p>UT5. Comic y pop <i>El Cómic:</i> Aportes de la Historieta y la ilustración en el diseño gráfico de EEUU de 1920 a 1950. Nuevo medio masivo. Orígenes, principales creativos, temáticas y personajes. El lenguaje de la historieta, las onomatopeyas, las diagramaciones, las tapas, los Books. Pasaje del papel al Cine y la TV. Los grandes ilustradores. Relación con el Pop. / <i>EL arte Pop:</i> Los cambios mundiales después de la segunda guerra mundial. Traslado del centro cultural de Europa a EEUU. Lo popular, otra sociedad, el consumismo. La factoría. En Argentina el Instituto Di Tella. Vigencia actual</p> <p>UT6. Estilo Tipográfico y Escuela de New York El estilo tipográfico internacional. Pioneros. El aporte al Diseño de material científico. El diseño en Basilea, Zurich y Estados Unidos. / La escuela de Nueva York: pioneros. Revolución en diseño editorial. La nueva publicidad. Semantización. Auge tipográfico y fotográfico. Artistas y Diseñadores, piezas gráficas, sus técnicas. Nuevos paradigmas y lenguajes gráficos.</p> <p>UT7. Diseño corporativo Identidad corporativa. Sistemas visuales. Nuevas modalidades de trabajo en relación a las industrias, corporaciones,</p>	<p>gobiernos. Historia en empresas pioneras. Características e implementación. Alcances. Programas, sistemas y símbolos icónicos. Actualidad y vigencia.</p> <p>UT8. Posmodernismo Orígenes de la posmodernidad. La imagen conceptual. Polonia y Estados Unidos. Diseñadores y directores de arte. Períodos. Características. Europa y los poetas visuales. Cartel en el tercer mundo. El diseño japonés y los países bajos. Pluralismo en el diseño: Neville Brody. La tipografía de la New Wave. La escuela de Memphis y San Francisco.</p> <p>UT9. Era digital David Carson. La aparición de las nuevas tecnologías: la computadora personal y los cambios en la comunicación gráfica. Nuevo diseño editorial. Gráfico sin un ordenador: infografía. La interfaz gráfica. Nacimiento de la tipografía digital. Fuentes gráficas de ordenador. Iconos para pantalla. Post Script. True Type. Apple y Microsoft. / El impacto de la informática y del tipo digital de diseñadores gráficos: multimedia, interactivo, redes e internet.</p>
<p>Sociología de la Comunicación (2008)</p>	<p>Objeto de la disciplina. Las corrientes sociológicas a través de la historia. Conceptos de la sociología. Problemática de la unidad social, de las formas de sociabilidad y de la organización social. Agrupamientos y comportamientos. Estatización y clases sociales. El fenómeno argentino. El problema de la evolución social. Teorías y formas del cambio social. La evolución y revolución. La investigación social. Sociología demográfica. Sociología económica, política y jurídica. Sociología cultural y Urbana. Los desajustes sociales. Régimen Municipal. La ciudad ideal a través de las edades. Criterios de preservación, tradición, modernismo, ecología, arte, urbanismo y paisaje urbano.</p>	<p>Cultura y Sociedad Comunicación, cultura y sociedad. / Sociedad de masas. / Cultura masiva. Cultura mediática. Industria cultural. / Modernidad. Posmodernidad.</p> <p>Sociedad de la Información La Sociedad de la Información. Desmasificación y globalización. Nuevos paradigmas para el análisis conceptual. / La dinámica local-global. Desintegración, pertenencia y adaptación. / Comunicación y nuevas utopías. Las utopías ideológicas. La utopía tecnicista. La "Galaxia Gutenberg" y la "Aldea Global". / Las nuevas tecnologías de la Información y de la Comunicación (NTIC). Las redes sociales.</p>	<p>Fenómenos Sociales y Comunicación en el Siglo XXI La Comunicación y la subcultura juvenil. / Comunicación y nuevos espacios urbanos. Tribus urbanas. Identidad y representaciones sociales. / Comunicación y ciudadanía. Multic</p>
<p>Sociología de la Imagen (2014)</p>	<p>NO CONTEMPLADO EN EL PLAN DE ESTUDIOS</p>	<p>ETAPA 1: CONCEPTOS GENERALES <i>Unidad 1. Elementos de la Teoría Sociológica Moderna</i> Karl Marx: Breve introducción a la teoría del valor. Plusvalía. Estructura y Superestructura. Concepto de ideología / Emile Durkheim: División Social del Trabajo: Conceptos Generales. / Max Weber. Acción social. Hecho social. El Espíritu del Capitalismo. <i>Unidad 2: El ojo sociológico</i> Los procesos de ver / Las formas sociales de mirar / Las imágenes de las ciudades / Identidad de la imagen pública.</p>	<p>ETAPA 2: MIRADAS DISCIPLINARES <i>Unidad 3: La construcción ciudadana de la imagen.</i> Concepciones teóricas del poder / Concepciones teóricas de la comunicación / Concepciones teóricas de la hegemonía / Concepciones teóricas de la democracia / Concepciones teóricas de la memoria <i>Unidad 4: Ética y estética del consumo.</i> Definición de consumo / Concepto de obsolescencia programada / Las imágenes y los mensajes de la publicidad / La relación entre los productos y los sistemas ideológicos.</p>

<p>Metodología de la Ciencia Aplicada al Diseño (2012)</p>	<p>El método científico. Concepto de Ciencias. Ciencia, conocimiento y método científico. Disciplinas y teorías. Concepto de teoría. Escritura y justificación de las teorías. La teoría y la práctica. lenguaje y verdad. Filosofía de la ciencia, epistemología y metodología. Conocimiento, individual y sociedad. Ciencia y sociedad del conocimiento. Los presupuestos de la ciencia moderna: el sujeto del conocimiento. Las etapas de la investigación científica. Ciencia y tecnología. Procesos de producción de datos: la observación, la entrevista y la encuesta. Problemas epistemológicos. La explicación científica. Modelos de explicación.- términos teóricos y discurso científico. Formación del investigador en diseño. Importancia del rol del diseñador y su influencia en los comportamientos sociales. Investigación en diseño. El signo como elemento de diseño. Modelos: noción. Manejo de modelos: su función.</p>	<p>Introducción: "Ciencia y Diseño: espacios comunes" Eje conceptual: ¿Qué tienen en común la Ciencia y el Diseño? "La formulación de un problema; los marcos representacionales de la acción; el método como guía estratégica". [Re-Pro-Me] UNIDAD DE INDAGACIÓN N°1: "Un modelo triádico entre ciencia y diseño" FASE I: El Diseño y la actividad científica como "Problem Building" / "Problem Solving" de la Realidad. La construcción de un Problema: dimensiones ontológicas, metodológicas, epistemológicas y pragmáticas: ¿Qué es un Problema? ¿Cuál es su naturaleza? (Dimensión Ontológica) / ¿Cómo se construye – formula un Problema? ¿Cuáles son sus componentes estructurales y sus relaciones dinámicas? (Dimensión Metodológica) / ¿Cuáles son los marcos conceptuales que justifican y dan sentido a la formulación de problemas como procedimientos de transformación de la Realidad? (Dimensión Epistemológica) / ¿Qué consecuencias produce en lo que habitualmente hemos convenido en denominar "la realidad?" (Dimensión Pragmática) FASE II: El Diseño y la actividad científica como "Construcciones Representacionales de la Realidad". El campo de las Acciones</p>	<p>Representaciones / Cadenas Representacionales en la construcción del "objeto": Isomórficas, Icónicas, Homológicas / La representación y la construcción del sentido: La estructura triádica del signo. FASE III: El Diseño y la Actividad Científica como un "Proceso Estratégico de toma de decisiones [Método] para la transformación de la Realidad El Método como proceso estratégico que se piensa en movimiento. El Error y la Incertidumbre: ¿Aliados - Enemigos? / Los modos del método: Descubrimiento y Justificación. La falsa opción: Racionalidad vs. Creatividad / La toma de decisiones en el proceso de creación del "objeto": validez y eficacia en la construcción de argumentos / El método como estrategia para la acción - producción cognitiva: el caso del artículo científico. FASE IV: El Diseño y la Actividad Científica como procesos de "Acción, Comprensión y Transformación de la Realidad. El Diseño como productor de conocimientos representacionales / El Diseño como proceso de estratégico de intervención y transformación de la "Realidad" / El Diseño como generador de Organizaciones Artificiales de la Cultura</p>
<p>Análisis Literario (2014)</p>	<p>NO CONTEMPLADO EN EL PLAN DE ESTUDIOS</p>	<p>UNIDAD I. Circuito de la comunicación verbal. Las competencias comunicativas. Tipos de discursos. Formas de manifestación. Expositivo o discursivo. Expresivo o emotivo. Apelativo o activo. Metalingüístico. Fático. Poético. / Niveles formales e informales de manifestación lingüística. Formas de manifestación: Oral-escrita. Plástico-gráfica. / Normas o principios que rigen a las manifestaciones del lenguaje. Corrección lingüística: ortografía, puntuación, propiedades idiomáticas. UNIDAD 2. Técnicas o procedimientos básicos de la Descripción, Narración y Argumentación. La Descripción. Lo observado (situación, elementos, aspectos). El observador (perspectiva, situación). / Fórmulas descriptivas (Imágenes sensoriales, sinestesias, comparaciones, metáforas,</p>	<p>personificaciones, onomatopeyas, etc.). / La Narración. Lo narrado (acción, personaje, lugar, tiempo). El narrador (persona gramatical en que se narra, punto de vista o perspectiva, situación). Fórmulas narrativas (alusiones, anécdotas, relatos breves, incluidos). UNIDAD 3. La expresión literaria. Concepto. Definición de hombre y cultura. Etapas del desarrollo de la cultura y la ubicación de la literatura. / La literatura como vía de conocimiento. Cultura y literatura en una sociedad dada. La obra literaria como expresión de una sociedad concreta y como producto de una época. / El lenguaje literario. Análisis de una novela histórica. Contextualización histórica, política, social y cultura. / El lenguaje recreativo y transgresor del diseño gráfico.</p>

