



28 de agosto de 2024

**H. Consejo Divisional  
Ciencias y Artes para el Diseño**

**Presente**

De acuerdo con lo establecido en los “Lineamientos para la Investigación de la División de Ciencias y Artes para el Diseño. Registro y Seguimiento de las Áreas, Grupos, Programas y Proyectos” numeral 2.4 y subsiguientes, la **Comisión encargada de la revisión, registro y seguimiento de los proyectos, programas y grupos de investigación, así como de proponer la creación, modificación, seguimiento y supresión de áreas de investigación, para su trámite ante el órgano colegiado correspondiente**, sobre la base de la documentación presentada, en particular el cumplimiento de requisitos conforme a la ficha informativa anexa y considerando suficientemente sustentada la solicitud de Registro de Proyecto de Investigación, propone el siguiente:

**Dictamen**

Aprobar el Registro del Proyecto de Investigación titulado “**Sentido y sinsentido del diseño de la propaganda gráfica electoral del 2024 en el hábitat urbano de la CDMX**”, el responsable es el Dr. Luis Edmundo Sanabria Salcedo, con una vigencia a partir del 6 de enero de 2025 al 30 de junio de 2026, adscrito al Programa de Investigación P-003 “Hábitat y Diseño” y que forma parte del Área de Hábitat y Diseño, presentado por el Departamento de Investigación y Conocimiento.

Las personas integrantes de la Comisión que estuvieron presentes en la reunión y se manifestaron a favor del dictamen: Dra. Yadira Alatríste Martínez, Mtro. Hugo Armando Carmona Maldonado, Dr. Francisco Javier de la Torre Galindo, la Alumna Lic. Gabriela Monserrat Valverde Rebollo, así como los Asesores: Mtra. Sandra Luz Molina Mata, Dr. Oscar Ochoa Flores y Dr. Fernando Rafael Minaya Hernández.

**Atentamente  
Casa abierta al tiempo**



**Mtro. Luis Yoshiaki Ando Ashijara**  
Coordinador de la Comisión

**JDIC.159.24**  
Agosto 19, 2024

**MTRA. ARELI GARCÍA GONZÁLEZ**

Presidenta del H. Consejo Divisional de CyAD

P r e s e n t e

Por medio de la presente, solicito tenga la amabilidad de turnar a la **Comisión encargada de la revisión, registro y seguimiento de los proyectos, programas, Grupos de investigación, así como de proponer la creación, modificación, seguimiento y supresión de Áreas de investigación**, para su análisis, discusión y en su caso trámite ante el órgano colegiado correspondiente, la solicitud de registro del **Proyecto intitulado: Sentido y Sinsentido en el Diseño de la Propaganda Gráfica Electoral**, a solicitud del responsable Dr. Luis Edmundo Zanabria Salcedo y del Jefe de Área Dr. Genaro Hernández Camacho.

En cumplimiento a los Lineamientos vigentes, que como parte del inicio del trámite de registro de proyectos de investigación, piden a la Jefatura de Departamento presentar por escrito una justificación que considere, según sea el caso, los principios establecidos en las Políticas Generales de Investigación, en los numerales 1.1.1, 1.1.2, y 1.1.3 de las Políticas Generales del Colegio Académico, aprobadas en su sesión No. 585:

1.1.1 Realizar investigación que genere conocimiento y, en su caso, lo aplique para abordar los desafíos que enfrenta el país, incidiendo en el bienestar de la sociedad y contribuyendo al avance de la humanidad.

1.1.2 Procurar la realización de investigación con libertad académica y pleno ejercicio de la autonomía en concordancia con la organización, planeación y evaluación institucional.

1.1.3 Coadyuvar con la investigación a fortalecer las actividades de docencia, vinculación y preservación y difusión de la cultura.

Se presenta la siguiente justificación en términos del principio 1.1.1: el objetivo de este proyecto es *“Aportar información crítica relevante sobre un fenómeno político electoral que ha sido considerado en la actualidad como innecesario con la llegada de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, lo que provoca descontento en la población porque se convierte en contaminación visual y basura material, lo que incide negativamente en nuestro hábitat urbano.”* Estudiar esta nuevas formas de comunicación política es necesario para alcanzar la democracia participativa, como se plantea en las Propuestas y acciones de gobierno de la presidenta electa Claudia Sheimbaum Pardo.



