



**VISTO** el EX-2018-03705773-GDEMZA-MESA#DGE  
caratulado “**Homologación Tecnicatura Superior en Diseño Gráfico**” y;

**CONSIDERANDO:**

Que la oferta educativa propuesta se desarrolla respetando el marco establecido por la Ley Nacional de Educación N° 26.206, la Ley de Educación Superior N° 24.521, la Ley de Educación Técnico - Profesional N° 26.058, la Ley Provincial de Educación N° 6.970, la Resolución N° 047-CFE-08, y sus modificatorias Resoluciones N° 209-CFE-13, 229-CFE-14 y 295-CFE-16 que establecen los lineamientos para la organización institucional y curricular de la Educación Técnico Profesional, la Resolución N° 1485-DGE-17 y el Decreto N° 530/18,

Que la Educación Superior tiene por finalidad proporcionar formación científica, profesional, humanística y técnica en el más alto nivel y que atiende tanto a las expectativas y demandas de la población como a los requerimientos del sistema cultural y de la estructura productiva;

Que la Educación Técnico Profesional es parte integrante y sustantiva del Sistema Educativo Nacional y constituye una herramienta estratégica para el desarrollo económico, social, cultural y político de la Nación;

Que las propuestas de nuevas ofertas de nivel superior vinculadas a la formación técnico-profesional procuran introducir a los estudiantes en una trayectoria de profesionalización garantizando su acceso a una base de conocimientos, habilidades, destrezas, valores y actitudes profesionales que le permitan el ingreso al mundo de los saberes y del trabajo dentro de un campo profesional determinado;

Que las competencias profesionales permitirán colaborar con la integración y participación de los distintos actores locales para el desarrollo territorial a escala regional;

Que la titulación que otorga una carrera de Nivel Superior debe responder a una demanda diferenciada de formación de recursos humanos calificados, en estrecha relación con necesidades socioproductivas y culturales, que puedan insertarse eficientemente en el mundo del trabajo;



GOBIERNO DE MENDOZA  
Dirección General de Escuelas

---

Que esta formación se orienta a un nivel profesional que le permite al egresado enfrentar problemas cuya resolución implica el conocimiento de los principios científicos tecnológicos, éticos y socioculturales involucrados en su área;

Que actualmente las exigencias del mundo productivo plantean la necesidad de definir un modelo de desarrollo regional y rural, no sólo a partir de políticas económicas sino también educativas;

Que desde la Coordinación General de Educación Superior, y con la participación de Instituciones Educativas de Nivel Superior y representantes del Sector Productivo de la provincia se constituyó una mesa de trabajo para la homologación curricular de las carreras;

Que la propuesta definitiva ha sido elevada al Honorable Consejo Administrativo de la Enseñanza Pública;

Que la carrera constituye un proyecto de calidad, de acuerdo con las competencias propuestas, se ajusta a la normativa vigente del nivel y cuenta con avales institucionales, municipales y empresariales;

**Por ello,**

**EL DIRECTOR GENERAL DE ESCUELAS**

**RESUELVE:**

**Artículo 1ro.-** Apruébese el plan de estudio que homologa la carrera “**TECNICATURA SUPERIOR EN DISEÑO GRÁFICO**”, cuyo diseño curricular forma parte integrante de la presente Resolución.

**Artículo 2do.-** Deróguese las Resoluciones:

- Res. N° 573-DGE-05 y su Ampliatoria Res. N° 922-DGE-07
- Res. N° 722-DGE-11
- Res. N° 899-DGE-03 y su Modificatoria Res. N° 239-DGE-04

**Artículo 3ro.-** Determinése que el plan de estudio correspondiente a la carrera “Tecnatura Superior en Diseño Gráfico”, previo a ser implementado en las instituciones de nivel superior de gestión estatal y privada, deberá contar con una norma específica de la Coordinación General de Educación Superior que autorice la oferta educativa y la posterior matriculación de alumnos en cada región/institución.

**Artículo 4to.-** Determinése que para la emisión de la norma que autoriza la matriculación en institutos de gestión privada se deberá contar, además, con la previa autorización de la Dirección de Educación Privada.



GOBIERNO DE MENDOZA  
**Dirección General de Escuelas**

---

**Artículo 5to.-** Tramítese, por intermedio de la Coordinación General de Educación Superior, el reconocimiento de la Validez Nacional de la carrera aprobada, en acuerdo con lo determinado por el Ministerio de Educación de la Nación y el Consejo Federal de Educación.

**Artículo 6to.-** Comuníquese a quienes corresponda e insértese en el Libro de Resoluciones.



## ANEXO

### I. ESPECIFICACIÓN DE LA CARRERA

1. **NOMBRE DE LA CARRERA:** Tecnicatura Superior en Diseño Gráfico
2. **TÍTULO QUE OTORGA:** Técnico Superior en Diseño Gráfico
3. **FAMILIA PROFESIONAL:** Diseño
4. **CARGA HORARIA:** 2670 hs cátedra – 1780 hs reloj
5. **MODALIDAD:** Presencial
6. **FORMATO DE LA CARRERA:** Disciplinar
7. **DURACIÓN:** 3 años
8. **CONDICIONES DE INGRESO:**

a.- Haber aprobado el Nivel Medio o Ciclo Polimodal o bien,

b.- Ser mayor de 25 años según lo establecido en el Art. 7º de la Ley de Educación Superior Nº 24.521 y cumplimentar lo establecido en la normativa provincial vigente.

### II. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA:

En las sociedades modernas, el desarrollo de los sectores de servicio ha sido vertiginoso y se vincula este fenómeno al paradigma de la eficiencia.

Con la expansión de las TICs la comunicación visual se ha reafirmado como un componente fundamental para la imagen e identidad de empresas, organismos o instituciones.

Las organizaciones de la comunicación visual y el sector gráfico productivo han desarrollado un cuerpo de actividades muy fuerte. La comunicación visual materializada en el diseño gráfico se ha convertido en una actividad transversal a otros sectores productivos y de servicio tanto en la economía regional, nacional e internacional. Las publicaciones impresas o virtuales periódicas y ocasionales son una fuente de desarrollo y aplicación del diseño gráfico en los nuevos contextos sociales.

Las resoluciones técnicas y la apariencia de estas producciones están mediadas por valores y criterios que establece el diseñador desde la perspectiva de la oportunidad y conveniencia para adaptarse a las exigencias de los usuarios. Las editoriales de todo volumen de lectura, las propagandas gráficas, la comunicación de los diversos hechos y acontecimientos, tienen un desarrollo previo que



GOBIERNO DE MENDOZA  
**Dirección General de Escuelas**

---

configura su imagen. Su diseño, las soluciones técnicas, la eficiencia en el aprovechamiento integral del contexto y el valor estético necesario para lograr recepción y belleza, ha sido y es materia específica de profesionales que abarcan este saber y desarrollan el conocimiento.

La formación profesional en el diseño gráfico, es una demanda de servicio que reclama la sociedad en su conjunto desde la necesidad de adecuar la imagen de sus productos o servicios a los requerimientos y exigencias técnicas, de recepción y estéticas.

Por esto, en el campo del diseño gráfico se ha especializado un profesional que puede ocuparse específicamente de investigar, explorar y experimentar, en la búsqueda continua de soluciones para la comunicación visual.

La industria gráfica, se ha expandido y transformado dando participación a los procesos digitales. El sector gráfico se ha desarrollado en nuestro país en forma considerable. Existe una variada y valorable cantidad de productos que favorecen enormemente la calidad y la eficiencia para resolver la imagen visual, mejorando las condiciones del entorno, la calidad del medio ambiente, de la vida y del hábitat. Se asiste a un progresivo avance de las tendencias de cuidado de la naturaleza, la conservación urbana y preservación del patrimonio cultural de los países.

Estos hechos, que marcan una tendencia de conciencia y no una mera moda, proporcionan a su vez, un campo ampliado para los profesionales del diseño gráfico.

El perfil del Técnico Superior en Diseño Gráfico exige un profesional dinámico, capaz de brindar respuestas proyectuales y técnicas con instrumentos operativos apropiados a los complejos problemas actuales en relación a la comunicación y trasmisión de valores.

El rol central del trabajo profesional está basado en el conocimiento disciplinar, la ética de la profesión y la responsabilidad social, política y ambiental.

Asimismo sus habilidades profesionales le permitirán estudiar, analizar y evaluar los procesos y los modos de operación propios del diseño, siendo capaz de ejercer un rol táctico en el logro de la trasmisión y comunicación de los objetivos propuestos.



GOBIERNO DE MENDOZA  
**Dirección General de Escuelas**

---

Su formación se conecta con múltiples ofertas educativas de formación superior, caracterizadas por un mayor nivel de especificidad y profundidad lo que permitirá un fluido progreso y desarrollo personal.

El análisis de los campos de formación y el relevamiento de las necesidades laborales del mercado permiten organizar modularmente grupos de espacios curriculares estratégicos a fin de ofrecer certificaciones intermedias que articulen con diversos trayectos de formación.

