

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Teoría de la Imagen

PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Periodismo

GRUPO: 1718-M

CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales

CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatorio

ECTS: 6,0

CURSO: 1º

SEMESTRE: 2º Semestre

IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:

Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL PROFESOR

NOMBRE Y APELLIDOS: Matías López Iglesias

EMAIL: mlopez@uemc.es

TELÉFONO: 983 00 10 00

HORARIO DE TUTORÍAS: Viernes a las 08:00 horas

BREVE CV:

Profesor de Universidad Privada, Acreditado por el Comité de Ciencias Sociales y Jurídicas del Programa de Evaluación del Profesorado ANECA. Doctor en Publicidad y RR.PP. por la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid. European Animation Masterclass en prácticas avanzadas de Animación, de la Fernseh Akademie Mitteldeutschland e.V. Financiado por el MEDIA PLUS en Halle der Saale Alemania. Licenciado en Publicidad y RR.PP. por la Universidad Complutense de Madrid.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

La imagen como representación de la realidad es un instrumento indispensable de información y ha permitido el asentamiento en el ámbito audiovisual. Por tanto, el estudio de la imagen desde una perspectiva científica es un saber esencial para acceder al mundo laboral. Teoría de la Imagen es una asignatura de carácter teórico-práctica. A través del universo icónico y audiovisual se pretende que el alumno comience a establecer capacidades de reflexión crítico-constructivas a partir de una base teórica para posteriormente, enfocarla hacia el análisis de sus atributos visuales y su sintaxis espacial y temporal. En definitiva, construir una cultura de la imagen que permita al alumnado aplicar los conocimientos adquiridos al campo del Periodismo, la Comunicación Audiovisual y la Publicidad y las Relaciones Públicas, que conforman los estudios de Grado.

CONOCIMIENTOS Y DESTREZAS PREVIAS.

No se considera imprescindible que el alumno posea conocimientos anteriores sobre la disciplina para cursar la asignatura, teniendo en cuenta que pertenece al primer curso de los estudios de Grado. Pero sí es necesario y básico para afrontar con éxito la asignatura, que el alumnado muestre interés y se sienta atraído hacia la creación de imágenes y todo lo que implica este universo en los medios y en la sociedad. Además es importante manifestar afinidad por la lectura de textos, por extensión, lectura de imágenes por lo que simbolizan o transmiten

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura de Teoría de la Imagen es obligatoria y común a los Grados de 1er curso de Publicidad y RR.PP y Periodismo, perteneciente a la materia 3: Fundamentos y Análisis de la Información y la Comunicación, de la Facultad de Ciencias Sociales. Está orientada a proporcionar los conocimientos, destrezas y competencias necesarios de los profesionales de la comunicación con el fin de que el alumno sea capaz de discernir sobre los procesos que intervienen en la percepción y representación de los distintos tipos de imágenes. Esta asignatura se complementa con la Comunicación e información audiovisual, la Teoría General de la Publicidad y la Documentación, porque trabajan competencias necesarias para el ejercicio de la profesión

IMPORTANCIA DE LA ASIGNATURA PARA EL ÁMBITO PROFESIONAL

La asignatura Teoría de la Imagen tiene gran relevancia para los profesionales de los medios de comunicación puesto que la imagen es un saber necesario para acceder al mundo laboral relacionado con el ámbito de la comunicación. Mediante el proceso de aprendizaje de la materia tanto teórica como práctica, el alumno, conseguirá poner en orden los conocimientos referentes al estudio de elaboración de imágenes, respecto a sus posibilidades estéticas, comunicativas y de significación. Comprenderá la situación de la información, de la comunicación y del conocimiento, constituida a partir de imágenes, estudiándolas, analizándolas y elaborándolas, con el fin de establecer una atmósfera de reflexión sobre la fuerza e importancia que la imagen tiene en nuestra sociedad. El conocimiento de esta asignatura permitirá al alumno acceder al mundo laboral de los medios escritos, audiovisuales, radiofónicos y de Internet.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. Nociones básicas de la imagen.
2. Archivos y formatos de imagen
3. Acciones e historia.
4. Tamaños y resolución
5. Canales, capas, formas y trazados
6. Textos: Carácter y párrafo
7. Color, Muestras y estilos
8. Color Canales y mascarar
9. Filtros y efectos
10. Composición de capas
11. Pinceles
12. Fotografía analógica
13. Fotografía digital.
14. Laboratorio digital RAW
15. Fundamento del Sonido
16. Manipulación y edición de sonido
17. El producto audiovisual

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Se recomienda usar el Entorno Adobe. Programas básicos.