Casa abierta al tiempo

**Universidad Autónoma Metropolitana**

**Azcapotzalco**

División de Ciencias y Artes para el Diseño

**Departamento de Investigación y Conocimiento**

Es necesario considerar estos temas en virtud de que durante el próximo sexenio se pretende elevar a rango constitucional el uso de tecnologías de la información y comunicación para la emisión del voto, facilitando y garantizando el ejercicio efectivo de este derecho, por lo que los medios digitales serán uno de las temas prioritarios en el acceso a la información y participación ciudadana.

Sin más por el momento, quedo a sus órdenes para cualquier aclaración al respecto y aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

**A T E N T A M E N T E,**  
**“Casa Abierta al Tiempo”**



**MTRA. SANDRA LUZ MOLINA MATA**  
Jefa del Departamento de Investigación  
y Conocimiento del Diseño



División de Ciencias y Artes para el Diseño

Departamento de Investigación y Conocimiento

**Ciudad de México, a 15 de agosto de 2024.**

**Asunto:** Solicitud de registro de Proyecto de investigación.

**Estimada Mtra Sandra L. Molina Mata**  
**Jefa del Departamento de Investigación y Conocimiento**

De la manera más atenta me dirijo a usted para solicitar los trámites correspondientes para registrar el siguiente Proyecto de Investigación: *Sentido y Sinsentido en el Diseño de la Propaganda Gráfica Electoral*, para formar parte del Programa de Investigación Hábitat y Diseño, con número de registro: P – 003. En correspondencia con lo establecido en el numeral 2.4.1 de los *Lineamientos para la investigación de la División de Ciencias y Artes para el Diseño. Registro y Seguimiento de las Áreas, Grupos, Programas y Proyectos*, se incluye al Proyecto una recomendación razonada del Jefe de Área o Responsable de Grupo, referente a la coherencia del Proyecto con los objetivos y Programas del Área o Grupo respectivos, del Departamento en cuestión y de la División mencionada a continuación:

El Área Hábitat y Diseño contiene el Programa Hábitat y Diseño P. 003 con la temática de construcción y reconstrucción teórico-epistemológica de la praxis del diseño en la conformación del hábitat. En el entorno urbano, la representación gubernamental funge un rol de legitimación acorde a la satisfacción de necesidades realizadas por los partidos políticos y las propuestas para adecuar al hábitat. Dentro de ello, se retoma el trabajo propagandístico electoral llevado a cabo en la CDMX, en las elecciones de junio del 2024, en la que se puso de manifiesto el diseño, distribución, colocación y consumo de mensajes gráficos que resultan pérdidas económicas y ponen en duda su utilidad; así mismo generan contaminación ambiental y visual en nuestro hábitat urbano.

Se trata de investigar también las contradicciones o sinsentidos que surgen en los contenidos de sus mensajes durante las campañas en la CDMX. Acorde a los objetivos del Departamento de Investigación y Conocimiento del Diseño: Investigar, fundamentar y estructurar las ciencias, técnicas y artes para el Diseño como un campo específico del conocimiento. Lo que hace conveniente: revisar, criticar y proponer en los cambios normativos sobre sus formas de comunicación. De esta manera, la

investigación coadyuva en los objetivos del Departamento de Investigación y Conocimiento del Diseño, al vincular la investigación con al trabajo académico, en los cursos teóricos de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica.

Finalmente, la División de Ciencias y Artes para el Diseño, forma integralmente a profesionales, especialistas e investigadores con altos niveles de habilitación y competitividad. La investigación propuesta al estar vinculada con las unidades de enseñanza aprendizaje en Diseño de la Comunicación Gráfica coadyuva, con valores, habilidades, destrezas y conocimientos de la herencia cultural e histórica. En la formación crítica, capacidad creativa, a través de procesos formativos, con participación multidisciplinaria al conocer y reconocer a los sujetos históricos dentro de las campañas electorales. Así mismo, enriquecida por actividades y resultados de investigación, para la continuidad reflexiva mediante una formación teórica, científica, técnica y humanística, con respeto al medio ambiente, que los prepara para la resolución de problemas con vinculación social.

Sin más por el momento,

Atentamente



**Dr. Genaro Hernández Camacho**  
Jefe de Área: Hábitat y Diseño  
Departamento de Investigación y Conocimiento  
UAM, unidad Azcapotzalco

CDMX, a 15 de agosto del 2024

**Dr. Genaro Hernández Camacho,**  
**Jefe del Área de Hábitat y Diseño.**  
**Departamento de Investigación y Conocimiento**  
**para el Diseño.**  
**CyAD Azcapotzalco.**  
P R E S E N T E:

De manera cordial y respetuosa, me dirijo a Ud. para solicitarle sea tan amable de efectuar los trámites necesarios para registrar ante el Consejo Divisional de CyAD, el siguiente Proyecto de Investigación: **“Sentido y Sinsentido en el Diseño de la Propaganda Gráfica Electoral”**, para formar parte del **Programa de Investigación “Hábitat y Diseño”**, con número de registro: **P – 003**, basado en el numeral 2.4.2.9, considerando:

El presente estudio versa sobre el trabajo propagandístico electoral llevado a cabo en la CDMX, en las elecciones de junio del 2024, en la que se puso de manifiesto el sinsentido del empleo de soportes de sus mensajes gráficos que ya son obsoletos y que generan contaminación ambiental y visual en nuestro hábitat urbano.