La propuesta permite:

- Diseñar una carrera útil a las necesidades sociales y propiciar un plan de estudios accesible al estudiante.
- Satisfacer la falta de planificación de la relación entre lo productivo y lo educativo.
- Determinar racionalmente qué prácticas profesionales resultan importantes en el plan de estudios.
- Definir articulaciones con carreras universitarias afines, sin perder de vista las necesidades de la comunidad y el progreso académico/profesional/formativo del estudiante.

**Ofertas similares en el medio**

- Instituto de Educación Superior N° 9-009, "Tupungato"
- Instituto de Educación Superior N° 9-008, "Manuel Belgrano"
- PT-073 Instituto Superior, "Dr. Nicolás Avellaneda"
- PT-180, Instituto Superior "Juan Gutenberg"
- PT-237, Instituto Superior, "Fundación Universitas"
- Universidad Champagnat
- Universidad de Mendoza
- Universidad del Aconcagua

**III. ÁREAS SOCIO OCUPACIONALES**

El Técnico Superior en Diseño Gráfico puede desempeñarse como profesional del diseño, planificando y ejecutando proyectos gráficos, ya sea en relación de dependencia o como generador de su propio emprendimiento, respondiendo a la demanda del medio productivo.



### **Relaciones jerárquicas y funcionales en el espacio de trabajo**

El Técnico Superior en Diseño Gráfico puede actuar en forma independiente, u ocupar distintos niveles jerárquicos de dependencia dentro de una organización.

Podrá desempeñarse en diversas empresas dedicadas al diseño,

- Agencias de Publicidad
- Empresas del área web y multimedia,
- Editoriales y medios de comunicación impresa,
- Empresas productoras de envases y empaques,
- Empresas productoras de bienes y/o servicios,
- Ferias y exposiciones, museos,
- Galerías de arte,
- Centros culturales,
- Asociaciones empresariales y cámaras de comercio

### **IV. PERFIL PROFESIONAL**

El Técnico Superior en Diseño Gráfico se desempeña en tareas de diseño, proyecto y producción de la imagen visual como elemento sustancial de la comunicación.

Su formación lo habilita para el manejo de la comunicación visual y sus estructuras constitutivas en los campos de aplicación.

Ejerce profesionalmente la actividad de programar, administrar y evaluar las operaciones técnicas de los servicios de producción relativos al proceso de impresión y montaje de recursos gráficos por medios tecnológicos e industriales

Será capaz de desarrollarse profesionalmente en las siguientes áreas de competencia:

**Competencia 1: Diseñar, proyectar y concretar creativamente la imagen visual comunicacional de acuerdo a la demanda de las actividades privadas o públicas en la sociedad.**

<b>Actividades</b>	<b>Criterios de realización</b>
Identificar e interpretar la demanda y las necesidades de solicitante.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se reconoce lo pedido por el cliente.</li><li>- Se generan alternativas de diseño respetando sus requerimientos.</li></ul>



GOBIERNO DE MENDOZA  
Dirección General de Escuelas

	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se proponen soluciones que respondan a distintas variables.</li></ul>
Proyectar y concretar situaciones de comunicación interpretando en forma visual y produciendo correctamente el mensaje en lenguaje gráfico.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se evalúan las distintas variables propuestas en el diseño: funcionales, estética, económicas, entre otras.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se elige la alternativa adecuada, analizando aspectos creativos, prácticos y estéticos.</li></ul>
Revisar y seleccionar críticamente las alternativas de diseño que mejor respondan a los juicios de valor que orientan la propuesta.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se realizan los avances y ajustes de diseño de acuerdo a las necesidades, posibilidades tecnológicas y creativas.</li><li>- Se establecen parámetros de selección cualitativa para definir el objeto de diseño.</li></ul>
Traducir a un lenguaje visual por medio de los códigos tecnológicos de la Representación gráfica para la productividad del diseño.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se realizan cálculos de materiales e insumos a utilizar para optimizar los recursos disponibles.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se seleccionan materiales e insumos adecuados al diseño propuesto.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se realizan cálculos de costos.</li></ul>
Realizar el prototipo.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se elabora el modelo y sus posibles transformaciones.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se evalúan resultados y posibles modificaciones del diseño.</li></ul>
Elaborar el original técnico para su producción definitiva.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se realiza ficha técnica de materiales, producción y secuencia lógica de operaciones y proceso productivo.</li></ul>





**Competencia 2: Planificar y/o producir recursos gráficos para los productos y servicios del medio económico, social y cultural.**

Actividades	Criterios de realización
Conocer la organización que demanda el producto.	-Se entrevista a los responsables de la organización para relevar las características distintivas de la misma.
Definir objetivos, estrategias y plan de trabajo. Determinar los recursos, medios e insumos necesarios para la producción.	-Se establecen los elementos que formarán parte del proceso de diseño. -Se confecciona un cronograma de revisión del diseño de los bocetos. -Se seleccionan alternativas y se evalúan las condiciones y las posibilidades para la producción. -Se eligen los medios gráficos que materializarán las piezas diseñadas.
Establecer plazos de realización. Desarrollar la operación gráfica para la resolución del producto.	- Se programan las acciones en el tiempo. -Se realiza la operación dinámica del plan y proceso de gestión.

**Competencia 3: Asesorar, emitir informes técnicos y coordinar las actividades de proyectos de comunicación visual orientados en materia de diseño gráfico de productos y servicios.**

Actividades	Criterios de realización
Conocer y manejar las actividades de producción gráfica.	- Se coordina y ejecuta del proyecto.
Diferenciar objetivos y finalidades de cada fase de producción.	- Se toman decisiones sobre procedimientos, programas y



GOBIERNO DE MENDOZA  
Dirección General de Escuelas

	resoluciones.
Determinar los medios y alcances de las actividades.	- Se deciden recursos y presupuestos afectados al proyecto.
Establecer criterios y compartir decisiones.	- Se realizan acuerdos con la dinámica de la organización.

**Competencia: 4. Realizar la dirección técnica y organizar las actividades productivas de talleres y medios gráficos.**

Actividades	Criterios de realización
Supervisar procesos de impresión y montaje	- Se comprueba el procedimiento de realización del producto.
Distribuir tareas en la secuencia de producción.	- Se asignan roles y se determinan objetivos
Coordinar la dinámica de los medios y recursos necesarios para la ejecución técnica del producto.	- Se orientan las acciones y se establecen los medios necesarios y suficientes.
Programar los recursos y las actividades	- Se plantean los objetivos y se articulan las acciones
Conducir los programas y actividades según las finalidades	- Se guían los sistemas y las competencias hacia lo determinado.

**Competencia 5: Controlar y evaluar los procesos y productos del diseño gráfico comunicacional.**

Actividades	Criterios de realización
Supervisar los programas de actividades	- Se verifica lo programado
Monitorear el avance y ejecución de los procesos programados	- Se corroboran las fases y el cumplimiento de los plazos - Se siguen los procesos programados, para detectar desviaciones.



GOBIERNO DE MENDOZA  
Dirección General de Escuelas

	- Se ajustan elementos, procesos y métodos a fin de corregir desviaciones, si existieran.
Certificar los productos realizados	- Se acreditan los productos según normativas de calidad
Verificar los acuerdos de realización	- Se realiza la evaluación de resultados.

**Competencia 6: “Generar y/o participar de emprendimientos vinculados con áreas de su profesionalidad”**

<b>Actividades</b>	<b>Criterios de realización</b>
Identificar el micro emprendimiento.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se identifican las necesidades de diseño latentes en la sociedad.</li><li>- Se analizan las alternativas de desarrollo de emprendimientos como respuesta a esas necesidades.</li><li>- Se selecciona el emprendimiento desarrollar.</li><li>- Se establecen objetivos y un plan de trabajo para su alcance.</li></ul>
Gestionar el micro emprendimiento.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se planifica, organiza, dirige y controla las actividades y los recursos del microemprendimiento para alcanzar los objetivos propuestos.</li><li>- Se analizan los costos, y márgenes de rentabilidad.</li><li>- Se elaboran presupuestos.</li></ul>
Prestar servicios de asistencia técnica y asesoramiento a terceros.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se presta servicios de asistencia técnica, en áreas ligadas a su área de competencia pudiendo actuar junto a profesionales de otras disciplinas que así lo requieran.</li><li>- Se presta servicio de asesoramiento de producción, diseño e</li></ul>



	implementación
Gestionar productos relacionados a su actividad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se implementan técnicas de gestión de productos y servicios relacionados a la actividad profesional.</li> <li>- Se reconocen las características técnicas constitutivas de diversos canales digitales y herramientas, para poder actuar como gestor técnico asesor de requerimientos y/o necesidades de los clientes.</li> </ul>
Participar en grupos de investigación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se colabora en grupos interdisciplinarios.</li> <li>- Se realizan las acciones siguiendo pautas técnicas, de planificación, programación, control y ejecución</li> </ul>
Participar en grupos de desarrollo regional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se participa en acciones conjuntas con otros organismos regionales, nacionales o internacionales</li> <li>- Se desarrollan tareas de asesoramiento y participación en actividades vinculadas a su área profesional.</li> </ul>

