



LICENCIATURA EN INGENIERÍA EN  
COMUNICACIÓN MULTIMEDIA

# PSICOLOGIA DE LA VISION

## IF200



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISION DE CIENCIAS BIOLÓGICAS Y DE LA SALUD  
DEPARTAMENTO PSICOLOGÍA

ACADEMIA DE						
PSICOLOGÍA MULTIDISCIPLINARIA						
I	NOMBRE DE LA MATERIA	PSICOLOGIA DE LA VISION				
	TIPO DE ASIGNATURA	CURSO-TALLER	CLAVE	IF200		
II	CARRERA	ING. EN COMUNICACION MULTIMEDIA				
	ÁREA DE FORMACIÓN	OPTATIVA ABIERTA				
III	PRERREQUISITOS	NINGUNO				
IV	CARGA GLOBAL TOTAL	80	TEORÍA	48	PRÁCTICA	32
V	VALOR EN CRÉDITOS	8				
FECHA DE CREACIÓN	01/02/2011	FECHA DE MODIFICACIÓN	01/01/2012	FECHA DE EVALUACIÓN	01/01/2012	

**Presentación:** La importancia de la asignatura radica en que los alumnos y alumnas establezcan los fundamentos básico del proceso biopsicosocial del proceso visual. Además de conceptualizar los diversos momentos de la percepción, haciendo especial énfasis en la percepción visual específicamente, y los efectos causados en los espectador de los diversos formas de presentación visual de la información, sin descuidar el o los elementos formativos, en la transmisión de un mensaje visual.

De tal manera que el fundamento básico de la asignatura, es el reconocimiento de que los seres humanos poseemos patrones fisiológicos de percepción visual, y que sin embargo el factor social con el que cada persona interactúa va permitiendo que el proceso de percepción visual sea muy diverso, es decir subjetivo.

Y concluye con la aplicación de estos conocimientos sobre el proceso visual, en el campo laboral (ergonomía) y productivo con el diseño de diversos productos.

### Perfil Formativo del Estudiante:

Se espera de los alumnos y alumnas que cursen la materia cuenten con las siguientes características:

- >Que se puntual en la entrega de tareas y actividades asignadas.
- >Que reflexione y profundice en sus tareas, actividades; trata de hacer una aportación personal en los contenidos expuestos por el o por algún miembro de otro equipo.
- >El alumno emplea un vocabulario amplio, adecuado y comprensible.
- >Hace un buen uso de los programas de Excel, power-point, Word, además de programas de diseño de imágenes y video.
- >Que se palpable un claro desarrollo de su creatividad en la exposición visual por equipo, con propuestas innovadoras en sus actividades de aprendizaje, además de que la presentación siga una estructura lógica.

### Objetivos:

1. El alumno desarrollará la habilidad de relacionar los diferentes momentos del proceso de la percepción visual, con el impacto psicológico de los diferentes elementos visuales necesarios para la elaboración de productos de comunicación grafica elaborados a través de herramientas digitales.
2. Que el alumno reconozca el valor del trabajo en equipo, como un recurso indispensable en todo asunto de comunicación humana.

### Contenidos Temáticos:



**Contenido Temático Sintético:**

**Unidad 1 Psicología de la Percepción Visual Introducción.**

1.2 Percepción Visual y Comunicación.

1.3 Proceso atención-sensación-percepción.

**Unidad 2 Percepción**

- Definición.
- Características de la Percepción.
- Etapas de la percepción.