5. Gestión y producción

<p>Mercadotecnia y Gestión Empresarial (2012)</p>	<p>NO CONTEMPLADO EN EL PLAN DE ESTUDIOS</p>	<p>UNIDAD I: Conocimientos de Administración, Organizaciones y Administración de las Organizaciones. UNIDAD II: Concepto de Mercadotecnia y el proceso de la misma para la satisfacción de las necesidades. UNIDAD III: Conceptos de Mercado, Investigación, Análisis y Segmentación de los mercados. UNIDAD IV: El Mix de la mercadotecnia: Productos, Precios, Colocación de productos, Promoción de productos.</p>	<p>UNIDAD V: Administración de las actividades mercadotécnicas para conocer cómo satisfacer al cliente con bienes y servicios de calidad, con valor agregado. Estrategias para una mercadotecnia competitiva, atendiendo las barreras de entrada y salida del negocio. UNIDAD VI: Conceptos y conocimientos de Mercadotecnia de Servicios, Institucional, Industrial, etc. UNIDAD VII: Conocimientos de la ampliación de la Mercadotecnia a otros campos del saber. Globalización de la Mercadotecnia.</p>
----------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Información complementaria

SISTEMA NACIONAL DE RECONOCIMIENTO ACADÉMICO¹

¿Qué es?

Es un espacio de diálogo, acuerdos formales y voluntarios entre el Ministerio de Educación y Deportes –a través de la Secretaría de Políticas Universitarias- y las instituciones de educación superior de todo el país, sobre aspectos académicos, curriculares e institucionales que tienen como resultado el mutuo reconocimiento de tramos curriculares, ciclos, prácticas, asignaturas, materias u otras experiencias formativas curriculares, que faciliten a los estudiantes corredores articulados de formación en todo el sistema, asegurando la calidad académica y la igualdad de oportunidades en todo el proceso educativo hasta el logro de la titulación.

¿Para qué un sistema de reconocimiento académico?

El sistema de educación superior argentino es un sistema dinámico y complejo, con una larga trayectoria, integrado por instituciones de diversa índole y pertenencia y con procesos históricos diferentes, que requiere contar con políticas tendientes a lograr una mayor integración y articulación horizontal y vertical de las distintas propuestas de formación del nivel superior, con el fin de estimular trayectorias de formación que favorezcan el acceso, la permanencia y la graduación de los estudiantes.

De esta manera se generan las condiciones para:

- a) Lograr un sistema de educación superior articulado e integrado.
- b) Mejorar el acceso, la permanencia y la graduación de los estudiantes al contar con diversas oportunidades de construcción de trayectorias de formación en todo el sistema.
- c) Generar condiciones para la innovación curricular quitando rigidez a los planes de estudio.
- d) Facilitar e incrementar la movilidad de los estudiantes en el sistema de educación superior y con los sistemas de educación superior de otros países.
- e) Asegurar la calidad y la igualdad de oportunidades en el sistema de educación superior, tanto universitaria como no universitaria.

Un sistema de Educación superior articulado a través de mutuos reconocimientos académicos establecidos a priori rompe con los obstáculos que hoy se le presentan a los

¹ <http://www.uader.edu.ar/wp-content/uploads/2016/11/Sistema-nacional-de-reconocimientos-acad%C3%A9micos-al-12-9.pdf>

estudiantes al momento de realizar cambios de carrera o de instituciones, y que demoran o desincentivan la prosecución de los estudios. Con este sistema, por ejemplo:

- Un estudiante podrá cambiar de institución / región por motivos familiares o laborales.
- Un estudiante podrá cambiar de carrera en su etapa inicial ante un cambio vocacional (el 40% de los estudiantes de 1er año universitario no se inscribe en el 2do).
- Un estudiante podrá cambiar de orientación de su carrera en el ciclo superior ante indecisiones o requerimientos laborales.
- Un estudiante podrá aprovechar las particularidades de las mismas carreras en diferentes regiones, por ejemplo en la etapa de formación práctica (Ej: veterinaria animales chicos (UBA), Equinos (UNLP), grandes UNICEN).
- Un estudiante de un Instituto de educación superior no universitaria podrá solicitar el reconocimiento de sus estudios en una institución universitaria para la prosecución de estudios.
- Un estudiante podrá solicitar el reconocimiento de su experiencia laboral como parte de su formación.
- Un trabajador podrá acreditar cursos, materias o tramos de formación en la universidad relacionados con su experiencia laboral.
- El estudiante tendrá menos trabas curriculares y administrativas para transitar su trayecto de formación y de esta manera no demorar su graduación o retomar sus estudios en el caso de haberlos suspendido.

A la vez, el impulso de un proceso de reconocimiento académico a nivel nacional desde la política pública genera las condiciones para que las instituciones, en el marco de sus autonomías, desarrollen procesos de revisión e innovación curricular. Durante años se han realizado diagnósticos sobre las múltiples causas del fracaso estudiantil en la universidad, reflejado en la demora de graduación y la deserción. Mucho se ha trabajado en relación a nivelar los posibles desajustes entre la formación de la escuela secundaria y la esperada por la universidad. No obstante, han sido menores los diagnósticos que focalizan en el propio diseño del currículum universitario, cuya rigidez, en muchas ocasiones, genera trabas para el avance en los estudios, o bien organiza el conocimiento de un modo tradicional que hoy se aleja de las formas de aproximarse al conocimiento de los jóvenes.

Un sistema como el propuesto genera las condiciones para que las instituciones que acuerden, organizadas en carreras o familias de carreras, discutan, comparen, y reflexionen sobre la forma de organizar el currículum de modo de:

- Lograr mayor flexibilidad curricular tanto en opciones de tramos de formación dentro de una carrera como en requerimientos, así como en el ordenamiento de los

espacios curriculares centrados más en el aprendizaje de los estudiantes que en la lógica disciplinar.

- Ampliar la variedad de opciones de espacios curriculares a partir de un mejor aprovechamiento de los recursos humanos y materiales (docentes, espacios, etc.) a nivel de las instituciones
- Todo ello a partir de los acuerdos entre las instituciones de educación superior.

Finalmente, el impulso desde la política pública al reconocimiento de estudios permite profundizar más el diálogo interinstitucional centrado en la mejor manera de valorar los conocimientos y capacidades adquiridas por los estudiantes, más que en los establecidos por cada una de las instituciones de manera individual.

¿Cómo implementarlo?

A través de tres niveles de trabajo:

A nivel macro: Asegurar un marco común nacional de acuerdos voluntarios entre las universidades interesadas en el que se establecerá la unidad de reconocimiento de trayecto formativo (RTF), y la base de reconocimiento, que representará la carga de trabajo real del estudiante para la adquisición de conocimientos / capacidades, tanto dentro como fuera del aula. Por otra parte, desde la Secretaría de Políticas Universitarias se llevarán a cabo acciones tales como:

- La realización de convocatorias a proyectos de articulación entre carreras y/o familias de carreras entre instituciones de educación superior (ver nivel intermedio).
- La legitimación de los estudios reconocidos por las instituciones en el marco del Sistema Nacional de Reconocimiento Académico a través de certificaciones parciales de estudio o a titulaciones y certificaciones finales de carreras de pregrado y grado universitario.
- La organización central de un registro de convenios y un soporte administrativo de los reconocimientos que tomarán como unidad de medida al RTF.

A nivel intermedio: un proceso de sintonización curricular acordado por las universidades, y organizado por áreas, familias de carreras o carreras, u otros trayectos, comenzando por las áreas acordadas por las universidades. Para ello, se constituirán grupos de trabajo específicos con representantes en esas áreas propuestos por cada institución.

A nivel institucional: Procesos a nivel de las instituciones autónomas que, a la vez, definirán las necesarias regulaciones institucionales, tales como el porcentaje de la carrera (medido en horas, materias, etc.) para definir dónde se otorga el título. Asimismo se favorecerán las condiciones para los reconocimientos internos entre las carreras de cada institución.

PERFIL DEL EGRESADO

– Marco conceptual

Elaborar un perfil del egresado posee una especial importancia ya que es, como se plantea Miguel A. ZABALZA, *“un punto de referencia y de guía de todo el resto del proceso: los contenidos que se seleccionen, las prácticas que se incorporen, la secuencia en que todo ello se integra va a venir condicionado por el tipo de perfil profesional al que esté vinculado un determinado Plan de Estudios”*¹.

Definir y concretar el perfil profesional establece incluir los elementos aptos como configurar del Plan de Estudios de manera completa y coherente.