## V. COMPONENTES CURRICULARES

### 1. Organización curricular por campos de formación

Campos de formación	Espacios curriculares		
	Nombre	Régimen de cursado	Carga horaria anual
<b>General</b>	Inglés	Cuatrimestral	45
	Prácticas de Lectura, Escritura y Oralidad	Cuatrimestral	45
	Problemática Sociocultural y el Contexto.	Cuatrimestral	45



GOBIERNO DE MENDOZA  
Dirección General de Escuelas

	<b>Total</b>		<b>135</b> <b>5,06%</b>
<b>Fundamento</b>	Técnicas de Representación I	Anual	120
	Historia del Arte y del Diseño I	Anual	90
	Tipografía I	Cuatrimestral	60
	Inglés Técnico	Cuatrimestral	45
	Percepción Visual I	Cuatrimestral	60
	Técnicas de Representación II	Anual	120
	Historia del Arte y del Diseño II	Anual	90
	Semiología	Cuatrimestral	45
	Tipografía II	Cuatrimestral	60
	Técnicas de Representación III	Anual	120
	Mercadotécnica para Pymes	Cuatrimestral	45
	Gestión de Microemprendimientos	Cuatrimestral	45
	<b>Total</b>		<b>900</b> <b>33,71%</b>
	<b>Formación Específica</b>	Diseño en Comunicación Visual I	Anual
Herramientas Digitales I		Anual	120
Espacio Optativo Institucional I *		Cuatrimestral	45
Diseño en Comunicación Visual II		Anual	180
Herramientas Digitales II		Anual	120
Fotografía		Anual	90
Tecnología Gráfica I		Cuatrimestral	45
Tecnología Gráfica II		Cuatrimestral	45
Diseño en Comunicación Visual III		Anual	180
Herramientas Digitales III		Anual	120



GOBIERNO DE MENDOZA  
Dirección General de Escuelas

	Comunicación, Medios y Nuevas Tecnologías	Cuatrimestral	45
	Espacio Optativo Institucional II**	Cuatrimestral	30
	Ética Profesional	Cuatrimestral	45
	Formulación y Evaluación de Proyectos	Cuatrimestral	45
	Metodología de la Investigación	Cuatrimestral	60
	<b>Total</b>		<b>1350</b>
			<b>50,56%</b>
<b>Práctica Profesionalizante</b>	Práctica Profesionalizante I	Cuatrimestral	45
	Práctica Profesionalizante II	Anual	90
	Práctica Profesionalizante III	Anual	150
	<b>Total</b>		<b>285</b>
			<b>10,67%</b>
<b>TOTAL CARRERA HORAS CÁTEDRA</b>			<b>2670</b>
			<b>100,0%</b>

\* **Espacio Optativo Institucional I:** La Institución debe optar por un espacio curricular de los siguientes:

- a) Publicidad I
- b) Herramientas Web Aplicadas al Diseño I
- c) Creatividad e Innovación
- d) Felicidad y Bienestar Organizacional

\*\***Espacio Optativo Institucional II:** La Institución debe optar por un espacio curricular de los siguientes:

- a) Publicidad II
- b) Herramientas Web Aplicadas al Diseño II
- c) Producción del Diseño Regional



**2. Distribución de espacios curriculares por año**

PRIMER AÑO							
PRIMER CUATRIMESTRE				SEGUNDO CUATRIMESTRE			
Espacio Curricular	Formato	Hs. Semanales	Hs. Anuales	Espacio Curricular	Formato	Hs. Semanales	Hs. Anuales
1. Diseño en Comunicación Visual I	Taller	6	90	1. Diseño en Comunicación Visual I	Taller	6	90
2. Técnicas de Representación I	Taller	4	60	2. Técnicas de Representación I	Taller	4	60
3. Herramientas digitales I	Taller	4	60	3. Herramientas Digitales I	Taller	4	60
4. Historia del Arte y del Diseño I	Mód	3	45	4. Historia del Arte y del Diseño I	Mód	3	45
5. Inglés	Taller	3	45	9. Inglés Técnico	Taller	3	45
6. Tipografía I	Taller	4	60	10. Espacio Optativo Institucional I*	Taller	3	45
7. Problemática Sociocultural y el Contexto	Mód	3	45	11. Percepción Visual	Mód	4	60
8. Prácticas de Lectura, Escritura y Oralidad	Taller	3	45	12. Práctica Profesionalizante I		3	45
		<b>30</b>	<b>450</b>			<b>30</b>	<b>450</b>
<b>TOTAL DE HORAS CÁTEDRA DE PRIMER AÑO</b>						<b>900</b>	

\* **Espacio Optativo Institucional I:** La Institución debe optar por un espacio curricular de los siguientes

- a) Publicidad I
- b) Herramientas Web Aplicadas al Diseño I
- c) Creatividad e Innovación
- d) Felicidad y Bienestar Organizacional



GOBIERNO DE MENDOZA  
Dirección General de Escuelas

SEGUNDO AÑO							
PRIMER CUATRIMESTRE				SEGUNDO CUATRIMESTRE			
Espacio Curricular	Formato	Semanales	Hs. Anuales	Espacio Curricular	Formato	Hs. Semanales	Hs. Anuales
13. Diseño en Comunicación Visual II	Taller	6	90	13. Diseño en Comunicación Visual II	Taller	6	90
14. Técnicas de Representación II	Taller	4	60	14. Técnicas de Representación II	Taller	4	60
15. Herramientas Digitales II	Taller	4	60	15. Herramientas Digitales II	Taller	4	60
16. Fotografía	Taller	3	45	16. Fotografía	Taller	3	45
17. Historia del Arte y del Diseño II	Mód	3	45	17. Historia del Arte y del Diseño II	Mód	3	45
18. Semiología	Mód	3	45	20. Tipografía II	Taller	4	60
19. Tecnología Gráfica I	Taller	3	45	21. Tecnología Gráfica II	Taller	3	45
13. Práctica Profesionalizante II		3	45	22. Práctica Profesionalizante II		3	45
		<b>29</b>	<b>435</b>			<b>30</b>	<b>450</b>
<b>TOTAL DE HORAS CÁTEDRA DE SEGUNDO AÑO</b>						<b>885</b>	





GOBIERNO DE MENDOZA  
Dirección General de Escuelas

TERCER AÑO							
PRIMER CUATRIMESTRE				SEGUNDO CUATRIMESTRE			
Espacio Curricular	Formato	Hs. Semanales	Hs. Anuales	Espacio Curricular	Formato	Hs semanales	Hs. Anuales
23 Diseño en Comunicación Visual III	Taller	6	90	23 Diseño en Comunicación Visual III	Taller	6	90
24. Técnicas de Representación III	Taller	4	60	24. Técnicas de Representación III	Taller	4	60
25. Herramientas Digitales III	Taller	4	60	25. Herramientas Digitales III	Taller	4	60
26. Comunicación, Medios y Nuevas Tecnologías	Mód	3	45	30. Ética Profesional	Mód	3	45
27. Mercadotecnia para Pymes	Mód	3	45	31. Formulación y Evaluación de Proyectos	Taller	3	45
28. Gestión de Microemprendimientos	Mód	3	45	32. Metodología de la Investigación	Taller	4	60
29. Espacio Optativo Institucional II *	Taller	2	30				
33. Práctica Profesionalizante III		5	75	33. Práctica Profesionalizante III		5	75
<b>TOTAL</b>		<b>30</b>	<b>450</b>			<b>30</b>	<b>435</b>
<b>TOTAL DE HORAS CATEDRA DE TERCER AÑO</b>						<b>885</b>	
<b>TOTAL DE HORAS CATEDRA DE LA TECNICATURA</b>						<b>2670</b>	
<b>TOTAL DE HORAS RELOJ DE LA TECNICATURA</b>						<b>1780</b>	

\* **Espacio Optativo Institucional II:** La Institución debe optar por un espacio curricular de los siguientes

- a) Publicidad II
- b) Herramientas Web Aplicadas al Diseño II
- c) Producción del Diseño Regional



**3. Trayectorias Formativas para Certificaciones Intermedias (sujeto a la Aprobación de Formación Profesionalizante 3)**

<b>Designación de certificación intermedia</b>	<b>Espacios Curriculares acreditados</b>	<b>Cuatrimestre de Cursado</b>	<b>Carga Horaria</b>
<b>Operador Gráfico Digital</b>	Diseño en Comunicación Visual I	1º año- anual	180
	Técnicas de Representación I	1º año- anual	120
	Herramientas Digitales I	1º año- anual	120
	Historia del Arte y del Diseño I	1º año- anual	90
	Inglés	1º año - 1º cuatrimestre	45
	Tipografía I	1º año - 1º cuatrimestre	60
	Problemática Sociocultural y el Contexto	1º año – 1º cuatrimestre	45
	Prácticas de Lectura, Escritura y Oralidad	1º año - 1º cuatrimestres	45
	Inglés Técnico I	1º año - 2º cuatrimestre	45
	Percepción Visual	1º año - 2º cuatrimestre	60
	Práctica Profesionalizante I	1º año - 2º cuatrimestre	45
	Diseño en Comunicación Visual II	2º año- anual	180
	Técnicas de Representación II	2º año- anual	120
	Herramientas Digitales II	2º año- anual	120
	Fotografía	2º año - anual	90



GOBIERNO DE MENDOZA  
Dirección General de Escuelas

	Tecnología Gráfica I	2º año - 1º cuatrimestre	45
	Tipografía II	2º año – 2º cuatrimestre	60
	Tecnología Gráfica II	2º año -2º cuatrimestre	45
<b>Carga Horaria Total</b>			<b>1515 cátedras</b>
			<b>1010 reloj</b>

El **Operador Gráfico Digital** podrá desempeñarse en el desarrollo de la comunicación visual y sus estructuras constitutivas mediante la ejecución de herramientas digitales aplicadas al diseño, en las siguientes competencias:

**Competencia 1) Interpretar y traducir a un lenguaje visual por medio de los códigos tecnológicos digitales de la Representación gráfica para la productividad del diseño.**

<b>Actividades</b>	<b>Criterios de realización</b>
Digitalizar la información del producto y analizar los recursos requeridos por el mismo.	- Se realizan cálculos de materiales e insumos a utilizar para optimizar los recursos disponibles.
	- Se seleccionan materiales e insumos adecuados al diseño propuesto.
	- Se realizan cálculos de costos.
Realizar el prototipo.	- Se elabora el modelo y sus posibles transformaciones.  - Se determinan características formales como color, tipografía,



	imágenes, etc.
	- Se evalúan resultados y posibles modificaciones del diseño.

