

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

| | |
|------------------------|-----------------------|
| Código | 33417 |
| Nombre | Análisis de la Imagen |
| Ciclo | Grado |
| Créditos ECTS | 4.5 |
| Curso académico | 2023 - 2024 |

Titulación(es)

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

Materias

| Titulación | Materia | Caracter |
|---------------------------------------|--|-----------------|
| 1301 - Grado 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

1301 - Grado Comunicación Audiovisual

- Conocer la comunicación como proceso y los diferentes elementos que lo constituyen. Poseer y comprender los conocimientos de la especificidad de los discursos, así como de los modos de representación propios de los distintos medios tecnológicos y audiovisuales. Conocer las distintas teorías, métodos y problemas de la comunicación audiovisual y sus diferentes lenguajes.
- 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 y capacidad para aplicar recursos, elementos, métodos y procedimientos de los procesos de construcción y análisis de los relatos audiovisuales tanto lineales como no lineales, incluyendo el diseño, establecimiento y desarrollo de estrategias, así como las aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en los mercados audiovisuales.
- 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

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

Sin docencia

EVALUACIÓN

Contactar con el profesor

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.