El abordaje de formación basado en competencias toma en consideración los siguientes aspectos:

- **Saber conocer:** determinado por el saber básico, o conjunto de contenidos sobre los que descansa la estructura conceptual del plan.
- **Saber hacer:** Aquellas habilidades y técnicas generales de la carrera que corresponden al saber hacer.
- **Saber ser:** alude a los valores que se pretenden desarrollar, asociados al saber y al hacer específicos de la carrera.
- **Saber convivir:** Entendido como el aprender a trabajar en equipo, y demostrar los valores que hacen digno al ser humano.

La UNESCO (1998) refiere lo siguiente: *“un primer cambio para ser pertinente se refiere a los currículos, todavía demasiados centrados en la acumulación de conocimientos., hay que poner el acento no ya en la transmisión de conocimientos sino en la producción de conocimientos, lo que implica definir los programas de formación en término de perfiles competencia que hay que dominar y no en términos de conocimientos que hay que transmitir y devolver, deben formularse en término de capacidades de análisis de situaciones complejas, de emprender, y de reaccionar como ciudadanos responsables para el desarrollo de una cultura de paz”* (p. 21).

Determinación de perfiles²

El término “Perfil del Egresado”, tiene una gran difusión en la actualidad en el ámbito de la educación en todos los niveles, sectores y modalidades. El hecho de determinar los límites y llegar a una definición de una profesión o de lo que se espera del egresado en un nivel determinado de la enseñanza, conduce a la conceptualización del perfil.

¹ ZABALZA, Miguel A. (2013) Curriculum universitario innovador. ¿Nuevos planes de estudio en moldes y costumbre viejas?

² El diseño curricular. La práctica curricular y la evaluación curricular. Dra. Ana Graciela Fernández Lomelín.

¿Qué es el perfil del egresado?

“Descripción de las características principales que deberán tener los educandos como resultado de haber transitado por un determinado sistema de enseñanza-aprendizaje”. (Arnaz, J., La planeación curricular. Trillas Mexico 1996).

“Es la descripción del profesional de la manera más objetiva a partir de sus características”. (Mercado O, Martínez L, y Ramírez C. Una aportación al perfil profesional del psicólogo).

“Lo componen tanto los conocimientos y habilidades como las actitudes. Todo esto definido operacionalmente delimita un ejercicio profesional”. (Díaz Barriga A., Alcance y limitaciones de la metodología para la realización de planes de estudio. En Frida Díaz Barriga. Metodología de diseño curricular para la educación superior. Trillas, 1996).

“Es la determinación de las acciones generales y específicas que desarrolla un profesional en las áreas o campos de acción emanadas de la realidad social y de la propia disciplina tendiente a la solución de las necesidades sociales previamente advertidas”. (Frida Díaz Barriga. 1996 OB. CIT).

Muy importante en la elaboración de un perfil es el trabajo precedente que antecede su estructuración, en el que desempeña un papel esencial el diagnóstico que se realiza a través del estudio, aplicación y procesamiento de entrevistas, encuestas y otras técnicas, a fin de ayudar a caracterizar la profesión y sus perspectivas de desarrollo.

También resulta valioso el estudio de los planes anteriores y la experiencia de otras regiones del mundo, así como un estudio bibliográfico que permite la actualización científica de los especialistas que desarrollaron la tarea.

La elaboración de un perfil debe recorrer varias etapas:

1. Determinación del **objeto de la profesión**, (determinado por el grupo de problemas que hay que solucionar el entorno social).
2. Investigar los **conocimientos, técnicas y procedimientos** de la disciplina que son aplicables a la solución de los problemas.
3. Investigar posibles **áreas de acción** del egresado.
4. Análisis de las **tareas potenciales** que debe desempeñar el egresado.
5. Investigar la **población** donde podría ejercer su labor.
6. Desarrollo del perfil a partir de **integrar necesidades sociales**, nivel a alcanzar por las disciplinas, tareas y características poblacionales
7. **Evaluación** del perfil.

Un perfil bien definido debe tener la suficiente claridad y precisión para que pueda evidenciar cómo será el egresado por lo que los elementos que lo caracterizan pueden resumirse en:

- Especificar las **áreas del conocimiento** en las cuales deberá adquirir dominio.
- Descripción de las **tareas, actividades, acciones** que deberá realizar en dichas áreas.
- Delimitación de **valores y actitudes** a adquirir, necesarias para el buen desempeño.
- Análisis de la **población** que recibirá las esferas de labor.

- Especificación de las **habilidades** que debe desarrollar desde el punto de vista **teórico y práctico** y que permitirá su desempeño.

A estas características debemos agregar que todo perfil debe garantizar la educación permanente y la formación recurrente y principios básicos que la complementan tales como:

- **Polivalencia:** Es la capacidad de conducción adaptación y flexibilidad.
- **Eficiencia:** Diseño, presupuesto, costo y control.
- **Estrategia:** Capacidad para participar, generar situaciones organizativas dentro de un proceso de permanente cambio y transformación.
- **Actualización:** Autonomía para el manejo de las tecnologías modernas.
- **Estabilidad:** Preparación para transitar por diferentes situaciones producto de los cambios y transformaciones sin apartarse de los objetivos.

– Descripciones en algunos planes de estudios

A continuación se transcriben las definiciones en torno al perfil de egreso de algunas carreras de diseño gráfico y diseño en comunicación visual.

1. Universidades públicas

UNNOBA - Lic. en Diseño Gráfico

Perfil Profesional

El perfil propuesto para la Licenciatura tiene una marcada impronta proyectual, consolidado por una importante apoyatura instrumental y teórica, con una vasta propuesta de asignaturas optativas, que quedan libradas a la elección del estudiante -ver detalle de carga horaria y la propuesta de asignaturas optativas en el ítem definición de la carrera-.

Por otra parte se incluyen asignaturas que incorporan contenidos referidos a nuevas tecnologías, sin desestimar una formación atenta a la realidad del campo laboral: multimedia, marketing estratégico, producción audiovisual, estadística, otras.

Alcances del título de Licenciado en Diseño Gráfico

El graduado tendrá una fuerte base de formación general que le permitirá planificar, dirigir, evaluar y efectivizar las producciones de diseño gráfico.

Estará capacitado para:

1. Desempeñarse en departamentos de diseño como diseñador creativo, consultor, asesor de producción en:
 - Programas de identidad para instituciones, empresas y productos.
 - Gráfica aplicada, señalización, generación de códigos visuales y paneles de información complejos.
 - Campañas de interés social, diseño de stands / exposiciones, diseño de envases.

2. Realizar estudio, factibilidad, programación, gestación, desarrollo, supervisión, control y realización de producciones de diseño en medios gráficos, audiovisuales, de comunicación, televisión, cinematografía y espacios virtuales, en sus aspectos gráficos.
3. Oficiar de consultor para instituciones públicas o privadas respecto de problemas de diseño gráfico y comunicación visual.
4. Asistir en arbitrajes, pericias, tasaciones y presupuestos.
5. Intervenir en la confección de normas y patrones de sistemas de comunicación pública o privada y cualquier otra tarea profesional emergente de las actividades que competen a la carrera de diseño gráfico.
6. Oficiar en carácter de curador en todas aquellas actividades que afecten al diseño y exhibición de productos gráficos en todos sus soportes y modalidades.
7. Desempeñarse como docente universitario y/o investigador.

UNSJ - Diseño Gráfico

Incumbencias

- Procesar, organizar y presentar información visual, mediante la utilización de códigos verbales y/o no verbales, en el área del diseño para Información que incluye: diseño editorial, de tablas alfanuméricas, de gráficos y diagramas, instrucciones, reglas de juego, manuales, informes, prospectos, señalización, mapas y planos (exclusivamente como problema de comunicación visual), infografías, etc.
- Interpretar, analizar y presentar visualmente, mediante la utilización de códigos verbales y/o no verbales, mensajes destinados a influir sobre la conducta del receptor en el área del Diseño de la Persuasión, que incluye: publicidad comercial, diseño de material promocional (folletos, afiches, avisos, publicidad directa o exposiciones, etc., diseño gráfico de envases, diseño de identidad de empresa, publicidad no comercial; diseño de material para la promoción de actos y eventos culturales gratuitos, no políticos y/o ideológicos).
- Propaganda política o ideológica, exclusivamente como problema de comunicación visual. Campañas de interés social, salud, higiene, seguridad, etc.
- Realizar tareas de asesoramiento, estudio e investigación en las áreas de la comunicación visual.
- Participar de la óptica de la comunicación visual, en órganos estatales y privados que administran la ciudad, el ambiente urbano, la calidad de vida, o actividades específicas como la salud, la educación, la seguridad, la vivienda.
- Interpretar, analizar y presentar Información que contribuya a la estructuración de sistemas gráficos, en el área del diseño para la Administración, diseño de formularios, boletos de transporte, entradas para espectáculos, remitos, comunicaciones empresariales internas, diseño de valores, etc.

Perfil profesional

- Desempeñarse con idoneidad respondiendo a las incumbencias profesionales acreditadas.
- Capacidad de convertir las pautas programáticas en ideas, hechos y valores útiles para la vida y el bienestar del hombre, mediante acciones proyectuales en las cuales se procesen y sinteticen en términos de forma y contenido, factores sociales, culturales, perceptivos, estéticos, tecnológicos y ambientales.
- Resolver aspectos concernientes a la exposición o servicios involucrados con el diseño gráfico. Ejercer críticamente su rol profesional, asumiéndose como activo participante social con compromiso ético con su realidad; gestionando soluciones a problemas a partir de una autocrítica, generando diagnósticos que procuren transformaciones, para responder a las demandas individuales y colectivas de la comunidad.

