

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Comunicación: Teoría y técnica de la imagen				
Asignatura	Comunicación: Teoría y técnica de la imagen			
Código	P04G190V01106			
Titulacion	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	FB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	López Fernández, José Manuel			
Profesorado	García Pinal, Alfredo López Fernández, José Manuel Miragaya López, Laura María			
Correo-e	josemlopez@uvigo.es			
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 respeto al empleo de las nuevas tecnologías nos medios de comunicación en general y de la publicidad en particular.	D1

Contenidos

Tema	
1. EL CONCEPTO DE IMAGEN	¿Qué es una imgen? La imagen en la historia ¿Imagen analógica=verdad? Mímesis y representación La relación de la imagen con la realidad ¿Pueden engañar las imágenes? 'Fake', trampantojo, espejismo...
2. LA IMAGEN DIGITAL	¿Qué sigue siendo una imagen? La imagen contemporánea ¿'Nuevas' estéticas y 'nuevos' modos de producción de imágenes? ¿Imaxe analógica=verdad, imagen digital=mentira? El pixel, el 'glitch', el error, el 'lo-fi'... La autofotografía y la representación del yo
3. LA PERCEPCIÓN	Imágenes externas e imágenes internas El proceso perceptivo: del mundo al ojo, del ojo a la mirada y de la mirada a la cognición Teorías fundamentales de la percepción visual
4. LA IMAGEN AISLADA. ELEMENTOS VISUALES	Diferencias entre imágenes aisladas e imágenes secuenciales ¿Se puede 'mover' o puede 'durar' una imagen aislada? Técnicas básicas de comunicación visual: dimensiones temporal y espacial de la imagen Análisis de las imágenes: elementos morfológicos, escalares y dinámicos
5. LA IMAGEN AISLADA. LA COMPOSICIÓN	Ventanas al mundo I: encuadre, marco, campo Fundamentos de la composición: la regla de los tercios, la regla del horizonte, la proporción áurea
6. LA IMAGEN SECUENCIAL. ESPACIO VISUAL Y ESPACIO SONORO	Fundamentos de la imagen secuencial Ventanas al mundo II: encuadre, marco, campo, plano y toma Tipoloxgas básicas de planos El espacio diegético: el dentro y el fuera de campo
7. LA IMAGEN SECUENCIAL. EL MONTAJE	Montar el tiempo: el concepto de montaje Unidades de segmentación: plano, escena, secuencia, acto Tipologías básicas de montaje

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	24	0	24
Seminario	24	0	24
Examen de preguntas de desarrollo	2	50	52
Trabajo	0	50	50

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	En estas sesiones presenciales el docente dará a los alumnos los aspectos teóricos básicos de la materia, que ellos deberán desarrollar a partir de las indicaciones, sugerencias y bibliografía facilitados. Esos conocimientos, conceptos y herramientas de análisis visual deberán ser utilizados por los alumnos en los trabajos y seminarios y en el examen de preguntas de desarrollo.
Seminario	El alumno, de manera individual o en grupo, elabora, entrega y/o expone trabajos prácticos analizando casos de estudio propuestos por los docentes. Docencia práctica de ampliación de los contenidos teóricos tratados en las sesiones magistrales, relativas a la producción de imágenes y sus lenguajes técnico-narrativos. Visionado, análisis, creación, exposición, reflexión, comentarios de ejemplos de imágenes según su natureza y lenguajes.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción

Lección magistral	Los alumnos recibirán los conocimientos teóricos en las sesiones magistrales, que se desarrollarán en las dos horas de clases teóricas semanales. El docente orientará al alumno en la asimilación de los contenidos de la materia y atenderá a las preguntas y dudas expuestas por el alumnado. Los conocimientos teóricos adquiridos serán evaluados en un examen de preguntas de desarrollo.
Seminario	El alumno, de manera individual o en grupo, elabora trabajos prácticos sobre la temática de laa materia o prepara seminarios, casos de estudio, investigaciones, memorias, ensayos, resúmenes de lecturas, conferencias, etc. con la supervisión y ayuda de los docentes.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Examen de preguntas de desarrollo	Los contenidos desarrollados en las horas presenciales de las sesiones magistrales se evaluarán a través de una prueba final de preguntas de desarrollo.	50	B1 B2	C2 C6 C11	D1 D2
Trabajo	El alumno, de manera individual o en grupo, elabora, entrega y/o expone trabajos prácticos analizando casos de estudio propuestos por los docentes.	50	B1 B2	C2 C6 C11	D1 D2

Otros comentarios sobre la Evaluación

Si las circunstancias sanitarias lo permiten, esta materia es presencial, por lo que la asistencia a las sesiones teóricas y prácticas en el horario establecido por el centro es obligatoria. La participación y asistencia serán valorados según criterios de observación continua.

Con independencia de la nota obtenida en los trabajos y seminarios, para superar la materia es necesario obtener por lo menos una nota de 5 sobre 10 en el examen de preguntas de desarrollo. De no ser así, el alumno suspenderá la materia. Para la edición de julio se mantendrán las notas de los trabajos y el alumno deberá realizar y aprobar un nuevo examen de preguntas de desarrollo.

Fuentes 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, Àngel, **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

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

Plan de Contingencias

Descripción

MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS

Ante la incierta e imprevisible evolución de la alerta sanitaria provocada por el COVID-19, la Universidad de Vigo establece una planificación extraordinaria que se activará en el momento en que las administraciones y la propia institución lo determinen atendiendo a criterios de seguridad, salud y responsabilidad, y garantizando la docencia en un escenario no presencial o parcialmente presencial. Estas medidas ya planificadas garantizan, en el momento que sea preceptivo, el desarrollo de la docencia de un modo más ágil y eficaz al ser conocido de antemano (o con una amplia antelación) por el alumnado y el profesorado a través de la herramienta normalizada e institucionalizada de las guías docentes.

ADAPTACIÓN DE LAS METODOLOGÍAS DOCENTES

- Los contenidos y la bibliografía no sufrirán cambios.
- Las sesiones magistrales pasarán a impartirse en el campus virtual, independientemente de que puedan subirse o no los apuntes a FAITIC.
- La supervisión de los trabajos prácticos se traslada también al campus virtual, y estos trabajos podrán adaptarse al entorno doméstico y a los medios técnicos disponibles para el alumnado, tanto si se realizan de manera colaborativa como individual.
- Los horarios de tutorías se mantendrán en los despachos virtuales de cada profesor.

ADAPTACIÓN DE LA EVALUACIÓN

- TRABAJOS PRÁCTICOS: sin modificación, 50% de la nota.
- EXAMEN DE PREGUNTAS DE DESARROLLO: en el caso de no poder ser realizado de forma presencial, podrá ser sustituido por la elaboración por parte do alumno de trabajo/s de investigación. Este o estos trabajo/s partirán de casos de estudio propuestos por el docente alrededor de los contenidos teóricos de la materia y supondrá/n el 50% de la nota final. Además de la bibliografía básica de la materia y de los apuntes de clase, se podrá facilitar una bibliografía complementaria para su realización. Será imprescindible obtener una nota de 5 sobre 10 en este o estos trabajo/s de investigación para superar la materia.