Se trata de investigar también las contradicciones o sinsentidos que surgen en los contenidos de sus mensajes durante las campañas en la CDMX, lo que hace conveniente revisar, criticar y proponer en los cambios normativos sobre sus formas de comunicación.

Así también, esta investigación ayudará al trabajo académico, en los cursos teóricos de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica. Considerando que pasamos por el año electoral más importante en nuestro país porque se eligió a la presidente de la República, en un proceso electoral que se calificó como el más importante de nuestra historia moderna electoral.

Sin más por el momento, estaré pendiente a cualquier ampliación o corrección de datos que me sea sugerido.

**Atentamente**



**Luis Edmundo Zanabria Salcedo**

Profesor investigador del Área de Hábitat y Diseño  
Departamento de Investigación y Conocimiento para el Diseño  
UAM- A, CyAD

**FORMATO DE REGISTRO PARA PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN**

Fecha de inicio:	06 de enero del 2025	Fecha de conclusión:	30 de junio del 2026
------------------	----------------------	----------------------	----------------------

Título del Proyecto: "SENTIDO Y SINSENTIDO DEL DISEÑO DE LA PROPAGANDA GRÁFICA ELECTORAL DEL 2024 EN EL HÁBITAT URBANO DE LA CDMX"
Departamento al que pertenece: INVESTIGACIÓN Y CONOCIMIENTO PARA EL DISEÑO
Área o Grupo en el que se inscribe: HÁBITAT Y DISEÑO

**Programa de Investigación, No. de Registro y cómo enriquece a este**

<p><b>PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN "HÁBITAT Y DISEÑO", NÚMERO DE REGISTRO: P – 003</b></p> <p>Aportará información crítica relevante sobre un fenómeno político electoral que ha sido considerado en la actualidad como innecesario con la llegada de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, lo que provoca descontento en la población porque se convierte en contaminación visual y basura material, lo que incide negativamente en nuestro hábitat urbano.</p>
--

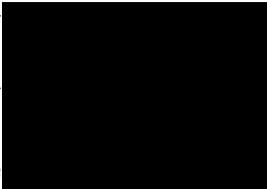
**Proyectos que conforman al programa**

<ol style="list-style-type: none"> <li>N-604 Economía circular y diseño industrial</li> <li>N-620 Diseño para la salud</li> </ol>
---

**Tipo de investigación**

Investigación cualitativa	X		

**Responsable del Proyecto**

Nombre: LUIS EDMUNDO ZANABRIA SALCEDO	No. Económico	
Categoría y Nivel: TITULAR "C"		
Tipo de contratación: T.C.	Firma:	

**Participantes**

Nombre:	Firma:
No. Económico:	
Adscripción:	
Nombre:	Firma:
No. Económico:	
Adscripción:	
Nombre:	Firma:
No. Económico:	
Adscripción:	

## Antecedentes del Proyecto

Con la llegada de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, convivimos entre prácticas viejas y modernas que emplean los distintos partidos políticos para mostrar mensajes a los electores en periodos electorales. Los mensajes gráficos más importantes en la CDMX son los creados y difundidos para elegir presidente de la República, jefe de Gobierno y alcaldes. Pero desde el inicio del nuevo siglo se puso de manifiesto que las prácticas antiguas para la difusión de mensajes gráficos no son ya adecuadas. Lo que las va convirtiendo en contaminación visual y ambiental, además de no quedar clara su eficacia informativa. Con lo anterior, se vuelve a notar en las recientes elecciones del 2 de junio del 2024 el mismo fenómeno, pero con unas variantes en sus contenidos que será valioso destacar en este trabajo de investigación, en lo tocante a cuestiones éticas y estéticas en sus contenidos.

## Sustentación del Tema

En el año electoral del 2024, presenciamos una de las elecciones más competidas en la historia moderna de México, y en el que se llevaron a cabo múltiples elecciones por todo el país y, de todas ellas, la que más importancia tiene es la elección presidencial.

