

## **Materia : Critica del diseño gráfico**

<b>Semestre:</b>	<b>V</b>
<b>Clave:</b>	<b>25835</b>
<b>Área:</b>	<b>Investigaciones Estéticas</b>
<b>Departamento:</b>	<b>Teoría</b>
<b>Tipología:</b>	<b>Teórica</b>
<b>Carácter:</b>	<b>Formativo</b>
<b>Tipo:</b>	<b>Obligatoria</b>
<b>Horas:</b>	<b>Prácticas (01) Teóricas (02)</b>
<b>Créditos:</b>	<b>6</b>
<b>Carreras:</b>	<b>Diseño Gráfico</b>
<b>Elaboró:</b>	<b>D.G. Andrés Robledo Sánchez</b>
<b>Revisó:</b>	<b>Arq. Claudia del Valle Coulon</b>
<b>Fecha:</b>	<b>Junio de 1999</b>

### **Presentación de la materia**

Este curso tiene como finalidad, crear un pensamiento analítico y critico ante las manifestaciones gráficas, y esto le ayude al alumno a ser más efectivo en su producción de diseño y sepa distinguir entre un buen diseño gráfico a uno que no lo es.

En la primera unidad se tratan de una forma global los conceptos más importantes y necesarios, para afianzar la función de estos dentro del campo del diseño y de un juicio crítico.

En la segunda unidad se ofrecen algunos tipos de critica y posturas de comunicación gráfica importantes para entender lo que sustenta a esta actividad en los últimos años.

Por último en la tercera unidad se proponen puntos para desarrollar de una forma ordenada un juicio critico en proyectos gráficos específicos.

### **Objetivo general**

Al finalizar el curso el alumno conocerá, comprenderá y aplicará los conceptos básicos de la critica en el diseño gráfico y poder aplicar métodos de análisis y crítica semiótica, con el fin de desarrollar su capacidad de juicio critico y de autoevaluación.

## UNIDAD 1

### Conceptos y términos básicos para un juicio crítico

#### Objetivo particular:

Conocer y comprender los conceptos y términos básicos de la crítica para el diseño gráfico con el fin de que el alumno tenga una visión amplia del campo de la crítica.

- 1.1 Definición de crítica.
- 1.2 Significado actual de la crítica.
- 1.3 Finalidad de la crítica.
- 1.4 Importancia de la crítica en el Diseño Gráfico.
- 1.5 Conceptos básicos para un juicio crítico.
  - 1.5.1 Criterio de verdad.
  - 1.5.2 Teorías sobre el juicio
  - 1.5.3 Tipos de juicio.
  - 1.5.4 Lo ético, el acto moral y leyes morales.
  - 1.5.5 La ética del diseñador gráfico.
  - 1.5.6 Los valores.
  - 1.5.7 El fin último del hombre.
- 1.6 Lo estético como parte del juicio crítico.
  - 1.6.1 La estética semiótica.
  - 1.6.2 La estética de la información.
  - 1.6.3 Teorías estéticas contemporáneas.
  - 1.6.4 Los estilos a través de la historia.
- 1.7 Modelos y procesos en la comunicación gráfica.
- 1.8 Sistemas simples y complejos en el diseño gráfico.
- 1.9 El rol del diseñador gráfico como profesionistas.

## UNIDAD 2

### Posturas y métodos para realizar un juicio crítico

#### Objetivo particular:

Conocer y comprender algunos tipos de juicios críticos y los ejes teóricos que justifican una postura ante un juicio crítico, ( funcionalismo, estructuralismo, materialismo histórico, humanismo) Así como los sustentos filosóficos que soportan a la comunicación masiva ( corrientes de investigación).

- 2.1 Encuadre para la crítica.
  - 2.1.1 La autocrítica.
  - 2.1.2 Crítica autoritaria.
  - 2.1.3 Crítica de colegas.
- 2.2 Vías de investigación.
  - 2.2.1 Aproximación clásica.
    - 2.2.1.1 Modelo A.I.D.A.
    - 2.2.1.2 Función de la imagen.

