

Librería
Bonilla y Asociados
desde 1950



Título:

Autor:

Precio: \$918.00

Editorial:

Año: 2000

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9788436802634

El fenómeno de la imagen ha sido estudiado por muchas y muy diversas disciplinas científicas: la antropología, la teoría de la comunicación, la historia del arte, y tantas otras. Sin embargo, una de las características que definen esta aproximación científica a la imagen es la utilización de metodologías no específicas, lo que ha ocasionado un reduccionismo conceptual impidiendo un desarrollo teórico de las ciencias de la imagen. . Este libro intenta establecer los fundamentos básicos de lo que puede ser una metodología en el estudio de la imagen, utilizando para ello categorías específicamente icónicas y atendiendo fundamentalmente a los dos procesos generales inherentes a la naturaleza de la imagen: la percepción y la representación. El primero de ellos por ser el responsable de todas las operaciones de selección de la realidad que implica la imagen, y, el segundo, como manifestación icónica de dicha selección. . La formulación de una Teoría de la Imagen resulta imprescindible, además, para llevar a cabo una práctica de análisis icónico basada exclusivamente en aquellos hechos que la diferencian de otras formas de comunicación (literatura, música, etc.). En este sentido, en el libro se ofrece al lector un método de análisis que sólo utiliza aquellas variables que previamente han sido definidas por la Teoría de la Imagen. . Esta obra pretende ser una aportación a lo que podría denominarse una Teoría General de la Imagen, que defina los fundamentos y principios que rigen la Comunicación Visual, y que, hoy por hoy, aún no existe ni en nuestro país ni en el resto del mundo occidental.