

CURSO ACADÉMICO 2014-2015

Titulación: Grado en Comunicación Audiovisual (0853)

Asignatura: Análisis de la Imagen (803743)

Curso: Segundo de Grado

Carácter: Obligatoria

Créditos: 6 ECTS

Profesor: Norberto Mínguez

Despacho: 110 (Edificio Antiguo)

Horario de Clases:

- Grupo A (segundo semestre)
Aula 415: miércoles y jueves de 11 a 13
- Grupo B (primer semestre)
Aula 410: miércoles y jueves de 11 a 13
- Grupo C (segundo semestre)
Aula 415: miércoles y jueves de 11 a 13

Tutorías: Primer semestre: miércoles y jueves de 10:00 a 11:00 y de 13:00 a 15:00

Tutorías: Segundo semestre: miércoles y jueves de 13:00 a 14:00 y de 16:00 a 18:00

Las tutorías tienen lugar en el despacho 110. Los alumnos deben solicitar cita previa. Se puede contactar con el profesor en norberto@ucm.es

I. Denominación

La asignatura Análisis de la Imagen se engloba en el módulo Historia y Teoría Audiovisual y en la materia Lenguajes Audiovisuales dentro del Grado en Comunicación Audiovisual que se imparte en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid

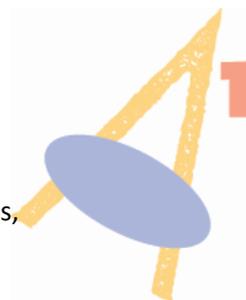
II. Sistema de evaluación

En líneas generales, la evaluación será continua a lo largo del semestre en el que se imparte la docencia. La participación activa y fundamentada del estudiante tanto en clase como en la realización de los trabajos y ejercicios que indique el profesor para cada uno de los temas de la asignatura, así como el seguimiento en tutorías del mismo, determinarán la nota global de sus resultados.

Los contenidos de la asignatura Análisis de la imagen atienden a un planteamiento teórico, de estudio y análisis que se proyecta fundamentalmente en el aula, porque las explicaciones contemplan el uso de ejemplos visuales y audiovisuales como garantía de aprendizaje, así como en los visionados que ha de realizar el alumno con la orientación del profesor.

En este sentido, la distribución que se hace de la carga lectiva, grupal y personal, responde al siguiente criterio:

- Las clases, el examen y la tutoría: 70 % de la nota global.
- Los trabajos y las prácticas del alumno: 30 % de la nota global.
- La participación activa del alumno en su formación (clases, tutorías, prácticas, trabajos) ayudarán en la mejora de la nota global.



Requisito de evaluación: es necesario aprobar el examen para poder calcular la media con los trabajos y prácticas del alumno.

III. Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

La metodología que se aplicará en la práctica docente de Análisis de la Imagen combinará los fundamentos teóricos de la asignatura y las propuestas prácticas que el profesor aplique en cada caso, todo ello encaminado a obtener los resultados formativos que consoliden el aprendizaje y la adquisición de competencias del alumno. En esta metodología se aplicará un aprendizaje que entienda de la participación del alumno, fomentando la colaboración entre los miembros del grupo.

Desde el primer día, el alumno contará con toda la información que le permitirá saber cuál va a ser su proceso de aprendizaje. Cada una de las asignaturas que componen esta materia tendrá una serie de actividades formativas que, en líneas generales y aplicadas a 6 créditos, serán:

- Clases magistrales: en las que se impartirán los contenidos teóricos de la asignatura. (2 créditos ECTS).
- Clases prácticas: análisis de casos que ayuden a comprender los contenidos teóricos. Serán desarrollados de manera individual o grupal, en función de lo específico del caso a abordar. (2 créditos ECTS)
- Trabajo del alumno: Estudio tutelado por el profesor. (1,5 créditos ECTS).
- Tutorías: Tiempo dedicado al apoyo y asesoramiento del profesor quien dirigirá el trabajo personal del alumno a lo largo del semestre. La formación será de colaboración permanente entre el profesor y el alumno. (0,5 créditos ECTS).

La asignatura tendrá el grado de flexibilidad que exigen los contenidos de la misma, siempre manteniendo su especificidad. Las actividades formativas en Análisis de la Imagen son obligatorias.

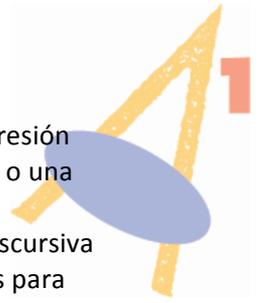
El alumno dispondrá en el Campus Virtual de todos los materiales formativos que requiera la asignatura. El alumno tendrá que utilizar estas herramientas tecnológicas a lo largo del semestre.

IV. Observaciones

El análisis de la imagen se orientará al estudio de las variables y mecanismos perceptivos y culturales que rigen el proceso de representación icónica para abordar, a continuación, el análisis de los principios generales de composición y su aplicación, desde una perspectiva teórica y práctica, a dicho ámbito de representación.

