

# ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN SOCIAL Y CULTURAL DE LA IMAGEN

**Instructora:** Mtra. María Oralia Paredes Sánchez

**Duración:** 20 horas

**Modalidad:** Virtual

**Periodo:** Martes, del 4 de marzo al 6 de mayo de 2025

**Horario:** De 19:00 a 21:00 h

Estudiantes de UAM Cuajimalpa

**Dirigido a:** Público en general interesado en la cultura audiovisual

**Requisitos:** Interés en los medios de comunicación

*Página 1 de 8*

**Objetivo general:** Reflexionar sobre la función de las representaciones visuales (y audiovisuales) en la cultura a lo largo del tiempo.

1. Comprender cómo se crean y circulan las imágenes dependiendo de cada contexto espacio-temporal.

2. Conocer el impacto de la creación y uso de imágenes en su entorno social y cultural a lo largo

**Objetivos específicos:** de la historia de la construcción de narrativas a través del arte.

3. Comprender cómo la producción audiovisual determina el imaginario colectivo e identidad, así como la forma en que miramos al mundo.

4. Entender la imagen como un producto y a la vez como una parte de un proceso cultural.

# TEMARIO

## TEMA 1. Qué entendemos por imagen

- Tipos de imagen
- La imagen y los sentidos (la percepción humana)
- Elementos fundamentales de la imagen: forma objetiva de los representado, la percepción visual del sujeto.

## TEMA 2. Relación entre imagen y arte

- Acercamiento a las artes (occidentales) a través del tiempo, sus características, su finalidad y su impacto en la sociedad.

## TEMA 3. Imagen y arte en culturas de contextos no occidentales

En la revisión e historia del arte y el poder de la imagen es común centrarse en las manifestaciones europeas, sin embargo, en un entorno globalizado y conectado, es fundamental

entender el origen y la naturaleza del uso de la imagen y las expresiones artísticas en las múltiples culturas que conforman el mundo.

- El arte y la imagen en las culturas precolombinas
- El arte y la imagen en las culturas de Oriente
- El arte y la imagen en las culturas africanas

#### **TEMA 4.** ¿Una imagen dice más que mil palabras?

- La imagen visual frente a l lenguaje (hablado) escrito
- Qué hace de la imagen un elemento con mayor capacidad de activación (en tanto señal), frente a un texto y cómo afrontar los peligros de la variación en la interpretación: código, texto y contexto.

#### **TEMA 5.** La imagen como documento histórico

- Aprender a leer las imágenes en objetos (a través de objetos como monedas, grafitis, esculturas, etc.) para que revelen información (como sucede con los testimonios orales y escritos).

## **TEMA 6.** La imagen en la era de la reproductibilidad técnica

- La modernidad y las posibilidades técnicas de finales del S XIX y principios del SXX propiciaron la masificación de la producción artística y de imágenes, eso también transformó nuestra percepción sensorial.

## **TEMA. 7.** La fotografía, ¿representación de la realidad?

- La narrativa fotográfica, su uso e impacto en la sociedad.

## **TEMA 8.** La imagen cinematográfica

- Imágenes que moldean nuevas miradas sobre la realidad: conocer otras personas, lugares e ideas.
- Una pantalla y un nuevo lenguaje para reconocerse e imaginarse.
- Imágenes en movimiento para tocar y modificar la

sensibilidad y la memoria colectiva.

- Una nueva forma de socialización.

## **TEMA 9.** El uso de la imagen como fuente e información para la historia

- Uso de las imágenes como testimonio de hechos políticos, tendencias económicas, estructuras sociales, historia de las mentalidades, de la vida cotidiana, etcétera.

## **TEMA 10.** Del eros electrónico a la imagen digital

- La llegada de la televisión
- Los valores de la imagen televisiva: Hedonismo, ludofilia, escapismo, consumismo, meritocracia.
- Redefinición de la cultura del ocio (la tv como una colonizadora del tiempo social)
- La finalidad económica de los relatos dirigidos a la esfera emocional (deporte, melodramas y publicidad).
- El espectáculo de las emociones, el espectáculo de la realidad.

- TV temática, por cable e internet: una masa indiferenciada, pero segmentable.
- Las nuevas tecnologías y el arte digital.
- De las imágenes digitales, a las animaciones y los videos, a la realidad aumentada, las instalaciones interactivas y el arte generativo.
- El meme y la selfie. Valores de la imagen contemporánea y de las nuevas formas de enunciación: inmaterialidad, transmisibilidad, disponibilidad, inmediatez y profusión.

# CUOTA DE RECUPERACIÓN

Comunidad UAM-C	\$ 300.00
Otras Unidades y egresados	\$ 500.00
Público en general	\$ 1,000.00

## REGISTRO

### Educación Continua,

Coordinación de Extensión Universitaria, 4to piso

[econtinua@cua.uam.mx](mailto:econtinua@cua.uam.mx)

55 5814 6500 – ext.: 3957 / 5521905532 (WhatsApp)

**NOTA:** Nos reservamos el derecho de cancelar o aplazar el inicio del curso, en caso de que no se cumpla con el mínimo de 15 interesados.  
La apertura se confirmará máximo 5 días antes de la fecha de inicio.  
Una vez pagado el curso no habrá devolución del dinero.

Página 8 de 8