

PROF.: Antoni MERCADER

DEPARTAMENT DE COMUNICACIÓ
AUDIO-VISUAL I PUBLICITAT

OBJECTIUS DEL CURS

Conèixer l'aparició de les tecnologies de la comunicació icònica, tot seguint la progressió històrica de les imatges, tot fent-los casar amb el procés evolutiu de les tècniques, de la ciència i de l'art.

Oferir una perspectiva crítica als models de percepció i producció de les imatges avui.

Presentar l'estat actual de la recerca i la investigació en aquest terreny.

OBJECTIU GENERAL DE L'ASSIGNATURA

Sentir el pes de les imatges en el nostre espai comunicacional del tombant de segle i el paper hegemònic d'aquestes en l'eventual inici d'un procés de reculturització i/o resocialització.

METODOLOGIA

Interactivar cadascun dels blocs del programa des de l'horitzó de la teoria, la història i la tècnica de les imatges amb la ciència, la tecnologia i l'art de les societats productores; analitzar-los sota l'òptica de la psicologia de la percepció i del comportament, de la semiòtica i de la retòrica; situar-los respecte de les concepcions d'informació, oci i gaudi de les imatges; tractar-los en funció de l'estructuració de les matèries en el departament.

TEMARI

INTRODUCCIÓ GENERAL

Les imatges, avui. Paisatge dels media
El "BIG BANG" de la comunicació audiovisual

LES IMATGES MANUALS

1. Predomini visual.
2. Estàtiques i úniques.
3. La mecànica newtoniana de la peça mestra.
4. Herència plàstica i àura.
5. La tecnologia de les habilitats.
6. La materialització visual de l'entorn.
7. L'estampa religiosa, el póster, el còmic.
8. La imatge icònica.
9. La qualitat dels materials
l'efectivitat dels instrumentals.

10. De la cova al programa de les catedrals,
del gravat a la fotografia.

LES IMATGES MASSIVES

1. Material i reproductivitat icònica.
2. L'estatut del cinetisme i la multiplicació.
3. La freqüència/espai de la matèria.
4. El floreixement de les propostes artístiques.
5. Les tecnologies dels coneixements.
6. "Movies", ficció, destí.
7. Les revistes il·lustrades i la música enregistrada.
8. La força de la representació icònica.
9. El paradigma del moviment.
10. La rotativa, la pel·lícula i el cartró pedra;
de Versailles a Hollywood,
del retrat a la fotocòpia.

LES IMATGES TECNOLOGIQUES

1. Elogi de la complexitat.
2. Interconnexió, interacció, memorització: d'immediat!
3. La freqüència/temps de la llum.
4. Les formes d'expansió de l'art dels mitjans.
5. La imaterialitat tecnològica.
6. Imatge digital, simulació, desig.
7. L'espectacle i l'oci planetaris.
8. L'heterogènia pluralitat dels llenguatges icònics.
9. Disseny i moda: agents per a una societat de creació.
10. Dels festivals rock/pop als multimèdia,
del transistor al làser,
del "musak" al fax.

BIBLIOGRAFIA

GUBERN, Romà: *La mirada opulenta*. Barcelona, Gustavo Gili, 1987.

Al llarg del curs es donaran les referències bibliogràfiques i videogràfiques pertinents, en funció dels temes tractats i els visionats comentats a les classes.

Periòdicament procurarem donar referents, presentar models i comentar exemples del nostre entorn o d'entorns propers.

AVALUACIÓ

La forma d'avaluació continuada està basada en dos exàmens parcials, la realització periòdica de comentaris crítics per part de l'alumne sobre fets o esdeveniments considerats remarcables en el nostre panorama iconogràfic, i la realització satisfactòria d'un treball monogràfic de vint folis segons tema i esquema acordat prèviament entre alumne i professor.

Avaluació/exàmen final per als no presentats/insuficients.