

**FUNDACION UNIVERSITARIA LUIS AMIGÓ**  
**«PROGRAMA ACADEMICO O DEPARTAMENTO»**

**CARTA DESCRIPTIVA DEL CURSO**  
**«TEORÍA DE LA IMAGEN**

<b>PLAN DE ESTUDIOS</b>	CS04	HORAS		CREDITOS	160
<b>CODIGO CURSO</b>	M074				
<b>NIVEL</b>	1				
<b>AREA DE FORMACION</b>	Profesional – <b>Componente:</b> Producción Audiovisual				
<b>NUMERO CRED./HRAS</b>	2/48				
<b>I. JUSTIFICACIÓN DEL CURSO</b>	El conocimiento de elementos estéticos son fundamentales para la formación del Publicista; pues a través de ellos, podrá realizar propuestas visuales teniendo como referentes elementos del Arte Universal y sus propia conceptualizaciones a partir de su experiencia.				
<b>II. OBJETIVOS</b>	<p><b>Generales</b></p> <p>Adquirir los elementos teóricos y prácticos necesarios para la comprensión y el análisis de la imagen, sentando las bases para su conocimiento y manejo en todas las manifestaciones y formas que toma en la cultura humana.</p> <p><b>Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alcanzar las competencias necesarias para caracterizar y entender los elementos visuales que conforman la imagen</li> <li>• Estar en capacidad de aplicar estos elementos e la construcción y generación de imágenes.</li> <li>• Plantear una introducción al valor informativo de la imagen: estudio de su función y evolución desde los afanes más tempranos de comunicación</li> </ul>				

<p><b>III. COMPETENCIAS</b></p>	<p><b>Cognitivas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifica aspectos relativos al lenguaje visual.</li> <li>• Comprende diferentes teorías que soportan la interpretación de la imagen desde lo simbólico.</li> <li>• Interactúa con el mundo a partir de códigos visuales preestablecidos y culturalmente aceptados.</li> </ul> <p><b>Transversales</b></p> <p><b>Comunicativas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pone en juego, en los actos de significación y comunicación, los saberes con los que cuentan los sujetos (Maldonado, 2002: 69).</li> </ul> <p><b>Valorativas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Involucra los imaginarios como unas nuevas formas de comprensión del sentido.</li> </ul> <p><b>Socioafectivas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Es proactivo y propositivo.</li> </ul> <p><b>Laborales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Domina las técnicas y tecnologías asociadas a la profesión.</li> <li>• Posee pensamiento crítico y actitud creativa para enfrentar diversas situaciones.</li> </ul>
<p><b>IV. CONTENIDOS</b></p>	<p>UNIDAD 1 INTRODUCTORIA</p> <p>1.1 ORIGEN Y GÉNESIS DE LA IMAGEN</p> <p>1.2 IMAGEN Y COMUNICACIÓN NO VERBAL</p>