La Ciudad de México suele ser por su importancia histórica y política, una entidad que cualquier partido o coalición desearía ganar. En las elecciones del 2 de junio del 2024, durante tres meses, los partidos o coaliciones participaron con la creación y difusión de múltiples mensajes propagandísticos por todo el país, empleando ciertas estrategias que ya no tienen sentido porque son, en cierta manera, obsoletas.

El enfoque de este trabajo estará en lo que se presentó en la CDMX, sin necesidad de concentrarse en una elección particular, sino que se analizará las formas e intenciones que tienen los competidores al emplear esas maneras de difundir la imagen de sus candidatos para lograr conseguir el voto favorable.

Es hacer evidente también lo que ya no es de gran utilidad para ningún competidor si lo contrastamos con lo que se hace en las redes sociales. Describir la contaminación visual en la CDMX y las toneladas de basura en que se convierten los soportes empleados para sus mensajes después de efectuadas las elecciones, lo que evidentemente perjudica nuestro hábitat urbano.

Es por todo lo anterior, necesario regular este tipo de actividades propagandísticas para que los partidos políticos se hagan responsables de los problemas que ocasionan.

## Objetivos del Proyecto de Investigación

- 1.- Explicar la importancia de la libertad de expresión y difusión de mensajes político electorales en nuestra democracia.
2. Evidenciar la importancia del cuidado ambiental, la ética y la estética urbana durante los procesos electorales.
3. Analizar los mensajes gráficos y las formas en que fueron colocados en la CDMX, durante los tres meses que duraron las campañas políticas en este 2024.

4.-Describir algunos cambios en las estrategias de creación y difusión de sus mensajes propagandísticos en la CDMX.

5. Proponer cambios normativos en la ley electoral que permitan incluir la total responsabilidad de los partidos políticos en la colocación adecuada y el retiro de sus materiales propagandísticos en la CDMX.

6.- Explicar la importancia de la ética y estética en el hábitat urbano de la CDMX.

### Metas

1. Lograr un análisis crítico propositivo para señalar el sentido y sinsentido de algunas prácticas propagandísticas actuales.

2. Señalar la problemática en torno a la libertad de expresión, las cuestiones ética y estética en estos procesos.

3. Argumentar la importancia de la participación de los profesionales de la comunicación visual en la moderna praxis electoral.

4. Explicar la importancia del cuidado de nuestro hábitat urbano.

### Métodos de Investigación

#### CUALITATIVA:

- Participante como observador.
- Investigación-acción.
- Análisis de contenido.

### Plan de Trabajo

Actividades	Fecha	Trimestre
RECOPIACIÓN Y SELECCIÓN DE LA INFORMACIÓN BIBLIOGRÁFICA, HEMEROGRÁFICA Y CIBERGRÁFICA.	ENE – FEB 2025	25 - I
DELIMITACIÓN DEL TRABAJO A PARTIR DE LAS FUENTES CONSULTADAS. ELECCIÓN DE TEMAS CONFORME AL OBJETIVO GENERAL.	MAR – MAY 2025	25 – I
RECOPIACIÓN Y ELECCIÓN DE IMÁGENES DE LOS MENSAJES PROPAGANDÍSTICOS ELECTORALES EN LA CDMX.	JUN – AGO 2025	25 - P
REVISIÓN DE LOS MARCOS JURÍDICOS JURÍDICO EN TORNO A LA LIBERTAD, LOS DERECHOS HUMANOS Y LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN.	SEPT -DIC 2025	25 - O
ANÁLISIS CRÍTICO Y ARGUMENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS DE SOLUCIÓN A LA PROBLEMÁTICA PLANTEADA.	ENE – MAR 2026	26 - I
CONCLUSIONES Y CIERRE DE LA INVESTIGACIÓN.	ABR – JUN 2026	26 - P

**Recursos académicos, materiales, económicos y humanos**

REQUIERO UNA CÁMARA FOTOGRÁFICA DIGITAL Y UNA IMPRESORA.

En caso de que el proyecto de investigación cuente con un convenio de vinculación o se pretenda tenerlo, poner la siguiente información

Organismo solicitante:	Sector:	Número o referencia del convenio instrumento de la vinculación:	
	Social		
	Público		
	Privado		

**Productos de investigación**

TRES REPORTES DE INVESTIGACIÓN.

