

Materia : Teoría del mensaje gráfico II

Semestre:	II
Clave:	22833
Área:	Investigaciones Estéticas
Departamento:	Departamento de Teoría
Tipología:	Teórica
Carácter:	Formativa
Tipo:	Obligatoria
Horas:	Prácticas (00) Teóricas (03)
Créditos:	6
Carreras:	Diseño Gráfico
Elaboró:	D.G. Claudia Madriz Rico. D.G. Ma Leticia García Rocha
Revisó:	D.I Ana Margarita Avila Ochoa
Fecha:	Junio del 2000

Presentación de la materia

La intención de esta materia es que el alumno obtenga el conocimiento de los principios del Concepto y entender el proceso de constitución del mismo, tomando en cuenta que la noción de comunicación abarca una multitud de sentidos. La proliferación de las tecnologías y la profesionalización de las prácticas no han hecho sino sumar nuevas voces a esta polifonía en un final del siglo que hace de la comunicación la figura emblemática de las sociedades del tercer milenio.

El alumno conocerá y comprenderá, que es Concepto, su tipología, que es un acto de comunicación masivo, sus elementos básicos, características, clasificación y funciones. Así como el manejo de los diferentes medios de comunicación.

Objetivo general

Que el alumno conozca los principios del Concepto y la importancia del mismo para identificar, interpretar y estructurar los elementos esenciales para lograr una síntesis conceptual, lógica y creativa, así como dar soluciones persuasivas al problema de diseño. Para que comprenda y analice cada uno de los elementos que participan en un proceso de comunicación, así como llegar a comprender como los medios masivos de la comunicación, tienen influencia en la sociedad.

UNIDAD 1

El Concepto de Diseño en la Comunicación Gráfica

Objetivo particular:

El alumno conocerá y entenderá la importancia del Concepto, su definición, tipología y su función en el quehacer del Diseño Gráfico, tomando en cuenta la percepción y la relación de los signos con el usuario.

- 1.1 Percepción.
 - 1.1.1 Definición .
 - 1.1.2 Percepción visual, auditiva, olfativa, táctil.
 - 1.1.3 Leyes de la Percepción (Gestalt).
- 1.2 Pragmática.
 - 1.2.1 Definición.
 - 1.2.2 Praxis.
- 1.3 Concepto.
 - 1.3.1 Definición.
 - 1.3.2 Caracterización del concepto.
 - 1.3.3 El concepto y su función.
 - 1.3.4 Tipología de los conceptos.
 - 1.3.5 Concepto de Diseño Gráfico.
- 1.4 Sentido.
 - 1.4.1 Definición.
 - 1.4.2 Tipos de sentido.
- 1.5 Persuasión.
 - 1.5.1 Definición.
 - 1.5.2 Niveles de persuasión.
- 1.6 La representación.
 - 1.6.1 Unidad significativa como recurso creativo de conceptualización.
- 1.7 Tópicos.
 - 1.7.1 Definición.

UNIDAD 2

Comunicación, sociedad y medios

Objetivo particular:

Que se comprendan las principales dimensiones de un acto de comunicación masivo y el papel fundamental que los medios de comunicación de masas desempeñan como instrumentos al servicio de la realidad social en que se encuentran, conociendo los medios masivos, sus elementos básicos y sus características.

- 2.1 Comunicación, sociedad y medios.
 - 2.1.1 Esquema electrónico de comunicación masiva (Shannon-Weaver).
 - 2.1.2 Esquema de comunicación masiva (Lasswell).
 - 2.1.3 Expresión "mass" origen connotación.

- 2.1.4 Definición comunicación de masas.
- 2.1.5 Tipos de comunicación, características, (intra, inter, de masas, etc.).
- 2.1.6 Sociedad de masas y cultura. Herencia y cultura.
- 2.1.7 Actividades o funciones de comunicación.
- 2.1.8 Efectos generales de comunicación.
- 2.2 Medios Masivos de Comunicación.
 - 2.2.1 Definición de Medios de Comunicación.
 - 2.2.2 Antecedentes.
 - 2.2.3 Características.

