

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Arte Contemporáneo y Cultura Visual para Publicidad
Código	E000012265
Título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas [CESAG - GPB-RPB]
Impartido en	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Primer Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Básico
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Responsable	Dra. Marga Velar
Horario	Consultar horarios en la página web del CESAG
Horario de tutorías	Consultar en el Aula Virtual de la asignatura
Descriptor	La asignatura introduce al estudiante en el análisis de la cultura visual contemporánea a través del estudio del arte desde las vanguardias hasta la actualidad. Se exploran las relaciones entre arte, medios, diseño, publicidad y cultura digital para desarrollar la capacidad de interpretar imágenes, reconocer referentes estéticos y comprender cómo el arte sigue configurando la comunicación de las marcas y la sociedad contemporánea.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Margarita María Velar Lera
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Correo electrónico	mmvelar@cesag.comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación Esta asignatura contribuye al desarrollo del perfil profesional del futuro graduado en Publicidad y Relaciones Públicas proporcionando las herramientas necesarias para comprender e interpretar la cultura visual contemporánea desde una perspectiva crítica. A través del estudio del arte contemporáneo y de sus relaciones con la comunicación, la publicidad y el diseño, el alumnado desarrollará criterio visual para analizar imágenes, identificar referentes culturales y estéticos, reconocer tendencias y comprender los procesos de construcción de significado en la comunicación visual. Asimismo, la asignatura fomenta la capacidad de utilizar el arte como fuente de inspiración estratégica en los procesos creativos y de establecer conexiones entre las prácticas artísticas, el branding y la comunicación de las marcas.
Prerrequisitos Esta asignatura no exige ningún prerrequisito pero haber cursado Historia del Arte en los estudios de bachillerato facilitará su comprensión.

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG06	Desarrollar la capacidad analítica para la disección, comprensión y análisis de los diferentes relatos y de formatos textuales en el contexto mediático, cultural y social actual.
CG08	Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales o los formatos convergentes y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y el consumo para el análisis, diseño y gestión de la operativa profesional en la comunicación.
CG11	Saber valorar la obra audiovisual desde el punto de vista estético para el análisis o la toma de decisiones profesionales

TRANSVERSALES

CT02	Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador
CT04	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.
CT10	Conocer y respetar la diversidad y la multiculturalidad.

Resultados de Aprendizaje

RA1	Conocer el estado de la producción audiovisual contemporánea y de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, estéticos...).
RA2	Analizar los diferentes relatos audiovisuales y formatos hipertextuales
RA3	Valorar los distintos productos audiovisuales desde un punto de vista estético.

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

Bloque 1. ¿Qué es el arte contemporáneo y por qué debería importarle a un publicitario?

- qué es la cultura visual
- arte como sistema cultural
- por qué los creativos necesitan referentes

Bloque 2. Las grandes revoluciones visuales

- impresionismo
- cubismo

- futurismo
- dadaísmo
- surrealismo
- Bauhaus

Bloque 3. Cuando el arte conoció al consumo

- Pop Art
- publicidad
- cultura de masas
- apropiación
- Warhol
- Kruger
- Haring
- Koons

Bloque 4. Aprender a leer imágenes

- semiótica
- composición
- color
- mirada
- ideología
- análisis visual

Bloque 5. La estética contemporánea

- hiperimagen
- postfotografía
- belleza
- viralidad
- autenticidad
- economía de la atención

Bloque 6. Arte y publicidad

- campañas inspiradas en arte
- branding cultural
- dirección de arte
- storytelling visual

Bloque 7. Arte, cultura visual e inteligencia artificial

- IA generativa e imagen.
- Autoría y creatividad.
- Nuevos imaginarios visuales.
- Sesgos culturales y éticos en la generación de imágenes.
- Impacto de la IA en la dirección de arte, la publicidad y las industrias creativas.

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

La asignatura se desarrollará mediante una metodología activa y participativa que combinará exposiciones del profesor con el análisis de casos, debates, ejercicios de interpretación visual y actividades aplicadas. Los contenidos teóricos se introducirán a partir de obras de arte, campañas publicitarias, productos culturales y fenómenos visuales contemporáneos, favoreciendo que el estudiante desarrolle una mirada crítica y relacione los conceptos con situaciones reales del ámbito de la comunicación y la publicidad.

El aprendizaje se apoyará en la discusión en el aula, el trabajo individual y colaborativo, el análisis de referentes visuales y la realización de un proyecto aplicado, promoviendo la participación activa del estudiante y la integración progresiva de los conocimientos adquiridos.

