

Materia: Expresión en Diseño Gráfico

Semestre:	V
Clave:	
Área:	Estética
Departamento:	Expresión
Tipología:	Practica
Carácter:	Formativo
Tipo:	Obligatoria
Horas:	04
Créditos:	04
Carreras:	Diseño Gráfico
Elaboró:	M. DG. Manuel Guerrero S., DG Claudia Madriz R., DG. Adriana González S.
Revisó:	M. Arq. Ricardo Alonso Rivera
Fecha:	Marzo 2007

Presentación de la materia

Esta materia se presenta en consecuencia de la materia de Expresión, la cual es de orden general y común (interdisciplinario) y pretende el entendimiento del fenómeno de la significación, mientras que la materia de Expresión en Diseño Gráfico pretende desarrollar en el alumno la capacidad de manejar el discurso específico del lenguaje gráfico en forma más convincente.

La materia de Expresión en Diseño Gráfico se presenta con carácter instrumental hacia el nivel 5° de taller de síntesis, en el cual se tiene el objetivo de Expresión. Para este momento, el alumno estará más avanzado en su conocimiento sobre los contextos culturales, de forma tal que ello sea el "referente" sobre el cual se desarrollen los mecanismos de la interpretación y manejo de los lenguajes del Diseño Gráfico.

La Expresión en Diseño Gráfico es complementaria de la materia de Análisis de proyectos (que aporta el conocimiento de un amplio repertorio de proyectos). La diferencia estriba en que en la semiótica de Diseño Gráfico se aborda y se profundiza en el aspecto expresivo de acuerdo a convencionalismos culturales y finalmente la crítica desarrolla en el alumno la capacidad para emitir un juicio crítico sobre el quehacer de la disciplina.

Objetivo general

Desarrollar en el alumno la capacidad de manejar la expresión del discurso gráfico (lenguaje) de manera eficiente, con lo cual se pretende que el diseñador pueda aspirar a una interpretación del usuario en forma más acorde a su intención.

UNIDAD 1

La expresión y el objeto de significación

Objetivo particular:

En esta unidad se pretende que el alumno conozca y analice las dimensiones del signo y sus relaciones: la semántica, la sintaxis y la pragmática visual, en la síntesis del mensaje gráfico como base para la comprensión y elaboración del mensaje gráfico.

1.1 Objeto de Significación

- 1.1.1 Signo
- 1.1.2 Índice
- 1.1.3 Símbolo

1.2 Semántica formal en el mensaje gráfico.

- 1.2.1 Definición.
- 1.2.2 Gestación de un significante gráfico.
- 1.2.3 Significado y expresión gráfica.
- 1.2.4 Tipos de Significantes.
 - 1.2.4.1 Significado de la forma.
 - 1.2.4.3 Significado de la luz y la sombra: el contraste visual.
 - 1.2.4.4 Significado de la textura óptica.
- 1.2.5 Significados directos y diferidos
- 1.2.6 Denotación, connotación en el mensaje gráfico.
- 1.2.7 Diferencia entre significados espontáneos, asociados y convencionales.

1.3 Sintáctica.

- 1.3.1 La estructura como soporte de la expresión visual.
- 1.3.2 Forma lógica, estructura y unidad formal.
- 1.3.3 Articulación de los signos en el mensaje gráfico.
- 1.3.4 Los procedimientos de estructuración Sintáctica

1.4 Pragmática.

- 1.4.1 Definición.
- 1.4.2 Pertinencia y potencialidad de expresión.
- 1.4.3 La Ambigüedad Gestáltica y comprensiva.
- 1.4.4 La actitud del intérprete. (Contextualizar)
- 1.4.5 El Designatum.
- 1.4.6 El proceso pragmático.

1.5 Códigos visuales.

- 1.5.1 Definición del concepto de código en la comunicación visual.
- 1.5.2 Códigos de expresión y códigos de contenido.
- 1.5.3 Códigos externos de la comunicación visual o contextual.
- 1.5.4 Incidencia de los códigos antropológicos en los códigos visuales.

1.6 Taxonomía de los códigos visuales.

- 1.6.1 Cromático
- 1.6.2 Tipográfico
- 1.6.3 Fotográfico
- 1.6.4 Morfológicos

1.7 Códigos de George Peninou para el análisis visual.

- 1.7.1 Códigos Tipográficos, cromático, fotográfico, Morfología (recorrido Visual).
- 1.7.2 Construcción Focalizada, Axial. de profundidad, Secuencial.

UNIDAD 2

Lenguaje en el Diseño Gráfico

Objetivo particular:

Mediante el conocimiento y análisis de la conformación de las “convenciones” del lenguaje, las cuales son los medios necesarios para comprender el diseño y producir en consecuencia una interpretación (que genere significados), esta unidad busca capacitar al alumno para manejar la interpretación del lenguaje gráfico; dado que la interpretación no viene de la nada, sino que es necesario conocer (estar capacitado) el campo de interpretación.

2.1 Lenguaje

- 2.1.2 Lenguaje verbo – icónico
- 2.1.3 Recursos del lenguaje
 - 2.1.3.1 Morfológicos
 - 2.1.3.2 Semánticos
 - 2.1.3.3 Psicológicos
 - 2.1.3.3.1 Lógicos
 - 2.1.3.3.2 Oblicuos
 - 2.1.3.3.3 Patéticos

2.2 Retórica de la imagen

- 2.2.1 La retórica en la imagen como herramienta para la configuración del mensaje.
- 2.2.2 Figuras retóricas más usuales en el diseño gráfico.
Metáfora, metonimia, sinécdoque, paráfrasis, antítesis, alusión, evocación, paradoja, ironía, sarcasmo, reticencia, atenuación, gradación, hipérbole y repetición.

