



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Comunicación: Teoría e técnica da imaxe

Materia	Comunicación: Teoría e técnica da imaxe			
Código	P04G190V01106			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	FB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	López Fernández, José Manuel			
Profesorado	García Pinal, Alfredo López Fernández, Xosé Manuel			
Correo-e	josemlopez@gmail.com			
Web	http://			
Descrición	Formación introdutoria respecto das características xerais da imaxe e da linguaxe visual. xeral			

## Competencias

Código	
B1	Competencias interpretativa e operativa da comunicación como realidade e como campo de estudo desde o punto de vista humanístico e técnico: coñecemento teórico da comunicación.
B2	Competencia interpretativa da comunicación: capacidade de analizar os elementos da comunicación e xerar os coñecementos nesta disciplina.
C2	Competencias socioculturais: Coñecemento dos procesos sociopsicolóxicos que afectan ao desenvolvemento da comunicación en xeral, os específicos da comunicación publicitaria e os propios das relacións cos públicos.
C5	Coñecemento teórico-práctico dos elementos, formas e linguaxes da publicidade e das relacións públicas no contexto local/ rexional, nacional e internacional.
C6	Competencias imaxinativas e coñecemento dos métodos do pensamento creador e a súa aplicación no proceso de comunicación.
C11	Competencia ou alfabetización dixital: capacidade e habilidade para utilizar as tecnoloxías e técnicas de comunicación en novos soportes, medios interactivos e multimedia.
C13	Destrezas expresivas: capacidade e habilidade para dar forma creativa á mensaxe. Realización de pezas publicitarias básicas e supervisión da súa produción definitiva.
D1	Competencias interpretativas da comunicación: capacidade de recoñecer implicacións éticas en decisións profesionais.
D2	Competencias creativas: capacidade para a creatividade, a innovación e a adaptación ao cambio.
D3	Competencias colaborativas: capacidade de adaptación aos obxectivos e valores organizativos e de traballo en equipo.

## Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Coñecer os conceptos principais, teóricos e prácticos, das representacións visuais, o seu significado e o seu modo de comunicar realidades e ideas.	B1 B2	C2
Aplicar as técnicas de análises e interpretación das imaxes visuais á comunicación audiovisual e publicitaria.	B2	C6
Desenvolver as técnicas básicas de construción dixital de imaxes fixas e dinámicas, ao mesmo tempo que se propón unha reflexión sobre a súa implicación na moderna creación publicitaria		C5 C11 C13

Participar nos procesos de creación de forma responsable e respectuosa, integrándose eficazmente no traballo colectivo	D2 D3
Fomentar unha conciencia crítica respecto ao emprego das novas tecnoloxías nos medios de comunicación en xeral e da publicidade en particular.	D1

## Contidos

Tema	
1. O CONCEPTO DE IMAXE	¿Que é unha imaxe? A imaxe na historia. A imaxe contemporánea. ¿A imaxe como pegada do real? Mimese e representación. ¿Poden enganar as imaxes? "Fake", trampantollo, espellismo.
2. O SISTEMA VISUAL	O papel do ollo: da retina á mirada. O papel do espectador: da mirada ao contexto. O papel da percepción: como mirar unha imaxe. Teorías fundamentais da percepción visual.
3. A IMAXE ILLADA. O ALFABETO VISUAL	¿Imaxe illada, estática, fixa...? A lectura das imaxes: elementos morfolóxicos. O punto, a liña, o plano, a textura, a cor, a forma. Técnicas básicas de comunicación visual. A análise da imaxe: elementos, estruturas, significados.
4. A IMAXE ILLADA. ELEMENTOS VISUAIS	Elementos escalares: dimensión, formato, escala, proporción. Elementos dinámicos: temporalidade, tensión, ritmo. ¿Pódese "mover" ou pode "durar" unha imaxe illada?
5. A IMAXE ILLADA. A COMPOSICIÓN	Compoñer unha imaxe: a síntese icónica. Fundamentos da composición: a montaxe interna. Fundamentos da composición: perspectiva, profundidade, movemento. Xanelas ao mundo: encadre, marco, campo, cadro, plano.
6. A IMAXE SECUENCIAL. O ESPAZO VISUAL	Fundamentos da imaxe secuencial. Tipoloxía básica de planos. O espazo diexético: o dentro e o fóra de campo.
7. A IMAXE SECUENCIAL. O ESPAZO SONORO	Imaxe visual, imaxe sonora A fonte sonora: voz, música, son, silencio
8. A IMAXE SECUENCIAL. A MONTAXE	Montar o tempo: o concepto de montaxe. Tipos básicos de montaxe. Unidades de segmentación: plano, escena, secuencia, acto.
9. A IMAXE DIXITAL	¿Que segue sendo unha imaxe? Novas estéticas e novos modos de produción de imaxes. ¿Imaxe analóxica=verdade, imaxe dixital=mentira?

## Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	24	50	74
Estudo de casos	14	30	44
Seminario	10	20	30
Exame de preguntas de desenvolvemento	2	0	2

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

## Metodoloxía docente

	Descrición
Lección maxistral	Nestas sesións presenciais o docente dará aos alumnos os aspectos teóricos básicos da materia, que eles deberán desenvolver a partir das indicacións, suxestións e bibliografía facilitados. Eses coñecementos, conceptos e ferramentas de análise visual poderán ser utilizados polos alumnos nos estudos prácticos de caso.
Estudo de casos	O alumno, de maneira individual ou en grupo, elabora, entrega e/ou expón traballos prácticos analizando casos de estudo propostos polos docentes.
Seminario	O estudante, de maneira individual ou en grupo, elabora un documento sobre a temática da materia ou prepara seminarios, investigacións, memorias, ensaios, resumos de lecturas, conferencias, etc.

## Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
--------------	------------

Lección maxistral	Os alumnos recibirán os coñecementos teóricos nas sesións maxistrais, que se desenvolverán nas dúas horas de clases teóricas semanais. O docente orientará aos alumnos na asimilación dos contidos da materia e atenderá ás súas preguntas e dúbidas. Os coñecementos teóricos adquiridos serán avaliados nunha proba final.
Seminario	O alumno, de maneira individual ou en grupo, elabora un documento sobre a temática da materia ou prepara seminarios, investigacións, memorias, ensaios, resumos de lecturas, conferencias, etc. coa supervisión e axuda do docente.
Estudo de casos	O alumno, de maneira individual ou en grupo, elabora, entrega e/ou expón traballos prácticos analizando casos de estudo propostos polos docentes, que asesorarán e supervisarán a súa evolución até a súa defensa, exposición e/ou entrega final.

<b>Avaliación</b>			
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Estudo de casos	O alumno, de maneira individual ou en grupo, elabora, entrega e/ou expón traballos prácticos analizando casos de estudo propostos polos docentes. A suma destes traballos suporá o 40% da nota total da materia. É necesario obter polo menos un 5 sobre 10 en cada un dos traballos.	40	B1 C6 D2 B2 C11 D3 C13
Exame de preguntas de desenvolvemento	Os contidos desenvolvidos nas horas presenciais das sesións maxistrais avaliaranse a través dunha proba final que suporá o 60% da nota total da materia. É necesario obter polo menos unha cualificación de 5 sobre 10.	60	B1 C2 D1 B2 C6 D2 C11

#### **Outros comentarios sobre a Avaliación**

**Esta materia é presencial, polo que a asistencia ás sesións teóricas e prácticas no horario establecido polo centro é obrigatoria. A participación e asistencia serán valorados segundo criterios de observación continuos. Para superar a materia é necesario obter polo menos un 5 sobre 10 tanto na parte teórica e seminarios como en cada un dos estudos de caso prácticos.**

#### CONVOCATORIA DE XULLO/EXTRAORDINARIA

O xeito de avaliación na convocatoria de xullo e extraordinaria é a mesma. No caso de ter aprobados os estudos de caso e suspenso o examen teórico, o alumno examínase só deste último. No caso de non ter superado algún dos estudos prácticos de caso, o alumno terá que realizar para esta convocatoria un novo estudo marcado polos docentes. Se non se aproba a totalidade da materia nesta convocatoria, o alumno deberá cursala de novo e terá que adaptarse á guía docente vixente no novo curso académico. Non se conservarán as calificacións obtidas en cursos anteriores.

#### **Bibliografía. Fontes de información**

##### **Bibliografía Básica**

- Aumont, Jacques, **La imagen**, Paidós, 1992
- Aumont, Jacques, **El ojo interminable**, Paidós, 1997
- Aumont, Jacques; Bergala, Alain; Marie, Michel y Vernet, Marc, **Estética del cine. Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje**, Paidós, 1985
- Benjamin, Walter, **La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica (primera redacción), en Obras, libro I, vol. 2, pp. 9-47**, Abada, 2008
- Berger, John, **Modos de ver**, Gustavo Gili, 2000
- Bordwell, David y Thompson, Kristin, **El arte cinematográfico. Una introducción**, Paidós, 1995
- Brea, José Luis, **Las tres eras de la imagen: imagen-materia, film, e-image**, Akal, 2005
- Casetti, Francesco, di Chio, Federico, **Cómo analizar un film**, Paidós, 2003
- Debray, Régis, **Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente**, Paidós, 1994
- Dondis, D. A., **La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual**, Gustavo Gili, 2000
- Gubern, Román, **La mirada opulenta: Exploración de la iconosfera contemporánea**, Gustavo Gili, 1992
- Gubern, Román, **Patologías de la imagen**, Anagrama, 2004
- Gubern, Roman, **Del bisonte a la realidad virtual: la escena y el laberinto**, Anagrama, 2007
- Marzal Felici, Javier, **Cómo se lee una fotografía. Interpretaciones de la mirada**, Cátedra, 2007
- Melot, Michel, **Breve historia de la imagen**, Siruela, 2010
- Quintana, Ángel, **Después del cine. Imagen y realidad en el cine digital**, Acantilado, 2011
- Villafañe, Justo, **Introducción a la teoría de la imagen**, Pirámide, 1985
- Zunzunegui, Santos, **Pensar la imagen**, Cátedra, 2007

##### **Bibliografía Complementaria**

---

**Recomendacións****Materias que continúan o temario**

---

Comunicación: Imaxe corporativa/P04G190V01303

Creatividade publicitaria/P04G190V01304

Elaboración da mensaxe publicitaria/P04G190V01401

Estratexias da comunicación publicitaria/P04G190V01402

Teoría e práctica da fotografía publicitaria/P04G190V01305

Produción publicitaria en medios audiovisuais/P04G190V01504

Produción publicitaria impresa/P04G190V01505

Campañas de imaxe e de relacións públicas/P04G190V01901

Cine e publicidade/P04G190V01902

Comunicación alternativa: Medios virtuais e novos soportes publicitarios/P04G190V01903

Produción publicitaria na web e multimedia/P04G190V01801

Publicidade, artes gráficas e tipografía/P04G190V01906

---