

Graduat Superior en Disseny
Curs acadèmic 2009-10

Programa

Assignatura
091050 **TEORIA DE LA IMATGE I LA COMUNICACIÓ**

9 crèdits	2n curs	Obligatòria General	Trimestral
-----------	---------	---------------------	------------

Llengua o llengües de docència: català

Professorat: Jaume Barrera
Vivian Fernández

1. Descriptor

Estudi de la percepció i la representació visual i dels models i mitjans de comunicació, tant des de la perspectiva teòrica com de la seva aplicació al camp del disseny.

2. Continguts i objectius

L'assignatura aborda l'estudi dels principals plantejaments teòrics actuals sobre els àmbits de la imatge i de la comunicació. Ambdós àmbits es proposen des d'una perspectiva acadèmica conjunta i complementària, de manera que es configura un territori comú per a la lectura de l'alumne. En aquest sentit, es realitzaran treballs d'avaluació que mostrin l'interacció entre les teories de la imatge i les de la comunicació dins el nostre context actual.

L'objectiu principal de l'assignatura és aportar un ventall ampli d'eines d'anàlisi crític per a la creació d'una opinió autònoma i personal per part de l'alumne, davant la cultura visual i societat de la informació en la que es veurà immers el seu futur professional.

L'assignatura pretén que l'alumne elabori una metodologia pròpia i individualitzada d'anàlisi de la imatge i de la comunicació. Val a dir que aquesta construcció ha de servir-li, igualment, per a la lectura de qualsevol altre espai narratiu, com ara la literatura, la poesia, l'espai domèstic o urbà, l'escenografia, la dansa o un objecte.



3. Competències que l'estudiant ha d'assolir

3.1. Competències específiques:

CE21 Disposar de recursos i capacitats per a relacionar conceptes i llenguatges de diferents especialitats de disseny.

CE 22 Dominar els llenguatges plàstics per adequar les intencions comunicatives i expressives a l'ús dels mitjans i tècniques artístiques.

CE16 Demostrar entendre i interpretar de manera pertinent i raonada els textos d'història, teoria i crítica del disseny.

CE17 Exposar i raonar, de forma oral i escrita, els resultats i els processos de treball dels objectes de disseny propis.

CE18 Interpretar i valorar críticament productes finals i projectes de disseny tant propis com aliens.

CE19 Demostrar conèixer els mètodes d'investigació rellevants per a la projectació i la teoria, l'anàlisi i la crítica del disseny i de l'art.

3.2. Competències transversals:

CT2 Elaborar informes professionals i treballs acadèmics.

CT3 Demostrar conèixer i utilitzar correctament les fonts documentals i la bibliografia necessària tant per a la projectació com per a l'anàlisi i crítica raonada del disseny.

CT6 Capacitat per treballar en equip i aptituds per al diàleg amb els diferents agents i disciplines que poden intervenir en el desenvolupament d'un projecte de disseny.

CT10 Motivació per la qualitat, tant en els plantejaments conceptuals i argumentals, com en la resolució formal i en els detalls de l'acabat final d'un projecte de disseny.

CT12 Capacitat per a la integració i síntesi de coneixements adquirits en contextos i situacions diferents, amb flexibilitat i creativitat.

CT17 Demostrar que coneix els fenòmens innovadors i els nous llenguatges i propostes culturals.

CT19 Demostrar una disposició afectiva positiva envers els valors estètics i les qualitats formals de l'entorn material i visual.



4. Temari

Bloc de contingut I: Teoria de la imatge (15 sessions)

L'objectiu d'aquesta bloc de l'assignatura és que l'alumne prengui consciència dels productes visuals en totes les seves dimensions, identificant el seu llenguatge intrínsec i elaborant una metodologia pròpia d'anàlisi de la imatge que sigui aplicable tant en la pràctica específica del disseny com en qualsevol altre àmbit comunicatiu (artístic, comercial...).

1. La percepció visual

La visió en el sistema sensorial – Funcionament de l'aparell visual - La imatge com a fet visual i cognitiu

3. Contemplació i creació

Estètica de la recepció – Teoria de la mirada – La pulsó icònica

2. La imatge com a fet cultural: les representacions icòniques

Definició i taxonomia – Representacions icòniques i llenguatge verbal - Components de la imatge icònica:

imitació, simbolisme i arbitrarietat

4. Sintaxi de la imatge

Llenguatge visual - Codi i missatge visual – Eines de configuració i d'organització - Iconologia

5. Anàlisi de la imatge

Pautes d'anàlisi d'un text icònic

6. Història de les imatges

La imatge a les cultures primitives – El culte a les imatges – Imatge pública i imatge privada – La imatge impresa – La revolució fotogràfica – Imatge iconocinètica – Realitat virtual

8. La cultura de la imatge

Postmodernitat i simulacre – La mirada crítica a la iconosfera contemporània – Cultura de la imatge i cultura visual

Bloc de contingut 2: Teoria de la comunicació (15 sessions)

En aquest segon bloc de contingut abordarem els models i mitjans de comunicació: perspectives teòriques i aplicacions en el camp del disseny.

