

DEPARTAMENTO DE DIBUJO

MATERIA: IMAGEN DIGITAL Y COMUNICACIÓN

CURSO: 2 ESO

MARCO NORMATIVO

DECRETO 48/2015, de 14 de mayo, del Consejo de Gobierno, por el que se establece para la Comunidad de Madrid el currículo de la Educación Secundaria Obligatoria.

ORDEN 1459/2015, de 21 de mayo, de la Consejería de Educación, Juventud y Deporte, por la que se desarrolla la autonomía de los centros educativos en la organización de los Planes de Estudio de la Educación Secundaria Obligatoria en la Comunidad de Madrid.

CARGA HORARIA: 2 horas semanales

Imagen Digital y Comunicación pretende dotar a los alumnos de los conocimientos propios de estos lenguajes y adquirir las destrezas necesarias que faciliten el aprendizaje en otras materias.

La materia facilitará a los alumnos su continuidad en los estudios posteriores de 4º ESO con la materia de EPVA y/o bachillerato de Artes.

La enseñanza de la materia optativa Imagen digital y comunicación tendrá como finalidad incorporar, desde la experiencia creativa plástico-visual, mecanismos de reflexión y criterios éticos para que hagan de filtro a todo aquello que se va asimilando de manera irreflexiva por el desconocimiento de sus códigos y herramientas digitales.

También experimentar el proceso creativo que supone la utilización del lenguaje plástico y técnico-visual para expresar ideas, vivencias, emociones y sentimientos. Se trabajará para ello con distintas técnicas digitales, procedimientos y representaciones gráfico-plásticas que ayuden a acercarse a la obra digital.

RESUMEN DE CONTENIDOS:

Bloque 1. Medios y materiales de creación. La imagen digital

- Conceptos y teorías de la imagen
- Imagen fija
- Imagen en movimiento
- Imagen integrada

Bloque 2. Contextos de aplicación y finalidades comunicativas.

- La expresión: La subjetividad, interpretaciones de ideas, sensaciones y sentimientos. Algunos hitos de la Historia del Arte.
- La información: Los registros gráficos, fotográficos y videográficos y la transmisión de datos. Las elipsis. La objetividad.
- La publicidad: Recursos retóricos para la promoción de productos e ideas; la parcialidad; la persuasión; la manipulación. Las campañas publicitarias.

Bloque 3. Fases del proceso creativo para la realización de un proyecto individual o colectivo.

EVALUACION:

En cada evaluación se tendrá en cuenta los trabajos realizados, bocetos previos y fundamentación teórica del mismo. No habrá pruebas teóricas.