- 2.2.2. Crítica de la concepción clásica.
- 2.2.2. Aproximación motivacionista.
  - 2.2.2.1 Los estudios de motivación.
  - 2.2.2.2 La concepción motivacionista de imagen.
  - 2.2.2.3 Una simbología del inconsciente.
- 2.2.3. Aproximación semiológica.
  - 2.2.3.1 Semiología e investigación publicitaria.
  - 2.2.3.2 La interpretación, semiología de la imagen publicitaria
  - 2.2.3.3 Reflexiones críticas.
- 2.2.4. Aproximaciones retórica.
  - 2.2.4.1 De la semiología a la retórica.
  - 2.2.4.2 Retórica de la imagen publicitaria.

## UNIDAD 3

### La práctica del juicio crítico en el diseño gráfico

#### Objetivo particular:

Que el alumno conozca y aplique la metodología para la crítica del diseño gráfico a través de un proyecto gráfico complejo de comunicación.

- 3.1 La crítica del diseño gráfico
  - 3.1.1 La ubicación histórica, social e ideológica.
- 3.2 Lo funcional en el diseño gráfico.
  - 3.2.1 Análisis del diseño en relación con su aspecto semántico, sintáctico y conceptual.
  - 3.2.2 Análisis del diseño en relación , a su origen ( fuente, emisor ).
  - 3.2.3 Análisis del diseño en relación con su receptor.
  - 3.2.4 Evaluación del diseño en relación con sus objetivos de comunicación.
  - 3.2.5 Evaluación como sistema de comunicación.
- 3.3 Lo estético formal en el diseño gráfico.
  - 3.3.1 Evaluación de la semiótica formal ( moda concepto estético ).
  - 3.3.2 Evaluación de la sintaxis formal ( moda concepto estético)
  - 3.3.3 La estética-formal y su relación al sistema de comunicación.
- 3.4 Lo técnico en la comunicación gráfica.
  - 3.4.1 Las técnicas de realización adecuadas a la finalidad ( técnica, tiempo expresión, costo )
  - 3.4.2 Técnicas de reproducción óptimas a la finalidad.

### Mecánica de enseñanza aprendizaje

En las dos primeras unidades como ya son conceptos manejados por el alumno, se pueden hacer equipos de trabajo para dividir los temas y que se expongan en clase, sobre todo para tener un mismo criterio de los elementos más significativos para realizar el análisis crítico, procurando que el maestro entable una dinámica en el grupo para que se tengan diferentes puntos de vista sobre el tema y se llegue a una conclusión general aceptados por todos.

En la tercera unidad el profesor hará ejercicios de cómo se aplica una metodología para realizar un juicio crítico en un proyecto gráfico. Pasando después a que cada alumno o por equipo, haga un juicio crítico de un sistema gráfico ya existente.

---

## Mecanismos de evaluación

Primera y segunda unidad se evaluarán en base a participación en clase y exposición de temas además de examen escrito por unidad, en la tercera unidad se evaluará en base al juicio crítico que se realice de un proyecto gráfico ya existente entregado por escrito considerándose la metodología que se propuso en el curso para tal fin.

---

## Bibliografía básica

HELENA BERISTAIN. *Diccionario de Retórica y Poética*. Editorial Porrúa S.A México 1988.  
MANUEL KANT. *Crítica de la Razón Pura*. Editorial Porrúa S.A México 1979.  
DAVID K BERLO *El proceso de la Comunicación*. Editorial El Ateneo México 1985.  
D.A.DONDIS. *Sintaxis de la Imagen*. Gustavo Gili México 1990.  
NICOLA ABBAGNAND *Diccionario de Filosofía*. Fondo de Cultura Económica México 1987.Editorial.  
ENRICO CARONTINI DANIEL PERAYA. *Elementos de la Semiótica General*. Gustavo Gili Barcelona 1979.  
DAVID VICTOROFF. *La publicidad y la imagen*. Gustavo Gili Barcelona 1980.  
ERWIN PARNOFSKY *El significado de las artes visuales*.