La metodología busca desarrollar la alfabetización visual del estudiante, capacitándolo para analizar críticamente imágenes, reconocer referentes culturales y comprender la influencia del arte en la comunicación contemporánea.

La asignatura incorpora el uso de herramientas de inteligencia artificial generativa como apoyo a la exploración visual, el desarrollo de ideas y la experimentación creativa. El alumnado aprenderá a formular instrucciones eficaces, evaluar críticamente los resultados obtenidos e integrar estas herramientas dentro de un proceso de creación propio, evitando la delegación del juicio creativo o analítico.

Metodología Presencial: Actividades

Centradas en el profesor:

Clases teóricas

Clases prácticas

Centradas en el estudiante:

Seminarios-Talleres

Exposición de trabajos

Actividad Evaluativa

CG06, CG08, CG11, CT02,
CT04

Metodología No presencial: Actividades

Trabajo autónomo del estudiante Estudio y trabajo individual: Estudio de Teoría Preparación de trabajos Preparación actividad de evaluación Estudio y trabajo en grupo Estudio de Teoría Preparación de trabajos Preparación actividad de evaluación	CG06, CG08, CG11, CT02, CT04, CT10
--	---------------------------------------

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	Seminarios, talleres y exposición de trabajos
45.00	15.00
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
90.00	
CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)	

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El uso de IA para crear trabajos completos o partes relevantes, sin citar la fuente o la herramienta o sin estar permitido expresamente en la descripción del trabajo, será considerado plagio y regulado conforme al Reglamento General de la Universidad.

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
SE01. Pruebas (orales/escritas)	Para poder aprobar la asignatura y hacer media con la parte correspondiente a los trabajos y proyectos y a la prueba de ejecución de tareas reales se deberá sacar una puntuación igual o superior a un 5 sobre 10.	40 %

SE02. Proyectos	Proyecto aplicado de análisis de cultura visual o creación visual fundamentada, acompañado de una memoria crítica que justifique las decisiones conceptuales, estéticas y metodológicas.	30 %
SE03. Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	Análisis de casos, ejercicios prácticos, debates, presentaciones y actividades desarrolladas durante el curso	30 %

Calificaciones

Tanto la prueba de respuesta corta como el trabajo final son recuperables en la convocatoria extraordinaria. Los trabajos desarrollados durante el cuatrimestre forman parte del proceso y no son recuperables

Si en la convocatoria ordinaria algún alumno no supera una de las dos pruebas de evaluación recuperables, en la convocatoria extraordinaria sólo tendrá que repetir la prueba no superada, aplicándose la nota de la prueba aprobada en la convocatoria ordinaria para hacer la media y obtener la nota final

Un 10% de la nota de cada prueba evaluativa se destinará a la valoración de la correcta expresión oral y escrita en las lenguas cooficiales, conocimiento exigido en el título como competencia general y competencia transversal. En este punto se evaluará la ortografía y la gramática.

Cuando se autorice el uso de herramientas de inteligencia artificial, la evaluación priorizará la capacidad del estudiante para fundamentar sus decisiones, documentar el proceso seguido, valorar críticamente las propuestas generadas y demostrar la integración personal de los conocimientos. El uso de IA deberá ser transparente y respetar la normativa de integridad académica de la Universidad.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

Acaso, María (2006). *El lenguaje visual*. Paidós.

Barrera, Víctor (2015). *¿Qué es una obra de arte hoy?* Ediciones Metales Pesados.

Brea, José Luis (2010). *Las tres eras de la imagen*. Akal.

Gompertz, Will (2013). *¿Qué estás mirando? 150 años de arte moderno en un abrir y cerrar de ojos*. Taurus.

Han, Byung-Chul (2015). *La salvación de lo bello*. Herder.

Mirzoeff, Nicholas (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Paidós.

Bibliografía Complementaria

Sontag, Susan (2006). *Sobre la fotografía*. Debolsillo.

Fontcuberta, Joan (2016). *La furia de las imágenes: notas sobre la postfotografía*. Galaxia Gutenberg.

Sáez, Juanjo (2011). *El arte: conversaciones imaginarias con mi madre*. Reservoir Books.

Editorial Gustavo Gili (2003). *Arte ¿? Diseño*. GG.

Bauman, Zygmunt (2000). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.

Ashton, Dore (2005). *Una fábula del arte moderno*. Cátedra.

Gadamer, Hans-Georg (1991). *La actualidad de lo bello: el arte como juego, símbolo y fiesta*. Paidós.

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

<https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792>