Campo ocupacional

El Diseñador Gráfico podrá desempeñarse en cuatro áreas

- **Diseño para Información.** Procesar, organizar y presentar información verbal y no verbal del diseño editorial.
- **Diseño para Persuasión.** Diseñar comunicaciones destinadas a modificar la conducta del público.
- **Diseño para Educación.** Diseñar situaciones didácticas que contribuyen a un aprendizaje de forma más activa.
- **Diseño para Administración.** Diseñar material que contribuya a organizar ciertas comunicaciones dentro de sistemas.

UNLA - Lic. en Diseño y Comunicación Visual

La Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual tiene como objetivo la formación de profesionales capacitados para elaborar signos o sistemas de signos visuales con fines comunicativos, entendiendo este concepto en su acepción más amplia.

Definir el Diseño y la Comunicación Visual como actos proyectuales que tienen por objeto dar soluciones, a piezas o requerimientos de naturaleza comunicativa, implica que el Diseñador debe estar capacitado para elaborar un producto que será reproducido por medios industriales y cuyo caudal comunicativo estará dirigido a un sector determinado de la comunidad. En este proceso intervienen factores culturales, sociales, humanos y tecnológicos, condicionantes que el Diseñador deberá armonizar en cada proyecto para obtener una adecuada síntesis.

Los primeros años de este programa están caracterizados por un intensivo trabajo de instrumentación, sensibilización y experimentación en ejercicios de diseño básico, técnicas de representación, escritura y tipografía, color, fotografía y una introducción al diseño de objetos.

Durante el proceso de adquisición de las destrezas y aptitudes elementales que se mencionan anteriormente, se incorporan paulatinamente las temáticas del área tecnológica,

condicionantes del proceso proyectual, los nuevos instrumentos informáticos y la ejercitación con el software más usual.

El propósito es brindar una formación que recorra el arco de las técnicas manuales a las digitales y constituya una base conceptual sólida en la formación de los futuros diseñadores.

Un complemento importante al trabajo práctico de taller es el desarrollo de las facultades críticas, producto de la reflexión sobre los procesos de comunicación por medio de la palabra y la imagen. Este es el objetivo principal de asignaturas como Teoría del Diseño, Comunicación, Semiología e incluso Historia del Diseño, que incentivan en el alumno la inclinación por la investigación con el consiguiente enriquecimiento de la práctica proyectual.

El programa de esta Licenciatura consiste en un ciclo de estudios de cuatro años de duración que permite formar Diseñadores conscientes de su responsabilidad social, y con una concepción ética de la disciplina.

El Egresado de la Licenciatura estará capacitado para:

- Elaborar estrategias de comunicación por medios visuales para instituciones o empresas estatales o privadas
- Elaborar sistemas de identificación para eventos de diferente naturaleza: culturales, científicos, educativos, deportivos, etc.
- Elaborar sistemas de piezas de comunicación para dichos eventos: afiches, publicaciones, elementos de uso operativo
- Proyectar en términos visuales en los diversos medios de información impresa: libros, publicaciones, diarios, revistas
- Proyectar sistemas de señalización para el área vial, terminales de medios de transporte, hospitales, industrias, conjuntos urbanos
- Proyectar elementos o sistemas de condicionamiento para la identificación, protección y traslado de productos
- Proyectar elementos gráfico-operativos de productos industriales
- Desarrollar proyectos de visualización de datos o procesos en el área científico-tecnológica
- Desarrollar, en equipo, proyectos de comunicación en el área de la expresión video-gráfica
- Realizar trabajos de experimentación morfológica
- Desarrollar proyectos de investigación en áreas complejas o de interacción disciplinar
- Asumir una actitud reflexiva y crítica sobre las modalidades operativas de la profesión en el contexto social

UNL - Lic. en Diseño de la Comunicación Visual

Alcances del título

El diseño de la comunicación visual es la disciplina que aborda la problemática de la conceptualización, proyectación y producción de los mensajes gráficos y la comunicación en sus diversos soportes de materialización visual. Su actuación involucra los siguientes campos de acción:

- a. Desarrollar el estudio, programación, diseño y producción de los diversos elementos que actúan en la comunicación visual de información, hechos, ideas y valores útiles a una sociedad, mediante la codificación de mensajes. Su lenguaje y caracterización son resultante de un proceso proyectual que involucra aspectos culturales, formales, funcionales, tecnológicos y económicos, y su aplicación aborda:
 - La identidad visual de instituciones, empresas y productos.
 - Los medios gráficos y digitales de comunicación visual.
 - Los medios audiovisuales de comunicación en sus aspectos gráficos.
 - La generación de códigos visuales en sistemas de información.
 - La señalización.
 - La gráfica aplicada a productos y servicios.
 - Los aspectos gráficos y comunicacionales de textos, material bibliográfico y didáctico.
 - El diagnóstico, estrategias y propuestas para problemas de comunicación visual.
- b. Actuar como consultor o asesor de organismos, entidades, instituciones y empresas en lo referente a su comunicación visual.
- c. Realizar presupuestos, tasaciones, pericias y arbitrajes sobre cuestiones emergentes de la problemática de la comunicación gráfica y visual.

Al finalizar el presente Plan de Estudios, el egresado estará en condiciones de:

- Dominar con nivel científico y profesional los conocimientos, recursos técnicos y metodológicos del campo del diseño y la comunicación visual.
- Interpretar con juicio crítico, desde una sólida formación integral, las problemáticas socio-políticas contemporáneas, a los efectos de operar en sus diversos niveles de intervención.
- Conocer con amplitud y profundidad el contexto en el que desarrolla su disciplina y sus aspectos sociales, políticos, culturales, económicos e históricos.
- Poseer las habilidades y destrezas requeridas para abordar las problemáticas del diseño: definición del problema, elaboración de un plan y su resolución eficaz.
- Desarrollar el pensamiento lógico (observación, clasificación, análisis, abstracción y generalización), y el pensamiento intuitivo (elaboración, fluidez y originalidad), como capacidades que interactúan en el campo disciplinar del diseño.

- Desarrollar la creatividad y la actitud crítica como fundamento de las propias ideas.
- Generar un compromiso ético en el ejercicio de la disciplina, privilegiando actitudes de conciencia y responsabilidad ante el contexto cultural, y promoviendo la mayor excelencia profesional en el diseño.
- Poseer los niveles formativos necesarios para integrar equipos de investigación y de práctica interdisciplinaria.
- Desarrollar tareas de extensión universitaria como vinculación y compromiso con el medio social, a los efectos de generar procesos de retroalimentación e integración institucional.
- Generar actitudes de aprendizaje permanente y de actualización apropiadas para operar en un mundo en constante transformación y desarrollo tecnológico.

UNCUYO - Diseño Gráfico

El egresado será un profesional capacitado para desempeñar las siguientes actividades como Diseñador Gráfico: Estudio, factibilidad, programación, gestación y desarrollo, supervisión, inspección o control en cualquiera de sus modalidades de los elementos que posibiliten comunicar visualmente información, hechos, ideas y valores mediante un procesamiento en términos de forma expresiva con condicionantes funcionales y tecnológicas de producción, en distintos formatos y soportes.

Objetivos de la carrera:

Formar profesionales capaces de:

- Realizar con responsabilidad y solvencia, proyectos de comunicación visual, de alcance social.
- Responder a las necesidades culturales, tecnológicas y económicas de la región.
- Comprender que la propuesta creativa del diseñador tiene como razón de ser el servicio a la sociedad, a su desarrollo cultural, orientado hacia el bienestar y a la calidad de vida.
- Comprender la importancia de la disciplina tanto en el desarrollo social, cultural y económico del país, como en la preservación del medio ambiente.

UNAM - Diseño Gráfico

Profesionales con formación en principios visuales y comunicacionales aplicables a la elaboración y reproducción de mensajes gráficos. Están capacitados para desarrollar las actividades en forma independiente o integrada a equipos, agencias o empresas.

Perfil del Título

Esta carrera formará Diseñadores Gráficos, capaces de:

1. Intervenir en la elaboración de diagnósticos, asesoramiento, desarrollo o consultoría en todas aquellas actividades que requieran optimizar la calidad de la comunicación visual.
2. Actuar como asesor, consultor o perito de organismos o entidades de nivel internacional, nacional, provincial y municipal, estatales y/o privados en lo referente al punto 1.
3. Realizar arbitrajes, pericias, tasaciones, presupuestos y cualquier otra tarea profesional emergente de las actividades descriptas en el punto 1.
4. Intervenir en la confección de normas y patrones de sistemas de comunicación pública o privada.

Alcances del Título

- Lograr egresados que influyan profesionalmente en las políticas de desarrollo regional con respecto al diseño y que asuman su compromiso con la sociedad, comprendiendo el impacto que sus proyectos tienen sobre ella y el medio ambiente.
- Dar eficiencia a la acción profesional para producir un Diseño de comunicación visual claro y efectivo, en el que se refleje la experiencia de los últimos años de enseñanza del Diseño en Latinoamérica y, en especial, de nuestro país.
- Obtener resonancia en las organizaciones sociales, gobierno, empresas, comercios, etc., para que se comprenda la importancia creciente que el Diseño tiene en la economía y en la acción social de la región.