**Competencia 2) Ejecutar las operaciones técnicas de los servicios de producción relativos al proceso de impresión y montaje de recursos gráficos por medios tecnológicos e industriales.**

<b>Actividades</b>	<b>Criterios de realización</b>
Elaborar el original técnico para su producción definitiva.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se realiza ficha técnica de materiales, producción y secuencia lógica de operaciones y proceso productivo.</li><li>- Se ejecutan las pruebas de impresión y producción.</li></ul>

#### **4. Descriptores por espacio curricular**

##### **Primer año**

##### **1. Diseño en Comunicación Visual I**

Morfología: genealogía de la forma. Alfabetización Visual. Elementos básicos y su relación en el campo gráfico. Composición. Fundamentos del Diseño Bi y Tridimensional. Punto - Línea - Plano. Figura y Fondo. Módulo. Repetición. Textura. Valor. El contraste. La simetría. Las organizaciones y operaciones simétricas.

Color. Física del color. Qué es el color. Qué es la luz. Percepción de la luz y el color. Mezclas aditiva y sustractiva. Círculo cromático. Variables del color. Interacción entre imagen y color.

Tipografía. Familia. Variables. Formas de composición. Refinamiento de espacios. Legibilidad. Forma y contraforma de la tipografía. Criterios de diagramación, Texto e Imagen. Concepto y Potencialidad en la gráfica. Función primaria de toda unidad gráfica de comunicación visual. Introducción al signo. Dimensiones. Significante y significado. Denotación y connotación.

El proceso proyectual de diseño y sus etapas.

Diseño de marca.



## 2. Técnicas de Representación I

La línea como contorno y prefiguración de la forma. La Línea como elemento estructural de la forma. Observación. Trazos, punto, líneas, planos, leyes. La línea - ejercitación combinada de líneas. Figuras- Figuras simples a mano alzada. Combinaciones de líneas y figuras geométricas. Sombra de los cuerpos. Representaciones volumétricas. Escala. Proporciones. Perspectiva. Texturas. Color. Abstracciones y Transmutabilidad. Movimiento. El boceto como apunte de la idea.

## 3. Herramientas Digitales I

Herramientas informáticas aplicadas al diseño. Función de cada software. Características. Diferenciación de cada programa y su correcto uso.

Herramientas digitales para producciones gráficos vectoriales. Programas Vectoriales. Filosofía. Mesa de trabajo. Herramientas Básicas. Texto. Apariencia de objetos. Modo de color, uso correcto. Imágenes, utilización. Buscatrazos. Capas, usos. Guardado y exportación. Formatos de salida. Bocetos vs. Originales. Preparado de archivos aptos para impresión y web. Características.

Herramientas digitales para la edición de imágenes pixelares. Programas pixelares. Filosofía. Formatos de salida. Digitalización de imágenes. Elección de las características del lienzo de trabajo. Herramientas Básicas. Dibujo. Selección. Información del documento. Características de imagen y lienzo, diferencia. Modo de color. Capas y canales, usos. Montaje. Separación de color. Histograma. Curvas y Niveles. Filtros comunes y artísticos. Preparado de imagen según su uso.

Animación y movimiento. Formatos simples para la comunicación on line. Formatos de salida. Impresión y web. Consideraciones básicas para la producción de archivos aptos para la impresión y la comunicación on line.

## 4. Historia del Arte y del Diseño I

El arte a través del tiempo. Ejemplos más significativos. Definición de Arte y Estética.

Prehistoria y Cultura Antigua. Egipto, Mesopotamia, Grecia y Roma.

Humanismo. Desarrollo de la imprenta. Renacimiento. Manierismo. Barroco. Rococó. Ilustración. Neoclasicismo. Romanticismo. Revolución Industrial. Realismo. Naturalismo. Estilo victoriano. Eclecticismo e historicismo. Gráfica argentina del siglo XIX. Ukiyo-e. Arts and Crafts. Impresionismo. Neoimpresionismo. Pos-impresionistas. Art Nouveau. Art Nouveau en Argentina



## **5. Inglés**

Análisis de la estructura gramatical de la lengua. La construcción nominal. Pre-modificadores y post-modificadores. Sustantivos, artículos y adjetivos demostrativos. Pronombres personales y posesivos. El verbo "to be". Presente Simple. Presente continuo. Modo imperativo. Futuro con "going to". Pasado simple. Pasado continuo. Verbos regulares e irregulares. Tiempos perfectos. Tiempos perfectos continuos. Pronombres indefinidos. Futuro simple. Tiempos condicionales.

## **6. Tipografía I**

Tipografía: evolución de la letra. Clasificación Tipográfica. Evolución de la Comunicación.

El Signo Tipográfico. Familias y Fuentes Tipográficas. Legibilidad. Mayúsculas, minúsculas. Interlineado, interletrado, justificación y marginados. Variables tipográficas Puesta en Página: línea, cuerpo tipográfico, longitud. Columnas. Márgenes. La tipografía como elemento expresivo. Función y expresión. Semantización tipográfica.

## **7. Problemática Sociocultural y el Contexto**

Espacio, territorio y actividades Humanas. Lo Global, lo nacional y lo local, tensiones y posibilidades. Cultura y "culturas", modos de vidas plurales. Problemáticas emergentes de la contemporaneidad: procesos migratorios, territorialidad de la marginalización, vulnerabilidad social de diversos sectores, las principales problemáticas que los actores sociales identifican en el contexto local o localía. Estadísticas específicas que lo fundamente. Procesos históricos El trabajo como actividad humana. La multidimensionalidad de la esfera del trabajo: el trabajo en la producción social y económica; la identidad personal y colectiva; formas de organización social del trabajo. Indicadores socioeconómicos nacionales, provinciales y locales. Componentes adscriptos del trabajo: género, etnia y edad. Problemáticas emergentes en la actualidad del trabajo en el contexto local. Trabajo y empleo y su relación con la educación, en el contexto nacional, regional y local respectivos. Escenarios. Actores y participación. El Estado y las políticas públicas, en el contexto local.

La planificación del desarrollo local como proceso social. Proyectos y acciones a partir de las problemáticas del contexto. Conceptualización de regionalización. Distintos ámbitos de intervención: Nacional, provincial, regional y municipal. Coparticipación Municipal. Economía social y popular.



**Memorias de la Localía:** La economía en Mendoza en épocas de la colonia. Las transformaciones económicas de Mendoza durante la gobernación de San Martín. La integración de la economía mendocina al proyecto económico del liberalismo. Nuevas actividades económicas en el siglo XX. La Vitivinicultura Moderna Siglos XIX-XXI. Impacto en la vitivinicultura, producido por el ferrocarril y los inmigrantes. El ferrocarril en Mendoza. El ferrocarril como elemento de integración y desarrollo económico.

El aprovechamiento histórico del agua. Las primeras instituciones referidas al uso del agua. Los molinos de agua para la producción de harinas. La Ley de Aguas de 1884.

Las diferencias sociales y económicas entre las regiones mendocinas

#### **8. Prácticas de Lectura, Escritura y Oralidad.**

Competencia comunicativa: la comunicación: definición, elementos de la situación comunicativa. El contexto: adecuación del texto al contexto. El registro (formal, informal, estándar). Modalidades del lenguaje. Objetividad y subjetividad en el mensaje. Tipos de comunicación: interna, externa (subcategorías).

La intencionalidad comunicativa: persuasión e información. Reconocimiento de ideas nucleares y periféricas. Síntesis y resumen. Elaboración de esquemas: jerárquicos – cronológicos – comparativos.

**Análisis** textual: sentido y significado, lenguaje denotativo y connotativo. Tipos de textos: expositivos, argumentativos, instructivos, instrumentales. El tema textual (subtemas). Coherencia y cohesión.

Producción escrita. Informe. Currículum Vitae. Carta de presentación. Carta de pedido. Carta comercial. Memorándum. Nota.