**Unidad 3 El Sistema Visual**

3.1 Introducción.

3.2 Elementos estructurales y funcionales del ojo humano.

3.3 Funcionamiento del sistema visual.

3.4 Capacidades y limitaciones del sistema visual.

**Unidad 4 Percepción de la Forma y el Movimiento**

4.1 Percepción de la forma.

4.2 Principios psicológicos que determinan la percepción de la forma.

4.3 Leyes de la Gestalt.

**Unidad 5 Percepción del Color**

5.2 Proceso psicofisiológico de la percepción del color.

5.3 Dimensiones del color.

**Unidad 6 Aspectos Psicológicos del Color**

6.1 Introducción.

6.2 Conceptos y emociones asociados al color.

**Unidad 7 Aplicaciones de la Percepción Visual en el Diseño**

7.1 Introducción.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISION DE CIENCIAS BIOLÓGICAS Y DE LA SALUD  
DEPARTAMENTO PSICOLOGÍA

- 7.2 Lineamientos generales en el entorno visual de estaciones de trabajo.
- 7.3 Iluminación y Color.
- 7.4 Lineamientos generales en el diseño de indicadores visuales estáticos y dinámicos.
- 7.5 Lineamientos generales en el diseño de productos de consumo.
- 7.6 Principios generales en la aplicación del color en el diseño de envases.
- 7.7 Lineamientos generales en medios publicitarios.
- 7.8 Consideraciones generales para la preparación de material impreso.

## Bibliografía.

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

[HTTP://WWW.SIA.UDG.MX/LIBROELECTRONICO/VISUALIZAR/INICIO.ASP?CLAVE=IF200](http://www.sia.udg.mx/libroelectronico/visualizar/inicio.asp?clave=if200)

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- ALFREDO ARDILA. PSICOLOGÍA DE LA PERCEPCIÓN, MÉXICO TRILLAS 1980. 423 P. : IL. ; 22 CM.
- SENSACION Y PERCEPCION, STANLEY COREN, LAWRENCE WARD MAC. GRAW HILL
- GOLDSTEIN, E. BRUCE: SENSACIÓN Y PERCEPCIÓN ,E. BRUCE, GOLDSTEIN ,MÉXICO THOMSON 1999. VILLAFANA GÓMEZ, GEORGINA.:
- EDUCACIÓN VISUAL CONOCIMIENTOS BÁSICOS PARA EL DISEÑO, MÉXICO TRILLAS 2003.,PIERANTONI, RUGGERO, 1934-:
- EL OJO Y LA IDEA FISIOLÓGICA E HISTORIA DE LA VISIÓN ,RUGGERO PIERANTONI; TR. ROSA PREMAT. BARCELONA PAIDÓS 1984 GOMBRICH, E. H.:
- LA IMAGEN Y EL OJO NUEVOS ESTUDIOS SOBRE LA PSICOLOGÍA DE LA REPRESENTACIÓN PICTÓRICA ,E. H. GOMBRICH; VERS.CASTELLANA DE ALFONSO LÓPEZ LAGO Y REMIGIO GÓMEZ DÍAZ. ,MADRID DEBATE 2000.

**Evaluación del aprendizaje:** El alumno manifestará un dominio conceptual de los contenidos de la materia, y una actitud de colaboración, en el trabajo grupal y por equipo.

- **TRABAJO INDIVIDUAL** (tareas, materiales, etc.) 20 puntos.
- **TRABAJOS EXPOSICIÓN POR EQUIPO** ( el mismo del trabajo final)20 puntos.
- **2 EXAMENES** parciales 20 puntos, divididos en 2 exámenes, (uno después de la 4ta. Unidad y un segundo después de la séptima unidad).
- **TRABAJO FINAL POR EQUIPO** (6 EQUIPOS uno por unidad, la primera unidad la imparte el profesor a manera de modelamiento) 40 puntos.

## Características de los trabajos



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISION DE CIENCIAS BIOLÓGICAS Y DE LA SALUD  
DEPARTAMENTO PSICOLOGÍA

## **ESCRITOS:**

- Trabajos originales.
- Sin errores ortográficos.
- Entrega en tiempo y forma CD o Correo electrónico, (portada con los siguientes datos: nombre del alumno, del tema que se aborda, fecha) número de página, letra Arial 12, conclusión o apreciación personal del tema abordado, referencias bibliográficas y/o direcciones de Internet.

## **EXPOSICIÓN POR EQUIPO**

- Materiales gráficos de apoyo.
- Participación de todos los integrantes del equipo.
- Copia digital para todo el grupo y profesor.