Dado el enorme influjo que la imagen tiene sobre distintos espacios sociales y culturales, en la parte práctica de la asignatura se tratará de que el alumno sea capaz de desarrollar una lectura

crítica y analítica de la imagen en toda su diversidad: desde la imagen que busca la expresión artística o la experimentación a aquella que nos seduce para la compra de un producto o una marca; desde la imagen documental que nos informa a la imagen de ficción que nos entretiene. Cada imagen existe en una esfera determinada y propone una estrategia discursiva específica. El objetivo de la asignatura es ofrecer al alumno las herramientas necesarias para crear modelos con los que analizar los lenguajes de la imagen. Esto significa reflexionar no sólo sobre cómo las imágenes representan la realidad, sino también sobre cómo proponen ideas, emociones o identidades.



Los contenidos de la asignatura Análisis de la imagen estarán coordinados con los niveles formativos de las otras asignaturas que forman parte de la materia de tal manera que el alumno progrese en conocimientos y alcance los objetivos propuestos.

V. Descripción de competencias

De carácter General

CG2. Conocimientos para analizar el discurso audiovisual, atendiendo a los parámetros básicos del análisis y los modelos teóricos existentes.

De Carácter Específico

CE22. Conocimientos para entender los procesos estéticos de la cultura de la imagen. Entendiendo los distintos grados e importancia del uso de la estética audiovisual.

VI. Programa de la asignatura

1. EL CONCEPTO DE IMAGEN

- 1.1 La naturaleza icónica
- 1.2 Definir la imagen
- 1.3 Aproximaciones y métodos de análisis

2. EL SISTEMA VISUAL

- 2.1 Percepción visual
- 2.2 Visión y conocimiento

3. EL ESPACIO ICÓNICO

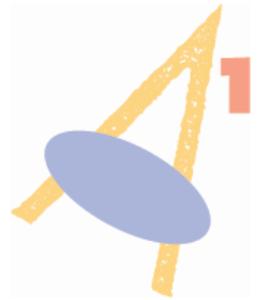
- 3.1 Elementos morfológicos de la imagen
- 3.2 El espacio en la imagen secuencial

4. LA TEMPORALIDAD

- 4.1 Elementos dinámicos
- 4.2 El orden temporal de la secuencia

5. COMPOSICIÓN, MONTAJE, INTERFAZ

- 5.1 Elementos escalares
- 5.2 La composición de la imagen
- 5.3 El montaje



6. EL SUJETO DENTRO Y FUERA DE LA IMAGEN
 - 6.1 La imagen y su espectador
 - 6.2 Imagen, deseo, memoria

7. LA IMAGEN CORPORATIVA
 - 8.1 Identidad, imagen, comunicación
 - 8.2 Diseño y ecosistemas de la imagen
 - 8.3 Identidad visual corporativa

8. IMAGEN Y VERDAD: DOCUMENTAL VS. FICCIÓN
 - 10.1 Imagen informativa y documental
 - 10.2 El falso documental
 - 10.3 El ensayo audiovisual

9. LA IMAGEN PUBLICITARIA
 - 9.1 El lenguaje de la publicidad
 - 9.2 Análisis del mensaje publicitario

VII. Método Docente

La asignatura combina clases magistrales en las que el profesor expondrá los aspectos teóricos más relevantes de cada tema con clases prácticas en las que se realizarán ejercicios de análisis. El desarrollo teórico será complementado con la lectura de textos propuestos por el profesor, algunos de los cuales serán de obligada lectura.

El alumno deberá entregar a lo largo del curso varios ejercicios de análisis. Parte de estos ejercicios se realizarán durante las clases prácticas y otros serán realizados fuera del horario lectivo. En el campus virtual se indican aquellas lecturas y visionados de carácter obligatorio. Finalmente, el alumno deberá elaborar un trabajo analítico sobre un tema acordado previamente con el profesor. Para ello debe rellenar y entregar la ficha de propuesta de trabajo que se encuentra en el campus virtual.

Para el tema 8 el alumno deberá visionar las películas relacionadas a continuación

El sol del membrillo (1992), Víctor Erice
Casas Viejas el grito del Sur (1996), Basilio Martín Patino
Tren de sombras (1997), José Luis Guerín
El cielo gira (2005), Mercedes Álvarez
La niebla en las Palmeras (2006), Carlos Molinero y Lola Salvador

VIII. Bibliografía

Básica

Aumont, Jacques. *La Imagen*. Barcelona, Paidós, 1992.

Català Doménech, Josep M. *La forma de lo real: introducción a los estudios visuales*. Barcelona, UOC, 2008.

Rose, Gillian. *Visual Methodologies. An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. London, Sage, 2007.

Villafañe, Justo y Norberto Mínguez. *Principios de Teoría General de la Imagen*. Madrid, Pirámide, 1996.



Complementaria

Arnheim, Rudolf. *El Poder del Centro: Estudios sobre la Composición en las Artes Visuales*. Madrid, Akal, 2001.

_____. *Arte y Percepción Visual: Psicología del Ojo Creador*. Madrid, Alianza, 2002.

Aumont, Jacques et al. *Estética del Cine: Espacio Fílmico, Montaje, Narración, Lenguaje*. Barcelona, Paidós, 1989.

