FICHA IDENTIFICATIVA

Datos de la Asignatura

Código	33417
Nombre	Análisis de la Imagen
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	4.5
Curso académico	2018 - 2019

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1301 - Grado en Comunicación Audiovisual	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	3	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Carácter
1301 - Grado en Comunicación Audiovisual	10 - Análisis de los discursos audiovisuales y de sus efectos sociales	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
EL KETITI YAHMEDI, AOUATEF	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

Análisis y aplicación de las metodologías y técnicas de análisis de la imagen y los mensajes audiovisuales. Se trata de ofrecer herramientas conceptuales y prácticas que permitan la lectura de los mensajes explícitos e implícitos que contienen las imágenes y demostrar el alcance de los efectos que producen las imágenes en la vida social y en las representaciones individuales y colectivas. Proponer una aproximación a las estrategias comunicativas y de persuasión utilizadas (tanto por los medios de comunicación audiovisuales como por otras instituciones) como la publicidad, la propaganda y la expresión artística en medios visuales y audiovisuales.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

- Un conocimiento de los conceptos fundamentales de la imagen y las teorías más destacadas en este campo de estudio.

- Conocimientos básicos sobre el modo de funcionamiento de los medios audiovisuales

- Conocimientos técnicos básicos para el manejo de los programas software para el tratamiento informático de las imágenes

COMPETENCIAS (RD 1393/2007) // RESULTADOS DEL APRENDIZAJE (RD 822/2021)

1301 - Grado en Comunicación Audiovisual

- Competencia para el análisis comparado de los distintos medios y soportes mediáticos contemporáneos.
- Conocimiento de los diversos lenguajes, códigos y modos de representación propios de los distintos medios tecnológicos y audiovisuales: fotografía, cine, radio, televisión, vídeo e imagen electrónica, internet, etc. a través de sus propuestas estéticas e industriales, además de su relevancia social y cultural y su evolución a lo largo del tiempo, que deberá generar la capacidad para analizar relatos y obras audiovisuales, considerando los mensajes icónicos como textos y productos de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada.
- Conocimiento de la imagen espacial y de las representaciones icónicas en el espacio, tanto en la imagen fija como en la imagen en movimiento, así como los elementos constitutivos de la dirección artística. Capacidad para analizar y planificar las relaciones entre imágenes y sonidos desde el punto de vista estético y narrativo en los diferentes soportes y tecnologías audiovisuales. Capacidad para aplicar técnicas y procedimientos de la composición de la imagen a los diferentes soportes audiovisuales, a partir del conocimiento de las leyes clásicas y de los movimientos estéticos y culturales de la historia de la imagen mediante las nuevas tecnologías de la comunicación. También se incluyen los conocimientos de los modelos psicológicos específicamente desarrollados para la comunicación visual y la persuasión a través de la imagen.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RD 1393/2007) // SIN CONTENIDO (RD 822/2021)

El contenido de la asignatura y la metodología docente adoptada deben de ofrecer al alumnado la posibilidad de:

- Adquirir capacidades teóricas y técnicas para el análisis y la lectura de los códigos estéticos y semióticos de la imagen.

- Conocimiento de la tipología de la imagen y sus diferentes usos en los distintos soportes visuales y audiovisuales: fotografía, pintura, televisión, vídeo, imagen electrónica, internet,

- Tener una capacidad de análisis teórico y práctico que permita el reconocimiento de las estrategias que utilizan la imagen como modo de persuasión en los ámbitos mediáticos, políticos, económicos y cultural.

- Tener una consciencia del alcance del efecto de las imágenes en la vida social y su importante rol instrumental en la construcción y el mantenimiento de las distintas relaciones de poder.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Representación icónica y técnicas de interpretación

Fundamentos teóricos de la representación icónica y las técnicas de análisis, lectura y interpretación de la imagen desde las diversas perspectivas semióticas, estéticas e iconográficas.

2. La imagen publicitaria en los soportes gráficos y audiovisuales

Análisis de los elementos básicos de la imagen publicitaria en diferentes soportes gráficos y audiovisuales. El lenguaje publicitario, sus códigos estéticos, sus mensajes denotativos y connotativos y su dimensión psicológica así como la influencia de los patronos culturales y la lógica del marketing.

3. Imagen e imaginario en los videojuegos

Propone una reflexión sobre la relación entre la imagen y el entretenimiento y su uso como medio lúdico individual y social a través de las distintas etapas históricas hasta convertirse en un inminente producto de la industria cultural en la actualidad. Analiza las complejas conexiones psicológicas que se establecen entre las tres dimensiones: realidad, imaginario y ficción así como los distintos procedimientos técnicos y tecnológicos utilizados para optimizar los efectos psicológicos de la imagen del videojuego.

