



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Signos y Códigos Visuales
CÓDIGO	:	DS06
CICLO	:	202102
CUERPO ACADÉMICO	:	Petzold Horna, Barbara Ilse Valecillos Villarreal, Hazael
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	16
HORAS	:	3 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Diseño Industrial

II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

III. INTRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN

Signos y códigos visuales es un curso general de la Facultad de Diseño, de carácter teórico-práctico. Introduce al estudiante en los fundamentos de la comunicación visual, como disciplina que estudia los lenguajes, los discursos y sus estructuras, los signos en la vida social y explica cómo el ser humano interpreta el entorno, crea conocimiento y lo comparte.

Siendo el diseñador un comunicador es importante que estudie el lenguaje visual; es decir, el pensamiento visual convertido en imagen, describiendo (sintaxis) e interpretando mensajes (semántica) en textos visuales, con actitud crítica y holística, articulando diversos universos de sentido (pragmática).

PROPÓSITO

El curso sienta las bases del estudio y la producción de imágenes, desarrollando las competencias generales de Pensamiento crítico y Comunicación oral, así como la competencia específica de procesos del diseño, todas a nivel de logro 1. Además, en articulación con otras asignaturas, capacita al estudiante en crear con autonomía productos de diseño con objetivos estratégicos, enfatizando la relevancia del mensaje.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

LOGRO DEL CURSO

Al finalizar el curso, el estudiante interpreta mensajes de la comunicación a través del diseño en el marco teórico de la semiótica, considerando la sintaxis, el contexto y el medio en el que se realiza, con argumentos válidos desde una perspectiva crítica.

COMPETENCIA 1. PENSAMIENTO CRÍTICO (nivel 1): Capacidad para conceptualizar, aplicar, analizar y/o evaluar activa y hábilmente información recogida o generada por la observación, experiencia, reflexión o

razonamiento, orientado hacia el desarrollo de una creencia o acción.

COMPETENCIA 2. COMUNICACIÓN ORAL (nivel 1): Comprende y transmite, con eficiencia y eficacia, mensajes pertinentes y apropiados en contextos de comunicación oral, respetando las condiciones y necesidades de los entornos académicos o profesionales que correspondan.

COMPETENCIA 3. PROCESOS DEL DISEÑO (nivel 1): Capacidad para aplicar metodologías y estrategias que permitan considerar todas las variables de un proyecto y aseguren el resultado óptimo para el objetivo planteado.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 Sensación y percepción

LOGRO

Competencias: Pensamiento crítico y proceso del diseño

Logro de la unidad: Al finalizar la unidad, el estudiante explica de manera objetiva los procesos perceptivos y las leyes que rigen su funcionamiento.

TEMARIO

Semana 1:

Contenido:

Funcionamiento de los sentidos

El proceso de la percepción

Actividades de aprendizaje

- Pautas del curso y lineamientos sobre el plagio

- Investigación

- Discusión grupal

Bibliografía:

Green, H. (2015). Sensation & Perception ¿ Crash Course psychology.

Semana 2:

Contenido:

Las leyes de la percepción

Actividades de aprendizaje

1) Presentación y discusión de las leyes de la percepción y su relación con el diseño

2) Discusión grupal de casos

3) Composición fotográfica de tres ejemplos con objetos cotidianos

Evidencia de Aprendizaje

Composición fotográfica de tres ejemplos con objetos cotidianos (PA1)

Bibliografía:

Arnheim, R (1995) Arte y percepción visual: psicología del ojo creador. Madrid: Alianza.

Semana 3:

Contenido:

Uso de las leyes de la percepción en la construcción de imágenes persuasivas

Actividades de aprendizaje

- 1) Funcionamiento de las imágenes persuasivas
- 2) Percepción y comunicación
- 3) 3.-Desarrollo del TB1

Evidencia de Aprendizaje

TB1: Análisis del funcionamiento de las leyes de la percepción en el procesamiento de imágenes persuasivas

Bibliografía:

Arnheim, R (1995) Arte y percepción visual: psicología del ojo creador. Madrid: Alianza.