2. UNIVERSIDADES PRIVADAS

UP - Diseño Gráfico

Creadores y Comunicadores de Mensajes Visuales

El diseñador gráfico de nuestra Facultad genera ideas estratégicas desarrollando un estilo propio y exportando con su producción gráfica talento argentino, revalidando la creatividad, ideando y proyectando mensajes visuales, contemplando diversas necesidades, desde las estilísticas, informativas, identificatorias, vocativas, de persuasión, de código, tecnológicas, de producción, hasta las de innovación.

Estudiar Diseño Gráfico significa adquirir un lenguaje abierto a los cambios, comprender permanentemente a las tendencias actuales, tomando elementos de la cultura existente, transformándolos y resignificándolos.

El futuro profesional puede desempeñarse en los departamentos de arte de las agencias publicitarias, creación de marcas, diseño de logos, el diseño de video Games, el diseño web, la animación, en producciones fotográficas o cinematográficas, en publicaciones periodísticas; integrando el área de publicidad o de comunicación de las empresas, instituciones de bien

público o gubernamentales, y también entrenarse para encarar el desafío de ejercer la profesión en forma independiente.

SIGLO XXI - Lic. en Diseño Gráfico

PERFIL PROFESIONAL

Serás capaz de:

- Intervenir en el diseño, ejecución y evaluación de piezas gráficas e imagen corporativa.
- Diseñar elementos señalética, packaging y merchandising relativos a la imagen corporativa.
- Dirigir equipos creativos de diseño gráfico, estrategia y planes de comunicación visual.
- Actuar creativa y cooperativamente en áreas de diseño gráfico, publicidad o comunicación de diversas organizaciones.
- Colaborar con los departamentos de la empresa que actúen en la definición y concreción de campañas de comunicación y marketing.
- Formar parte de equipos de trabajo en el desarrollo de proyectos multimedia, diseño de páginas web, aplicaciones digitales, entre otros.

SALIDA LABORAL

Algunos espacios y actividades en las que podrás desempeñarte:

- Estudios de diseño
- Consultoría
- Organizaciones y empresas en general
- Agencias de publicidad
- Freelance (Independiente)
- Agencias de Marketing digital
- Emprendimientos propios

// UNIMORÓN - Lic. en Diseño Gráfico Multimedial

- Elaborar en forma integral y mediante la implementación de códigos visuales verbales y no verbales, combinados o no con palabras, mensajes destinados a la publicidad, institucional, la educación, la información y la expresión estética, en carteles, murales, vallas, afiches, stands, televisión, cine, espacios tridimensionales, virtuales y de promoción.
- Elaborar mediante dibujos, fotografías, collages, animaciones o la combinación de estos, mensajes visuales acordes a las necesidades de un emisor y el soporte elegido.
- Diseñar, diagramar y ordenar la distribución del espacio visual, bidimensional, tridimensional o virtual de libros revistas, periódicos, medios audiovisuales o sitios web.

- Diseñar imágenes de identidad corporativa o institucional para empresas comerciales, sociales, educativas o industriales.
- Diseñar mensajes multimediales y gráficos en sus distintos soportes según criterios comunicacionales y culturales pertinentes.
- Diseñar criterios estéticos y conceptuales en el área gráfica y multimedial.
- Elaborar y evaluar proyectos multimediales y gráficos en sus distintos formatos y géneros, atendiendo a las condiciones del mercado vigente.
- Integrar equipos de planificación, gestión y evaluación de campañas de comunicación integradas.

UMZA - Lic. en Diseño.

La carrera de diseño a nivel de Licenciatura se compone de la Licenciatura y de las Carreras de Diseño específicas, previamente superadas las que se agrupan según su mayor afinidad: Diseño de Interiores, Diseño Gráfico, Diseño de Indumentaria y Textil.

Objetivos

1. Formación de Profesionales con criterio integrador de los distintos factores que se relacionan en la actitud creativa del diseño.
 - Preparación con amplia facultad imaginativa, técnica y estética para diseñar y dirigir la ejecución de los variados diseños de ambientes, objetos e imágenes de los elementos que conforman y acompañan las actividades humanas.
 - Desarrollo de una aguda sensibilidad de comprensión de las relaciones entre dichos ambientes, objetos e imágenes por medio de su armonización o contraposición, de sus aspectos comunes o particulares que contribuyan, con su "calidad" de diseño, a una mejor "calidad" de vida.
 - Responder a la tendencia que se manifiesta actualmente en la formación del profesional, de resolver la composición frente la fragmentación y la identidad dentro de la globalidad, con recursos creativos integrales.
2. Capacitación de estos profesionales para diseñar, planificar, implementar y supervisar y la confección de los diferentes elementos que componen las distintas ramas del diseño y que participan del entorno inmediato.
 - Ampliar la capacitación ofrecida a través de las carreras de diseños específicos previos, mediante una enseñanza reflexiva y a la vez ejecutiva, ofreciendo un extenso y profundo conocimiento holístico del Diseño.
 - Relacionar las distintas carreras con un campo de enseñanza común que tiende a la especialidad de cada una de ellas para, luego de otorgar una salida laboral concreta y en tiempos ajustados, culminar con una capacitación integral.
 - Aprovechar los valiosos recursos de cada carrera, relacionándolos en sus aspectos comunes y lograr la integración entre ellas, con el beneficio de comprender la realidad global y su respuesta de diseño.

Alcances del título

- Idear, generar, analizar, proponer, asesorar, evaluar y diseñar interiores de ambientes arquitectónicos, muebles, iluminación, escenografía, exteriores de ambientes arquitectónicos, indumentaria y textil, imagen empresarial, gráfico y envases y packaging; además el diseño integral entre ellos, siendo éste el objetivo básico de esta Licenciatura.
- Dirigir, controlar y supervisar la ejecución de diseños arriba mencionados y de los elementos que los componen y de las acciones de interrelación entre ellos.
- Proyectar, coordinar y supervisar la realización de los correspondientes trabajos en estrecha relación con los diseñadores arriba mencionados y demás profesionales del área.
- Estudiar, investigar y aplicar nuevas tecnologías apropiadas a este diseño e intervenir o colaborar en toda actividad que se relacione a su profesión.

En consecuencia las distintas actividades que incumben a estos profesionales les permite asumir los siguientes roles:

- Proyectista de diseños en los campos que comprenden ambos grupos de carreras.
- Supervisor de los trabajos de realización de dichos diseños.
- Perito evaluador y tasador de trabajos y acciones que impliquen su actuación profesional.
- Cómputo y presupuesto de trabajos, diseños y acciones
- Colaborador en asesoramiento del Diseño en todas sus áreas conforme a su formación integral.
- Colaborador en asesoramiento de la aplicación de dichos diseños, acordes a su preparación como proyectista y realizador de trabajos similares.
- Director de Investigación de emprendimientos sobre Diseño y sus componentes.
- Asociado en investigaciones más amplias de su campo de acción que incluyan aspectos de su incumbencia y en lo que a estos se refieran.
- Participación con profesionales de grado universitario que se relacionen con su formación para cumplir funciones de su propia competencia en tareas que complementen las de los otros profesionales.
- Integrante como asociado o colaborador de otros profesionales como Arquitectos, Diseñadores u otros de grado universitario.
- Participante en empresas y talleres dedicados a ejecución de trabajos relacionados al Diseño como así también de sus elementos que componen su accionar y lineamientos de concreción.

UCP - Lic. en Diseño Gráfico y Multimedia

Perfil Profesional

El Licenciado en Diseño Gráfico y Multimedia estará capacitado para:

- a) Realizar estudios, programación, desarrollo, supervisión y producciones en cualquiera de sus modalidades, que permitan comunicar visualmente información de hechos, ideas y valores útiles al hombre, en términos de forma expresiva, con condicionantes funcionales, tecnológicos y estéticos de producción.
- b) Gestionar estratégicamente proyectos del campo de la Comunicación Visual, en sus distintas etapas de elaboración, ejecución y evaluación.
- c) Actuar en la selección y utilización de las herramientas tecnológicas para la producción multimedia y gráfica aplicadas al diseño de Proyectos Integrales.
- d) Autogestionar Actividades de Promoción y el Desarrollo de Emprendimientos para generar fuentes de trabajo alternativas relacionadas con diseño gráfico y multimedia en el ámbito público y privado.
- e) Utilizar procedimientos que den cuenta de estrategias de observación, análisis, reflexión, juicio crítico en la aplicación de su hacer profesional.
- f) Trabajar en grupos interdisciplinarios, estableciendo buenas relaciones interpersonales, coordinando investigaciones y realizaciones en los diferentes proyectos.
- g) Desempeñar su profesión, con profundo sentido ético y responsabilidad social.

UCASAL - Lic. en Diseño Gráfico

Perfil del egresado

1. Conocimientos

- Poseerá saberes relacionados a la producción, reproducción y difusión de mensajes visuales.
- Tendrá conocimientos de la realidad histórico-social que lo rodea para poder interactuar.
- Dominará aspectos éticos y legales de las instituciones, empresas y profesionales vinculados a la actividad.
- Conocerá los elementos metodológicos técnicos e instrumentales que le permitan ser un comunicador visual con discernimiento crítico.
- Poseerá saberes relacionados con la problemática de la comunicación visual.
- Conocerá las características de los materiales necesarios para llevar a cabo diferentes tipos de diseños.
- Técnicas de la realización multimedial.

