

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Teoría de la Imagen
PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
GRUPO: 2021-M1
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: Matias Lopez Iglesias
EMAIL: mlopez@uemc.es
TELÉFONO: 983 00 10 00
HORARIO DE TUTORÍAS: Miércoles a las 17:00 horas
CV DOCENTE: <p>Matías López lleva más de 10 años de docente en la Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC) donde ha impartido a un centenar de grupos una amplia variedad de asignaturas (12 temáticas distintas). en términos cuantitativos suman 370 créditos ECTS., o lo que viene a ser 3700 horas de impartición en el aula. Sin contar asignaturas satélites. De las cuales más de 2000 ha sido después de haber obtenido el título de doctor.</p> <p>Ha sido evaluado en el Programa DOCENTIA en 3 ocasiones: 2010 Evaluación Muy Positiva. 2013 Evaluación Excelente. 2017 con la nota Evaluación Excelente 95,2.</p> <p>Las asignaturas impartidas siempre han estado relacionadas con el diseño y la tecnología en el ámbito de ciencias de la información. Ha dado una docena de variantes: Publicidad y Nuevas Tecnologías, Animación por ordenador, Diseño Gráfico, Autoedición, Estética digital, NNTT y sistemas de comunicación imagen, sonido, Tecnología de la información escrita, Teoría de la Imagen... tanto en licenciatura, Grado y, en menor medida, Máster.</p>
CV PROFESIONAL: <p>Desde 2006 trabaja como Profesor Universitario en exclusiva Universidad Europea Miguel de Cervantes. En ocasiones colabora como diseñador. Anteriormente ha sido profesor de clases extraescolares de Informática Centro de Estudios Lincoln Segovia y becario colaborador del Departamento "Diseño, Informática y Fotografía" (perteneciente al Colegio Universitario Domingo de Soto - U. Complutense).</p> <p>También ha desempeñado puestos relacionados con el mundo del diseño: en el departamento de Packaging y Preimpresión del Grupo San Cayetano, creativo y diseñador gráfico en la Agencia Línea 3 Publicidad Diferencial, creativo y gestión de cuentas en Inmedia Comunicación y marketing y, dentro del mundo editorial, ha sido maquettador de la Revista Mas vivienda y maquettador e Ilustrador Revista Páginas de Segovia.</p>
CV INVESTIGACIÓN: <p>Es profesor de Universidad Privada, Acreditado por el Comité de Ciencias Sociales y Jurídicas del Programa de Evaluación del Profesorado ANECA. Su formación está vinculada con su trayectoria investigadora: 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 y Licenciado en Publicidad y RR.PP. por la Universidad Complutense de Madrid.</p>

Cuenta con varias publicaciones científicas indexadas, la mitad de ellas como primer autor y otras en revistas sin indexar. Además varios libros completos y decenas de capítulos de libro. Del conjunto de las publicaciones más de la mitad son como primer y único autor. Es destacable también en este ámbito su trayectoria artística y, en todo caso, su fuerte actividad en transferencia de conocimiento con una patente y 4 modelos de utilidad. Ha sido ganador en 6 ocasiones de concursos de prototipos y ganador del Reto Edison, Premios Emporia, Acor, Pentacle Iniciativa Campus Emprendedor... además de múltiples becas académicas y artísticas.

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. 1. Introducción

1. 1.1. Nociones básicas de la imagen
2. 1.2. Archivos y formatos de imagen
3. 1.3. Acciones e historia
2. 2. Aspectos esenciales
 1. 2.1. Tamaños y resolución
 2. 2.2. Canales, capas, formas y trazados
 3. 2.3. Textos: Carácter y párrafo
3. 3. Color
 1. 3.1. Color, Muestras y estilos
 2. 3.2. Color, Canales y mascarar
4. 4. Manipulación de la imagen.
 1. 4.1. Filtros y efectos
 2. 4.2. Composición de capas
 3. 4.3. Pinceles
5. 5. La Fotografía
 1. 5.1. Fotografía analógica
 2. 5.2. Fotografía digital
 3. 5.3. Laboratorio digital RAW
6. 6. Sonido
 1. 6.1. Fundamento del Sonido
 2. 6.2. Manipulación y edición de sonido
7. 7. Imagen más sonido secuencial: Video
 1. 7.1. El producto audiovisual

OBSERVACIONES CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

El horario de las tutorías grupales quedará fijado por el profesor o profesora teniendo en cuenta el horario del grupo, siendo debidamente comunicado al alumnado.