UNIDAD 3

Clasificación de los medios masivos de comunicación

Objetivo particular:

Conocer los medios masivos, su clasificación y funciones. Sus niveles de información, lenguajes y la forma en que con ellos se relacionan sus receptores para comprender sus potencialidades hacia diferentes usos y servicios, tomando en cuenta la nueva tecnología en el ámbito de la comunicación.

- 3.1 Clasificación
 - 3.1.1 Clasificación (varios autores).
 - 3.1.2 Clasificación de las teorías sobre los Mass Media..
 - 3.1.3 Niveles de Influencia.
 - 3.1.4 Recursos y Lenguajes. (lenguaje sonoro, gestual, olfativo).
 - 3.1.5 Funciones de los Medios.
 - 3.1.6 Relaciones con el Receptor.
 - 3.1.7 Medios, definiciones y características. (Medios visuales y audiovisuales).
 - 3.1.8 Medios Directos e Indirectos.
 - 3.1.9 Gráfica del Entorno.
 - 3.1.10 Definición de Señal, marca, símbolo, logotipo, emblema.
 - 3.1.11 Clasificación, dentro de los productos gráficos.
 - 3.1.12 ¿Qué Futuro tienen los Medios Masivos de Comunicación?
 - 3.1.13 ¿Qué es la Tecnología?
 - 3.1.14 Las Tecnologías como Extensiones de los Medios.
 - 3.1.15 Nuevas Tecnologías de Comunicación.
 - 3.1.16 Efectos de las Nuevas Tecnologías en los Seres Humanos.

Mecánica de Enseñanza Aprendizaje

Explicación teórica por parte del profesor sobre los diferentes temas, elaboración de trabajos, ejercicios en clase, análisis de los temas vistos, investigación y recopilación.

Mecanismos de evaluación

La evaluación se llevará a cabo, considerando la elaboración de trabajos, participación en los ejercicios así como el examen escrito aplicado en las dos primeras unidades.

La tercera unidad se evaluará exclusivamente con trabajos de aplicación de temas.

La calificación final estará integrada por el promedio de las calificaciones obtenidas en las tres unidades.

Bibliografía Básica

- PAOLI ANTONIO. *Perspectivas Teóricas*. Editorial Trillas. México.
- GONZALEZ ALONSO CARLOS. *Principios básicos de comunicación Area taller de lectura y redacción*. Editorial. Trillas. México.
- BELTRÁN y CRUCES RAUL ERNESTO *Publicidad en medios impresos* Editorial. Trillas México.
- REDD HO BLAKE *Taxonomía de conceptos de la comunicación*.
- SALVAT EDITORES *La sociedad de consumo de masas*. Editorial. Salvat Colección temas claves España.
- MATTELART ARMAND Y MICHÉLE *Historia de las teorías de la comunicación*. Editorial. Paidós 1º Barcelona 1997
- FERNÁNDEZ COLLADO CARLOS GORDON L. DAHNKE *La comunicación humana, ciencia social* Mc Graw Hill Primera México 1998.
- RODA SALINAS F.J BELTRÁN DE TENA R. *Información y comunicación* Gustavo Gili Segunda México. 1992.
- PICCINI MABEL NETHOL ANA MARÍA *Introducción a la pedagogía de la comunicación*. Trillas Segunda. México. 1990.
- CALVIMONTES Y CALVIMONTES JORGE *El Periódico*. Editorial Trillas.
- QUIJADA SOTO MIGUEL ANGEL. *La Televisión*. Editorial Trillas.
- ROMO GIL MA CRISTINA. *Introducción al conocimiento y práctica de la Radio* Editorial Diana.
- MARTIN VINYETA. *Dibujando Marcas* Editorial Crear Barcelona.
- ABBAGNANO NICOLA. *Diccionario de Filosofía*. Fondo de Cultura Económica México, 1984.
- GARCÍA SANTIBAÑEZ SAUCEDO. *Referencias Conceptuales en el Diseño Gráfico*. Facultad del Hábitat U.A.S.L.P.
- DONDIS. A DONDIS. *La Sintaxis de la Imagen*. Gustavo Gili Barcelona 1976.