HORA(S) / SEMANA(S)

9 horas / 3 semanas

UNIDAD N°: 2 Fundamentos de la comunicación

LOGRO

Competencias: Pensamiento crítico, comunicación oral y proceso del diseño

Logro de la unidad: al finalizar la unidad, el estudiante explica de manera objetiva cada uno de los elementos del proceso de comunicación en productos de diseño.

TEMARIO

Semana 4:

Contenido

Homo loquens: Comunicación humana e inteligencia animal

La comunicación humana

El esquema de la comunicación

Actividades de aprendizaje

- 1.-Mentimeter sobre las características distintivas del ser humano
- 2.-Presentación y discusión sobre las partes del esquema de la comunicación
- 3.-Ejercicio grupal de variación comunicativa

Bibliografía:

Baylon, C. y Mignot, X. (1994). La comunicación. Madrid: Cátedra.

Semana 5:

Contenido

Teoría del signo: Cuerpo, objeto, espacio e imagen

Actividades de aprendizaje

- 1.-Presentación sobre la teoría del signo
- 2.-Casos de estudio del cuerpo, el objeto, el espacio y la imagen como formas significantes

Evidencia de aprendizaje

Actividad grupal: Línea del tiempo de un signo asignado al azar (PA2)

Bibliografía:

Colby, P. (2004) Semiótica para principiantes. Buenos Aires: Era Naciente.

Semana 6:

Contenido

Signos y códigos: Sintaxis visual (Herramientas de configuración)

Actividades de aprendizaje

- 1.-Presentación sobre las herramientas de configuración
- 2.-Discusión general de ejemplos
- 3.-Casos de análisis grupal
- 4.-Asignación de objetos de análisis

Evidencia de aprendizaje

TP: Análisis de productos de diseño como fenómenos de comunicación (TP)

Bibliografía:

Acaso, M. (2004). El lenguaje visual. Barcelona: Paidós.

Semana 7:

Contenido

Signos y códigos: Sintaxis visual (Herramientas de organización)

Actividades de aprendizaje

- 1.-Presentación sobre las herramientas de organización
- 2.-Discusión general de ejemplos
- 3.-Revisión de avances TP"

Evidencia de aprendizaje

TP: Análisis de productos de diseño como fenómenos de comunicación (TP)

Bibliografía:

Acaso, M. (2004). El lenguaje visual. Barcelona: Paidós.

HORA(S) / SEMANA(S)

12 horas / 4 semanas

UNIDAD N°: 3 Diseño y cultura como construcción de sentido

LOGRO

Competencias: Pensamiento crítico, comunicación oral y proceso del diseño

Logro de la unidad: Al finalizar la unidad, el estudiante explica de manera reflexiva la interrelación entre la cultura, la producción y el consumo de objetos de diseño.

TEMARIO

Semana 9:

Contenido

Denotación y connotación como fuerzas de sentido que afectan al producto de diseño

Actividades de aprendizaje

- 1.-Mentimeter sobre objetos que han perdido su valor denotativo
- 2.-Discusión general sobre la construcción de sentido y el diseño
- 3.-Mural con objetos domésticos resignificados

Bibliografía:

Zecchetto, V. (2003). La danza de los signos: Nociones de semiótica general. Buenos aires: La Crujia.

Semana 10:

Contenido

La retórica visual como herramienta de connotación

Estrategias persuasivas en el diseño

Actividades de aprendizaje

- 1.-Discusión grupal sobre el uso de la retórica en el ámbito del diseño

Evidencia de aprendizaje

Construcción grupal de figuras retóricas a partir de formas geométricas (PA3)

Bibliografía:

Acaso, M. (2009). El lenguaje visual. Barcelona: Paidós.

Semana 11:

Contenido

Diseño e identidad

Los productos de diseño en la construcción de la identidad colectiva

Actividades de aprendizaje

- 1.-Presentación sobre la relación entre los productos de diseño, la cultura y la identidad colectiva
- 2.-Discusión general sobre el caso de la bandera de Lima
- 3.-Actividad grupal de construcción de emblemización

Bibliografía:

Mars, R. (2015). why city flags may be the worst-designed thing you've never noticed.
<https://www.youtube.com/watch?v=pnv5iKB2hl4>

Semana 12:

Contenido

Tipos, arquetipos y estereotipos

Actividades de aprendizaje

- 1.-Discusión sobre los procesos de simplificación y nuestra comprensión del mundo
- 2.-Diferenciación en casos de arquetipos y estereotipos
- 3.-Presentación de la ficha de actividad del TB2

Bibliografía:

Amossy, R. (2005). Estereotipos y clichés. Buenos Aires: Eudeba.

