

## Materia : Teoría del mensaje gráfico II

<b>Semestre:</b>	<b>II</b>
<b>Clave:</b>	<b>22150</b>
<b>Área:</b>	<b>Estética</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>03</b>
<b>Créditos:</b>	<b>06</b>
<b>Carreras:</b>	<b>Diseño Gráfico</b>
<b>Elaboró:</b>	<b>LDG. Judith Manzo Sampeiro</b>
<b>Revisó:</b>	<b>M. Arq. Ricardo Alonso Rivera</b>
<b>Fecha:</b>	<b>Nov. 2006</b>

### Presentación de la materia

Teoría del Mensaje Gráfico II es la continuación en la tarea de conocer y comprender el quehacer del diseñador gráfico desde las bases teóricas que definen a la comunicación y anterior a la Teoría del Diseño Gráfico que centra su contenido en el sustento teórico que dio origen y definen el quehacer de la disciplina. Esta materia es complemento de la Lingüística, ambas ubicadas en el mismo nivel horizontal del mapa curricular.

### Objetivo general

Que el alumno conozca y comprenda los aspectos fundamentales del concepto en el Diseño Gráfico, la estructura, los elementos y funciones del mensaje, así como la función de los medios de comunicación con el fin de comprender su aplicación en el proyecto de diseño y llegar a la síntesis conceptual en los talleres de diseño en este nivel del conocimiento.

## UNIDAD 1

### Concepto en el diseño gráfico.

#### Objetivo particular:

El alumno conocerá y comprenderá los aspectos fundamentales de la percepción y el concepto, para aplicarlos en un proyecto de diseño.

#### 1.1 Percepción.

- 1.1.1 ¿Qué es la percepción?
- 1.1.2 Percepción visual, auditiva, olfativa, táctil.
- 1.1.3 Leyes de la Percepción (Gestalt).

#### 1.2 Concepto en el diseño.

- 1.2.1 Orígenes y definición.
- 1.2.2 Concepto en la ciencia
- 1.2.3 Tipos de concepto
- 1.2.4 Función.
- 1.2.5 Significado - Significante
- 1.2.6 Expresión
- 1.2.7 Conceptos abstractos a concretos.
- 1.2.8 Abanico de conceptos.
- 1.2.9 Concepto como generador de ideas.
- 1.2.10 Síntesis conceptual.
- 1.2.11 Idea de comunicación.

## UNIDAD 2

### Elementos del mensaje gráfico.

#### Objetivo particular:

El alumno conocerá y comprenderá los principales elementos de un mensaje, su estructura y relación, para generar mensajes dentro de un proyecto de diseño.

#### 2.1 Mensaje gráfico.

- 2.1.1 ¿Qué es el mensaje gráfico?
- 2.1.2 Función.
- 2.1.3 Estructura y elementos.
- 2.1.5 El Contexto.

#### 2.2 Texto en el mensaje gráfico.

- 2.2.1 ¿Qué es el texto?
- 2.2.2 Función del texto.
- 2.2.3 Tipos de texto.
- 2.2.4 Clases y estructura de enunciados y oraciones.
- 2.2.5 Características de un mensaje textual.
- 2.2.6 Contexto semántico.

2.2.7 Sintaxis del mensaje.

### **2.3 Imagen en el mensaje gráfico.**

2.3.1 ¿Qué es la imagen?

2.3.2 Naturaleza.

2.3.3 Fundamentos.

2.3.4 Génesis.

2.3.5 Concepción.

2.3.6 Simbología.

2.3.7 Gramática.

2.3.8 Manipulación.

2.3.9 Soportes técnicos.

2.3.10 Alfabetidad visual.

2.3.11 Características de los mensajes visuales.

2.3.12 Anatomía del mensaje visual.

### **2.4. Color.**

2.4.1 ¿Qué es el color?

2.4.3 Clasificación.

2.4.4 Función.

2.4.5 Significados.

### **2.5. Configuración del mensaje gráfico.**

2.5.1 Semántica del mensaje visual.

2.5.2 Sintaxis del mensaje visual.

2.5.3 Pragmática del mensaje visual.

## **UNIDAD 3**

### **Funcionalidad del mensaje y medios de comunicación.**

#### **Objetivo particular:**

El alumno conocerá las diferentes funciones del mensaje y los medios de comunicación para de acuerdo a los contenidos establecido por el problema, proponer lo más adecuado para su solución.

### **3.1 Funciones del mensaje.**

3.1.1 Función

3.1.2 Intencionalidad

3.1.3 Conativa.

3.1.4 Referencial.

3.1.5 Poética.

3.1.6 Fáctica.

3.1.7 Metalingüística.

### **3.2. Medios de comunicación.**

3.2.1 Tipos de medios

3.2.2 Definición.

3.2.3 Clasificación.

3.2.4 Función y características

3.2.6 Soportes técnicos.

## Mecánica de Enseñanza Aprendizaje

Explicación teórica por parte del profesor sobre cada uno de los conceptos, con material visual que ejemplifique cada uno de los diferentes temas, elaboración de trabajos, ejercicios en clase y recopilación de ejemplos por parte de los alumnos, para reforzar los conceptos vistos en cada una de las unidades.

## 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 y para la tercera unidad se evaluará con trabajos previstos por el profesor.

## Bibliografía Básica

**ÁVILA** Raúl. *La lengua y los hablantes*, Ed. Trillas. México, 1990.

**BELTRÁN y Cruces** Raúl Ernesto. *Publicidad en medios impresos*, Ed. Trillas. México

**BIBLIOTECA** Salvat de grandes temas. *Teoría de la imagen*, Salvat editores, S.A. Barcelona, 1994.

**BUEN** Abad D. Fernando. *Filosofía de la imagen*, Universidad de Buenos Aires, Argentina, 1999.

**DONIS A.** Dondis. *La sintaxis de la imagen*, Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1976.

**FURONES** Miguel. Aula abierta Salvat. *El mundo de la publicidad*. Salvat Editores, S. A. 1980.

**GARCÍA-Santibáñez** Fernando. *Referencias conceptuales en el diseño gráfico*, Facultad del Hábitat UASLP.

**GONZÁLEZ** Alonso Carlos. *Principios básicos de la comunicación*, Área taller de lectura y redacción. Ed. Trillas. México.

**LÓPEZ** Rodríguez Juan Manuel. *Semiótica de la comunicación gráfica*, Ed. INBA Azcapotzalco. México, 1993.

**NOVAK**, Joseph D y Bob Gowin. *El concepto y sus operaciones*.

**PALAU** María Teresa. *Introducción a la semiótica de la arquitectura*, UASLP. 2002.

**PAOLI** Bolio Antonio. *Comunicación publicitaria*, Ed. Trillas, 1988.

**TAMAYO** y Tamayo Mario. *El proceso de la investigación científica*, Limusa Noriega Editores. 1995

**VICTOROFF** David. *La publicidad y la imagen*, Colección punto y línea. Editorial GG. España, 1980.

**VICTOROFF** David. *La publicidad y la imagen*, Ed. Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1980.

**VILCHIS** luz del Carmen. *Diseño Universo de Conocimiento*, Centro Juan Acha A.C. Segunda edición, México, 2002.

**VILCHIS** luz del Carmen. *Metodología del diseño, fundamentos teóricos*, Centro Juan Acha A.C. Tercera edición, México, 2002.

**VILLAFANE** Justo. *Introducción a la teoría de la imagen*, Ed. Pirámide S.A. Madrid.