- Conocimiento para el diseño integral de proyectos.

2. Capacidades

- Desarrollar proyectos creativos que respondan a las necesidades de comunicación visual de particulares, empresas y organizaciones.
- Aplicar los conocimientos y habilidades necesarios a medida que desarrolle sus trabajos, integrando los conceptos, metodologías, procedimientos y formas de creación profesionales.
- Implementar todos los aspectos formales y tecnológicos del diseño gráfico en la creación de proyectos grupales e individuales.
- Dirigir a un equipo de arte y trabajar en grupo.
- Aplicar los conocimientos y las técnicas para el desarrollo de una campaña, de estructuras con volúmenes y otros soportes.
- Realizar proyectos para empresas e instituciones que incluyan el diseño de marcas y logotipos analizando los distintos modelos de imagen corporativa.

Alcances del título de Licenciado en Diseño Gráfico

Podrá desempeñarse dentro de una Agencia de Publicidad, una Editorial, un Canal de Televisión, un Taller Gráfico o una Empresa de bienes o servicios realizando la creación gráfica o mantenimiento de sitios web.

Como profesional independiente podrá también llevar a cabo realizaciones de actividades gráficas (diseño editorial, publicitario, de marcas y logotipos, de imagen empresarial, de empaques, señalización, etc,) o en Internet.

Podrá realizar funciones de:

- Asesor, consultor o perito de organismos o entidades de nivel internacional, nacional, provincial, municipal o privadas en lo referente a las piezas gráficas de comunicación masiva.
- Consultor para la realización de diagnósticos ante instituciones públicas y privadas de problemas de comunicación visual
- Asesor para la confección de material didáctico en sus aspectos gráficos y comunicacionales para toda forma y nivel de enseñanza.
- Director de arte en medios audiovisuales de comunicación, televisión y cinematografía en sus aspectos gráficos.
- Productor y realizador multimedial, utilizando los sistemas avanzados de computación.
- Director en la realización de diseños y concreción de proyectos de sistemas de señalización vial y urbana.

UADE - Lic. en Diseño Gráfico

Perfil

La formación académica que recibe el alumno al finalizar el curso de Diseño Gráfico le permitirá contar con la solidez conceptual imprescindible para lograr disponer de un elevado grado de desarrollo en los temas de mayor significación en el ámbito de aplicación del título logrado. Manteniendo asimismo un claro perfil generalista, abarcador del conjunto de problemas propios del área de Diseño Gráfico y posibilitar la solución de los mismos mediante un muy buen juicio profesional.

La formación prevista, le permitirá manejarse en ámbitos específicos de gran envergadura y mantener una visión total del manejo del Diseño Gráfico como soporte operativo y decisorio.

Alcances del título de Licenciado en Diseño Gráfico

1. Proyectar sistemas de identidad visual para instituciones, industrias, empresas y/o productos.
2. Proyectar, supervisar y controlar sistemas de señalización visual, urbana, interna y/o externa.
3. Diseñar información impresa: Libros, revistas, publicaciones, folletos y demás aplicaciones que afectan al lenguaje visual.
4. Proyectar imagen gráfica de productos.
5. Diseñar y desarrollar estrategias de comunicación visual destinadas a la información sobre actividades de instituciones y/o empresas.
6. Colaborar en equipos interdisciplinarios para la publicidad de bienes y servicios.
7. Investigar e intervenir en la elaboración de diagnósticos, asesoramiento, desarrollo y consultoría en todas aquellas actividades que requieran optimizar la calidad de la comunicación visual.
8. Realizar arbitrajes, pericias y tasaciones con relación a las temáticas de índole visual.

ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIO

RESOLUCIÓN N° 697/15 CS - UNNE

I. Denominación de la carrera

Se la deberá expresar en forma clara y precisa.

De acuerdo con las normativas vigentes para el nivel superior, es conveniente que esta denominación no refiera a un excesivo recorte o especialización de un campo disciplinar o un campo profesional.

II. Denominación del título que otorga

En caso de tratarse de carreras con titulación intermedia y titulación final, la presentación de ambos tramos debe realizarse de acuerdo con los componentes que se detallan a continuación.

Se deberá consignar por separado aquellos componentes que se diferencian según el título que se otorga.

III. Componentes curriculares:

1. Objetivos institucionales
2. Fundamentación de la carrera
3. Carga horaria total (máxima y mínima)
4. Número total de asignaturas
5. Duración de la carrera en años
6. Identificación del nivel de la carrera (pregrado-grado)
7. Requisitos de ingreso a la carrera
8. Campo profesional
9. Perfil del graduado
10. Alcances y Actividades Profesionales del título
11. Estructura curricular (ciclos y/o áreas y/o años)
12. Objetivos generales de aprendizaje del plan de estudio
13. Distribución del total de asignaturas según la estructura curricular adoptada
14. Presentación de cada asignatura
 - 14.1. Formato Curricular
 - 14.2. Carga horaria (máxima y mínima)
 - 14.3. Régimen de cursado (cuatrimestral, semestral, anual)
 - 14.4. Obligatorias. Optativas. Electivas
 - 14.5. Objetivo/s general/es de la asignatura
 - 14.6. Contenidos mínimos
 - 14.7. Modalidades y criterios generales de enseñanza y evaluación
15. Sistema de correlatividades
16. Seguimiento y evaluación de los planes de estudio
17. Régimen de articulación con planes de estudio anteriores

1. Objetivos institucionales

Se definen a nivel de la Unidad Académica que ofrece la Carrera. Comunican los fines, propósitos y principios que definen el marco directriz de la institución.

2. Fundamentación de la Carrera

Constituye la justificación de la creación: a qué necesidades sociales y demandas regionales la institución atiende. También, se explicitan los fundamentos de la propuesta de formación de la carrera, como por ejemplo, las perspectivas o los enfoques históricos, pedagógicos, epistemológicos, sociológicos y culturales que la sustentan.

3. Carga Horaria total (máxima y mínima)

Para las carreras universitarias de pre-grado se establece una carga horaria mínima de 1600 horas reloj. Éstas podrán ser presenciales, semi-presenciales o virtuales. En el caso de optar por las últimas dos modalidades, los detalles estructurales del plan se regirán, además, por las normativas institucionales vigentes propias de la modalidad de Educación a Distancia.

En el caso de las carreras comprendidas en el Art. 43º de la LES, la carga horaria se establece en función de los acuerdos de las asociaciones de facultades así como de las normativas vigentes para cada carrera. Así pautada no se puede introducir modificaciones.

Para las carreras universitarias de grado están establecidos los siguientes mínimos:

- Carreras de formación docente: para los diferentes niveles del sistema educativo argentino, la carga horaria mínima es de dos mil ochocientas (2.800) horas reloj presenciales.
- Otras carreras de grado: la carga horaria mínima es de dos mil seiscientas (2.600) horas reloj en la modalidad presencial.

Es importante advertir que la unidad de medida es la hora reloj.

Considerando las necesidades de flexibilización de los trayectos de formación previstos por el plan de estudio, las Facultades podrán dejar establecidas cargas horarias máximas y mínimas de las carreras que ofrecen. Ello permitirá atender desde la propia Unidad Académica la actualización, la organización de ofertas opcionales o las demandas emergentes de una manera ágil, sin necesidad de tramitar ante instancias superiores de aprobación.

Para que esto no constituya un cambio substancial al plan de estudio original, el margen de variabilidad no podrá ser mayor al 5% entre ambos topes. Por ejemplo: a carreras con un mínimo de 3.000 horas, se le podrá agregar como máximo 150 horas reloj. En estos casos, se elevará la solicitud de aprobación ante el Consejo Superior de la UNNE.

Si la modificación supera el 5% indicado se deberá tramitar la aprobación de un nuevo plan de estudio.

4. Número total de espacios curriculares

Se deberá indicar el número total de asignaturas, discriminando:

a) Obligatorias

- b) **Optativas**, cantidad que integran el Plan de Estudio y las que se exigen tener aprobadas.
- c) **De Elección Libre**, son aquellas asignaturas elegidas por el estudiante en razón de sus intereses, las que serán acreditadas dentro de las exigencias curriculares para completar el respectivo Plan de Estudio.

5. Duración de la carrera

Para las carreras de pre-grado el mínimo de duración se establece en dos años académicos, para el grado universitario, la carga horaria deberá desarrollarse en un mínimo de cuatro años académicos.

6. Identificación del nivel de la carrera

Pre-grado: son los títulos del nivel técnico instrumental, también denominados antiguamente “carreras de corta duración”.

Grado: son los títulos de nivel de licenciatura, profesorados y de profesiones liberales (abogado, ingeniero, arquitecto, etc.).

7. Requisitos de ingreso en la carrera

Deberán ajustarse a las condiciones generales establecidas por el Consejo Superior de la Universidad Nacional del Nordeste para el ingreso.

8. Campo profesional

Describe los tipos de prácticas profesionales para las que se pretende preparar al estudiante y que se identifican a partir de un análisis histórico y una contextualización nacional y regional.