Planificación de la comunicación escrita. Indicadores de autoevaluación.

Comunicación oral: microhabilidades. Tipos: conferencia, debate, discurso, diálogo, entrevista, exposición, foros.

Planificación de la comunicación oral. Indicadores de autoevaluación.

#### **9. Inglés Técnico**

Tiempos verbales: Presente Simple; Presente Continuo; Futuro Will. Presente Perfecto y Pasado Simple. Voz Pasiva (Presente, Pasado y Futuro). Procedimientos de traducción. Desarrollo de vocabulario específico para la carrera. Lectura y traducción de textos técnicos especializados en diseño gráfico y publicitario.



## **10. Espacio Optativo institucional I**

Este será un espacio reservado para que cada institución pueda incorporar contenidos que aporten al perfil profesional desde la visión propia de cada instituto. Son contemplados los siguientes:

### **10. a. Publicidad I**

Los procesos de comunicación. Teoría de la información. Modelos de comunicación. Análisis social de la comunicación. El mensaje publicitario. Creatividad. Lenguaje publicitario. Lenguaje persuasivo. Publicidad y propaganda. Slogan. Retórica publicitaria. Figuras aplicadas a la publicidad. Target. Group.

### **10. b. Herramientas Web Aplicadas al Diseño I:**

Configuración general de la página Web. Inserción de texto, Creación de hipertexto. Creación de cabeceras, listas y citas. Inserción de imágenes. Optimización de las imágenes con el panel de propiedades. HTML (Trabajo con tablas). Introducción al CSS (Cascading Style Sheets): Definición de estilos interna y externamente, Asignación de estilos a las tablas HTML con CSS. Control de imagen: precarga de imagen y roll over. Comprobación en el explorador y plug-ins. Mensajes emergentes. Otros comportamientos. Inserción de barras de menú de sry. Aplicación de comportamientos mediante efectos de sry.

### **10. c. Creatividad e Innovación**

Qué entendemos por creatividad. La creatividad como creación de problemas. Como un evento integrador. Como un fenómeno múltiple. Como un evento de aprendizaje. Qué entendemos por Innovación. Innovación en la empresa. Los nuevos empleados con habilidades creativas. Tolerancia al fracaso. Flexibilidad y cambio.

### **10. d. Felicidad y Bienestar Organizacional:**

La felicidad y sus orígenes filosóficos. La ciencia de la felicidad: diferentes miradas. La educación para la transformación humana. El enfoque de la psicología positiva. Modelos de Bienestar. El sujeto recipiente. Estrategia organizacional: hacia un nuevo modelo de bienestar. Bienestar y gestión del cambio de paradigma. La gestión del bienestar de las nuevas generaciones. Prácticas e intervenciones organizacionales positivas. Gerencia de la felicidad y bienestar organizacional. Mediación profesional de la felicidad en el trabajo. Retorno de la inversión. Estudio de casos: Google, Apple, Skype, Facebook, Angry Birds, Práctica formativa en Felicidad y Bienestar Organizacional.





### **11. Percepción Visual I**

La psicología de la percepción aplicada al diseño. Teorías de la percepción: teoría atomista (siglo XIX) Teoría de la Gestalt (s,XX). El comienzo del acto perceptivo. Caracteres de la percepción. Características fisiológicas y psicológicas. Factores subjetivos y objetivos. Mundo físico y Mundo perceptual. Propiedades de nuestra manera de percibir. Campo gráfico. Pensamiento visual. Figura y Fondo. Forma y contraforma. Ilusiones ópticas. Semiótica del color. Creatividad: el acto creativo, mecanismos creativos experimentaciones comunicacionales del diseño.

### **12. Práctica Profesionalizante I**

Integra horizontalmente: Diseño en Comunicación Visual I, Técnicas de Representación I y Herramientas Digitales I, Percepción Visual I y Tipografía I. El objetivo de este espacio es lograr que los alumnos hagan su primer trabajo de aproximación al campo con observaciones, relevamiento técnico y de datos. Las competencias a desarrollar suponen el desarrollo de la capacidad de observación en una organización, estudio de diseño, estudio de arquitectura, a través de la captación o recolección de información de manera objetiva. Se espera como mínimo el desarrollo de las siguientes capacidades:

- Desarrollar capacidad de observación crítica y estética del mundo circundante
- Desarrollar capacidad de representación figurativa, síntesis y abstracción.
- Desarrollar las habilidades básicas de sensibilidad visual para el análisis y síntesis.

La Práctica Profesionalizante I podrá ser evaluada a partir de un informe o la herramienta que la Institución educativa resuelva aplicar.

### **Segundo año**

### **13. Diseño en Comunicación Visual II**

Signo y Símbolo gráfico. Significado y Significante. Pictogramas. Forma esencial. Síntesis. La marca. Logotipo. Isotipo. Imagotipo. Pregnacia y Legibilidad. Identidad Institucional. Diseño de Imagen Corporativa. Aplicaciones bidimensionales y tridimensionales. El Afiche. Mensajes Inmediatos e información Simultánea. Folletería y Editorial. Diseño de Envases. Nociones generales. Comercialización. Normas. Envase como Signo y como Símbolo. Diseño editorial. Imagen Corporativa. Señalización. Realización de pictogramas.



#### **14. Técnicas de Representación II**

La Línea narrativa. Ilustración descriptiva, narrativa, publicitaria. Perspectivas. Perspectivas cónicas. Perspectivas a un punto de fuga y a dos puntos de fuga. Axonometría. Grilla axonométrica. Figura humana. Representación hiperrealista. Representación Surrealista. Réticula. Ampliaciones, deformaciones, sustracciones de la forma. Asociaciones de imágenes. Movimiento. Storyboard. Guión gráfico. Ilustración y Publicidad. Folioscópico. Animación.

#### **15. Herramientas Digitales II**

Edición de publicaciones editoriales con herramientas digitales. Filosofía del programa adecuado. Herramientas básicas. Textos. Páginas maestras. Colocación de imágenes. Estilos. Carácter, párrafo y tabulaciones. Cortes de palabra. Edición de color. Legibilidad. Sistemas de retículas. Área tipográfica. Construcción del sistema. Sistema como parte de la identidad. Folleto. Libro. Revista. Diario.

Consideraciones para la salida a impresión y terminación.

Interacción con otros programas. Integración con programas de dibujo vectorial. Trapping y sobreimpresión. Integración con programas de retoque de imágenes. Imposición según tipo de encuadernación. Publicaciones editoriales digitalizadas. Archivos aptos para la impresión. Publicaciones editoriales digitales.

#### **16. Fotografía**

Evolución histórica de la fotografía, los estilos y los referentes. Nociones de óptica. Anatomía de una cámara fotográfica. Clasificación. Controles creativos de la cámara: sistema de enfoque, diafragma, y obturación. Producción de efectos fotográficos. Sistema de registro químico y digital. Los sensores digitales. Factores de la calidad digital. Cálculo de la exposición y el principio de reciprocidad. Balance de blancos. Proceso digital y edición básica. Nociones básicas de composición y sus reglas. Experimentación en laboratorio analógico: revelado e impresión. Fotografía publicitaria en estudio: personas y productos. Iluminación de estudio y realización fotográfica. Elección del equipo fotográfico.

#### **17. Historia del Arte y del Diseño II**

Vanguardias figurativas de principios de siglo XX: Expresionismo, Fauvismo, Cubismo, Futurismo. Vanguardias abstractas: Neoplasticismo, Suprematismo, Constructivismo. Protorracionalismo. Primer racionalismo: Bauhaus. Movimientos plásticos de entreguerras: Dadá, Surrealismo. Estilos de diseño de entreguerras: Art Déco. Art Déco en Argentina, los afiches de Mauzán. Styling. Arte concreto en



Argentina, el aporte de Tomás Maldonado. Segundo racionalismo: New Bauhaus, Escuela de Ulm, Gráfica Suiza. Pop Art. Incidencia del Pop Art en el diseño. Op Art. El Pop Art en Argentina: Instituto Torcuato de Di Tella. La gráfica desarrollada en el departamento de diseño del Instituto Torcuato Di Tella. Primeras carreras de diseño en Argentina. Posmodernismo. Gráfica posmoderna. Últimas tendencias.

#### **18. Semiología**

El proceso de comunicación. Comunicación interpersonal y masiva. Comunicación no verbal. El canal. El lenguaje: naturaleza y función. La lengua como sistema. El signo. Plano de la expresión y plano del contenido. Denotación y connotación. Transferencia al diseño. Polisemia del lenguaje. Texto y contexto. Principales corrientes semióticas. Fuentes teóricas de la semiología. Semiología y diseño. Sintaxis visual. Alfabeto visual. Códigos: semántica de los códigos. Leyes sintácticas del alfabeto visual, corolarios y aplicación de las mismas. Lectura de imágenes, núcleo semántico. Mensajes de referencia. Retórica y comunicación visual. Figuras sintácticas y semánticas. Manejo de figuras. Espacio virtual y comunicación. El mensaje multimedia. Hipertexto.