- Photoshop (para retoque fotográfico).
- Bridge (metadatos de imágenes)
- Audition (edición de sonido)
- Adobe Cámara Raw (revelado digital de imagen)
- Premiere (audiovisual)

•
 Página Web de moodle.
 •

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico
- CG02. Capacidad para trabajar en equipo
- CG04. Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones
- CG05. Capacidad para desarrollar el pensamiento creativo
- CG06. Capacidad para adaptarse al entorno y a nuevas situaciones
- CG09. Capacidad para comunicar imágenes, ideas o símbolos
- CG10. Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica
- CG11. Capacidad para desarrollar un perfil investigador

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE15. Capacidad para el análisis crítico de la influencia de los medios de comunicación en la sociedad
- CE16. Capacidad para integrar conocimientos artísticos y estéticos heterogéneos en la elaboración o creación de nuevos contenidos
- CE20. Capacidad y habilidad para buscar, seleccionar y organizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito, sonoro, visual, etc.) de utilidad para la elaboración o creación de contenidos
- CE41. Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Conocer los fundamentos físicos de la imagen y del sonido.
- Asimilar la evolución de los medios que han permitido el asentamiento conceptual de la imagen audiovisual.
- Conocer la teoría y técnica de la fotografía.
- Distinguir los fundamentos de la imagen acústica y aplicarlos a la cultura audiovisual.
- Comprender la significación del sonido en la construcción de discursos audiovisuales.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Acaso, María (2009): *El lenguaje visual*. Barcelona: Paidós.
- Abril, Gonzalo (2007): *Análisis crítico de textos visuales. Mirar lo que nos mira*. Madrid: Síntesis.
- Aparici, Roberto y García Matilla Agustín (2008): *Lectura de imágenes en la era digital*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Bañuelos Capistrán, Jacob. *El fotomontaje* (2008) Madrid: Cátedra.
- Berger, John (2000): *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Burke, Peter (2001): *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona: Editorial Crítica.
- Bouillot, Renè (2005): *Barcelona: Curso de fotografía digital. Fundamentos y aplicaciones*. Ediciones Omega.