9. Perfil del graduado

El perfil del graduado constituye

“... una declaración formal que hace la institución frente a la sociedad y frente a sí misma, en la cual compromete la formación de una identidad profesional dada, señalando con claridad los compromisos formativos que contrae y que constituyen el carácter identitario de la profesión y sus competencias clave asociadas.

...es una estructura descriptiva que representa la promesa y el compromiso institucional hacia la sociedad y los estudiantes, en términos de habilitar a éstos en los principales dominios de la profesión. Como contenido del contrato social entre la universidad, el estudiante y la sociedad, representa aquello que la universidad respaldará y certificará en el acto de graduación”.

¹ Hawes, Gustavo. (2012). *Perfil de egreso*. Depto. de Educación en Ciencias de la Salud. Facultad de Medicina, Universidad de Chile. 18 páginas. www.gustavohawes.com.

10. Alcances y Actividades profesionales del título:

Alcances del título: corresponden a las carreras comprendidas en el Art. 42 de la LES y consisten en el conjunto de actividades profesionales para las que resulta competente un profesional en función de la formación recibida y que son fijadas por la Universidad.

Los alcances no deberán solaparse con otros alcances o actividades profesionales (incumbencias) de carreras afines manteniendo la singularidad de la carrera a la que pertenecen.

En el caso de las carreras de pre-grado, los alcances deberán ser redactados de manera moderada y con una clara demarcación del margen de independencia del futuro graduado en el desempeño de sus actividades.

Actividades profesionales reservadas:

Son aquellas actividades profesionales que fija el Ministerio de Educación en acuerdo con el Consejo de Universidades para los títulos que han sido incluidos con criterio restrictivo en la nómina del Art. 43° de la LES, por lo tanto, no pueden ser modificadas.

11. Estructura curricular:

La estructura curricular refiere al conjunto de componentes organizadores del plan de estudio en relación con los fines, los contenidos, las experiencias formativas, la distribución del tiempo y la propuesta pedagógica de formación de la institución.

Los componentes de la estructura curricular son:

- Los conocimientos y competencias para alcanzar los requerimientos fijados en el perfil del graduado;
- Los criterios de organización curricular: campos, trayectos, áreas, ejes, módulos, ciclos y la selección de los contenidos que correspondan a cada uno de ellos;
- La selección y organización de los distintos "espacios" (1) y "formatos" (2) curriculares, así como sus contenidos, teniendo en cuenta las posibles articulaciones, y, modalidades de enseñanza y evaluación.

11. Objetivos generales de aprendizaje a nivel del plan de estudio

Identifican los aprendizajes finales de los estudiantes, que deberán lograr para poder desempeñar las actividades fijadas en los alcances del título y las actividades profesionales descriptos en el perfil del graduado.

13. Distribución del total de espacios o unidades curriculares según la estructura curricular adoptada

Se presentarán los espacios curriculares distribuidos según la forma de organización adoptada (ciclo, área, y/o año).

1. El **espacio curricular** es la *"unidad de enseñanza y aprendizaje que organiza y articula en función de criterios pedagógicos, epistemológicos, psicológicos y antropológicos,*

*un conjunto de contenidos a enseñar y aprender y constituye generalmente una unidad autónoma de acreditación de los aprendizajes*².

2. El **formato curricular** refiere a la “forma” que adopta cada unidad de contenidos o grupos de contenidos del espacio curricular, con ello se expresa y se hace explícita la dimensión didáctico-metodológica de cada espacio curricular.

14. Presentación de cada espacio o unidad curricular

14.1. Formato curricular

Asignatura, seminario, taller, laboratorio, trabajo de campo, trabajo de investigación, pasantía, seminario de integración curricular, proyecto, otros.

14.2. Carga horaria (máxima y mínima)

Es necesario consignar la asignación horaria semanal y total de cada asignatura. La unidad de medida es la de hora reloj.

14.3. Duración del cursado

Consiste en identificar duración del cursado de cada unidad curricular: cuatrimestral, semestral, anual, otras.

14.4. Obligatorias y optativas

Identificar el carácter del cursado:

- Obligatorias
- Optativas.
- De elección libre.

14.5. Objetivos del espacio o unidad curricular

Los objetivos generales de cada unidad curricular deben guardar pertinencia con respecto al proyecto general, y a los contenidos mínimos en particular.

14.6. Contenidos mínimos

Se indican los contenidos cuyo desarrollo se considera ineludible por:

- a) su relevancia epistemológica y formativa.
- b) Su relación coherente con los objetivos de aprendizaje de la carrera, el perfil del graduado y los alcances del título o actividades profesionales para las que se prepara.

² (Programa de Pedagogía Universitaria. Documento de Apoyo para el Desarrollo Curricular 2. Escuela de Ciencia y Tecnología. Universidad Nacional de San Martín. 2007). pp.6

15. Modalidades y criterios generales de enseñanza y evaluación

Explicitan las orientaciones generales de la enseñanza y la evaluación en relación con:

- a) las articulaciones entre teoría y práctica;
- b) las articulaciones entre los campos disciplinares y campos profesionales;
- c) la formación para el aprendizaje en la universidad;
- d) la formación para la investigación;
- e) la formación para las actividades de extensión y servicio solidario.
- f) Otras.

16. Sistema de correlatividades

El sistema de correlatividades define la progresión y secuencia de los procesos formativos que propicia el Plan de Estudio, es decir, indica las relaciones entre las distintas unidades curriculares asegurando continuidad en el desarrollo de conocimientos y prácticas que la carrera supone, de manera tal de evitar superposiciones o lagunas en la formación.

Desde la perspectiva del estudiante, las correlatividades constituyen un recurso para orientar y organizar los trayectos de aprendizaje. Orienta a los estudiantes en cuanto a los grados de complejidad creciente y de articulación de los contenidos y prácticas.

Las modificaciones del sistema de correlatividades deben ser autorizadas por el Consejo Superior de la UNNE, puesto que ello significa un cambio al plan original.

17. Seguimiento y evaluación del plan de estudio

Es necesario realizar el seguimiento y evaluación del plan de estudio durante su implementación, de manera de sistematizar información en forma periódica y disponer de la misma al finalizar el desarrollo de la cohorte inicial. Ello permitirá introducir los ajustes que se consideren necesarios.

18. Régimen de articulación con otros planes de estudio

Especificación del régimen de equivalencias con planes anteriores, pudiendo también articular con planes de otras Carreras que se dictan en la Universidad.

Se deberá indicar la fecha de caducidad del plan de estudio anterior, que no podrá superar el doble del tiempo de duración total del nuevo plan. Al respecto, se recomienda la publicación de las fechas de caducidad y de los actos administrativos que se dicten en consecuencia en el Boletín Oficial de la Universidad.

ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS

Carrera de Diseño Gráfico / FAU - UNNE

Proyecto de Creación de la Carrera

RESOLUCION N° 190/96-CD

1. MODELO DEL PLAN
2. OBJETIVOS
3. DISEÑO CURRICULAR
 - a. Duración de la Carrera
 - b. Estructura del Plan
 - Ciclos: Básico / De Formación / Profesional
 - Áreas: Diseño / Ciencias Sociales / Tecnología
 - Caracterización de las Asignaturas Electivas: proyectuales / no proyectuales
4. RÉGIMEN DE REGULARIZACIÓN Y APROBACIÓN DE LAS ASIGNATURAS
 - a. Condiciones Mínimas de Regularidad
 - b. Régimen de Aprobación de las Asignaturas: Examen Final / Promoción
 - c. Régimen Aprobación Materias Electivas
 - d. Carga Horaria: (Obligatorias Y Electivas)
 - e. Correlatividades
5. CONTENIDOS MÍNIMOS DE LAS ASIGNATURAS DE LA CARRERA

Plan de estudios Aprobado

RESOLUCIÓN N° 862/96 CS

1. Título
2. Ciclos
3. Carga horaria
4. Régimen de cursado
5. Electivas
6. Correlatividades
7. Contenidos mínimos por asignatura
8. Alcances del título

Anexos al Plan

RESOLUCIÓN N° 114/99 C.D.

