

Materia : Ética para el diseño gráfico

Semestre:	VII
Clave:	27749
Area:	Investigaciones Humanísticas
Departamento:	Comportamiento
Tipología:	Teórica
Carácter:	Formativa
Tipo:	Obligatoria
Horas:	Prácticas (00) Teóricas (03)
Créditos:	06
Carreras:	Diseño Gráfico
Elaboró:	Andrés Robledo Sánchez
Revisó:	Juan Martín Cárdenas Guillén
Fecha:	Junio de 1999

Presentación de la materia

La presente materia tiene por objetivo crear una conciencia en el alumno de la gran importancia que tiene el bien actuar dentro del ámbito de la comunicación gráfica. Ya que esta actividad por su propia naturaleza la predispone a la manipulación individual y colectiva, por lo tanto debe de saber que repercusiones se producen si actúa hacia un lado positivo o negativo de la comunicación. Y que al final él decida su propio camino como diseñador con las responsabilidades que esto representa.

Objetivo general

Que el alumno conozca y analice los conceptos fundamentales en que se ha sustentado la Ética a través de la historia, y se analicen las posturas más importantes que se han desarrollado en el mundo actual en torno al comportamiento social y dentro de la comunicación gráfica. Para que el alumno llegue a proponer una postura personal ante la actividad del Diseño Gráfico.

UNIDAD 1

Conceptos fundamentales de la Ética

Objetivo particular :

Que el alumno conozca y analice los principales concepto que se han ido manifestando en torno a la ética y logre tener una visión clara del lenguaje que se maneja dentro de esta disciplina.

- 1.1 El campo de la ética.
 - 1.1.1 Principios morales básicos.
 - 1.1.2 Orígenes de la moral.
 - 1.1.3 Carácter histórico de la moral.
 - 1.1.4 La esencia de la moral.
 - 1.1.5 Moral y moralidad.
 - 1.1.6 Moral y religión, política . derecho . Ciencia.
 - 1.1.7 Valoración moral.
 - 1.1.8 Principios morales básicos.
 - 1.1.9 Virtudes morales.
 - 1.1.10 Doctrinas Éticas fundamentales.
 - Ética griega.
 - Ética Cristiana.
 - Ética Moderna.
 - Ética Contemporánea.
 - Ética Humanista.
 - Ética autoritaria.
 - Ética subjetivista.
 - Ética objetivista.
 - Ética absoluta.
 - Ética relativa.
 - Ética Universal
 - Ética socialmente immanente.
 - Los valores.
 - La Valoración Moral.
 - 1.1.11 el problema moral de la actualidad.
 - Marx. Del hombre alienado al hombre total.
 - Scheler. El ser espiritual.
 - Mounier. El personalismo profético.
 - Marcuse. Del homo faber al homo ludus.
 - Zubiri. El animal de realidades.
 - La conspiración de Acuario.
 - La Ética del New Age.

UNIDAD 2

Deberes profesionales

Objetivo particular:

Que el alumno conozca y analice los principios que rigen el ámbito profesional y su interacción con la Ética.

- 2.1 Ética profesional o moral profesional.
 - 2.1.1 Concepto de profesión.
 - 2.1.2 Profesión y vocación.
 - 2.1.3 Cultura profesional.
 - 2.1.4 Competencia profesional.
 - 2.1.5 Competencia moral y virtudes profesionales.
 - 2.1.6 Secreto profesional.
 - 2.1.7 Solidaridad profesional.
 - 2.1.8 Responsabilidad profesional.
 - 2.1.9 Percepción de honorarios.
 - 2.1.10 Vocación de diseñador gráfico.

UNIDAD 3

Posturas Éticas actuales en torno al Diseño Gráfico

Objetivo particular:

Que el alumno conozca y analice propuestas sobre la ética en el área del diseño y el diseño Gráfico y que actitudes debe de tomar el alumno en su práctica profesional y llegue a proponer una postura personal al respecto.

- 3.1 Código de Ética publicitaria de la asociación mexicana de publicidad.
- 3.2 Código de Etica de CODIGRAM.
- 3.3 Los pequeños Demiurgos: Una ética colectiva.
- 3.4 Neville Brody, el demiurgo de los años ochenta.
- 3.5 El diseñador, otra vez en el centro del proceso.
- 3.6 En memoria de Abraham moles.
- 3.7 Imagen y poder en un mundo cambiante.
- 3.8 La política de estilo en la cultura contemporánea.

Mecánica de enseñanza aprendizaje

El Maestro dará una introducción general a cada tema para después haya aportaciones por los alumnos y se llegue a una conclusión general del tema tratado. En la tercera unidad se harán análisis y comentarios por todo el grupo a partir de lecturas de autores ya determinados desde el inicio del curso.

Mecanismos de evaluación

Se propone realizar ensayos por cada una de la unidad aparte de los exámenes que puedan ser por escrito en las dos primeras unidades.

Examen por escrito primera y segunda unidad	50 %
Ensayo o interpretación de lecturas.	50 %
Tercera Unidad ensayo final y postura Etica personal	100 %

Bibliografía básica

AQUILES MELENDES. *Ética profesional*. Editorial. HERRERO HNOS. Edición. décima primera Mexico 1992
 A.SANCHEZ VAZQUEZ. *Ética Editorial*. GRIJALBO cuadrágesimotava Edición. México enero 1991.
 STUART EWEN. *Odas las imágenes del consumismo*. Editorial. GRIJALBO Edición primera. México 1992
 ENRIC SATUE *Los Demiurgos del Diseño Gráfico*. Edit. Mondadori. España 1992
 STUART EWEN *Todas las imágenes del consumismo* Edit. GRIJALBO. México 1991
 JAVIER PRADO G. *Ética sin disfraces* ITESO México 1998

LECTURAS SUGERIDAS

DIEZ AXIOMAS PARA EL DISEÑO
 Abraham Moles y Joan Costa.