1.3 LA IMAGEN Y LOS ORÍGENES DE LA CULTURA

1.4 ARTE E IMAGEN

UNIDAD 2 – NATURALEZA DE LA LUZ

2.1 NATURALEZA DE LA LUZ

2.2 LUZ E ILUMINACIÓN

2.3 ILUMINACIÓN INTERNA

2.4 ILUMINACIÓN EXTERNA

2.5 CONCEPTOS BÁSICOS DE ILUMINACIÓN

UNIDAD 3 EL OJO COMO CÁMARA FOTOGRÁFICA

3.1 TEORÍAS DE LA PERCEPCIÓN

3.2 FORMACIÓN DE LAS IMÁGENES

3.3 FUNDAMENTOS DE LA VISIÓN HUMANA

3.4 LA VISIÓN BINOCULAR

3.5 PERCEPCIÓN DE LAS IMÁGENES FIJAS

3.6 PERCEPCIÓN DE LAS IMÁGENES EN MOVIMIENTO-  
CINE Y TELEVISIÓN

UNIDAD 4 EL COLOR

4.1 PERCEPCIÓN DEL COLOR

4.2 FUNDAMENTOS BÁSICOS DEL COLOR

4.3 TEORÍA ADITIVA DEL COLOR

4.4 TEORÍA SUSTRACTIVA DEL COLOR

4.4 EL COLOR EN LA FOTOGRAFÍA / CINE

4.5 EL COLOR EN LA TELEVISIÓN

UNIDAD 5 EL ESPACIO DE LA IMAGEN

5.1 EL CAMPO BIDIMENSIONAL

5.2 LA FUNCIÓN DEL ENCUADRE ASPECTOS

	<p>PSICOLÓGICOS</p> <p>5.3 FORMATOS EN CINE Y TELEVISIÓN</p> <p>5.4 ESTRUCTURAS DEL CAMPO BIDIMENSIONAL</p> <p>5.5 NATURALEZA DE LA IMAGEN EN EL CINE Y LA TELEVISIÓN</p> <p>UNIDAD 6– ELEMENTOS DE LA IMAGEN</p> <p>6.1EL CAMPO TRIDIMENSIONAL (PROFUNDIDAD, SUPERPOSICIÓN DE PLANOS, TAMAÑO Y PERSPECTIVA</p> <p>6.2 LOS PLANOS</p> <p>6.3 ÁNGULOS DE VISIÓN Y PUNTOS DE VISTA</p> <p>6.4 LA VISIÓN Y LAS LENTES</p> <p>6.5 TIPOS DE COMPOSICIÓN</p> <p>6.6 ELEMENTOS DE COMPOSICIÓN</p> <p>UNIDAD 7 – LA IMAGEN Y EL TIEMPO</p> <p>7.1 EL CAMPO TETRADIMENSIONAL</p> <p>7.1 EL TIEMPO</p> <p>7.2 EL MOVIMIENTO DE LA IMAGEN</p> <p>7.3 SISTEMAS NARRATIVOS</p> <p>7.4 EL MONTAJE</p> <p>UNIDAD 8 – COMUNICACIÓN E IMAGEN</p> <p>8.1 LA IMAGEN EN LOS PROCESOS DE LA COMUNICACIÓN</p> <p>8.2 TIPOS DE IMAGEN Y SU FUNCIONALIDAD</p> <p>8.3 IMAGEN AUDIOVISUAL</p>
--	---

	<p>UNIDAD 9 – REPRESENTACIONES ICÓNICAS</p> <p>9.1 LA IMAGEN FOTOGRÁFICA</p> <p>9.2 IMAGEN ICONO</p> <p>9.3 IMAGEN PLÁSTICA</p> <p>9.4 IMAGEN CINEMATOGRAFÍA</p> <p>9.5 IMAGEN ELECTRÓNICA/DIGITAL</p>
<b>V. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposiciones del profesor</li> <li>• Consultas y exposiciones de los estudiantes</li> <li>• Análisis permanente de imágenes</li> <li>• Lectura de documentos y foros</li> <li>• Informes escritos y ensayos</li> <li>• Talleres teóricos y prácticos</li> </ul>
<b>VI. CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<p>A través de talleres, proyectos creativos y el seguimiento del estudiante por medio del Portafolio personal de desempeño.</p> <p>Se aplicarán pruebas tipo ECAES (mínimamente una prueba por semestre), según directrices de la Facultad de Comunicación Social y Publicidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Portafolio de desempeño: una parte teórica y otra de producción fotográfica.</li> <li>• Presentación de talleres teóricos (acompañado de lectura de documentos) y elaboración de talleres prácticos, algunos en clase otros en tiempo independiente.</li> <li>• Consultas y exposiciones en clase.</li> </ul>
<b>VII. FUENTES DE REFERENCIA</b>	<p>BIBLIOGRAFIA</p> <p>1.VILLAFAÑE, J. (1992). Introducción a la teoría de la</p>

	<p>imagen, Madrid, Pirámide</p> <p>2.Gubern, r. (1987): IA mirada opulenta: exploración de la iconosfera contemporánea. barcelona, gustavo gili</p> <p>3.Gubern, R. (1996): Del bisonte a la realidad virtual: la escena y el laberinto, Barcelona, editorial Anagrama</p> <p>4.Ruiz, ELVIA Teoria de la Imagen. Medellín, Universidad Pontificia Bolivariana</p> <p>5.Panofsky, E. (1989): Estudios sobre iconología, Madrid, Alianza Editorial.</p> <p>6.Arnheim, R. (1988): Arte y percepción visual: psicología del ojo creador, Madrid,</p> <p>7.Aumont, J. (1992): La imagen, Barcelona, Paidós.</p> <p>8.Coronado Hijón, Diego (2001): La metáfora del espejo. Teoría e historia del cartelPublicitario, Sevilla, Alfar.</p> <p>9.Darley, A. (2003): Cultura visual digital, Barcelona, Paidós.</p> <p>10.Debray, Régis (1994): Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente.Barcelona, Paidós.</p> <p>11.Dondis, D. (1988): La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual, Barcelona Gustavo Gili.</p> <p>12.Vilches, Lorenzo.( 1997):Teoría de la imagen periodistica, Lorenzo VilchesPaidós.</p> <p>13.Ruiz M., Elvia Lucía.(2003):Teoría de la imagen, Elvia Lucía Ruiz M.Medellín : Universidad Pontificia Bolivariana</p>
<b>ELABORADO POR</b>	Paolo Villalba Storti - Rafael Vargas Cano.
<b>APROBADO POR</b> (DIRECTOR PROGRAMA O DEPARTAMENTO)	Ancizar Vargas León
<b>FECHA ELABORACION</b>	Junio 18 de 2009

<b>FECHA ACTUALIZACIÓN</b>	Abril de 2010
--------------------------------	---------------