



# COMUNICACION VISUAL

IF172



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
CARRERA DE LICENCIATURA EN ECONOMÍA

## ACADEMIA DE DISEÑO Y REPRESENTACIÓN

PROGRAMA DE CURSO							
I	NOMBRE DE LA MATERIA		COMUNICACIÓN VISUAL				
	TIPO DE ASIGNATURA		CURSO TALLER	CLAVE	IF172		
II	CARRERA		COMUNICACIÓN MULTIMEDIA				
	AREA DE FORMACIÓN		BÁSICA PARTICULAR OBLIGATORIA				
III	PRERREQUISITOS						
IV	CARGA GLOBAL TOTAL		80	TEORÍA	40	PRÁCTICA	40
V	VALOR EN CRÉDITOS						
FECHA DE CREACIÓN	MAYO 2001	FECHA DE MODIFICACIÓN	Julio de 2014	FECHA DE EVALUACIÓN	2014		

### VI. OBJETIVO GENERAL

El alumno es capaz de aplicar la comunicación visual, tanto en su teoría como en la práctica, en diversos aspectos del área profesional; en específico aquellas relacionadas con el manejo de imágenes tanto fijas como en movimiento. De igual forma obtiene la capacidad de analizar la existencia del fenómeno comunicacional en los medios impresos, gráficos, así como audiovisuales (cine y televisión). Así mismo esta naturaleza analítica es puesta en práctica por el alumno con los ejercicios que realiza a lo largo del curso.

### OBJETIVOS PARTICULARES:

1. Se brindará al alumno las definiciones y aplicaciones para comprender lo relacionado a la composición, manejo gráfico y balance. Se trabajará con base en el modelo semiótico de análisis, mismo que se conforma del híbrido entre las teorías de Greimas, Barthes y los estudios psicológicos del color de Max Lüscher.

### VII. CONTENIDO TEMÁTICO DESARROLLADO

#### I. LENGUAJE VISUAL

Código, ícono y Símbolo Significados y significantes

#### II. SEMIÓTICA

Antecedentes históricos

Semántica

Sintaxis

Pragmática

Modelo Actancial de Algirdas Julien Greimas

Modelo semiótico de Roland Barthes



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Psicología del color de Max Lüscher

## III. COMPOSICIÓN TIPOLOGÍA DE LOS PLANOS Y ENCUADRES

Movimientos de cámara Ángulos visuales  
Manejo del color y balance

## IV. LOS MEDIOS VISUALES

La fotografía

Toma fotográfica a blanco y negro Toma fotográfica a color El diseño gráfico Televisión y cinematografía Narrativa  
y lenguaje Formatos televisivos Géneros cinematográficos

## V. ANÁLISIS SEMIÓTICO DE MEDIOS VISUALES Y REALIZACIÓN DE EJERCICIOS DE COMUNICACIÓN VISUAL

La fotonovela

El reportaje gráfico

Desplegado Publicitario

El spot comercial

El cortometraje

## PRIMERA UNIDAD

### Lenguaje Visual

**OBJETIVO:** Que el alumno comprenda los elementos necesarios, así como las definiciones de aquellos términos que serán de aplicación futura a lo largo del curso.. **EJERCICIOS Y ACTIVIDADES:** exposición del profesor y participación de los alumnos.

**METODOLOGÍA:** EL profesor dará las explicaciones necesarias para garantizar la comprensión entre los miembros del grupo.

## SEGUNDA UNIDAD

### Semiótica

**OBJETIVO:** Conocer los aspectos históricos, evolutivos, así como prácticos de la semiótica y la aplicación que se tiene en la actualidad.

**EJERCICIOS Y ACTIVIDADES:** Exposición por parte del profesor y participación de los alumnos.

**METODOLOGÍA:** La exposición hacia el alumno debe de brindar las herramientas necesarias para la comprensión del grupo.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## TERCERA UNIDAD Composición

**OBJETIVO:** Comprender la importancia de utilizar el acomodo adecuado, en términos de balance de imagen, para lograr la captura adecuada de las imágenes, ya sean fijas o en movimiento.

