



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	Ramahí García, Diana			
Profesorado	Lens Leiva, Jorge Ramahí García, Diana Soutelo Soliño, Carlos Manuel			
Correo-e	dianaramahi@gmail.com			
Web	http://			
Descrición xeral	Formación introdutoria respecto das características xerais da imaxe e da linguaxe visual.			

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	
Tema 1: A conceptualización da imaxe	1.1 Natureza e definición de imaxe 1.2 A imaxe ó longo da historia 1.3 Imaxe e contemporaneidade 1.4 O valor comunicativo da imaxe 1.5 Ámbitos de traballo para a comunicación visual
Tema 2: Percepción e coñecemento visual	2.1 O proceso cognitivo da percepción visual 2.2 Principais correntes teóricas sobre a percepción
Tema 3: A imaxe illada. Elementos morfolóxicos	3.1 O punto 3.2 A liña 3.3 O plano 3.4 A textura 3.5 A cor 3.6 A forma
Tema 4: A imaxe illada. Elementos escalares	4.1 A dimensión 4.2 O formato 4.3. A escala 4.4 A proporción
Tema 5: A imaxe illada. Elementos dinámicos	5.1 A temporalidade 5.2 A tensión 5.3 O ritmo
Tema 6: A imaxe illada. A síntese icónica	6.1 A composición 6.2 Os principios de composición
Tema 7: A imaxe secuencial. Compoñentes visuais	7.1 Os elementos tecnolóxicos 7.2 Os elementos visuais 7.3 Os elementos gráficos
Tema 8. A imaxe secuencial. Compoñentes sonoros	8.1 A fonte sonora 8.2 A relación co visual
Tema 9. A imaxe secuencial. Compoñentes sintácticos	9.1 O concepto de montaxe 9.2 As regras da montaxe 9.3 Os tipos de montaxe

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	24	48	72
Resolución de problemas	24	0	24
Traballos e proxectos	2	52	54

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo estudante.
Resolución de problemas	Actividade na que se formulan problema e/ou exercicios relacionados coa materia

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas	Entrevistas que o alumno mantén co profesorado da materia para o asesoramento/desenvolvemento de actividades da materia e do proceso de aprendizaxe.
Lección maxistral	Entrevistas que o alumno mantén co profesorado da materia para o asesoramento/desenvolvemento de actividades da materia e do proceso de aprendizaxe.

Probos	Descrición
Traballos e proxectos	Entrevistas que o alumno mantén co profesorado da materia para o asesoramento/desenvolvemento de actividades da materia e do proceso de aprendizaxe.

Avaliación					
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Lección maxistral	Probos prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas. Probos para a avaliación que inclúen actividades, problemas ou outros exercicios prácticos a resolver. Os alumnos deben responder á actividade presentada aplicando os coñecementos teóricos e prácticos da materia. Neste caso as probos de exame, orais ou escritas, consistirán na análise dunha ou varias imaxes a partir do exposto na clase e das lecturas obrigatorias ou recomendadas.	50	B1 B2	C2 C5 C6 C11	D1
Traballos e proxectos	Traballos prácticos individuais de elaboración, análise e xustificación dunha mensaxe visual publicitaria.	50		C13	D1 D2 D3

Outros comentarios sobre a Avaliación

Será imprescindible obter unha calificación mínima de 2,5 en cada unha das partes para superar a materia.

Na segunda convocatoria os criterios de avaliación serán os mesmos.

Bibliografía. Fontes 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

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