



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Comunicación: Teoría y técnica de la imagen

Asignatura	Comunicación: Teoría y técnica de la imagen			
Código	P04G190V01106			
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	FB	1	1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Perez Seoane, Jesus			
Profesorado	Perez Seoane, Jesus			
Correo-e	jpseoane@uvigo.es			
Web				
Descripción	Teoría y Técnica de la Imagen es una asignatura obligatoria en el primer curso del grado en Publicidad y Relaciones Públicas que busca proporcionar a los/las estudiantes una perspectiva introductoria acerca de la imagen y el lenguaje visual.			

## Competencias de titulación

Código	
A2	Conocimiento de la evolución histórica de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas, así como de los aspectos industriales, socio-políticos y estéticos que inciden en sus elementos, formas y procesos
A7	Competencias imaginativas y conocimiento de los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación, en la publicidad y/o en las relaciones públicas
A12	Competencia o alfabetización digital: capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia) y para la creación en nuevos soportes
A14	Conocimiento de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación
A16	Destrezas expresivas: capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Realización de piezas publicitarias básicas y supervisión de su producción definitiva
B1	Competencia interpretativa del entorno: capacidad para interpretar, analizar e interpretar el entorno económico, político, socio-cultural, tecnológico y comunicativo
B3	Capacidad de analizar los elementos de la comunicación y generar los conocimientos en esta disciplina
B4	Capacidad de análisis, de síntesis y de juicio crítico
B5	Capacidad de fijar objetivos relacionando causas y efectos
B6	Capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas
B7	Capacidad para actuar en libertad con responsabilidad, asumiendo referentes éticos
B8	Competencias creativas: capacidad para la creatividad, la innovación y la adaptación al cambio
B10	Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno desde la identidad y los valores organizacionales
B13	Preparación para asumir el riesgo en la toma de decisiones
B14	Capacidad para la gestión económica y presupuestaria en el ámbito de su actividad

## Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Conocer los conceptos principales, teóricos y prácticos, de las representaciones visuales, su significado y su modo de comunicar realidades e ideas.	A2 A7 A14	B3

Dominar las técnicas básicas para el análisis y correcta interpretación de las imágenes visuales, especialmente las utilizadas en el mensaje publicitario.	A2 A7 A12 A14 A16	B4 B5
Aplicar las anteriores técnicas a la comunicación audiovisual y publicitaria.	A7 A12 A14 A16	B4 B5 B6 B7
Aprender las técnicas básicas de construcción digital de imágenes fijas, al mismo tiempo que se propone una reflexión sobre su implicación en la moderna creación publicitaria.	A2 A7 A12 A14 A16	B8
Fomentar una conciencia crítica respecto al empleo de las nuevas tecnologías en los medios de comunicación en general y de la publicidad en particular.		B1 B3 B4 B7 B8 B10 B13 B14

## Contenidos

Tema	
El concepto de imagen, aspectos físicos y psicológicos de la percepción visual.	<p>Bloque 1: Introducción</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Naturaleza y definición de la imagen</li> <li>. La imagen a lo largo de la historia</li> <li>. Imagen y contemporaneidad</li> <li>. El valor comunicativo de la imagen</li> </ul> <p>Bloque 2: Percepción y conocimiento visual</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Principales corrientes teóricas</li> <li>. El proceso cognitivo de la percepción: sensación, memoria y pensamiento visual</li> </ul>
Los elementos morfológicos, dinámicos y escalares de la imagen.	<p>Bloque 3: Elementos morfológicos de la imagen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Elementos morfológicos del diseño visual.</li> <li>. El punto.</li> <li>. La línea.</li> <li>. El plano.</li> <li>. El color.</li> <li>. El modo.</li> <li>. La forma.</li> <li>. La textura.</li> </ul> <p>Bloque 4: Elementos escalares de la imagen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Elementos escalares de la imagen.</li> <li>. Espacio de representación y espacio representado.</li> <li>. Tamaño de imagen.</li> <li>. La escala.</li> <li>. La proporción.</li> <li>. El formato.</li> <li>. El encuadre.</li> <li>. La dimensión.</li> </ul> <p>Bloque 5: Elementos dinámicos de la imagen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Elementos dinámicos de la imagen movimiento.</li> <li>. Imagen secuencial.</li> <li>. Imagen narrativa.</li> <li>. Imagen dinámica.</li> <li>. La dirección.</li> <li>. Tensión.</li> <li>. Ritmo.</li> <li>. Técnicas de expresión visual.</li> <li>. Contraste y armonía.</li> <li>. La elipsis: un recurso narrativo.</li> </ul>

Significado, características y construcción de la imagen publicitaria.	Bloque 6: La narración
	Bloque 7: Texto e Imagen . Texto e Imagen . Relación imagen-texto . Función del texto en la publicidad actual . Importancia del texto frente a la imagen . Información visual y conocimiento
Técnicas y estrategias de la comunicación visual.	Bloque 8. Técnicas y estrategias de la comunicación visual.
Soportes para el establecimiento de una comunicación visual	Bloque 9: ¿Y qué me pongo? Soportes para el establecimiento de una comunicación visual
	Bloque 10: Los esquemas de la visualización gráfica en la vida cotidiana