1. Alcances del título
2. Carga horaria



RESISTENCIA, 7 de Julio de 2010

RESOLUCIÓN Nº 322

VISTO:

Los expedientes Nº 31-2010-01815 y Nº 31-2010- 02046; y

CONSIDERANDO:

Que la necesidad de realizar una revisión acerca de la implementación del Sistema de Correlatividades, surge a partir del inicio del Proceso de Diagnóstico de la Carrera de Diseño Gráfico iniciado durante el año 2008, como continuidad del proceso de revisión del Plan de Estudios y la aplicación del Régimen de Correlatividades, ya iniciado en el año 2004, con la coordinación del entonces Secretario de Desarrollo Académico – Arq. Carlos BURGOS – y la colaboración del Arq. Enrique LONGINOTTI con la elaboración de un Programa de Desarrollo Académico para la Carrera;

Que por ambos expedientes de referencia, se han elevado Propuestas para la Modificación del Sistema de Correlatividades de la Carrera de Diseño Gráfico de la FAU - – Resolución Nº 862/96-CS, en las que se vehiculizan fundamentos y situaciones de especial interés para los Alumnos de la Carrera, así como también para Docentes y Áreas Académicas involucradas;

Que desde Secretaría Académica se eleva una propuesta surgida del análisis realizado durante diferentes reuniones de trabajo permanentes mantenidas con Docentes responsables del dictado de las diferentes Asignaturas, y con la participación de la Coordinadora y el Comité Académico, como así también de Consejeros Estudiantiles y Alumnos de diferentes niveles de la Carrera;

Que no se trata ésta de una propuesta de modificación de Plan de Estudios, ni solamente una modificación parcial del Sistema de Correlatividades, sino una adecuación del mismo a las modificaciones a realizar en cuanto a los Contenidos de algunas Asignaturas y su articulación con los Talleres, las que deberán también ir acompañadas de un verdadero cambio en las prácticas pedagógicas desarrolladas por las Cátedra;

Que es preciso encarar acciones sostenidas en el tiempo orientadas a asegurar la Calidad de la Formación en la Carrera, el mejoramiento permanente de los sistemas y diseños curriculares, así como también las condiciones de programación, dictado, evaluación y acreditación de las diferentes asignaturas, a fin de promover un adecuado desempeño de los estudiantes, evitando que sea esta causa de posibles instancias de abandono, deserción o disminución del ritmo de los estudios;

Que a partir de un proceso de trabajo en conjunto entre docentes, estudiantes, autoridades y consejeros directivos, se ha consensuado con una propuesta superadora de modificación al Sistema de Correlatividades, integrándola a un proceso de autoevaluación y transformación curricular permanente, del cual el primer insumo es el Documento de Diagnóstico de la Carrera de Diseño Gráfico;

Que en virtud de lo avanzado del ciclo académico se ha resuelto contemplar la situación especial de los estudiantes que no se incluyen en el actual sistema, contemplando una propuesta de transición y apoyo académico para ellos;

Que en Reunión Ordinaria del Cuerpo del día de la fecha, y por unanimidad de los Consejeros presentes, se resolvió Aprobar el Despacho Nº 79/10, emitido por la Comisión



de Enseñanza y Planes de Estudios, mediante el cual recomienda Aprobar la Propuesta del nuevo Sistema de Correlatividades para la Carrera de Diseño Gráfico, conforme a los considerandos de la presente Resolución;

POR ELLO:

**EL HONORABLE CONSEJO DIRECTIVO DE LA
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO
R E S U E L V E:**

ARTICULO 1º.- APROBAR la Modificación al Sistema de Correlatividades para la Carrera de Diseño Gráfico de la FAU, en un todo de acuerdo con la propuesta elevada por Secretaría Académica, considerando los diferentes aportes efectuados por los Consejeros Directivos, Docentes y Estudiantes de la Carrera, y conforme a los considerandos y a los Anexos I y II que forman parte de la presente Resolución;

ARTICULO 2º.- ESTABLECER que el presente Sistema de Correlatividades tendrá una aplicación completa, de 2º a 4º Año de la Carrera de Diseño Gráfico, a partir del día de la fecha, y sujeto al dictado de la correspondiente Resolución del H. Consejo Superior.

ARTICULO 3º.- ESTABLECER los procedimientos Académicos y Administrativos correspondientes, que permitan la implementación del presente Sistema de Correlatividades, conforme a las normativas vigentes, permitiendo la inscripción al cursado de las diferentes Asignaturas a todos aquellos Alumnos que se encuadren en los alcances del mismo.

ARTICULO 4º.- ESTABLECER que en el marco de la presente Resolución, se deberá proponer el Diseño de un Sistema de Vinculación de Asignaturas de la Carrera - horizontal y vertical - a fin de mejorar la articulación entre los contenidos y sistemas pedagógicos de las mismas, promoviendo instancias de programación curricular y evaluación conjunta entre las materias del mismo nivel.

ARTICULO 5º.- ESTABLECER que estas propuestas se enmarcarán en un Proceso de Autoevaluación y Transformación Permanente de la Carrera de Diseño Gráfico, en el que se canalicen los debates referidos a la integración de contenidos y a las diferentes estructuras - lineales o reticulares - de los sistemas de vinculación o sucesión de asignaturas, con base en decisiones de fondo sobre la pertinencia y calidad de los saberes y su implementación educativa.

ARTICULO 6º.- ESTABLECER que conforme a los acuerdos logrados para la implementación del presente Sistema de Correlatividades, no podrán establecerse excepciones, flexibilizaciones ni condicionalidades al mismo, a excepción de aquellos casos particulares que mediante solicitud con causa fundada, y previa intervención de las Areas Académicas que correspondan, el H. Consejo Directivo haga lugar a su análisis y resolución.

ARTICULO 7º.- ESTABLECER que con carácter excepcional para el presente Ciclo Lectivo, se dictará una Resolución específica que contemple la situación de los Estudiantes que se encuentran cursando los Talleres de Diseño Gráfico, y que en virtud de las modificaciones introducidas al Sistema de Correlatividades, no se encuadren en las mismas, estableciendo las prórrogas correspondientes y diseñando instancias de Apoyo Académico Tutorial a fin de permitir la transición entre ambos sistemas.



Universidad Nacional del Nordeste
Facultad de Arquitectura y Urbanismo

ARTICULO 8º.- ELEVAR copia de la presente Resolución al H. Consejo Superior de la UNNE, recomendando su Aprobación y su notificación y registro en las Areas que correspondan.

ARTICULO 9º.- NOTIFICAR fehacientemente la presente Resolución a las Secretarías Académica y de Asuntos Estudiantiles, a la Coordinadora de la Carrera de Diseño Gráfico, a la Dirección Gestión Estudios, al CEAU, dar la más amplia difusión a Docentes y Alumnos, y publicar en la Página WEB de la FAU.-

ARTICULO 10º.- REGÍSTRESE, comuníquese y archívese.-

ANEXO I
RESOLUCION N°

CARRERA DE DISEÑO GRAFICO - CORRELATIVAS PARA CURSAR

NIVEL	ASIGNATURA	MODALIDAD			ASIGNATURAS CORRELATIVAS	
		ANUAL	SEMS.	CUATRIM.	APROBADAS	REGULARIZADAS
			1°	2°		
1°	Taller de Diseño Grafico I					
	Sistema de Representacion					
	Morfologia I					
	Tipografia I					
	Comunicación I					
	Medios de Expresion I					
2°	Historia I					
	Taller de Diseño Grafico II				Taller DG I - Tipografia I	
	Morfologia II				Morfologia I - Sistema de Representacion	
	Tipografia II				Tipografia I	
	Comunicación II				Comunicación I	
	Medios de Expresion II				Medios de Expresion I	
	Historia II				Historia I - Comunicación I	
	Tecnologia Grafica I				Medios de Expresion I	
3°	Taller de Diseño Grafico III				Taller DG II - Tipografia II - Morfologia I	Comunicación I - Medios de Expresión I
	Tecnologia Grafica II				Medios de Expresion I	Medios de Expresion II - Tecnologia Grafica I
	Sociologia de la Comunicacion					Historia I - Comunicación I
4°	Taller de Diseño Grafico IV				Taller DG III - Morfologia II	Tecnol. Gráf. I - Historia del DG II - Medios de Exp II - Comunic. II
	Metodologia de la Ciencia				1° Año Aprobado - Taller DG III	
E	Analisis Literario y de Redaccion				Taller DG II	
	Mercadotecnia y Gestion Empresarial				Taller DG II	
	Diseño Asistido por PC				Taller DG III - Morfologia II	
	Fotografia				Taller DG III	
	Sociologia de la Imagen				Taller DG III	Sociologia de la Comunicación
	Historia del Arte				Taller DG III	Historia del DG II

ANEXO I
 RESOLUCION N°

CARRERA DE DISEÑO GRAFICO - CORRELATIVAS PARA RENDIR

NIVEL	ASIGNATURA	MODALIDAD			CORRELATIVAS PROPUESTAS	
		ANUAL	SEMS.	CUATRIM.	APROBADAS	REGULARIZADAS
			1°	2°		
1°	Taller de Diseño Grafico I					
	Sistema de Representacion					
	Morfologia I					
	Tipografia I					
	Comunicación I					
	Medios de Expresion I					
	Historia I					
2°	Taller de Diseño Grafico II				Taller DG I - Tipografia I	
	Morfologia II				Morfologia I - Sistema de Representacion	
	Tipografia II				Tipografia I	
	Comunicación II				Comunicación I	
	Medios de Expresion II				Medios de Expresion I	
	Historia II				Historia del DG I - Comunicación I	
	Tecnologia Grafica I					Medios de Expresion I
3°	Taller de Diseño Grafico III				Taller DG II - Tipografia II - Morfologia I	Comunicación I - Medios de Expresión I
	Tecnologia Grafica II				Medios de Expresion I - Tecnologia Grafica I	Medios de Expresión II
	Sociologia de la Comunicacion					Historia del DG I - Comunicación I
4°	Taller de Diseño Grafico IV				Taller DG III - Morfologia II	Tecnol. Gráf. I - Hist. DG II - Medios de Exp II - Comunic. II
	Metodologia de la Ciencia				1° Año Aprobado	
E	Analisis Literario y de Redaccion				Taller DG II	
	Mercadotecnia y Gestion Empresarial				Taller DG II	
	Diseño Asistido por PC				Taller DG III - Morfologia II	
	Fotografia				Taller DG III	
	Sociologia de la Imagen				Taller DG III	Sociologia de la Comunicación
	Historia del Arte				Taller DG III	Historia del DG II