4. La imagen entre lo real y lo virtual

La realidad virtual es una revolución que trastoca todas las concepciones sobre las dimensiones del espacio y del tiempo. Se producen aplicaciones donde el usuario se siente dentro del mundo representado, interacciona con la representación de la realidad creada como si verdaderamente fuese un espacio con consistencia física. El ordenador nos ofrece la posibilidad de reconstruir el mundo visual, recrear imágenes y manipularlas. Es un instrumento que nos permite tanto el análisis de imágenes procedentes de otros medios como la creación de imágenes artificiales.

5. Análisis de la imagen electrónica

La exploración de las imágenes utilizadas en dispositivos electrónicos con especial atención a las imágenes utilizadas en la telefonía móvil y el ordenador. Analizar el alcance e impacto que el asentamiento de la imagen electrónica tiene en las sociedades actuales, prestando especial atención a su incidencia sobre las prácticas sociales y productoras de significado cultural.

6. Iconicidad urbana y urbanística

Propone una lectura de la imagen de la ciudad como espacio urbano de confluencia de formas iconográficas: Imago Urbis. La construcción arquitectónica y urbanística de la ciudad emplea varios procedimientos figurativos y simbólicos que emiten mensajes constantes a los habitantes. El despliegue de los iconos, señalizaciones, luces e indicaciones visuales convierte la ciudad-imagen en una plataforma de la cultura visual, del pensamiento en imágenes, de la relación del ser humano con el mundo en el que vive

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	45,00	100
Asistencia a eventos y actividades externas	3,00	0
Elaboración de trabajos en grupo	5,00	0
Elaboración de trabajos individuales	10,00	0
Estudio y trabajo autónomo	10,00	0
Lecturas de material complementario	5,00	0
Preparación de actividades de evaluación	7,00	0
Preparación de clases de teoría	7,00	0
Preparación de clases prácticas y de problemas	15,00	0
Resolución de casos prácticos	5,00	0
TOTAL	**112,00**	

METODOLOGÍA DOCENTE

1. Actividades de carácter presencial (40 % del tiempo):

1. 1. Clase teórico práctica: la asignatura consta de una parte teórica y una parte práctica. En la parte teórica se explicará el marco teórico general de estudio de la imagen haciendo un especial hincapié en los fundamentos básicos de la lectura y el análisis de la imagen así como el uso práctico de la imagen en los distintos ámbitos de conocimiento. En la parte práctica se procederá a la experimentación de los conocimientos teóricos adquiridos sobre algunos casos concretos. Las habilidades adquiridas deben permitir al alumnado tener la capacidad de contextualizar, leer y analizar las imágenes en los distintos soportes, mediante el uso de herramientas de análisis estética y semiótica.

1. 2. Tutoría individual y en grupo.

2. Actividades de carácter autónomo (60% del tiempo):

2. 1. Consulta y estudio de la bibliografía por parte del alumnado.

2. 2. Preparación, individual o en grupo, de las prácticas en el aula siguiendo las pautas

que la profesora vaya marcando para las distintas fases del proceso.

EVALUACIÓN

La evaluación girará en torno a la competencia adquirida a partir de las clases teórico-prácticas y será distribuida de la manera siguiente:

- Prueba escrita en torno a los conocimientos adquiridos en la clase teórica y a

través de las lecturas (30% de la nota).

- Valoración de las tareas, las exposiciones y las prácticas individuales y en grupo en clase

junto con la valoración de la actitud y participación en la dinámica del aula por parte del alumnado (70% de la nota).

REFERENCIAS

Básicas

- BERGER, J. (1985): El sentido de la vista, Madrid: Alianza, 1997.
  Dondis, D.A. (1973) La sintaxis de la imagen. Barcelona, G. Gili, 1985.

  Fernandez F y J. Martínez. J.(2003); Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual. Barcelona, Paidós.
  GAUTHIER, G. (1986): Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido, Madrid: Cátedra.

  Manguel, A. (2000) Leer imágenes, una historia privada del arte. Alianza Editorial.
  Vilches, L. (1990) La lectura de la imagen, prensa, cine, televisión, Barcelona, Paídos comunicación.

Complementarias

- Kanizsa, G. (1980) Gramática de la visión. Barcelona, Paidós, 1986.

  KRESS, G. & VAN LEEUWEN, T. (1996): Reading images. The grammar of visual design, Londres/Nueva York, Routledge.
  YUS, F. (1997): La interpretación y la comunicación de masas, Alicante: Instituto de Cultura Juan Gil-Albert.