



UNIVERSIDAD FERMIN TORO
VICE RECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROGRAMA INSTRUCCIONAL

CULTURA DE LA IMAGEN Y EL SONIDO

CODIGO		SEMESTRE	U.C	DENSIDAD HORARIA				PRE - REQUISITO
ASIGNADO	EQUIVALENTE			H.T	H.P/H.L	H.A.	THS/AÑO	
CIS-723		VII	2	1		2	3/48	S/P

Especialista en contenido:	LIC. LUIS GIRÓN	AUTORIZADO POR: VICE-RECTORADO ACADÉMICO (FIRMA Y SELLO)
Fecha de elaboración:	JUNIO, 2.001	
Elaborado por:	LIC. LUIS GIRÓN	

FUNDAMENTACION

Se pretende con este programa ofrecer los conocimientos necesarios para analizar la imagen y el sonido desde los inicios de la historia de la cultura: El programa comprende cuatro unidades didácticas:

Comprende cuatro unidades:

- I Unidad: Introducción a la historia de la imagen y el sonido.
- II Unidad: La Imagen.
- III Unidad: El Sonido.
- IV Unidad: Proceso de integración de la imagen y el sonido.

Diferentes estrategias de enseñanza – aprendizaje serán empleadas en esta asignatura: Método expositivo, lecturas dirigidas y comentadas, método de investigación, talleres, etc.

El estudiante debe desarrollar el hábito de la lectura de la bibliografía recomendada, así como el poder de análisis y síntesis.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Comprender la importancia de la cultura de la imagen y el sonido desde su aparición en la humanidad, hasta nuestros días.

UNIDAD I		OBJETIVO TERMINAL	
INTRODUCCIÓN A LA HISTORIA DE LA IMAGEN Y DEL SONIDO		INTERPRETAR LA EVOLUCIÓN DE LA IMAGEN Y EL SONIDO EN LA HISTORIA DE LA CULTURA DEL HOMBRE.	
DURACION			
4 SEMANAS			
EVALUACION			
30 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Identificar los hechos más importantes en la evolución de la cultura del hombre. 2. Relacionar las imágenes y los sonidos de cada época con los aspectos más importantes en la evolución histórica del hombre.	• Historia de la cultura desde el punto de vista de imagen y sonido. • Influencia de la imagen y sonido en la evolución de la cultura del hombre. • Clasificación de la imagen, el sonido.	• Revisión Bibliográfica. • Exposición y discusión planificada. • Material de apoyo (indispensable).	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
• Taller (Previas lecturas de la cultura e historia del arte). • Trabajo de Investigación (ensayo) Influencia. • Prueba corta escrita. (Clasificación). • Prueba larga escrita.			

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL	
IMAGEN		ANALIZAR LAS DIFERENTES FORMAS DE COMUNICACIÓN VISUAL Y SUS NIVELES DE PERCEPCIÓN Y MANIPULACIÓN.	
DURACION			
4 SEMANAS			
EVALUACION			
15 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Reconozca la iconicidad de una imagen. 2. Distinga las diferentes clases de imágenes presentes en la sociedad. 3. Reconozca la estrecha relación entre imagen y la percepción humana. 4. Interprete las distintas formas de manipulación.	• Estudio general sobre concepto de imagen icónica. • Recorrido para las principales teorías de la imagen. • El proceso de construcción de la imagen desde el objeto al sujeto. • Concepto general de la manifestación. • Diferentes clases de manipulaciones. • Aspectos subliminales en la comunicación.	• Exposición del docente. • Talleres.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Ejercicios prácticos sobre análisis de imágenes de diversa índole. • Trabajos de Investigación. • Prueba larga escrita.			

UNIDAD III		OBJETIVO TERMINAL	
SONIDO		ANALIZAR LAS DIFERENTES PFORMAS DE COMUNICACIÓN SONORA Y SU IMPORTANCIA EN LO AUDIOVISUAL.	
DURACION			
4 SEMANAS			
EVALUACION			
15 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Reconocer las imagen sonora. 2. Comprenda la importancia del sonido en lo audiovisual. 3. Aplicar apropiadamente a una imagen audiovisual una imagen sonora y sus efectos respectivos.	• Estudio general sobre el concepto de la imagen sonora (analógica y digital). • Importancia del sonido en la producción audiovisual. • El proceso de construcción de la imagen sonora en relación al producto audiovisual. • El efecto del sonido.	• Exposiciones del docente. • Talleres.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Silencios. • Música. • Efectos. • Campo Periodístico. • Campo Publicitario. • Talleres (material de apoyo). • Prueba escrita corta.			

UNIDAD IV		OBJETIVO TERMINAL	
PROCESO DE INTEGRACIÓN DE LA IMAGEN Y EL SONIDO		REALIZAR UN MONTAJE AUDIOVISUAL.	
DURACION			
4 SEMANAS			
EVALUACION			
40 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Interpretar la imagen y el sonido de comerciales, publicidad institucional y vídeo clips. 2. Realizar un trabajo audiovisual (montaje).	- Importancia de la imagen y del sonido en: Comerciales, Publicidad Institucional y Vídeo Clips. - Producción (montaje audiovisual) Diapositiva, Sonido.	Exposiciones del docente.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
- Taller (Previa lecturas asignadas). - Exposiciones sobre análisis y construcción de la imagen y el sonido en los vídeo clips. - Eventos (Montaje Audivisual).			

BIBLIOGRAFIA

- Alfred Weber. **Historia de la Cultura**. Fondo de cultura económica. México. 1976.
- Baudrillard Jean. **La Ilusión y la desilusión Estéticas**. Monte Avila Editores. Sala Mendoza. Venezuela. 1997.
- Borrini Alberto. **Quien le Teme a la Publicidad**. América Norildis Editores. Buenos Aires. 1976.
- Bryan Key Wilson. **Seducción Subliminal**. Editorial Diana. México. 1990.
- Dondis D.A. **La Sintaxis de la Imagen**. Editorial Gustavo Gili. 1992.
- Eco Umberto. **Tratado de Semiótica General**. Editorial Nueva Imagen S.A. 1980.
- Ferrer Eulalio. **La Publicidad**. Editorial Trillas. México. 1982.
- Foucault Michael. **Las Palabras y las Cosas**. Siglo XXI Editores. Décima octava edición. México. 1988.
- Gubern Roman. **La Imagen y la Cultura de Masas**. Editorial Bruguera. España. 1983.
- Hauser Arnold. **Historia Social de la Literatura y el Arte**. Ediciones Guadarrama. Madrid. 1968.
- Marin Louis. **Estudios Semiológicos. (La Lectura de la Imagen)**. Alberto Corazón Editor. Madrid. 1978.
- Metz Christian y otros. **Análisis de las Imágenes**. Ediciones Buenos Aires. 1970.
- Morris Desmond. **El Hombre al Desnudo**. Círculo de Lectores. México. 1980.
- Packard Vance. **Las Formas Ocultas de la Comunicación**. Editorial Sudamérica. Buenos Aires. 1977.
- Thibault-Laulan Anne-Marie. **Imagen y Comunicación**. Editor Fernando Torres. España. 1971.