

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Instituto Facultad de Arquitectura y Diseño, Mexicali, Facultad de Ciencias de la Ingeniería y la Tecnología, Valle de las Palmas.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Diseño Gráfico
- 3. Plan de Estudios:** 2022-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Semiótica
- 5. Clave:** 40093
- 6. HC:** 02 **HT:** 01 **HL:** 00 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 02 **CR:** 05
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno



Equipo de diseño de PUA

Susana Rodríguez Gutiérrez
María Angélica Castro Caballero

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Daniela Mercedes Martínez Plata
Paloma Rodríguez Valenzuela

Fecha: 10 de febrero de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

El propósito de esta unidad de aprendizaje es la comprensión de los elementos que componen un proyecto de diseño gráfico en relación al concepto y a la significación del mensaje, a través de fundamentos teóricos del diseño gráfico como la semiótica y otras disciplinas, que habrá de llevar al alumno al desarrollo de hipótesis gráficas en correspondencia con el entorno cultural y social. A su vez suma en sus habilidades creativas e intelectuales, conocimientos teóricos, la formación del pensamiento crítico, ética profesional y responsabilidad

Es una asignatura de carácter obligatorio que pertenece al área de Comunicación Visual, forma parte del grupo de unidades de aprendizaje del PE de Diseño Gráfico y para cursarla se recomienda haber aprobado la unidad de aprendizaje de Fundamentos del Diseño.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Distinguir las teorías de las diferentes disciplinas que sostienen la estructura conceptual de las composiciones del proyecto gráfico, para generar hipótesis gráficas diversas como soluciones a proyectos de diseño, a través de la retórica de la imagen sumado a la significación cultural, con una actitud creativa y crítica.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

1. Elabora un portafolio que contenga los ejercicios desarrollados durante el semestre, cumpliendo con las características que indique el docente para cada una de ellos.
2. Presentación de un proyecto publicitario que muestre la aplicación de los conceptos vistos durante el taller, y que el profesor indique en cada caso las características del mismo. Deberá presentarlo a manera de exposición oral en donde argumenta el diseño de manera coherente.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Semiótica y semiología

Competencia:

Analizar los conceptos generales de semiótica, así como el concepto de cultura fronteriza y su impacto en el desarrollo de productos de diseño gráfico, a través de fundamentos teóricos del diseño y otras disciplinas, para analizar mensajes de comunicación visual en la publicidad, así mismo proyectarlos de manera congruente en un futuro, manteniendo una actitud crítica, coherente y creativa.

Contenido:

Duración: 12 horas

- 1.1 Conceptos sobre semiótica y semiología
- 1.2 Teoría de los signos
- 1.3 La triada propuesta por Charles Peirce aplicada a soluciones visuales creativas
- 1.4 Sintaxis, semántica y pragmática.
- 1.5 Semiótica, cultura y comunicación, bajo el análisis de Umberto Eco
 - 1.5.1. Construcción de sentido en el diseño gráfico
 - 1.5.2. Hibridación cultural en la frontera norte de México, (Tijuana-USA) y su significación en los códigos visuales.

UNIDAD II. Retórica de la imagen

Competencia:

Examinar las diferentes figuras retóricas de la imagen a través del análisis de cada una de ellas en aplicaciones publicitarias, para la representación y materialización de estas figuras aplicadas en proyectos de diseños, de manera creativa, objetiva y responsable.