#### **19. Tecnología Gráfica I**

Luz y color. Atributos del color. Sensibilidad espectral. El color de los objetos. Relatividad del color. Síntesis aditiva. Fuentes luminosas. Pigmentos y filtros. Síntesis sustractiva. Tintas planas. Tintas proceso. Tono, valor, luminosidad. Trama. Lineatura o frecuencia. Soporte, porcentaje y punto. Reproducción CMYK, moiré, ganancia de punto. Dispositivos y capturas digitales. Resolución, profundidad de bit, formatos. Hexacromía.

Esquema del proceso de producción gráfica tradicional y digital. Procedimientos de impresión: offset, huecograbado, serigrafía, flexografía. La impresión digital. Pre-prensa. Archivos digitales para impresión. Trama digital. Fotocromo. Montaje de Películas. Copiado de forma impresora.

#### **20. Tipografía II**

Legibilidad. Sistemas de retículas. Área tipográfica. Construcción del sistema. Sistema como parte de la identidad. Ediciones especiales. Texto e Imagen. Tipo y Color. Composición y jerarquización tipográfica. Sistema de proporciones y papeles. Encuadernación. Ediciones masivas. Programas. Catálogos. Anuarios. Estilo periodístico y forma gráfica. El libro. Puesta en página. Tipografía en la web y los nuevos entornos digitales.



### **21. Tecnología Gráfica II**

Sistemas de impresión. Soportes. Flexografía. Offset. Serigrafía. Huecograbado. Serigrafía e impresión digital. Tampografía. Sublimación y estampado. Formas impresoras. Impresión y Terminación. Relieve, stamping barnizados y otros.

Sustratos: Propiedades, clasificación y posibilidades de utilización. Papel, plásticos, laminados, films, aluminio, tela, madera, hojalata, cerámica.

Código de barras. Código alimentario de rotulación. Otras normas legales para los impresos.

### **22. Práctica Profesionalizante II**

Integra horizontalmente: Diseño en Comunicación Visual II, Técnicas de Representación I, Herramientas Digitales II, Fotografía, Semiología, Tecnología Gráfica I, Tecnología Gráfica II; y Tipografía II.

A través de prácticas educativas en organizaciones, estudio de diseño, estudio de arquitectura, o de emprendimientos propios se pretende que los alumnos desarrollen las capacidades de observación y el diagnóstico.

Se espera que el estudiante efectúe el análisis de la información recopilada en la observación aplicando el criterio personal y teniendo en cuenta el desarrollo de las siguientes capacidades:

Análisis de ventajas y desventajas de los tópicos identificados en la observación realizada en la Práctica Profesionalizante I, incorporando los saberes con los que se integra horizontalmente la Práctica Profesionalizante II.

Fundamentación de los criterios usados por el estudiante en relación a los saberes específicos con los que se relaciona la Práctica Profesionalizante II, analizando el impacto de lo observado en la organización.

Identificación y jerarquización de los problemas o controversias detectadas en función de la importancia que éstas representan para la empresa y/o institución.

Determinación de las causas e indicadores de los problemas detectados.

La Práctica Profesionalizante II podrá ser evaluada a partir de un informe o la herramienta que la Institución educativa resuelva aplicar.

### **Tercer año**

### **23. Diseño en Comunicación Visual III**

Comunicación como fundamento de unidad comunicacional. Proceso proyectual.

La forma como continente. Marcos de referencia: contexto socio cultural. Áreas de proyecto: Informativa, persuasiva, recreativa, educativa. Imagen institucional.

Editorial. Promocional. Publicidad: campaña Integral. El estilo en Diseño Editorial.

Tipología de los impresos: características relevantes de cada tipo, Libro,



Colección, Opúsculo, Revista, Revista Científica, Periódico, Boletín, Catálogo. Las nuevas tendencias del diseño de la información. La infografía. El Hipertexto. Los estilos tipográficos. Packaging, identidad y comunicación. Diseño de cartelería. Diseño de página Web. Estructura de campaña publicitaria. Etapa investigativa. Informaciones bases (del producto o servicio). Antecedentes. Competencias, distribución, planeamiento, objetivos comerciales. Conocimiento del consumidor-objeto. Estrategia creativa. Posicionamiento del producto. Eje de campaña-Argumento central. Creación publicitaria. Rediseño de marca (logotipo, isotipo, código cromático, tipografía. Desarrollo de un programa de comunicación integral. Merchandising. Manual de normas.

#### **24. Técnicas de Representación III**

La línea cinética. Composiciones abstractas. Juegos ópticos y su desarrollo en el espacio. El Raf: como representación expresiva. Grafitos y rotuladores. Espatulado. Textura e imagen icónica. Imagen surrealista. Dibujo dentro del dibujo. Semántica de la imagen. Ilustración. Técnicas de carbonillas, tintas, pasteles, acrílicos, aerógrafos, técnicas mixtas. Soportes: papeles, cartones, telas, metales. Ilustración tipográfica. Narrativa. Encuadres y secuencias. Historieta. Lay Out: profundización sistemática de la perspectiva. Story Board: Técnicas y filmes publicitarios.

#### **25. Herramientas Digitales III**

Herramientas digitales para producciones gráficas vectoriales. Aplicaciones avanzadas. Espacio de trabajo. Polígonos complejos y efectos especiales. Texto: variación de caracteres, formato y estilos. Trazados. Capas y máscaras. Herramientas de dibujo y texto. Edición de Color. Efectos. Formatos de salida para impresión. Aplicaciones web.

Herramientas digitales para la edición de imágenes pixelares. Ajustes de color. Modos de color. Bicromías. Escala de grises. CMYK, RGB. Indexados. Manejo de canales y capas. Edición y montaje de imágenes.

Integración de dibujos vectoriales e imágenes pixelares en programa de maquetación, en función del destino comunicacional: impresión o virtualidad. Infografía. Documentos PDF.

Animación y movimiento. Formatos simples para la comunicación on line y la producción de presentaciones audiovisuales. Diseño gráfico en la TV.

Consideraciones básicas para la producción de archivos aptos para la impresión y la comunicación on line.

Diseño y planificación web. Estructura del sitio. Usuarios y navegadores.



Maquetación básica. Interactividad. Inserción y manipulación de imágenes.

## **26. Comunicación, Medios y Nuevas Tecnologías**

Proceso de comunicación. Marketing: definición. Mercado. Campaña Publicitaria: enfoques. Análisis del Consumidor. Análisis del Producto o servicio. La Publicidad: definición, propaganda y promoción. Método de las 6 M. Tipos de Publicidad: Masiva, Exterior, Directa, En Punto de Venta, Testimonial, Promoción.

Redes sociales

La nueva comunicación. Inicios de la WEB 2.0. Herramientas, Internet y la Masa Crítica. La web social. Community Manager. Responsabilidades. Perfil. Deberes. Herramientas básicas de Gestión de Comunidades en Red. Concepto de Comunidades. Plataforma Google. Herramientas de monitorización de las marcas. Medición de notoriedad. Blog y Blog Corporativo. Social media experience. Planificación. Diagnóstico. Ejecución. Evaluación.

Ventas. Marketing directo y en línea.

Marketing digital. El rol de internet en la actualidad. Social media marketing. Redes sociales y profesionales. Marketing móvil. Marketing por geolocalización.

## **27. Mercadotecnia para Pymes**

Fundamentos y teoría de la Mercadotecnia. Identificar nuevos entornos competitivos. Nuevas herramientas de mercadotecnia. Qué es el marketing. Concepto de marketing. Objetivos del marketing. Elementos esenciales de la negociación de empresas. Comprender la importancia de las relaciones entre personas, organizaciones y el marketing. Planeación estratégica. Análisis FODA. Entorno del marketing global.

Comportamientos de compra de los consumidores. Características que lo afectan. Tipos de consumidores. El proceso de decisión del comprador. Proceso de decisión de compra de nuevos productos.

Segmentación. Tipos de segmentación. Niveles de segmentación. Determinación del mercado meta. Posicionamiento en el mercado. Tipos de posicionamiento. Estrategias de posicionamiento.

Producto. Clasificación de productos. Decisiones de producto individuales. Decisiones de línea de productos. Decisiones de mezcla de productos. Marketing de servicios. Proceso de registración de marca.

Precio. Canales de distribución.

Publicidad. Promoción de ventas. Relaciones públicas.

Ventas personales. Marketing directo y en línea.



Marketing digital. El rol de internet en la actualidad. Social media marketing. Redes sociales y profesionales. Marketing móvil. Marketing por geolocalización. Calidad. Trazabilidad.  
Las cooperativas: caracterización y actividades que desarrolla

## **28. Gestión de Microemprendimientos**

Contexto y realidad regional. Las Pymes: características y gestión.  
Microemprendimientos: estrategias para la producción de bienes y servicios. Innovación y modernización de los procesos de gestión en la pequeña empresa. Rol del estado en la promoción de la Microempresa. Integración de cadenas productivas. Desarrollo de alternativas de financiamiento.  
Análisis de costos y elaboración de presupuestos. Análisis y cálculo de costos fijos, variables, totales, punto de equilibrio o umbral de rentabilidad.  
Emprendedorismo. El emprendedor interno: concepto, características. Importancia dentro de la empresa.  
Modelos de negocio: concepto. Herramientas: Método Canvas: concepto, módulo.