**EJERCICIOS Y ACTIVIDADES:** Explicación del profesor, participación de los alumnos.

**METODOLOGÍA:** Los alumnos trabajarán en clases mientras el profesor les asesora.

## CUARTA UNIDAD

### Los medios visuales

**OBJETIVO:** Comprender, a través de ejemplos y análisis, la aplicación teórica-práctica de la comunicación visual en los distintos medios que la empleen.

**EJERCICIOS Y ACTIVIDADES:** Explicación del profesor, participación de los alumnos, analizando y poniendo en discusión los ejemplos presentados por el profesor.

**METODOLOGÍA:** Los alumnos trabajarán en clases mientras el profesor les asesora.

## QUINTA UNIDAD

### Análisis semiótico de medios visuales y realización de ejercicios de comunicación visual

**OBJETIVO:** Poner en práctica todos los elementos vistos en clases.

**EJERCICIOS Y ACTIVIDADES:** Realización de fotonovela, reportaje gráfico, desplegados publicitarios, spot comercial y cortometraje en video. Aplicando las teorías y otros elementos vistos en clase.

**METODOLOGÍA:** Los alumnos recibirán asesoría del profesor en el aula, para que después lleven a cabo las tareas asignadas fuera del salón.

## VIII. MODALIDAD DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

El curso se propone que se lleve a cabo a manera de taller, con un bagaje teórico previo para comprensión e ilación de conceptos. El profesor Solicitará la participación directa del alumnado, trabajando en conjunto para la resolución de problemas, así como para la calificación de trabajos. El alumno Trabajará en equipos para el cumplimiento de las tareas asignadas, fuera y dentro del aula.

## IX. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Christakis, Nicholas, A. Fowler, James H., 2010, Conectados, ed. Taurus  
Fernández, Carlos, Galguera, Laura 2009, Teorías de la Comunicación, ed. Mc Graw Hill  
González Alonso, Carlos, 2008, Principios Básicos de la Comunicación, ed. Trillas  
Paoli, J. Antonio, 2007, Comunicación e Información, ed. Trillas, México  
Dominick, Joseph R., 2006, La Dinámica de la Comunicación Masiva, ed. Mc Graw Hill  
González, Carlos, 2001, Principios Básicos de la Comunicación, ed. Trillas, México  
Berlo, David K., 2000, El Proceso de la Comunicación, ed. Ateneo, Venezuela  
Pérez Tornero, José Manuel, 2000, Comunicación y Educación en la Sociedad de la Información, ed. Paidós.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

ESCUELA DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Verderber, Rudolph F., Verderber, Kathleen S., ¡Comunicate!, ed. Cengage Learning 2009  
León, José Luis, 2008, Persuasión Pública, ed. Argitaipen Zerbitzua  
Toussaint, Florence, 2001, Crítica de la Información de Masas, ed. Trillas, México  
Popper, Karl R., Condry, John 1998, La Televisión es Mala Maestra, Ed. Fondo de Cultura Económica  
<http://www.razonypalabra.org.mx>  
<http://www.etcetera.com.mx>  
<http://www.adbusters.org>  
<http://www.revistareplicante.com>  
<http://www.elrincondelvago.com>

## X. CONOCIMIENTOS, APTITUDES, ACTITUDES, VALORES, CAPACIDADES Y HABILIDADES QUE EL ALUMNO DEBE ADQUIRIR

El alumno debe ser competitivo, propositivo, crítico y autocrítico, con disponibilidad para desarrollarse en la clase y llevar a cabo las tareas asignadas en tiempo y forma.

### Actitud:

Positivo respecto al curso en todos sus aspectos, desarrollo de actividades, pensamiento reflexivo y de actitud colaborativa respecto al resto del grupo y situado en el contexto de su realidad.

### Valores:

Se pretende que el alumno al finalizar el curso, le permita manifestar su identidad en relación a sus nuevos conocimientos tanto en su trayecto escolar con su delación con el exterior. El alumno comprenderá la importancia del manejo de los códigos visuales, tanto en su análisis como en su aplicación a través de los medios masivos de información. Identificando, analizando y aplicando este conocimiento en el ejercicio de su profesión.

## Competencias Transversales

### I. Instrumentales

#### Análisis y síntesis:

El alumno presenciará varios productos visuales en los cuales tendrá que analizar los mecanismos y componentes discursivos empleados para la transmisión del mensaje.