- Dondis, D.A. (1976): *La sintaxis de la Imagen*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Domenec, Font (1985): *El poder de la imagen*. Barcelona: Salvat Editores.
- Eguizábal, Raúl (2001): *Fotografía publicitaria*. Madrid, Cátedra.
- García Fernández, Emilio., Sánchez González, Santiago., Marcos Molano, Mar. et al.: *La cultura de la imagen* (2006). Madrid, Fragua.
- Gil, Fátima y Segado, Francisco (2011): *Teoría e historia de la imagen*. Madrid: Síntesis.
- Gubern, Román (1987): *La mirada opulenta*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Keim, Jean A (1971): *Historia de la Fotografía*. Barcelona: Icos-Tau Ediciones.
- Kossoy, Boris (2001): *Fotografía e historia*. Buenos Aires: La Marca/Biblioteca de la mirada.
- Langford, Michael, Fox, Anna y Sawdon Smith, Richard (2008): *Fotografía básica* (8ª edición). Barcelona: Ediciones Omega.
- Langford, Michael (2001): *La fotografía paso a paso. Un curso completo* (10ª edición). Madrid: Hermann Blume Ediciones.
- Lovell, Ronald P., Zwahlen, Fred C. y Folts, James A. (1998): *Manual completo fotografía*. Madrid: Celeste Ediciones.
- Marzal Felici, Javier (2007): *Como se lee una fotografía. Interpretaciones de la mirada*. Madrid: Cátedra, pp. 97-134.
- Newhall, Beaumont (1983): *Historia de la fotografía, desde sus orígenes hasta nuestros días*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Ramírez, Juan Antonio (2004). *Medios de masas e historia del arte*. Madrid: Cátedra.
- Poyato, Pedro (2006): *Introducción a la Teoría y Análisis de la Imagen*. Granada: Grupo editorial universitario.
- Santos Zunzunegui (2003): *Pensar la imagen*. Madrid: Ediciones Cátedra. (1ª edición 1989).
- Sánchez Garre, Nieves (2004): *Evolución técnica de la fotografía a través de la obra de Lewis Carroll: Alicia en el país de las maravillas y A través del espejo*. Madrid: Servicio de Publicaciones Universidad Complutense.
- Sanz, Juan Carlos (1996): *El libro de la imagen*. Madrid: Alianza Editorial.
- Segado Boj, Francisco Y Gil Fátima (edit) (2011): *Teoría e Historia de la Imagen*. Madrid: Síntesis.
- Sougez, Marie-Loup (Coord.), Santos García Felguera (2009), et al. *Historia general de la Fotografía*. Madrid: Cátedra.
- Victoroff, D. (1980): *La publicidad y la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Villafañe, Justo y Mínguez, Norberto (2006): *Principios de Teoría General de la Imagen*. Madrid: Pirámide (1ª edición 1996).
- White, Ron (2006): *Cómo funcionan las cámaras digitales*. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Altred Vigil, A., Sánchez Belén, J. A. (2006): *Métodos y técnicas de investigación en Historia Moderna e Historia Contemporánea*. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Baeza, Pepe (2001): Por una función crítica de la fotografía de prensa. Barcelona: Gustavo Gili.
- Brisset, Demetrio E. (2002): Fotos y Cultura. Usos expresivos de las imágenes fotográficas. Málaga: Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad.
- Ferraz Martínez, Antonio (2004): *El lenguaje de la publicidad (Cuadernos de lengua española II)*. Madrid: Arco libros.
- Fontcuberta, Joan (1997): El beso de Judas. *Fotografía y verdad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Jiménez, José (2004). *Teoría del arte*. Madrid: Editorial Tecnos.
- Kossoy, Boris (2001): *Fotografía e historia*. Buenos Aires: La Marca.
- Kurtz, Gerardo F. (1999). *Alvin Langdon Coburn*. A Coruña: Fundación Pedro Barrié de la Maza.
- Lister, Martin (1997): *La Imagen Fotográfica en la Cultura Digital*. Barcelona: Paidós Ibérica.

- Macknik, Stephen L. y Martínez-Conde, Susana (2012): *Los engaños de la mente*. Barcelona: Ediciones Destino.
- Moles, Abraham (dirección) y Zeltmann, Claude (asistente) Alouche, F., Abramowicz, L., Bouissac, P, et al. (1985): *Diccionarios del saber moderno la comunicación y los mass media*. Bilbao: Ediciones Mensajero.
- Ribalta, Jorge (2004). *Efecto real*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Sáinz Martín, Aurelio (2002): *¡Mírame! Teoría y práctica de los mensajes publicitarios*. Madrid: Ediciones Eneida.
- Sánchez Garre, Nieves y Nestola, Paola (2010): “Caleidoscopio de poderes a través del documento fotográfico”, en *Revista General de Información y Documentación*, Vol. 20. Madrid: Publicaciones Universidad Complutense, Facultad de Ciencias de la Documentación.
- Varella Vigal, Julia (2004): *Hacia esmeralda*. Almería: Gaviero Ediciones.
- Scharf, Aaron (1994): *Arte y Fotografía*. Madrid: Alianza editorial.
- Woolley, Benjamín (1994): *El Universo Virtual*. Madrid: Acento Editorial.
- Zunzunegui, Santos (1995): *Pensar la imagen*. Madrid: Cátedra / Universidad del País Vasco.

OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:

Muchos de programas pueden conseguirse bien de la Web de los desarrolladores. Los principales fabricantes de programas suelen ofrecer descargas de demos y, en ocasiones, versiones completas pasadas de sus aplicaciones. O bien, a través de servidores de descarga. Suelen estar organizados por categorías y se pueden descargar libremente. Lo más beneficioso es buscar por tipo de programas, ya que así conocemos toda la oferta disponible. Algunos de los sitios más comunes de descarga de software son:

.

www.adobe.es

www.autodesk.es

www.corel.com

www.davecentral.com

www.download.com

www.freeware32.com

www.jumbo.com

www.nonags.com

www.rocketdownload.com

www.simtel.net

www.softonic.com

www.softseek.com

www.tucows.com

www.versiontracker.com

www.winsite.com

Diccionarios y fuentes de consulta especializada:

- Diccionario de Fotografía: <http://www.expofoto.com/diccionario/>
- Diccionario de fotógrafos españoles. Del siglo XIX al XXI: <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/promociondelarte/actividades-de-promocion-del-arte/diccionario-fotografos-esp.html>.

Bancos de imágenes:

- Age fotostock: <http://www.agefotostock.com/age/es/Default.aspx>
- Corbis: <http://www.corbisimages.com>
- Fotolia: <http://es.fotolia.com/>
- flickr: <https://www.flickr.com/>
- Getty Images: <http://www.gettyimages.es>
- iStockphoto: <http://espanol.istockphoto.com/>
- Agencia Magnum: www.magnumphotos.com
- Ojodigital: <http://www.ojodigital.com>
- Periodismo ciudadano: <http://www.periodismociudadano.com/>
- Periodismo fotográfico: <http://periodismofotografico.com/>
- Photostock: <http://www.photostock.com.mx/>
- THEMYourself: <http://es.themeyourself.com/bancos-de-imagenes-gratis/>
- Shutterstock: <http://www.shutterstock.com>
- 5 buscadores de imágenes online para periodistas y bloggers: <http://noticias.universia.es/en-portada/noticia/2013/02/04/1002945/5-buscadores-imagenes-online-periodistas-bloggers.html>

Agencias de Publicidad:

- Asociación Española Agencias Comunicación Publicitaria (AEACP): <http://www.agenciasaeacp.es/>
- Directorio de Publicidad, Marketing, u Medios de Anuncios (PUBLIDATA): <http://www.publidata.es/agencias-publicidad>

Directorio Agencias de Comunicación:

- Aguilar Comunicación: <http://www.aguilarcomunicacion.es/>
- Agencias de Comunicación: <http://agenciascomunicacion.com/>

OTRAS FUENTES DE CONSULTA.

- Periódicos y revistas especializados.
- Tutoriales en You Tube relacionados con los temas.
- Arts electrónica: www.aec.at/
- Plataforma de experimentación artística: www.animalario.tv
- Directorio de fotografía e imagen: www.fotocultura.com
- Photoespaña: www.phedigital.com
- De la fotografía analógica a la digital: www.artfutura.org

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

La asignatura (comenzará con la aplicación de unos conceptos teóricos iniciales (Clase presencial teórica), impartidos por el profesor. Al final de cada unidad se sugerirán algunos ejercicios relacionados con la materia impartida.

MÉTODO HEURÍSTICO:

La metodología empleada principalmente HEURÍSTICA. En esta asignatura los estudiantes llevarán a cabo distintos proyectos y actividades. Para ello desarrollarán y aplicarán los conceptos adquiridos y usarán los recursos a su alcance.

Los conceptos teóricos se impartirán mezclados con la realización de prácticas en clase. El aprendizaje de los conceptos debe ser de manera aplicada dando prioridad al manejo de herramientas de tratamiento de la imagen.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

1ª Semana Nociones básicas de la imagen. Funcionamiento de la representación visual.

2ª Semana Archivos y formatos de imagen

3ª Semana Acciones e historia.

4ª Semana Tamaños y resolución

5ª Semana Canales, capas, formas y trazados

6ª Semana Textos: Carácter y párrafo.

7ª Semana Color 1, Muestras y estilos

8ª Semana Color Canales y mascarar

10ª Semana Filtros y efectos

11ª Semana. Composición de capas y pinceles

12ª Semana Fotografía analógica

13ª Semana Fotografía digital. Laboratorio digital RAW

14ª Semana Fundamento del Sonido

15ª Semana Manipulación y edición de sonido. El producto audiovisual

16ª Semana: Seminarios tutoriales.