Contenido:

Duración: 12 horas

2.1 Retórica de la imagen, mensaje lingüístico, denotado y connotado modelo propuesto por Roland Barth.

2.2 Figuras retóricas aplicadas a soluciones de diseño gráfico.

2.2.1 Antítesis

2.2.2 Elipsis

2.2.3 Eufemismo

2.2.4 Erotema

2.2.5 Hipérbole

2.2.6 Humorismo

2.2.7 Metáfora

2.2.8 Metonimia

2.2.9 Onomatopeya

2.3 Códigos visuales

UNIDAD III. Aplicación de los principios de semiótica-retórica visual

Competencia:

Resolver productos publicitarios de diseño por medio de elementos de la gramática visual, la estructura de lenguaje visual, elementos semióticos y argumentativos, para satisfacer las necesidades específicas descritas en un proyecto de diseño, dándole importancia a la interpretación del mensaje en la forma, con actitud crítica, racional y responsable.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 3.1 Diseñar productos publicitarios de diseño gráfico utilizando como base los principios de la retórica visual, considerando el contexto social y cultural de frontera.
- 3.2 Argumentación semiótica del producto de diseño gráfico alcanzado.
- 3.3 Presentación del diseño desarrollado

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Esquema de teorías semióticas	<p>El profesor explica las características de un esquema de trabajo.</p> <p>El estudiante:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende a las orientaciones del profesor para elaborar un esquema 2. Identifica los conceptos generales de las teorías y sus relaciones. 3. Proyecta el esquema de teorías a través de la representación visual. 4. Presenta ante el grupo y docente el esquema de teorías. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Recursos bibliográficos • Medios digitales • Internet • Herramientas de representación visual análogas y digitales • Material y herramientas de corte • Material y herramientas de dibujo • Material y herramientas de geometría • Material y herramientas de ensamble • Post it's de colores • Espacio y mobiliario adecuado para ayudar a la integración de equipos. • Pizarra o panel para la visualización de las ideas. • Plataforma digital escolar 	2 horas
UNIDAD II				
2	Ejercicios de aplicación de la retórica en composiciones gráficas.	<p>El profesor explica las características del proceso creativo.</p> <p>El estudiante:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para entender los tipos de técnicas que se utilizarán, para desarrollar las composiciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Recursos bibliográficos • Medios digitales • Internet • Herramientas de representación visual análogas y digitales • Material y herramientas de 	3 horas

		<p>bidimensionales, en las que se representará cada una de las figuras retóricas.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Elabora las composiciones según lo indicado. 3. Presenta ante el grupo y docente las ideas para la solución sobre el problema planteado. 	<p>corte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Material y herramientas de dibujo • Material y herramientas de geometría • Material y herramientas de ensamble • Post it's de colores • Espacio y mobiliario adecuado para ayudar a la integración de equipos. • Pizarra o panel para la visualización de las ideas. • Plataforma digital escolar 	
UNIDAD III				
3	La retórica y semiótica aplicada a productos de diseño publicitarios.	<p>El profesor explica las características del diseño publicitario a través distintos elementos de composición, lenguaje visual, el uso de semiótica y figuras retóricas, con la aplicación de diferentes sistemas de representación.</p> <p>El estudiante:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende a las orientaciones del profesor para la construcción de un diseño publicitario. 2. Aplica el proceso creativo para elaborar una propuesta que dé solución al diseño publicitario. 3. Representa a través del lenguaje visual la propuesta de diseño. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Recursos bibliográficos • Medios digitales • Internet • Herramientas de representación visual análogas y digitales • Material y herramientas de corte • Material y herramientas de dibujo • Material y herramientas de geometría • Material y herramientas de ensamble • Post it's de colores • Espacio y mobiliario adecuado para ayudar a la integración de equipos. • Pizarra o panel para la visualización de las ideas. 	7 horas