Tema 9. Axiomes de la comunicació .

Watzlawick, P., Beavin, J.H y Jackson, Don D., *Teoría de la comunicación humana*, Barcelona, Herder, 1985) Pàg. 1 a 71.

Tema 10. Estructura de la comunicació.

- Aplicació de la estructura i la seva problemàtica a diferents mitjan de comunicació.

MCQUAIL, D. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, 2000.

RAYMOND Colle De Scheemaeker. *Teoría cognitiva sistèmica*. Santiago de Chile: Editorial San Pablo, 2002.

What is the Meaning of The Medium is the Message? by Mark Federman. Chief Strategist McLuhan Program in Culture and Technology

Tema 11. Anàlisi de diferents mitjans de comunicació de masses seguint una estructura pautaada.

- Sistemes de representació pels mitjans de comunicació de masses.

CURRAN, James, "El nuevo Revisionismo en la Investigación de la Comunicación de Masas: Una nueva valoración", in *CIC Digital*, núm. 3, Madrid, Departamento de Periodismo 3, Universidad Complutense de Madrid, <<http://www.ucm.es/info/per3/cic/cic3ar5.htm>>. [En línea] [Ed. original: "The new Revisionism in Mass Communication Research: A Reappraisal", in *European Journal of Communication*, núm.5, 1990 , pàg. 135-164.

GAITÁN, J. A.; PIÑUEL, J. L. *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos*. Madrid: Síntesis, 1998.

Exercici de recerca: verificació d'algun concepte de classe en un cas real. (temes 7 i 8. També el 9 per a efectuar les estadístiques)

La selecció del material i la metodologia es faran a classe. També els comentaris finals.

Tema 12. El missatge visual.

- Elements bàsics de la comunicació visual.

- Elements substitutius, introducció.

- Models de lectura d'un missatge visual tipus publicitat gran marca.

DONIS, D.A., *La sintaxis de la imagen*, México: Editorial Gustavo Gili, 2004.

VILLAFANE, Justo, *Principios de la teoría general de la imagen*. Madrid: Piràmide, 1996.

MUNARI, Bruno. *Diseño y comunicación visual: contribución a una metodología didáctica*. Barcelona: Gili, 2002.

Exercici d'aplicació: aplicar el material donat a classe a un cas escollit a classe i conjuntament amb els conceptes de l'altre part de l'assignatura.

Tema 13. El concepte de "CAMP" (Bourdieu) aplicat a la comunicació.

- La era de la informació.

- La e-Comunicació.

Bourdieu, Pierre. *Les structures sociales de l'économie*. Paris: Éd. du Seuil (Coll. Liber, 289 S), 2000

Bourdieu, Pierre. *Razones prácticas*. Barcelona: Anagrama, 1997

Chandler, Daniel. *What is Technology?*. 2002. [link added 06/01/1998]

Entrevista con Pierre Bourdieu (Entrevista concedida a Menga Lüdke). *Teoría & Debate* n. 3. Porto Alegre, 1991



Revista de Sociología - Volumen I I - 1999 - Número 12

Bourdieu, Pierre. *Campo intelectual y proyecto creador*. en: AA.VV., "Problemas del estructuralismo". México: Siglo XXI, 1969.

Sinòpsis (Felix Stalder) de:

Castells, M. *The Rise of the Network Society, The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. I.

Cambridge: Oxford, 1996

Castells, M. *The Power of Identity, The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. II. Cambridge:

Oxford, 1997

Castells, M. *The End of the Millennium, The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. III. Cambridge:

Oxford, 1997

5. Avaluació

1- Exercicis periòdics, amb una valoració del 60 % de la nota (Exercici de recerca i d'aplicació)

2- Examen final de curs amb una valoració del 30 % de la nota

3- 10 % per assistència puntual a més d'un 80 % de les classe (descomptant un 0,25 punts per falta a partir d'aquest 80 %.)

Es tindrà en compte per a la nota final: els coneixements adquirits, la puntualitat en el lliurament dels treballs, l'assistència i la participació en la classe.