17ª Semana Evaluaciones.

18ª Semana Evaluaciones.

Frecuencia: los trabajos se realizarán progresivamente a lo largo del curso.

Tutorías académicas grupales:

A lo largo de las 15 semanas académicas existirán 4 horas de tutoría académica grupal repartidas en dichas semanas que se fijarán según el profesor y alumnado lo estimen oportuno. No obstante, se han previsto las siguientes:

- Semana 4.
- Semana 8.
- Semana 13.
- Semana 15.

Tutorías individuales:

Viernes 08.00 - 09.00 horas para Periodismo y Comunicación Audiovisual

Viernes 13.00 - 14.00 horas Para Publicidad y Rr. Pp.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y EVALUACIONES:

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES:

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	¿Se evalúa?	EO	EE
Evaluación de trabajos y proyectos. Práctica 1				X												X	X	X
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas. Práctica 2								X								X	X	X
Evaluación de trabajos y proyectos. Práctica 3													X			X	X	X
Portfolio															X	X	X	X

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN:

Todas las evaluaciones han de estar aprobadas individualmente. Se considerará la asignatura como suspensa si al menos una de ellas no ha sido superada. La evaluación final será la suma de las notas obtenidas, pero no se hará media si la nota de alguna es menor a 5. Es decir: todas las notas parciales han de estar aprobadas para superar la asignatura.

Es necesario realizar todos los ejercicios, incluidos los realizados en clase para aprobar la asignatura. Se realizarán trabajos a lo largo del curso. La entrega fuera de fecha o la no presentación de los trabajos se considerará como

suspenso.

Todo trabajo no realizado o suspenso deberá ser repetido en una nueva convocatoria cuya entrega la decidirá el profesor. Aquellos alumnos con trabajos aprobados que deseen subir nota podrán repetir dichos trabajos en nuevas convocatorias, siempre bajo el visto bueno del profesor.

Aquel alumno, por las circunstancias que fuera, que no entregue cualquier práctica realizada en clase, deberá ser finalizada en casa y entregada en las siguientes clases. El plagio de trabajos, o la realización de trabajos por terceras personas, será motivo de suspenso.

El día fijado con la fecha del Prueba final se realizará una prueba de respuesta larga de desarrollo teórico/práctica.

Los usos indebidos de internet y del resto de recursos de la clase serán penalizados con trabajos. Si se observa alumnos jugando, leyendo el correo, chateando en redes sociales etcétera, o navegando sin permiso del profesor serán penalizados con trabajos extra.

Esta evaluación será válida tanto para la convocatoria ordinaria como para la extraordinaria. Es decir, en las convocatorias extraordinarias o posteriores a la ordinaria del curso, el alumno tendrá que entregar distintos trabajos que engloben los conceptos de toda la asignatura.

La asistencia a clase es obligatoria, y los trabajos que se realizan en ella también. En caso de asistencia injustificada a clase no se perderá la opción de evaluación continua, pero el alumno deberá de entregar, en la fecha indicada por el profesor los trabajos.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Trabajos y proyectos	40%
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	20%
Portafolio	20%
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	20%

EVALUACIÓN EXCEPCIONAL:

Los estudiantes que por razones excepcionales no puedan seguir los procedimientos habituales de evaluación continua exigidos por el profesor podrán solicitar no ser incluidos en la misma y optar por una «evaluación excepcional». El estudiante podrá justificar la existencia de estas razones excepcionales mediante la cumplimentación y entrega del modelo de solicitud y documentación requerida para tal fin en la Secretaría de la Universidad Europea Miguel de Cervantes en los siguientes plazos: con carácter general, desde la formalización de la matrícula hasta el viernes de la segunda semana lectiva del curso académico para el caso de alumnos de la Universidad, y hasta el viernes de la cuarta semana lectiva del curso académico para el caso de alumnos de nuevo ingreso. En los siete días hábiles siguientes al momento en que surja esa situación excepcional si sobreviene con posterioridad a la finalización del plazo anterior.