2.3 Discurso en el Diseño Gráfico

- 2.3.1 Discurso y mensaje Gráfico.
- 2.3.2 El contexto: enfoque estructural. Aspectos semánticos, sintomáticos y paradigmáticos.
- 2.3.3 Tipos de Discurso
Político, propagandístico, educativo, plástico, religioso, ornamental, perverso, híbrido.
- 2.3.4 Significado contextual y sentido de la comunicación visual.
- 2.3.5 Temporalidad y cambios de significado en el discurso.

UNIDAD 3

Análisis del discurso gráfico actual

Objetivo particular:

Generar las posibles interpretaciones del lenguaje actual del diseño, mediante un modelo de análisis que permita reconocer la interpretación del usuario y la sociedad por una parte y por la otra, del propio diseñador como generador del diseño.

3.1 Modelo de comunicación gráfica

3.2 Modelo de análisis semiótico en la comunicación gráfica

- 3.1.1 Emisor
 - 3.1.1.1 Función intencionalidad
- 3.1.2 Mensaje
 - 3.1.2.1 Función Estética o Poética
- 3.1.3 Receptor
 - 3.1.3.1 Función Conativa
- 3.1.4 Contexto
 - 3.1.4.1 Función Referencial
- 3.1.5 Código
 - 3.1.5.1 Función Metalingüística
- 3.1.6 Conclusiones

3.3 Aplicación de la semiótica en el Diseño Gráfico

- 3.3.1 Análisis semiótico de proyectos del ámbito internacional
- 3.3.2 Análisis semiótico de proyectos del ámbito latinoamericano
- 3.3.4 Análisis semiótico de proyectos del ámbito nacional

3.4 Conclusiones

Estrategias de Aprendizaje

El profesor hará la exposición del tema, referido a ejemplos que ilustren los conceptos vistos en clase. El alumno deberá aplicar los conocimientos de ejercicios relativos al tema, así como investigar acerca de casos que amplíen más su comprensión y visión de lo expuesto por el profesor, se recomienda que los ejercicios para el análisis sean los vistos en el programa de Análisis de proyectos de Diseño Gráfico pero sin perder de vista el objetivo de cada materia.

En la tercera unidad, se plantea que el modelo de análisis semiótico en la comunicación gráfica se vea como un método de análisis, de manera breve y que se haga énfasis en el análisis semiótico de proyectos en el ámbito internacional, latinoamericano y nacional en la mayor parte de la unidad para dar lugar a la reflexión.

Mecanismos de evaluación

El alumno deberá aplicar los conocimientos de ejercicios relativos al tema, así como investigar acerca de casos que amplíen más su comprensión y visión de lo expuesto por el profesor.

Bibliografía básica

- BAUDRILLARD, Jean. *“El Sistema de los objetos. Ed Siglo XXI”*, 4º Edición Mex. 1978.
- CARONTINI Enrico, Peraya Daniel. *“Elementos de Semiótica general, el proyecto semiótica”* 1979.
- COLE, David. *“Marketing”*. Editorial. Fondo de cultura económica, EEUU 2002.
- ESQUEDA, Román. *“El juego del diseño, un acercamiento a sus reglas de interpretación creativa”*. Editorial Designio
- F, CASSETI. *“Introducción a la semiótica”*. Editorial Fontanelia.
- FAWCETT-TANG, Roger. *“Formatos experimentales libros- folletos- catalogos”* Ed. Index Book Barcelona 2000
- FIELD, Cahlotte & Peter. *“Graphic Design for the 21st Century”*, Ed. Taschen Italia 2003
- FISHEL, Catharine. *“Rediseño de la imagen corporativa.”* Editorial Gustavo Gilli. México 2000
- FRIEDL, Friedrich, OTT, Nicolaus, STEIN, Bernard. *“Typography : when, who, how”*, Ed. Könemann 1998
- NEWARK, Quentin. *“¿Que es el Diseño Gráfico? Manuel de Diseño”*, Ed. GG. Barcelona 2002
- GUIRAUD, Pierre. *“La semiología María Teresa Poyrazian”*. Edit Siglo XXI de México 1984.
- GRIJELMO, Alex, *“La seducción de las palabras”*. Un recorrido por las manipulaciones del pensamiento.” Taurus Pensamiento, México, 2002
- LÓPEZ-RODRÍGUEZ, Juan Manuel. *“Semiótica de la Comunicación Gráfica”*, EDINBA, UAM Azcapotzalco, México, 1993.
- PRIETO, Castillo Daniel. *“La semiótica de la Imagen en la comunicación colectiva”*. Edit UAM.
- PRIETO, Castillo Daniel. *“Elementos para el análisis de mensajes”*. Edit UAM.
- RUARI, MC. Lean. Hermann. Blumen GERMANI- FABRIS. *“Fundamentos del proyecto Gráfico.”*
- TAPIA, Alejandro, *“El diseño.”* Editorial Designio Teoría y practica, 2003

Revista a! Diseño

Links internacionales

www.amoebacorp.com
www.cyan.de
www.davidcarsondesign.com/
www.emigre.com
www.firstbornmultimedia.com
www.frostdesign.com
www.imageandarte.com
www.imaginaryforces.com
www.mariscal.com
www.mehdisaeedi.com
www.metadesign.com
www.muca.cz
www.museedelapub.org
www.pentagram.com
www.rebeccafosterdesign.com
www.sagmeister.com

links regionales

www.arandagrafica.blogspot.com
www.cocinagrafica.com
www.elveno.blogspot.com
www.hematoma.com.mx
www.hulahula.com.mx
www.kimera.com.mx
www.lmtgrafica.com
www.lourdeszolezzi.com