6. Bibliografia i recursos

- Acaso, María. *El lenguaje visual*. Barcelona: Paidós, 2009.
 - Arroyo, I [et.al]. *Imágenes y cultura: del cerebro a la tecnología*. Madrid: Laberinto, 2001.
 - Barthes, Roland. *La cámara lúcida*. Barcelona: Paidós, 1995.
 - Baudrillard, Jean. *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós, 1978.
 - Benjamin, Walter. *Discursos Interrumpidos I*. Madrid: ed. Taurus, 1987.
 - Berger, John. *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili, 1974.
 - Bourdieu, Pierre. *Razones prácticas*, Barcelona: Anagrama, 1997.
 - Brea, José Luis. *La era postmedia*. Salamanca: Centro de Arte de Salamanca, 2002.
 - Brusatin, Manlio. *Historia de las imágenes*. Madrid: Julio Ollero, 1992.
 - Català, Josep Maria. *La imagen compleja*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona – Servei de Publicacions, 2005.
 - Dondis, D. A. *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Gustavo Gili, 1973.
 - Farré, Jordi. *Invitación a la teoría de la comunicación*. Valles: Cossetània, 2005.
 - Foucault, Michel. *Esto no es una pipa. Ensayo sobre Magritte*. Barcelona: Anagrama, 1981; ed. org. 1973.
 - Gubern, Roman. *Del bisonte a la realidad virtual*. Barcelona: Anagrama, 1996.
 - Gubern, Roman. *La mirada opulenta*. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.
 - Iser, Wolfgang [et. al.]. *Estética de la recepción*. Madrid: Visor, 1989; ed. original 1979.
 - Ivins jr., W.M. *Imagen impresa y conocimiento*. Barcelona, Gustavo Gili, 1975.
 - Lynch, Kevin. *La imagen de la ciudad*. Buenos Aires: Infinito, 1966; ed. original 1960.
 - Manovich, Lev. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 2001.
 - Mirzoeff, Nicholas. *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós, 2003; ed. original 1999.
 - Sebeok, Thomas A. *Signos: una introducción a la semiótica*. Barcelona: Paidós, 1994.
 - Trias, Eugeni. *Ciudad sobre ciudad*. Barcelona: Destino, 2001.
 - Watzlawick, P. [et.al.]. *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona: Herder, 1981; ed. original 1967.
- (més els referents citats en el programa del bloc de contingut 2)

7. Metodologia

Les classes son eminentment teòriques, però es fomenta el debat i la participació de l'alumne en el comentari dels temes exposats. Els preceptes teòrics son aplicats a exercicis de classe breus, com a exercici crític d'anàlisi de la realitat. També s'aplicaran als dos exercicis finals, més extensos i amb més pes a la nota final, que seran proposats a classe però realitzats fora de l'horari lectiu.

Per una banda, estudiarem diverses teories sobre el concepte d'imatge i de comunicació des dels seus textos originals. Paral·lelament, treballarem de manera pràctica distintes metodologies d'anàlisi de la imatge i de la comunicació i les vincularem a propostes audiovisuals concretes.



A més de procurar un ampli ventall d'eines per a la creació, aquest exercici de reflexió i d'anàlisi ajudarà l'alumne a reforçar l'estructura significativa dels seus treballs de disseny i a argumentar-los dins l'àmbit professional.

8. Activitats de l'estudiant

Activitats dins l'aula:

- Assimilació dels conceptes teòrics explicats pels professors.
- Participació en els debats, potenciant la seva opinió crítica autònoma.
- Realització d'exercicis en grup.
- Presentacions dels exercicis davant els companys de classe.

Activitats fora de l'aula:

- Treball autònom de lectura comprensiva de textos amb una dedicació aproximada de 20 hores.
- Treball autònom de desenvolupament dels treballs finals amb una dedicació aproximada de 20 hores: recerca de fonts, recollida d'informació, anàlisi i elaboració documental de la informació.

Treball final A: Anàlisi d'una imatge, escollida per l'alumne/a, seguint l'esquema de les "6 pautes de lectura de l'esdeveniment visual" treballat a classe. De la pauta 4-a (Sintaxi de la imatge) s'han de desenvolupar dos paràmetres de cada apartat. Per a la pauta 6, s'ha de realitzar la comparativa en relació a 2 referents teòrics i 2 pràctics, incloent-hi cites dels textos dels autors. La resta de pautes s'han de completar tal com indica el guió-esquema.

Per a l'avaluació es tindrà en compte: l'elecció adequada de la imatge, els coneixements adquirits, la seva aplicació pràctica i el desenvolupament de les argumentacions deductives.

L'extensió mínima és de 5 folis a doble cara. No s'acceptaran treballs lliurats fora de termini.

Treball final B: Recerca en l'àmbit de la comunicació emprant les metodologies més adients per a cada cas.

Treball final C: Anàlisi d'una producció audiovisual seguint les pautes assenyalades a classe.