La docencia y la evaluación en la asignatura se desarrollarán de forma presencial, siempre y cuando la Universidad cuente con la autorización por parte de las autoridades competentes, y atendiendo a los protocolos sanitarios establecidos, a lo previsto en el Plan UEMC de medidas frente la Covid-19, en el Plan Académico de Contingencia y en los Planes Específicos que se puedan implementar para atender a las particularidades de la titulación (<https://www.uemc.es/p/informacion-covid-19>).

Si existiese algún impedimento (situación sanitaria o situación de aislamiento de un alumno o grupo de alumnos) para la implementación de todo lo previsto inicialmente en esta guía docente, se fijará un nuevo escenario de impartición de la docencia y desarrollo de la evaluación a través de un Plan Específico, que será debidamente comunicado al alumnado. En este caso, las nuevas directrices se harán constar en la correspondiente adenda a la presente guía docente

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
- 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:

- CE16. Capacidad para el análisis crítico de la influencia de los medios de comunicación en la sociedad
- CE18. Capacidad para integrar conocimientos artísticos heterogéneos en la elaboración o creación de nuevos contenidos
- CE22. 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
- CE26. Capacidad para analizar los distintos sistemas mediáticos impresos y audiovisuales y aplicar su conocimiento a la práctica profesional

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.
- Comprender la significación del sonido en la construcción de discursos audiovisuales.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Villafañe, Justo y Mínguez, Norberto (2006): Principios de Teoría General de la Imagen. Pirámide . ISBN: 9788436810042
- Gil, Fátima y Segado, Francisco (2011): Teoría e historia de la imagen. . Síntesis. ISBN: 9788497567398
- Zunzunegui Díez, Santos (2003): Pensar la imagen. Cátedra. ISBN: 8437608155
- Sanz, Juan Carlos (1996): El libro de la imagen. Alianza Editorial. ISBN: 9788420608044
- Segado Boj, Francisco y Gil Fátima (2011): Teoría e Historia de la Imagen. Síntesis. ISBN: 9788497567398

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Berger, John (2000): Modos de ver. Gustavo Gili. ISBN: 9788425228926
- Poyato, Pedro (2006): Introducción a la Teoría y Análisis de la Imagen. Grupo editorial universitario. ISBN: 9788484917472

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

[Diccionario de Fotografía](http://www.expofoto.com/diccionario/)(<http://www.expofoto.com/diccionario/>)

Recurso de fácil manejo está realizado para la consulta rápida de cualquier término fotográfico. Es ampliado periódicamente.

[Diccionario de fotógrafos españoles del s. XIX al XXI](http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/promociondelarte/actividades-de-promocion-del-arte/diccionario-fotografos-esp.html)(<http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/promociondelarte/actividades-de-promocion-del-arte/diccionario-fotografos-esp.html>)

Una publicación que recoge la historia de la fotografía española en su conjunto, desde sus inicios hasta la actualidad.

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

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/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 especializadas.
- 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:

“La docencia y la evaluación en la asignatura se desarrollarán de forma presencial, siempre y cuando la Universidad cuente con la autorización por parte de las autoridades competentes, y atendiendo a los protocolos sanitarios establecidos, a lo previsto en el *Plan UEMC de medidas frente la Covid-19*, en el *Plan Académico de Contingencia* y en los *Planes Específicos* que se puedan implementar para atender a las particularidades de la titulación (<https://www.uemc.es/p/informacion-covid-19>).

Si existiese algún impedimento (situación sanitaria o situación de aislamiento de un alumno o grupo de alumnos) para la implementación de todo lo previsto inicialmente en esta guía docente, se fijará un nuevo escenario de impartición de la docencia y desarrollo de la evaluación a través de un Plan Específico, que será debidamente comunicado al alumnado. En este caso, las nuevas directrices se harán constar en la correspondiente adenda a la presente guía docente”.

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:

Miércoles 08.00 - 09 horas Para Publicidad y RR.PP, Periodismo y Comunicación Audiovisuales.

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?	CO	CE
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
Pruebas de respuesta larga de desarrollo.															X	X	X	X

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

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.

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.

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

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.

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.

Para los estudiantes que estén acogidos al Programa de Atención a la Diversidad y Apoyo al Aprendizaje -PROADA- podrán realizarse adaptaciones en las pruebas de evaluación o en otros aspectos descritos en la guía docente, sin que estas adaptaciones suponga una disminución en el grado de exigencia requerido para superar la asignatura. Estas adaptaciones se llevarán a cabo teniendo en cuenta las recomendaciones de los protocolos específicos diseñados para cada alumno particular.