<b>Planificación</b>			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminarios	10	20	30
Trabajos de aula	5	5	10
Debates	3	0	3
Sesión magistral	25	25	50
Trabajos y proyectos	3	5	8
Pruebas de respuesta corta	1	5	6
Pruebas de tipo test	1	5	6
Portafolio/dossier	1	20	21
Resolución de problemas y/o ejercicios	1	15	16

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

<b>Metodologías</b>	
	Descripción
Seminarios	Introducción al retoque fotográfico asistido por ordenador.
Trabajos de aula	Actividades en el aula referidas a las cuestiones tratadas en las sesiones teóricas.  Se realizarán dos trabajos: 1) fotonovela, 2) video stop motion
Debates	Discusión en el aula acerca de cuestiones relacionadas con la imagen.
Sesión magistral	Exposición teórica de los temas abordados en la asignatura.

<b>Atención personalizada</b>	
Metodologías	Descripción
Sesión magistral	TUTORÍAS Las tutorías se celebran lunes y miércoles en horario de tarde. El estudiante podrá consultar otros horarios online. * A las tutorías puede acceder cada alumno o cada grupo de trabajo. * Existen tutorías de tipo obligatorio en las que cada alumno o grupo de alumnos expondrá los conocimientos adquiridos y se resuelvan los ejercicios realizados en clase. * Se podrán concertar tutorías virtuales por Skype: usuario: chechuperezseoane
Seminarios	TUTORÍAS Las tutorías se celebran lunes y miércoles en horario de tarde. El estudiante podrá consultar otros horarios online. * A las tutorías puede acceder cada alumno o cada grupo de trabajo. * Existen tutorías de tipo obligatorio en las que cada alumno o grupo de alumnos expondrá los conocimientos adquiridos y se resuelvan los ejercicios realizados en clase. * Se podrán concertar tutorías virtuales por Skype: usuario: chechuperezseoane
Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	
Resolución de problemas y/o ejercicios	

<b>Evaluación</b>		
	Descripción	Calificación
Sesión magistral	Exposición teórica de los temas a abordar.	10
Trabajos y proyectos	Se realizarán dos trabajos a lo largo del curso. Cada uno supondrá 1,5 puntos sobre la nota final del estudiante.	30
Pruebas de respuesta corta	Dos exámenes tipo test-respuesta corta sobre los aspectos teóricos de la materia. Cada uno de ellos supondrá 2.5 puntos sobre la nota final.	20
Pruebas de tipo test	Dos exámenes tipo test-respuesta corta sobre los aspectos teóricos de la materia. Cada uno de ellos supondrá 2.5 puntos sobre la nota final.	20

Portafolio/dossier	Se entregará un dossier final con todos los trabajos realizados en el aula.	15
Resolución de problemas y/o ejercicios	Cada alumno será responsable del seguimiento de sus propios ejercicios incluyendo las tutorías obligatorias.	5

### Otros comentarios sobre la Evaluación

El sistema de evaluación que se seguirá será de tipo continuo, esto es, consistente en una serie de pruebas fácilmente superables pero sin las cuales no se conseguiría aprobar la asignatura.

En todo momento se fomentará la participación del alumno, quien a su vez tendrá la posibilidad de poner en práctica los conceptos aprendidos tanto en las clases teóricas como en las sesiones prácticas semanales.

La idea es premiar el esfuerzo diario y la asistencia a clase, poniendo todos los medios para que eso se refleje en su nota final. Se atenderán, no obstante, a todas aquellas situaciones especiales que impidan la asistencia de los alumnos o que planteen necesidades educativas especiales.

### Fuentes de información

Weinschenk, Susan N., **Diseño inteligente: 100 cosas sobre la gente que todo diseñador debe saber**, Anaya Multimedia,

Bergström, B., **Tengo algo en el ojo: técnicas esenciales de comunicación visual.**, Promopress,

Didi-Huberman, G., **Cuando las imágenes toman posición**, Antonio Machado Libros,

Santos Zunzunegui, **Pensar la imagen**, Cátedra,

Dondis, D. A., **La sintaxis de la imagen**, Gustavo Gili,

Villafañe, J., **Introducción a la teoría de la imagen**, Pirámide,

Abril, G., **Análisis crítico de textos visuales: mirar lo que nos mira**, Síntesis,

Villafañe, J. y Mínguez, N., **Principios de teoría general de la imagen**, Pirámide,

VV.AA., **Adobe Photoshop CS3**, Anaya,

Costa, J., **La esquemática: visualizar la información**, Paidós,

**Junto a estos libros, todas las revistas de tendencias o material de sector que debéis acostumbraros a ojear, pues es recomendable que el futuro profesional se haga con una biblioteca de referencia y lo haga cuanto antes.**

### Recomendaciones

#### Asignaturas que continúan el temario

Comunicación: Historia de la propaganda y la publicidad/P04G190V01204

Comunicación: Teoría e historia de la comunicación/P04G190V01104

Teoría y práctica de la comunicación publicitaria/P04G190V01105

### Otros comentarios

Esta es una asignatura de corte introductorio. Cuanta más atención preste el/la alumno/a mayor aprovechamiento obtendrá de la carrera en los años sucesivos.