



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			
Descriptor	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	6	FB	1	1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	López Fernández, José Manuel			
Profesorado	García Pinal, Alfredo López Fernández, Xosé Manuel			
Correo-e	josemlopez@gmail.com			
Web	http://			
Descripción general	Formación introductoria en relación a las características generales de la imagen y del lenguaje visual.			

Competencias

Código		Tipología
CG1	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.	• saber
CG2	Competencia interpretativa de la comunicación: capacidad de analizar los elementos de la comunicación y generar los conocimientos en esta disciplina.	• saber
CE2	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	• saber
CE5	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.	• saber
CE6	Competencias imaginativas y conocimiento de los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación.	• saber
CE11	Competencia o alfabetización digital: capacidad y habilidad para utilizar las tecnología y técnicas de comunicación en nuevos soportes, medios interactivos y multimedia.	• saber hacer
CE13	Destrezas expresivas: capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Realización de piezas publicitarias básicas y supervisión de su producción definitiva.	• saber hacer
CT1	Competencias interpretativas de la comunicación: capacidad de reconocer implicaciones éticas en decisiones profesionales.	• Saber estar /ser
CT2	Competencias creativas: capacidad para la creatividad, la innovación y la adaptación al cambio.	• Saber estar /ser
CT3	Competencias colaborativas: capacidad de adaptación a los objetivos y valores organizacionales y de trabajo en equipo	• Saber estar /ser

Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias
Conocer los conceptos principales, teóricos y prácticos, de las representaciones visuales, su significado y su modo de comunicar realidades e ideas.	CG1 CG2 CE2
Aplicar las técnicas de análisis e interpretación de las imágenes visuales a la comunicación audiovisual y publicitaria.	CG2 CE6

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

CE5
CE11
CE13

Participar en los procesos de creación de forma responsable y respetuosa, integrándose eficazmente en el trabajo colectivo

CT2
CT3

Fomentar una conciencia crítica respecto al empleo de las nuevas tecnologías nos medios de comunicación en general y de la publicidad en particular.

Contenidos

Tema

1. EL CONCEPTO DE IMAGEN	¿Qué es una imagen? La imagen en la historia. La imagen contemporánea. ¿La imagen como huella de lo real? Mímesis y representación. ¿Pueden engañar las imágenes? "Fake", trampantojo, espejismo.
2. EL SISTEMA VISUAL	El papel del ojo: de la retina a la mirada. El papel del espectador: de la mirada al contexto. El papel de la percepción: cómo mirar una imagen. Teorías fundamentales de la percepción visual.
3. LA IMAGEN AISLADA. EL ALFABETO VISUAL	¿Imagen aislada, estática, fija? La lectura de las imágenes: elementos morfológicos. El punto, la línea, el plano, la textura, el color, la forma. Técnicas básicas de comunicación visual. El análisis de la imagen: elementos, estructuras, significados.
4. LA IMAGEN AISLADA. ELEMENTOS VISUALES	Elementos escalares: dimensión, formato, escala, proporción. Elementos dinámicos: temporalidad, tensión, ritmo. ¿Se puede "mover" o puede "durar" una imagen estática?
5. LA IMAGEN AISLADA. LA COMPOSICIÓN	Componer una imagen: la síntesis icónica. Fundamentos de la composición: el montaje interno. Fundamentos de la composición: perspectiva, profundidad, movimiento. Ventanas al mundo: encuadre, marco, campo, cuadro, plano.
6. LA IMAGEN SECUENCIAL. EL ESPACIO VISUAL	Fundamentos de la imagen secuencial. Tipología básica de planos. El espacio diegético: el dentro y el fuera de campo.
7. LA IMAGEN SECUENCIAL. EL ESPACIO SONORO	Imagen visual, imagen sonora La fuente sonora: voz, música, sonido, silencio
8. LA IMAGEN SECUENCIAL. EL MONTAJE	Montar el tiempo: el concepto de montaje. Tipos básicos de montaje. Unidades de segmentación: plano, escena, secuencia, acto.
9. LA IMAGEN DIGITAL	¿Qué sigue siendo una imagen? Nuevas estéticas y nuevos modos de producción de imágenes. ¿Imagen analógica=verdad, imagen digital=mentira?