**Fuentes bibliográficas, hemerográficas y electrónicas**

Arellano, A. (2012). *Campañas negativas en 2006. ¿Cómo afectaron el voto?* México: UIA.  
 Arfuch, L., Chaves, N. & Ledesma, M. (1997). *Diseño y comunicación*. Argentina: Paidós.  
 Bernays, E. (2008). *Propaganda*. España: Ediciones Melusina.  
 Bilbeny, N. (2012). *Ética*. España: Ariel.  
 Bok, S. (2010). *Mentir. La elección moral en la vida pública y privada*. México: UNAM/FCE.  
 Carbonell, M. & Vado, L. (2008). *Libertad de expresión, partidos políticos y democracia*. México: TEPJF.  
 Carmona, J., Peralta, B. & otros. *Derecho a la libertad de expresión*. México: TSJDF.  
 Carpintero, F. (1999). *Libertad y derecho*. México: Escuela Libre de Derecho.  
 Carpizo, J., Gómez, P. & Villanueva E. (2008). *Moral pública y libertad de expresión*. México: BUAP.  
 Del prado, R. (2018). *Ética de la comunicación*. México: GEDISA-Universidad Anáhuac.  
 Faúndez, H. (2004). *Los límites de la libertad de expresión*. México: UNAM.  
 Frascara, J. (2006). *El diseño de comunicación*. Argentina: Ediciones infinito.  
 González, L. & Villanueva, E. (2013). *Libertad de expresión y responsabilidad social*. México: UNAM.  
 Guerrero, L. (2008). *¿Quién decide lo que está bien y lo que está mal?* México: UIA/PyV.  
 Heskett, J. (2002). *El diseño en la vida cotidiana*. México: GG.  
 Infante, F. (2018). *La autonomía del diseño*. España: Universidad de valencia-IUCE-CDAVC.  
 Lizarazo, D., Echeverría, B. & Lazo, P. (2007). *Sociedades icónicas*. México: Siglo XXI.  
 Madero, M. (2010). *Persuasión*. México: Vergara.  
 Ortega, P. & Mínguez, R. (2001). *La educación moral del ciudadano de hoy*. México: Paidós.  
 Ortíz, J. & Navarro, J. (2010). *Ética y política*. México: UdeG/ITESO.  
 Rivera, L. (2011). *Ensayos sobre retórica y diseño*. México: UAM-X.

**Modalidad de difusión**

SEMINARIO EN EL ÁREA DE HÁBITAT Y DISEÑO.

Nota: FAVOR DE NO MODIFICAR EL FORMATO

---

## Fwd: JDIC.159.24 Solicitud de registro de proyecto

1 mensaje

---

Directora de Ciencias y Artes para el Diseño <dircad@azc.uam.mx>

20 de agosto de 2024, 9:00

Para: OFICINA TECNICA DIVISIONAL CYAD - <consdivcyad@azc.uam.mx>

Cc: SECRETARIA ACADEMICA CIENCIAS Y ARTES PARA EL DISENO <sacad@azc.uam.mx>

**Estimada Lic. Lupita y Mtro. Yoshi,**

Por este medio envío la siguiente documentación para turnarla por favor con la Comisión correspondiente.

Muchas gracias y saludos cordiales,

Areli

----- Forwarded message -----

De: **DEPARTAMENTO INVESTIGACION Y CONOCIMIENTO** <investigacionconocimiento@azc.uam.mx>

Date: lun, 19 ago 2024 a las 16:59

Subject: JDIC.159.24 Solicitud de registro de proyecto

To: Director de Ciencias y Artes para el Diseño <dircad@azc.uam.mx>

Cc: Genaro Hernández Camacho <ghc@azc.uam.mx>

MTRA. ARELI GARCÍA GONZÁLEZ

Presidenta del H. Consejo Divisional de CyAD

P r e s e n t e

Por medio de la presente, solicito tenga la amabilidad de turnar a la Comisión encargada

de la revisión, registro y seguimiento de los proyectos, programas, Grupos de investigación, así como de proponer la creación, modificación, seguimiento y supresión de Áreas de investigación, para su análisis, discusión y en su caso trámite

ante el órgano colegiado correspondiente, la solicitud de registro del Proyecto intitulado:

Sentido y Sinsentido en el Diseño de la Propaganda Gráfica Electoral , a solicitud del

responsable Dr. Luis Edmundo Zanabria Salcedo y del Jefe de Área Dr.

Genaro Hernández

Camacho.

Sin más por el momento, reciba un cordial saludo.

Atentamente,

Mtra. Sandra L. Molina Mata

--

Metropolitan Autonomous University  
Head of Research and Knowledge Department

+52 55 5318 9174

@InvestigacionyConocimientoUAMAZC

www.azc.uam.mx

---

 **JDIC159.pdf**  
619K