Bañuelos, Jacob. "You Tube como plataforma de la sociedad del espectáculo". *Razón y Palabra* 69, 2009.

Berger, John. *Modos de Ver*. Barcelona, Gustavo Gili, 2002.

Brea, José Luis (Ed.). *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Madrid, Akal, 2005.

Brea, José Luis. *Las tres eras de la imagen: imagen-materia, film, e-image*. Madrid, Akal, 2005.

Bruzzi, Stella. *New Documentary*. London, Routledge, 2006.

Casetti, Francesco y Federico di Chio. *Cómo analizar un film*. Barcelona, Paidós, 1994.

Català Doménech, Josep M. *La imagen compleja: la fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual*. Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona, 2005.

_____. *Estética del Ensayo. La forma del ensayo: De Montaigne a Godard*. Valencia, Publicaciones de la Universidad de Valencia, 2014.

Costa, Joan. *Imagen Global*. Barcelona, Geac, 1994.

Eguizábal Maza, Raúl. *Teoría de la Publicidad*. Madrid, Cátedra, 2007.

García Martínez, Alberto Nahum, «La imagen que piensa: Hacia una definición del ensayo audiovisual», *Comunicación y Sociedad: Revista de la Facultad de Comunicación*, Vol. 19, núm. 2, 2006, pp. 75-106.

Gibson, James. *The Ecological Approach to Visual Perception*. Hillsdale, New Jersey, LEA, 1986.

Gombrich, EH. *Arte e Ilusión. Estudio sobre la Psicología de la Representación*. Madrid, Debate, 2002.

González Solas, Javier. *Identidad Visual Corporativa: La imagen de nuestro tiempo*. Madrid, Síntesis, 2002.

Gordillo, Inmaculada. *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Quito, Ciespal, 2009.

Gubern, Román. *La Mirada Opulenta: Exploración de la Iconosfera Contemporánea*. Barcelona, Gustavo Gili, 1994.

_____. *Patologías de la Imagen*. Barcelona, Anagrama, 2004.

Imbert, Gerard. *El transformismo televisivo. Postelevisión e imaginarios sociales*. Madrid, Cátedra, 2008.

Juhasz, Alexandra and Jesse Lerner (Eds.). *F is for phony: fake documentary and truth's undoing*. Minneapolis. University of Minnesota Press, 2006.

Kress, Gunther and Theo van Leeuwen. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London, Routledge, 2006.

Marzal Felici, Javier. *Cómo se lee una fotografía: interpretaciones de la mirada*. Madrid, Cátedra, 2007.

Marzal Felici, Javier y Francisco Javier Gómez Tarín (Eds). *Metodologías de análisis del film*. Madrid, Edipo, 2007.

Mínguez, Norberto. "Pensar con imágenes: tres ensayos cinematográficos". *Revista de Occidente* nº 371, 2012, pp 63-82.

_____. "El falso documental y los límites de la no ficción" en Norberto Mínguez (Ed.) *Ficción y no ficción en los discursos creativos de la cultura española*. Frankfurt y Madrid, Vervuert Iberoamericana, 2013, pp. 153-174.

Mirzoeff, Nicholas. *An Introduction to Visual Culture*. London, Routledge, 2010.

Mollerup, Per. *Marks of Excellence: the history and taxonomy of trademarks*. London, Phaidon Press, 1997.

Nichols, Bill. *Introduction to Documentary*. Bloomington, Indiana University Press, 2001.

Ortega, M. Luisa (Ed.). *Nada es lo que Parece: Falsos Documentales, Hibridaciones y Mestizajes en el Documental en España*, Madrid: Ocho y Medio, 2005.

Puyal, Alfonso. *Teoría de la Comunicación Audiovisual*. Madrid, Fragua, 2006.

Rascaroli, Laura. *The Personal Camera. Subjective Cinema and The Essay Film*. London, Wallflower Press, 2009.

Rodríguez, Raúl y Kiko Mora. *Frankenstein y el cirujano plástico: una guía multimedia de semiótica de la publicidad*. Alicante, Universidad de Alicante, 2002.

Romero, María Victoria (Ed.). *Lenguaje publicitario*. Barcelona, Ariel, 2005.

Roscoe, Jane y Craig Hight. *Faking it. Mock-documentary and the subversion of factuality*. Manchester University Press, 2001.

Sánchez Biosca, Vicente. *El montaje cinematográfico: teoría y análisis*. Barcelona, Paidós, 1996.

Sturken, Marita and Cartwright Lisa. *Practices of Looking: An introduction to Visual Culture*. New York, Oxford University Press, 2009.

Verdú, Vicente. *El estilo del mundo. La vida en el capitalismo de ficción*. Barcelona, Anagrama, 2003.

Wade, Nicholas y Michael Swanston. *Visual Perception: An Introduction*. Hove, Psychology Press, 2001.

Weinrichter, Antonio (Ed.). *La forma que piensa: tentativas en torno al cine-ensayo*. Pamplona, Gobierno de Navarra, 2007.

Zunzunegui, Santos. *Pensar la Imagen*. Madrid, Cátedra/UPV, 1992.