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	24	50	74
Estudio de casos	14	30	44
Seminario	10	20	30
Examen de preguntas de desarrollo	2	0	2

*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 podrán ser utilizados por los alumnos en los estudios prácticos de caso.
Estudio de casos	El alumno, de manera individual o en grupo, elabora, entrega y/o expone trabajos prácticos analizando casos de estudio propuestos por los docentes.
Seminario	El estudiante, de manera individual o en grupo, elabora un documento sobre la temática de la materia o prepara seminarios, investigaciones, memorias, ensayos, resúmenes de lecturas, conferencias, etc.

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 una prueba final.
Seminario	El estudiante, de manera individual o en grupo, elabora un documento sobre la temática de la materia o prepara seminarios, investigaciones, memorias, ensayos, resúmenes de lecturas, conferencias, etc. con la supervisión y ayuda del docente.
Estudio de casos	El alumno, de manera individual o en grupo, elabora, entrega y/o expone trabajos prácticos analizando casos de estudio propuestos por los docentes, que asesorarán y supervisarán su evolución hasta su defensa, exposición y/ entrega final.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Estudio de casos	El alumno, de manera individual o en grupo, elabora, entrega y/o expone trabajos prácticos analizando casos de estudio propuestos por los docentes. La suma de estos trabajos supondrá el 40% de la nota total de la materia. Es necesario obtener al menos un 5 sobre 10 en cada uno de los trabajos.	40	CG1 CG2 CE6 CE11 CE13 CT2 CT3
Examen de preguntas de desarrollo	Los contenidos desarrollados en las horas presenciales de las sesiones magistrales se evaluarán a través de una prueba final que supondrá el 60% de la nota total de la materia. Es necesario obtener al menos una calificación de 5 sobre 10.	60	CG1 CG2 CE2 CE6 CE11 CT1 CT2

Otros comentarios sobre la Evaluación

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 sistemáticos. Para superar la asignatura es necesario obtener al menos un 5 sobre 10 tanto en la parte teórica y seminarios como en cada uno de los estudios de caso.

CONVOCATORIA DE JULIO/EXTRAORDINARIA

La forma de evaluación en la convocatoria de julio y extraordinaria es la misma. En caso de tener aprobados los estudios de caso y suspenso el examen teórico, el alumno se examinará solo de este último. En caso de no haber superado alguno de los estudios prácticos de caso, el alumno deberá realizar para esta convocatoria un nuevo estudio marcado por los docentes. Si no se aprueba la totalidad de la materia en esta convocatoria, el alumno deberá cursarla nuevamente y deberá adaptarse a la guía docente vigente en el nuevo curso académico. No se conservarán las calificaciones obtenidas en cursos anteriores.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

- Aumont, Jacques, La imagen, Paidós, 1992, Barcelona
- Aumont, Jacques, El ojo interminable, Paidós, 1997, Barcelona
- Aumont, Jacques; Bergala, Alain; Marie, Michel y Vernet, Marc, Estética del cine. Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje, Paidós, 1985, Barcelona
- 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, Madrid
- Berger, John, Modos de ver, Gustavo Gili, 2000, Barcelona
- Bordwell, David y Thompson, Kristin, El arte cinematográfico. Una introducción, Paidós, 1995, Barcelona
- Brea, José Luis, Las tres eras de la imagen: imagen-materia, film, e-image, Akal, 2005, Madrid
- Casetti, Francesco, di Chio, Federico, Cómo analizar un film, Paidós, 2003, Barcelona

Debray, Régis, Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente, Paidós, 1994, Barcelona

Dondis, D. A., La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual, Gustavo Gili, 2000, Barcelona

Gubern, Román, La mirada opulenta: Exploración de la iconosfera contemporánea, Gustavo Gili, 1992, Barcelona

Gubern, Román, Patologías de la imagen, Anagrama, 2004, Barcelona

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

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

Melot, Michel, Breve historia de la imagen, Siruela, 2010, Madrid

Quintana, Ángel, Después del cine. Imagen y realidad en el cine digital, Acantilado, 2011, Barcelona

Villafañe, Justo, Introducción a la teoría de la imagen, Pirámide, 1985, Madrid

Zunzunegui, Santos, Pensar la imagen, Cátedra, 2007, Madrid

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