Semana 13:

Contenido

Investigación sobre productos de diseño

Actividades de aprendizaje

- 1.-Presentación del TB2
- 2.-Pautas para el TF

Evidencia de aprendizaje

TB2: Investigación sobre productos de diseño

Bibliografía:

Chaves, N. (2010). Marca: Los significados de un signo identificador. Buenos Aires: Infinito.

Semana 14:

Contenido

Avance TF

Actividades de aprendizaje

- 1.-Presentación de avance del TF

Evidencia de aprendizaje

TF: Análisis semiótico comparativo de productos de diseño

Bibliografía:

Chaves, N. (2010). Marca: Los significados de un signo identificador. Buenos Aires: Infinito.

Semana 15:

Contenido

Avance TF

Actividades de aprendizaje

1.-Presentación de avance del TF

Evidencia de aprendizaje

TF: Análisis semiótico comparativo de productos de diseño

Bibliografía:

Chaves, N. (2010). Marca: Los significados de un signo identificador. Buenos Aires: Infinito.

HORA(S) / SEMANA(S)

21 horas / 7 semanas

VI. METODOLOGÍA

El modelo educativo de la UPC asegura una formación integral, que tiene como pilar el desarrollo de competencias, las que se promueven a través de un proceso de enseñanza-aprendizaje donde el estudiante cumple un rol activo en su aprendizaje, construyéndolo a partir de la reflexión crítica, análisis, discusión, evaluación, exposición e interacción con sus pares, y conectándolo con sus experiencias y conocimientos previos. Por ello, cada sesión está diseñada para ofrecer al estudiante diversas maneras de apropiarse y poner en práctica el nuevo conocimiento en contextos reales o simulados, reconociendo la importancia que esto tiene para su éxito profesional.

El curso es de carácter teórico práctico y combina sesiones presenciales y online por semana. En este sentido, por cada semana, antes de cada clase presencial, el alumno debe revisar los materiales de aprendizaje ubicados en el aula virtual como forma de práctica y/o preparación para la clase presencial. Además, podrá desarrollar de manera autónoma, las actividades establecidas con la ayuda del material preparado para tal propósito. Luego, durante la clase presencial de la semana, se realizarán discusiones y trabajos prácticos, los que serán evaluados en forma continua por el docente. Finalmente, luego de clases presenciales, el alumno realizaría actividades como avanzar con sus trabajos, de modo que se estime el avance del logro de aprendizaje de cada unidad, así como del logro general del curso.

Por último, es importante notificar que el estudiante deberá dedicar al menos 3 horas para la revisión de materiales de aprendizaje y desarrollo de las actividades de la semana fuera del horario de clases.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

$$15\% (TB1) + 30\% (TP1) + 10\% (PA1) + 15\% (TB2) + 30\% (TF1)$$

TIPO DE NOTA	PESO %
TB - TRABAJO	15
TP - TRABAJO PARCIAL	30
PA - PARTICIPACIÓN	10
TB - TRABAJO	15
TF - TRABAJO FINAL	30

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
TB	TRABAJO	1	Semana 3	Análisis del funcionamiento de las leyes de la percepción en el procesamiento de imágenes persuasivas.	NO
TP	TRABAJO PARCIAL	1	Semana 8	Análisis de productos de diseño como fenómenos de comunicación.	NO
PA	PARTICIPACIÓN	1	Semana 11	Ejercicios a lo largo del semestre en la plataforma virtual.	NO
TB	TRABAJO	2	Semana 13	Investigación sobre productos de diseño.	NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 16	Análisis semiótico comparativo de productos de diseño.	NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

https://upc.alma.exlibrisgroup.com/leganto/readinglist/lists/6838342480003391?institute=51UPC_INST&auth=LOCAL