

## TITULACIÓN: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

### DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

---

Nombre: **TEORÍA DE LA IMAGEN**  
Curso: TERCERO Semestre: 1º  
Tipo:  Formación Básica  Obligatoria  Optativa  
Créditos totales (LRU / ECTS): 6 Año del Plan de Estudio: 2010

### DESCRIPTORES

---

Profundiza en aspectos vinculados a la conceptualización y fundamentos de la teoría de la imagen, historia, análisis, percepción y fenómenos como la representación, el significado, la retórica y el discurso visual. Analiza la definición y tipología de las imágenes de los medios de comunicación y el ámbito artístico y propone una metodología de análisis de los discursos visuales. Se acerca a los elementos compositivos de la imagen, esto es, el punto, la línea, el color, la forma, la textura, el ritmo y la tensión; determina reglas compositivas que determinan la relación entre los elementos y el significado resultante entre ellos. Definen la imagen secuencial y analizan los elementos que la definen: movimientos de cámara, punto de vista, unidades narrativas.

### OBJETIVOS

---

- Conocer los fundamentos teóricos y prácticos de la comunicación por medio de imágenes.
- Adquirir los conceptos necesarios para la comprensión y el análisis de las imágenes.
- Comprender los modos de integración de diferentes formas expresivas para producir una comunicación eficaz
- Reflexionar sobre la influencia de las imágenes en los espectadores, analizando el comportamiento del público ante las mismas (cómo se usan y qué efectos pueden producir).

### COMPETENCIAS

---

#### Competencias transversales genéricas:

G03. Creatividad: capacidad para aplicar el pensamiento creativo en las campañas de comunicación.

G07. Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respeto por los derechos humanos.

G09. Fomentar y garantizar el respeto a los Derechos Humanos y a los principios de accesibilidad universal, igualdad, no discriminación y los valores democráticos y de la cultura de la paz. Que debe ser adscrita, al menos, al módulo de prácticas y trabajo de trabajo fin de grado y en todo caso a las asignaturas que contemplen contenidos de igualdad de género y/o derechos humanos, caso de que estén presentes en el plan de estudios

#### Competencias específicas:

E01. Conocimientos fundamentales de las Ciencias Sociales y del entorno económico, político, social y cultural que lo capacite para interactuar con la sociedad

E17. Estudio y evolución de los aspectos industriales, sociales y estéticos que inciden en la publicidad.

E20. Capacidad para percibir críticamente el nuevo panorama de la comunicación que nos rodea, considerando los mensajes icónicos como fruto de una sociedad producto de las condiciones sociopolíticas, económicas y culturales

## METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES

---

Actividades formativas presenciales:

1. Sesiones presenciales teóricas, prácticas o teórico-prácticas. Peso de la actividad 70%.
2. Sesiones presenciales de debate u otras actividades participativas. Peso de la actividad 5%.
3. Intervención de invitados expertos en las materias tratadas en la asignatura. Peso de la actividad 0%.

Actividades formativas no presenciales:

4. Realización de trabajos y/o prácticas individuales o en grupo. Peso de la actividad 25%.
5. Otras actividades no presenciales. Peso de la actividad 0%.

## TEMARIO

---

### TEMA 1. APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE IMAGEN

- 1.1. El estudio de la imagen
  - 1.1.1. Axiomas de la TGI
  - 1.1.2. Objeto y límites de la TGI
- 1.2. La naturaleza de la imagen: imagen y realidad
- 1.3. La definición de la imagen
- 1.4. La modelización icónica de la realidad
- 1.5. El nivel de realidad
- 1.6. La materialidad de la imagen

### TEMA 2. EL ANÁLISIS DE LA IMAGEN

- 2.1 Método de análisis de la imagen secuencial.

### TEMA 3. LA PERCEPCIÓN VISUAL

- 3.1. El proceso cognitivo de la percepción: ojo y cerebro
  - 3.1.1. El sistema visual
    - 3.1.1.1. Aspectos ópticos.
    - 3.1.1.2. Aspectos neurofisiológico
  - 3.1.2. La percepción del espacio
    - 3.1.2.1. La dirección visual
    - 3.1.2.2. La distancia visual
  - 3.1.4. La percepción del movimiento
    - 3.1.4.1. El movimiento real
    - 3.1.4.2. El movimiento aparente
- 3.2. La cognición visual
  - 3.2.1. Organización y reconocimiento
  - 3.2.2. Percepción y conocimiento

### TEMA 4. LA REPRESENTACIÓN

- 4.1. Elementos morfológicos de la imagen
  - 4.1.1. El punto
  - 4.1.2. La línea
  - 4.1.3. El plano
  - 4.1.4. El color
  - 4.1.5. La forma
  - 4.1.6. La textura
- 4.2. Elementos dinámicos de la imagen
  - 4.2.1. El orden temporal
  - 4.2.2. La tensión
  - 4.2.3. El ritmo
- 4.3. Elementos escalares de la imagen
  - 4.3.1. El tamaño
  - 4.3.2. La escala
  - 4.3.3. La proporción
  - 4.3.4. El formato
- 4.4. La composición de la imagen
  - 4.4.1. El peso visual
  - 4.4.2. Las direcciones visuales
  - 4.4.3. La composición normativa



## TEMA 5. LA IMAGEN SECUENCIAL

### 5.1. El espacio de la secuencia

5.1.1. Cuadro, marco y campo visual

5.1.2. La perspectiva

5.1.3. La profundidad de campo

5.1.4. El concepto de plano, secuencia y plano-secuencia

5.1.5. El punto de vista

### 5.2 El orden temporal de la secuencia

Movimiento y ritmo

## TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

---

Las calificaciones finales de valoración de adquisición de las competencias mínimas para superar este módulo serán de forma general o parcial:

1. Examen consistente en una prueba teórica. En conjunto supondrá un 70% de la calificación total. La posibilidad de su sustitución por una prueba oral solo se hará cuando sea imposible realizarla de forma escrita, manteniendo el mismo valor que ésta.
2. Trabajos teóricos y/o prácticos de autoría individual o colectiva, de carácter obligatorio o voluntario a criterio del docente. Se valorará sobre un 25% de la nota total
3. La asistencia y/o participación en clase y/o tutorías será considerada según el criterio del docente (5%)

