



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	Ramahí García, Diana			
Profesorado	Lens Leiva, Jorge Ramahí García, Diana Soutelo Soliño, Carlos Manuel			
Correo-e	dianaramahi@gmail.com			
Web	http://			
Descripción general	Formación introductoria en relación a las características generales de la imagen y del lenguaje visual.			

Competencias

Código	
B1	Competencias interpretativa y operativa de la comunicación como realidad y como campo de estudio desde el punto de vista humanístico y técnico: conocimiento teórico de la comunicación.
B2	Competencia interpretativa de la comunicación: capacidad de analizar los elementos de la comunicación y generar los conocimientos en esta disciplina.
C2	Competencias socio-culturales: Conocimiento de los procesos sociopsicológicos que afectan al desarrollo de la comunicación en general, los específicos de la comunicación publicitaria y los propios de relaciones con los públicos
C5	Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y lenguajes de la publicidad y de las relaciones públicas en el contexto local/regional, nacional e internacional.
C6	Competencias imaginativas y conocimiento de los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación.
C11	Competencia o alfabetización digital: capacidad y habilidad para utilizar las tecnología y técnicas de comunicación en nuevos soportes, medios interactivos y multimedia.
C13	Destrezas expresivas: capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Realización de piezas publicitarias básicas y supervisión de su producción definitiva.
D1	Competencias interpretativas de la comunicación: capacidad de reconocer implicaciones éticas en decisiones profesionales.
D2	Competencias creativas: capacidad para la creatividad, la innovación y la adaptación al cambio
D3	Competencias colaborativas: capacidad de adaptación a los objetivos y valores organizacionales y de trabajo en equipo

Resultados de aprendizaje

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.	B1 B2	C2
Aplicar las técnicas de análisis e interpretación de las imágenes visuales a la comunicación audiovisual y publicitaria.	B2	C6

Desarrollar las técnicas básicas de construcción digital de imágenes fijas y dinámicas, al mismo tiempo que se propone una reflexión sobre su implicación en la moderna creación publicitaria

C5
C11
C13

Participar en los procesos de creación de forma responsable y respetuosa, integrándose eficazmente en el trabajo colectivo	D2 D3
Fomentar una conciencia crítica respecto al empleo de las nuevas tecnologías nos medios de comunicación en general y de la publicidad en particular.	D1

Contenidos

Tema	
Tema 1: La conceptualización de la imagen	1.1 Naturaleza y definición de imagen 1.2 La imagen al largo de la historia 1.3 Imagen y contemporaneidad 1.4 El valor comunicativo de la imagen 1.5 Ámbitos de trabajo para la comunicación visual
Tema 2: Percepción y conocimiento visual	2.1 El proceso cognitivo de la percepción visual 2.2 Principales corrientes teóricas sobre la percepción
Tema 3: La imagen aislada. Elementos morfológicos	3.1 El punto 3.2 La línea 3.3 El plano 3.4 La textura 3.5 El color 3.6 La forma
Tema 4: La imagen aislada. Elementos escalar	4.1 La dimensión 4.2 El formato 4.3. La escala 4.4 La proporción
Tema 5: La imagen aislada. Elementos dinámicos	5.1 La temporalidad 5.2 La tensión 5.3 El ritmo
Tema 6: La imagen aislada. La síntesis icónica	6.1 La composición 6.2 Los principios de composición
Tema 7: La imagen secuencial. Componentes visuales	7.1 Los elementos tecnológicos 7.2 Los elementos visuales 7.3 Los elementos gráficos
Tema 8. La imagen secuencial. Componentes sonoros	8.1 La fuente sonora 8.2 La relación con el visual
Tema 9. La imagen secuencial. Componentes sintácticos	9.1 El concepto de montaje 9.2 Las reglas del montaje 9.3 Los tipos de montaje

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	24	48	72
Resolución de problemas y/o ejercicios	24	0	24
Trabajos y proyectos	2	52	54

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

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Actividad en la que se formulan problema y/o ejercicios relacionados con la materia

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Entrevistas que el alumno mantiene con el profesorado de la materia para el asesoramiento/desarrollo de actividades de la materia y del proceso de aprendizaje.
Sesión magistral	Entrevistas que el alumno mantiene con el profesorado de la materia para el asesoramiento/desarrollo de actividades de la materia y del proceso de aprendizaje.

Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	Entrevistas que el alumno mantiene con el profesorado de la materia para el asesoramiento/desarrollo de actividades de la materia y del proceso de aprendizaje.

Evaluación					
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Sesión magistral	Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas. Pruebas para la evaluación que incluyen actividades, problemas u otros ejercicios prácticos a resolver. Los alumnos deben responder a la actividad presentada aplicando los conocimientos teóricos y prácticos de la materia. En este caso las pruebas de examen, orales o escrituras, consistirán en el análisis de una o varias imágenes a partir del expuesto en la clase y de las lecturas obligatorias o recomendadas.	50	B1 B2	C2 C5 C6 C11	D1
Trabajos y proyectos	Trabajos prácticos individuales de elaboración, análisis y justificación de un mensaje visual publicitaria.	50		C13	D1 D2 D3

Otros comentarios sobre la Evaluación

Será imprescindible obtener una calificación mínima de 2,5 en cada una de las partes para superar la materia.

En la segunda convocatoria los criterios de evaluación serán los mismos.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Arnheim, Rudolf, **Arte y percepción visual**, Alianza, 2002

Berger, John, **Modos de ver**, Gustavo Gili, 2000

Bergstrom, B., **Tengo algo en el ojo: técnicas esenciales de comunicación visual.**, Promopress, 2009

Gubern, Roman, **Del bisonte a la realidad virtual: la escena y el laberinto**, Anagrama, 2007

Gubern, Román, **Metamorfosis de la lectura**, Anagrama, 2010

Marzal Felici, Javier, **Cómo se lee una fotografía. Interpretaciones de la mirada**, Cátedra, 2007

Pastoreau, Michel, **Breve historia de los colores**, Paidós, 2007

Villafañe, Justo, **Introducción a la teoría de la imagen**, Pirámide, 2008

Zunzunegui, S., **Pensar la imagen**, Cátedra, 2007

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Comunicación: Imagen corporativa/P04G190V01303

Creatividad publicitaria/P04G190V01304

Elaboración del mensaje publicitario/P04G190V01401

Estrategias de la comunicación publicitaria/P04G190V01402

Teoría y práctica de la fotografía publicitaria/P04G190V01305

Producción publicitaria en medios audiovisuales/P04G190V01504

Producción publicitaria impresa/P04G190V01505

Campañas de imagen y de relaciones públicas/P04G190V01901

Cine y publicidad/P04G190V01902

Comunicación alternativa: Medios virtuales y nuevos soportes publicitarios/P04G190V01903

Producción publicitaria en la web y multimedia/P04G190V01801

Publicidad, artes gráficas y tipografía/P04G190V01906