## **29. Espacio Optativo institucional II**

Este será un espacio reservado para que cada institución pueda incorporar contenidos que aporten al perfil profesional desde la visión propia de cada instituto. Son contemplados los siguientes:

### **29. a. Publicidad II**

Estructura de campaña publicitaria. Análisis de situación, establecimiento de la estrategia, preparación del plan creativo. Los medios. Enfoque y análisis. Etapa investigativa. Informaciones y bases del producto o servicio. Brief publicitario. Ciclo de vida del producto. Competencias horizontales y verticales. Distribución: canales directos, indirectos corto y largos, planeamientos, objetivos comerciales. Análisis del consumidor: segmentación público. Posicionamiento. Eje de campaña. Argumento central. Storyboard. Punto de venta. Testimonial y promoción.

### **29. b. Herramientas Web Aplicadas al Diseño II:**

Trabajo con Formularios (Introducción teórica al lenguaje de programación PHP y conexión con base de datos Mysql): Formularios, marcos y elementos de cabecera e invisibles, definición de áreas de formulario, principales elementos de formulario. Envío de formulario y recepción a un e-mail. Combinación de elementos multimedia. Inserción de Flash. Botones de Flash. Texto interactivo de Flash. Inserción de una película Flash a una página HTML. Vídeo Flash.



### **29. c. Producción del Diseño Regional.**

El mundo del vino. Análisis y lectura de la realidad regional. Las bodegas boutiques. Packaging para productos derivados de la vid y aceites. Etiquetas de vino. Aspecto turístico. Difusión y actividades. El arte, el vino y la intervención del diseño. Piezas gráficas: identificación, informativas, persuasivas, educativas en el lenguaje del vino. Otras producciones de desarrollo regional. .

### **30. Ética Profesional**

Ética y normas. Ética y moral. Ética y profesión. Responsabilidad del Diseño Gráfico. Ética profesional: conceptos, principios. La publicidad y la ética. Consumismo. Responsabilidad solidaria. Legislación.

Moralidad, eticidad, legalidad. La moral personal y el ethos social. Ideales, principios y normas éticas. La problemática ética contemporánea en el terreno sociopolítico. Las respuestas de las principales teorías éticas: ética discursiva; ética neoaristotélica, ética contractualista; ética utilitarista. Éticas vigentes y morales emergentes. Ética aplicada al ejercicio de la profesión técnica.

### **31. Formulación y Evaluación de Proyectos**

Concepto de proyecto. Factores a considerar. Limitaciones. Identificación de la idea. Técnicas. Árbol de problemas. Diagrama de Causa-Efecto. Anteproyecto, etapas de un proyecto. Contenido.

Tamaño y localización. Ingeniería del proyecto, proceso de producción. Recursos y tareas. Programa de trabajo. Diagrama de Gantt. Organización. Calendario de inversiones y programa de producción. Financiamiento. Flujos relevantes para la toma de decisiones.

### **32. Metodología de la Investigación**

El proceso proyectual y la metodología de la investigación proyectual. Aplicación de los conocimientos teóricos y técnicos del diseño en un caso de diseño complejo. Estrategia de investigación. Metodología de investigación en diseño. Análisis del caso. Variables y condicionantes. Indicadores sociales, económicos, culturales. Identificación del tema de diseño. Identificación de un problema de diseño. Determinación de hipótesis. Etapas de desarrollo de la investigación. Síntesis y evaluación de hipótesis. Planteamiento de resoluciones del producto. Estrategias creativas de diseño. Estrategias técnicas de resolución. Procesos de desarrollo del producto.





### **33. Práctica Profesionalizante III**

La organización del estudio profesional. Tercerización. Análisis FODA. Costos y presupuestos. Variables de proyecto. Códigos de barra. Marcas, patentes y registros.

La “Práctica Profesionalizante” dará a los alumnos la posibilidad de desenvolverse en el mundo real del trabajo y de resolver las situaciones problemáticas que se le presenten diariamente para lo cual ha adquirido competencias específicas durante la formación.

En la “Práctica Profesionalizante” confluyen y se integran la totalidad de los espacios curriculares. Se produce la retroalimentación entre empresas e Institución, por tanto se transforma en espacio privilegiado para producir la innovación y actualización del diseño curricular.

Las empresas dirigirán, observarán, asignarán tareas, estarán en contacto permanente con el coordinador y elevarán, por último, un informe final del pasante.

La Institución tendrá en cuenta en la autoevaluación de la carrera las sugerencias del sector socioproductivo y/o de servicio para realizar las modificaciones necesarias en el currículo, para transformar el mismo en dinámico y real.

#### **5. Régimen de regularidad, promoción, evaluación y acreditación**

Conforme Resolución N° 258-DGE-12. Reglamento Académico Marco provincial y demás normativas vigentes.

#### **6. Espacios curriculares acreditables por formación previa**

Las acreditaciones se realizarán cuando haya certificación de Organismo Oficial (Dirección General de Escuelas, Ministerio de Trabajo, entre otros) o por evaluación de idoneidad(a cargo del Instituto Superior con el sector socio-productivo correspondiente).

#### **7. Espacios curriculares de acreditación directa**

Se registrarán por el sistema de acreditación directa, según lo dispone el Artículo 46 inciso “a” del apartado referido a las trayectorias estudiantiles correspondiente al Reglamento Académico Marco (Res. N° 258-DGE-2012), los siguientes espacios curriculares:

- Diseño en Comunicación Visual I



GOBIERNO DE MENDOZA  
Dirección General de Escuelas

---

- Técnicas de Representación I
- Herramientas Digitales I
- Inglés
- Tipografía I
- Problemática Sociocultural y el Contexto
- Práctica de Lectura, Escritura y Oralidad
- Inglés Técnico
- Espacio Optativo Institucional I
- Práctica Profesionalizante I
- Diseño en Comunicación Visual II
- Técnicas de Representación II
- Herramientas Digitales II
- Fotografía
- Tecnología Gráfica I
- Tipografía II
- Tecnología Gráfica II
- Práctica Profesionalizante II
- Diseño en Comunicación Visual III
- Técnicas de representación III
- Herramientas Digitales III
- Espacio Optativo Institucional II
- Formulación y Evaluación de Proyectos
- Metodología de la Investigación

**8. Régimen de Correlatividades**

<b>PARA CURSAR</b>	<b>DEBE TENER REGULARIZADA</b>	<b>PARA RENDIR EL MISMO ESPACIO DEBE TENER ACREDITADO</b>
1. Diseño en Comunicación Visual I		
2. Técnicas de Representación I		
3. Herramientas Digitales I		
4. Historia del Arte y del Diseño I		



GOBIERNO DE MENDOZA  
Dirección General de Escuelas

5. Inglés		
6. Tipografía I		
7. Problemática Sociocultural y el Contexto		
8. Prácticas de Lectura, Escritura y Oralidad		
9. Inglés Técnico	Inglés	Inglés
10. Espacio Optativo Institucional I		
10.a. Publicidad I		
10.b. Herramientas Web Aplicadas al Diseño I		
10.b. Creatividad e Innovación		
10.d. Felicidad y Bienestar Organizacional		
11. Percepción Visual I		
12. Práctica Profesionalizante I		
13. Diseño en Comunicación Visual II	Diseño en Comunicación Visual I	Diseño en Comunicación Visual I
14. Técnicas de Representación II	Técnicas de Representación I	Técnicas de Representación I
15. Herramientas Digitales II	Herramientas Digitales I	Herramientas Digitales I
16. Fotografía		
17. Historia del Arte y del Diseño II	Historia del Arte y del Diseño I	Historia del Arte y del Diseño I
18. Semiología		
19. Tecnología Gráfica I		
20. Tipografía II	Tipografía I	Tipografía I
21. Tecnología Gráfica II	Tecnología Gráfica I	Tecnología Gráfica I
22. Práctica Profesionalizante II	Práctica Profesionalizante I	Práctica Profesionalizante I
23. Diseño en Comunicación Visual III	Diseño en Comunicación Visual II	Diseño en Comunicación Visual II
24. Técnicas de Representación	Técnicas de	Técnicas de



GOBIERNO DE MENDOZA  
**Dirección General de Escuelas**

III	Representación II	Representación II
25.Herramientas Digitales III	Herramientas Digitales II	Herramientas Digitales II
26 Comunicación, Medios y Nuevas Tecnologías		
27. Mercadotecnia para Pymes	Prácticas de Lectura, Escritura y Oralidad.	Prácticas de Lectura, Escritura y Oralidad.
28. Gestión de Microemprendimientos		
29.Espacio Optativo Institucional II		
29.a.Publicidad II	Publicidad I	Publicidad I
29.b. Herramientas Web Aplicadas al Diseño II	Herramientas Web Aplicadas al Diseño I	Herramientas Web Aplicadas al Diseño I
29.c. Producción del Diseño Regional.		
30. Ética Profesional	Prácticas de Lectura, Escritura y Oralidad.	Prácticas de Lectura, Escritura y Oralidad.
31. Formulación y Evaluación de Proyectos		
32. Metodología de la Investigación	Diseño en Comunicación Visual I Diseño en Comunicación Visual II Herramientas Digitales I Herramientas Digitales II Tipografía I	Diseño en Comunicación Visual I Diseño en Comunicación Visual II Herramientas Digitales I Herramientas Digitales II Tipografía I
33. Práctica Profesionalizante III	Práctica Profesionalizante II	Todos los espacios curriculares