			<ul style="list-style-type: none"> • Plataforma digital escolar 	
4	Exposición oral, visual, audio-visual creativa del diseño de productos publicitarios	<p>El profesor explica las características de una presentación formal de un proyecto de diseño.</p> <p>El estudiante:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende a las orientaciones del profesor para la construcción de una presentación formal de un producto de diseño publicitario. 2. Sustenta y fundamenta la propuesta de diseño a través de formatos y técnicas alternativas. 3. Proyecta la solución al problema de diseño ante el grupo y docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Material y herramientas de corte • Material y herramientas de dibujo • Material y herramientas de geometría • Material y herramientas de ensamble • Post it's de colores • Espacio y mobiliario adecuado para ayudar a la integración de equipos. • Pizarra o panel para la visualización de las ideas. • Plataforma digital escolar 	4 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Ejemplos de esquemas de representación gráficas.
- Explicar las teorías de metodología de trabajo para el proyecto de diseño.
- Explicar el procesocreativo.
- Exponer y enseñar al estudiante cómo se argumenta un proyecto de diseño.
- Propicia la participación activa del estudiante.
- Diseña y aplica exámenes.
- Orienta y supervisa el desarrollo del proyecto de diseño.
- Orienta sobre la construcción de diseños de proyectos en diferentes escalas y el uso de técnicas de representación y medios digitales.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Realiza búsquedas de información.
- Elabora, presenta y sustenta sus propuestas de diseño.
- Realiza esquemas.
- Aplica el proceso creativo en soluciones a proyectos de diseño.
- Responde a los exámenes.
- Elabora bocetos y maquetas.
- Aplica los medios digitales alternativos y las herramientas de representación visual.
- Expone sus propuestas de diseño de manera verbal y/o apoyado en material visual o audiovisual.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- 1 examen escrito..... 10%
- Esquema 20%
- Prácticas 30%
- Elaboración del proyecto final.....40%
- Total**.....100%

IX. REFERENCIAS

Básicas

Barthes, Ro. (1986). *Lo obvio y lo obtuso: Imágenes, gestos, voces*. Paidós, Ibérica, S.A [Clásico]

Campos, A. (2012). *La construcción del otro "del otro lado": Imaginarios de frontera de jóvenes de Tijuana, México, y Tecún*. [Clásico]

Eco, U. (2000). *Tratado de semiótica general*. Lumen. [Clásico]

Everaert, N (2004). *Semiótica de Pierce*. https://nicole-everaert-semio.be/PDF/esp/semiotica_peirce.pdf [Clásico]

Felix, H. (2003). *Tijuana la Horrible: Entre la historia y el mito*. Libros Península, S.A. [Clásico]

Instituto de Cultura de Baja California Zecchetto, V. (2002). *La danza de los signos: nociones de semiótica general*. La Crujia.[Clásico]

Lenguajes. (2020). *Significados.com*. Significado del lenguaje. <https://www.significados.com/lenguaje/> [Clásico]

McKinner, K.A. (2021). *Multimodal Semiotics and Rethoric in Videogames*, Jason Hawreliak Routledge (2021). en *Science Direct.Computers and Composition* 59. Elsevier. www.sciencedirect.com

Musso, A. (9 de julio 2006). El diseño como estrategia cultural.

Complementarias

Hébert, L. (2019). *An Introduction to Applied Semiotics. Tools for Text and Image Analysis*, Abigdon. <https://www.routledge.com/.../Hebert-Tab.../p/book/9780367351120>

Paraskevaidis, P. & Weidenfeld, A. (2021). Perceived and projected authenticity of visitor attractions as assigns: A Peircean semiotic analysis. *Jornal of Destination Marketing & Managment*. 19. Elsevier. www.elsevier.com/locate/jdmm

Foroalfa.<https://foroalfa.org/articulos/el-diseno-como-estrategia-cultural> [Clásico]

Rudolf, A. (1996). *Pensamiento Visual*. Paidós. [Clásico]

Umán, Guatemala. *Región y sociedad*, 24(55), 131-158.http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-39252012000300004&lng=es&tlng=es. [Clásico]

Yepez, H. (2004). *Made en Tijuana*. [Clásico]

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Semiótica deberá contar con el título de Comunicólogo, Lic. en Diseño Gráfico o área afín, con conocimientos en el área de comunicación visual, sintaxis de la imagen, semiótica y semiología, preferentemente con estudios de posgrado y experiencia docente. Ser creativo, responsable, inclusivo, con habilidades para el manejo de la tecnología y con habilidades en supervisión de proyectos gráficos.