



## 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	Carácter	Curso	Cuadrimestre
	6	FB	1	1c
Lingua 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 xeral	Formación introdutoria respecto das características xerais da imaxe e da linguaxe visual.			

## Competencias

Código		Tipoloxía
CG1	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.	• saber
CG2	Competencia interpretativa da comunicación: capacidade de analizar os elementos da comunicación e xerar os coñecementos nesta disciplina.	• saber
CE2	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.	• saber
CE5	Coñecemento teórico-práctico dos elementos, formas e linguaxes da publicidade e das relacións públicas no contexto local/ rexional, nacional e internacional.	• saber
CE6	Competencias imaxinativas e coñecemento dos métodos do pensamento creador e a súa aplicación no proceso de comunicación.	• saber
CE11	Competencia ou alfabetización dixital: capacidade e habilidade para utilizar as tecnoloxías e técnicas de comunicación en novos soportes, medios interactivos e multimedia.	• saber facer
CE13	Destrezas expresivas: capacidade e habilidade para dar forma creativa á mensaxe. Realización de pezas publicitarias básicas e supervisión da súa produción definitiva.	• saber facer
CT1	Competencias interpretativas da comunicación: capacidade de recoñecer implicacións éticas en decisións profesionais.	• Saber estar / ser
CT2	Competencias creativas: capacidade para a creatividade, a innovación e a adaptación ao cambio.	• Saber estar / ser
CT3	Competencias colaborativas: capacidade de adaptación aos obxectivos e valores organizativos e de traballo en equipo.	• Saber estar / ser

## Resultados de aprendizaxe

Resultados de aprendizaxe	Competencias
Coñecer os conceptos principais, teóricos e prácticos, das representacións visuais, o seu significado e o seu modo de comunicar realidades e ideas.	CG1 CG2 CE2
Aplicar as técnicas de análises e interpretación das imaxes visuais á comunicación audiovisual e publicitaria.	CG2 CE6

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	CE5 CE11 CE13
Participar nos procesos de creación de forma responsable e respectuosa, integrándose eficazmente no traballo colectivo	CT2 CT3
Fomentar unha conciencia crítica respecto ao emprego das novas tecnoloxías nos medios de comunicación en xeral e da publicidade en particular.	CT1

## 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 docente

	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.

## Avaliación

	Descrición	Cualificación	Competencias Avaliadas
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	CG1 CG2 CE6 CE11 CE13 CT2 CT3
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	CG1 CG2 CE2 CE6 CE11 CT1 CT2

## 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, 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**

---

#### **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

Producción publicitaria en medios audiovisuais/P04G190V01504

Producción publicitaria impresa/P04G190V01505

Campañas de imaxe e de relacións públicas/P04G190V01901

Cine e publicidade/P04G190V01902

Comunicación alternativa: Medios virtuais e novos soportes publicitarios/P04G190V01903

Producción publicitaria na web e multimedia/P04G190V01801

Publicidade, artes gráficas e tipografía/P04G190V01906

---