**VI. IMPLEMENTACIÓN DE LA CARRERA**

**1. Recursos**



### 1.1. Humanos

#### Perfiles docentes necesarios para cubrir los espacios curriculares:

ESPACIO CURRICULAR	PERFIL PROFESIONAL
1. Diseño en Comunicación Visual I	Diseñador en Comunicación Visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial. Arquitecto.
2. Técnicas de Representación I	Diseñador en Comunicación visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial. Arquitecto. Profesor en Artes Pláticas. Licenciado en Artes Plásticas.
3.Herramientas Digitales I	Diseñador en Comunicación visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial. Arquitecto.
4. Historia del Arte y del Diseño I	Profesor en Historia del Arte. Arquitecto. Diseñador Gráfico. Diseñador Multimedial. Diseñador en Comunicación Visual.
5.Inglés	Profesor y/ o Licenciado en Inglés
6. Tipografía I	Diseñador en Comunicación Visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial. Arquitecto.
7. Problemática Sociocultural y el Contexto	Licenciado en Sociología. Profesor y / o Licenciado en Filosofía.
8. Prácticas de Lectura, Escritura y Oralidad.	Licenciado en Comunicación Social. Profesor y/ o Licenciado en Lengua.
9.Inglés Técnico	Profesor y/ o Licenciado en Inglés
10.Espacio Optativo Institucional I	
10.a.Publicidad I	Licenciado en Publicidad. Diseñador en Comunicación Visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial. Arquitecto.
10.b. Herramientas Web Aplicadas al Diseño I	Diseñador en Comunicación Visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial. Licenciado en Informática.
10.c. Creatividad e Innovación	Licenciado en Publicidad. Diseñador en Comunicación Visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial. Arquitecto.
10.d. Felicidad y	Licenciado en Administración con certificación en coaching,



GOBIERNO DE MENDOZA  
Dirección General de Escuelas

Bienestar Organizacional	Licenciado en Ciencias Sociales. Licenciado en Psicología.
11 Percepción Visual I	Diseñador en Comunicación Visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Licenciado en Psicología.
12 Práctica Profesionalizante I	Diseñador en Comunicación visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial.
13 Diseño en Comunicación Visual II	Diseñador en Comunicación Visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial.
14 Técnicas de Representación II	Diseñador en Comunicación Visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial. Arquitecto. Profesor en Artes Plásticas. Licenciado en Artes Plásticas.
15 Herramientas Digitales II	Diseñador en Comunicación visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial.
16 Fotografía	Técnico Superior en Fotografía Creativa y Diseño Fotográfico*. Técnico Superior en Cine y video*. Otras titulaciones que acrediten formación en docencia de nivel superior*.
17 Historia del Arte y del Diseño II	Profesor de Historia con especialidad en Arte. Arquitecto. Diseñador Gráfico. Diseñador Multimedial. Diseñador en Comunicación Visual.
18 Semiología	Diseñador en Comunicación visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial. Arquitecto. Licenciado en Sociología. Licenciado en Comunicación Social.
19. Tecnología Gráfica I	Diseñador en Comunicación visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial. Arquitecto.
20 Tipografía II	Diseñador en Comunicación visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial. Arquitecto.
21. Tecnología Gráfica II	Diseñador en Comunicación visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial. Arquitecto.
22. Práctica Profesionalizante II	Diseñador en Comunicación visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial.
23. Diseño en Comunicación Visual III	Diseñador en Comunicación visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial. Arquitecto.
24. Técnicas de Representación III	Diseñador en Comunicación visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial. Arquitecto. Licenciado en Artes visuales. Profesor en Artes visuales.



GOBIERNO DE MENDOZA  
Dirección General de Escuelas

25. Herramientas Digitales III	Diseñador en Comunicación visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial. Arquitecto.
26. Comunicación, Medios y Nuevas tecnologías	Diseñador en Comunicación visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial. Arquitecto. Licenciado en Comunicación Social.
27. Mercadotecnia para Pymes	Profesional Universitario de las Ciencias Económicas. Licenciado en Marketing.
28 Gestión de Microemprendimientos	Licenciado en Economía. Licenciado en Administración de Empresas.
29. Espacio Optativo Institucional	
29.a. Publicidad II	Licenciado en Publicidad. Diseñador en Comunicación Visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial. Arquitecto.
29.b. Herramientas Web Aplicadas al Diseño II	Diseñador en Comunicación Visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial. Licenciado en Informática.
29.c. Producción del Diseño Regional	Licenciado en Publicidad. Diseñador en Comunicación Visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial. Arquitecto.
30.Ética Profesional	Licenciado en Publicidad. Diseñador en Comunicación Visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial. Arquitecto.
31. Formulación y Evaluación de Proyectos	Licenciado en Economía,
32. Metodología de la Investigación	Diseñador en Comunicación visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial.
33. Práctica Profesionalizante III	Diseñador en Comunicación visual. Diseñador Gráfico. Diseñador Industrial. Diseñador Multimedial.

**\*Como excepcionalidad se habilita los perfiles técnicos superior debido a la inexistencia de perfiles profesionales específicos que cumplan con el marco normativo vigente. Las designaciones son suplentes a término en este caso por el año académico.**



### **1.1. Formativo en el lugar dónde se dictará la propuesta.**

La Institución cuenta con:

Aulas. Laboratorio de Informática

Entorno. Materiales didácticos: equipos multimedia.

Biblioteca. Bibliografía la específica de la carrera.

### **2. Curso de Ingreso.**

Conforme Resolución N° 258-DGE-12. Reglamento Académico Marco. Normativas vigentes.

El curso de ingreso tiene como objetivos combinar:

- I. aspectos introductorios a los saberes disciplinares y profesionales específicos,
- II. aspectos nivelatorios respecto de las desigualdades iniciales frente a los requerimientos básicos de una formación de nivel superior, y
- III. aspectos de ambientación a las particularidades institucionales y académicas en las que se inscriben los estudios de nivel superior.

### **3. Convenios**

Para la realización de la Práctica Profesional se mantendrán e incrementaran convenios con empresas y organismos del sector socio productivo, dentro de los ámbitos público y privado.

### **4. Autoevaluación de La carrera**

#### **4.1. Criterios**

Para el desarrollo del proceso de evaluación de la implementación de la carrera, se consideraran fundamentalmente los siguientes criterios (sin exclusión de otros previstos en la normativa vigente y considerada por la Institución):

- Revisión de los contenidos de las unidades curriculares en cuanto a su adecuada relación con las competencias profesionales del tónico.
- Articulación del desarrollo de los contenidos y las estrategias didácticas propuestas en el proceso enseñanza-aprendizaje en relación con las competencias determinadas en el perfil profesional.
- Observación periódica de su vinculación atendiendo a las transformaciones del conocimiento y del mundo del trabajo.





#### **4.2. Instancias.**

En el desarrollo de la propuesta curricular, se llevarán a cabo las siguientes instancias de evaluación (sin exclusión de otras previstas en la normativa vigente y considerada por la Institución):

- Reuniones periódicas del equipo docente organizadas por el Coordinador de la Carrera.
- Evaluación anual de los resultados obtenidos de la implementación efectiva de la propuesta curricular.
- Reuniones periódicas del Consejo Académico: participación activa del Coordinador de la Carrera.
- Instancias de gestión y articulación con Municipios de la zona de influencia de la institución, con Organismos Gubernamentales, con Organizaciones de la Sociedad Civil, o empresas del medio.
- En forma permanente, monitoreo del Equipo de Gestión institucional respecto del desarrollo de la implementación de la carrera.

#### **4.3. Responsables**

- Equipo Directivo
- Consejo Directivo
- Coordinadores de Carrera
- Equipo docente
- Otros

#### **4.4. Instrumentos sugeridos**

Sin exclusión de otros previstos en la normativa vigente y considerada por la Institución:

- Encuestas y/o entrevistas periódicas a alumnos acerca de la implementación de la carrera.
- Encuestas y entrevistas a profesores del equipo docente.
- Informes periódicos de los Coordinadores de Carrera sobre alumnos, programas, desarrollo de clases, reuniones de carrera con el equipo docente.



**GOBIERNO DE MENDOZA**  
**Dirección General de Escuelas**

---

- Informes de tutores de los trabajos de campo, pasantías y/o las prácticas profesionales.
- Informes producidos por los docentes a cargo de las diferentes unidades curriculares.
- Supervisión directa de clases.
- Actividades que promuevan el diálogo y el intercambio de experiencias.



**Gobierno de la Provincia de Mendoza**  
República Argentina

**Hoja Adicional de Firmas**  
**Resolución Importada - Con Token**

**Número:**

Mendoza,

**Referencia:** Resolución Tecnicatura Superior en Diseño Gráfico

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 42 pagina/s.