#### Resolución de problemas:

El grupo desarrollará diversos ejercicios de manera individual y grupal donde tendrán que diseñar estrategias a implementar en un trabajo.

**Habilidades formativas básicas y avanzadas de una profesión:** El alumno comprenderá la importancia primordial que tiene en su profesión el correcto diseño del mensaje, así como la oportuna selección del medio o soporte adecuado, lo que le permitirá ser más competitivo en su ramo.

**Comunicación oral y escrita:** A través del curso, el alumno tendrá que presentar varios reportes impresos donde desarrollará su capacidad discursiva además de que implementará la sintaxis y sus conocimientos ortográficos.

### II. Interpersonales

#### Razonamiento crítico:



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

A través de la exposición de ejemplos visuales y la discusión de los mismos, el alumno ampliará su capacidad discursiva fundamentada en el razonamiento crítico.

## **Pensamiento estratégico:**

En los ejercicios por equipo, los alumnos tendrán que diseñar estrategias de trabajo, administrar recursos, delegar responsabilidades, lo que requerirá la implementación de un pensamiento calculador.

**Compromiso ético:** El alumno será consciente de la ética implícita en su profesión y la importancia social de su correcta aplicación. Se implementarán dinámicas donde se discuta sobre el tema y sus alcances.

## **Reconocimiento de la diversidad y multiculturalidad:**

Es importante que el alumno tenga conocimientos de cultura general para que sus propuestas estén basadas en la realidad y no atenten contra la sensibilidad de grupos sociales que convergen en la sociedad.

### **III. Sistémicas**

#### **Creatividad:**

El alumno deberá proponer soluciones de una forma novedosa y creativa pero también efectiva.

#### **Liderazgo:**

Es importante que el alumno muestre liderazgo siendo proactivo.

#### **Investigación:**

Es una parte de vital importancia en el proceso creativo pues de aquí depende que el resultado sea efectivo y cumpla con su cometido.

#### **Autogestión:**

Se debe de ser capaz de identificar problemas y proponer soluciones sin esperar a que estas se pidan.

### **XI. CAMPO DE APLICACIÓN PROFESIONAL**

Las habilidades que el alumno adquirirá durante y después del curso, se pretenden que se vean manifestadas en el análisis iconográfico en los diversos medios que emplean los códigos visuales como forma de expresión. Al tener esta capacidad analítica se podrá participar con mayor conciencia en la realización de mensajes para dichos medios. Por lo que el área laboral que se relaciona directamente es: el diseño gráfico, la fotografía, la publicidad, televisión y cinematografía.

### **XII. EVALUACIÓN**

#### **1) ASPECTOS A EVALUAR Y % DE C/UDE LOS CRITERIOS**

- 2) Propuesta y nivel creativo 40%
- 3) Desarrollo en taller 30%
- 4) Oficio: manufactura y presentación 30%

Gustavo

Bepch

[Signature]

[Signature]

[Signature]

[Signature]

[Signature]

[Signature]

[Signature]



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## 2) MEDIOS DE EVALUACIÓN

Proyecto final 30% Examen semestral 20% Participación en clase y taller 10% Proyectos 30% Ejercicios 10% Total 100% Se requiere un mínimo del 80% de asistencia y trabajos para poder aprobar la materia en ordinario. No se aplica examen extraordinario.

## 3) MOMENTOS DE EVALUACIÓN

Evaluación continua, por parte del profesor Dinámicas de evaluación grupal.

## XIV. MAESTROS QUE IMPARTEN LA MATERIA

Carlos Alberto Michel Meza, L.C.T.C.

## XV. PROFESORES PARTICIPANTES


Carlos Alberto Michel Meza, L.C.T.C.

CREACIÓN DEL CURSO:

MODIFICACIÓN DEL CURSO: Julio 2014

EVALUACIÓN DEL CURSO: Julio 2014

  
\_\_\_\_\_  
MTRO. CANDELARIO MACEDO  
PRESIDENTE DE ACADEMIA DE ARTE  
Y REPRESENTACIÓN

  
\_\_\_\_\_  
DR. GUSTAVO ANGELES  
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE ARTES,  
EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

  
\_\_\_\_\_  
DR. EDMUNDO ANDRADE  
DIRECTOR DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS  
SOCIALES Y ECONÓMICOS