

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
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	Estudio del estatuto del arte en el mundo actual. Últimas tendencias estéticas en el campo de las artes visuales. Vanguardias y audiovisualización del arte. Contexto histórico de los aspectos específicos del arte contemporáneo en su intertextualidad con la cultura, la vida y la sociedad en general y con la publicidad de nuestro tiempo en particular. Primera aproximación a la teoría general de la imagen.

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 aportará una visión actual del arte contemporáneo y su aplicación a los procesos creativos que se desarrollan en los diferentes perfiles que profesionales que marca la ANECA: • Director/a de comunicación, investigador/a y consultor/a estratégico en publicidad y relaciones públicas en todo tipo de empresas y organizaciones. • Investigadores/as, planificadores/as y compradores/as de medios: profesionales que planifican la idoneidad y características de los soportes para la difusión de las campañas de comunicación. • Creativo/a y diseñador/a: profesional especializado en creatividad publicitaria en todo tipo de soportes. Se puede identificar las especialidades de director creativo, director de arte, redactor y webmaster (creatividad de la estructura de la Web). • Gestor/a de comunicación corporativa: profesional responsable de la gestión estratégica de la imagen y de la comunicación corporativa.

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. Fundamentos del arte contemporáneo y la cultura visual

- Qué entendemos por arte contemporáneo: características, rupturas, problemáticas y sensibilidades.
- La transformación del estatuto del arte desde la modernidad hasta la actualidad.
- Conceptos clave: transdisciplinariedad, desmaterialización, performance, instalación, imagen expandida.
- Introducción a la cultura visual: imagen, representación, mirada, poder, ideología.

Bloque 2. Vanguardias artísticas: antecedentes del arte y la comunicación visual contemporánea

- Las vanguardias históricas: impresionismo, cubismo, dadaísmo, surrealismo, Bauhaus.
- El gesto radical y la ruptura con la tradición.
- El lenguaje visual de las vanguardias como semilla de la estética publicitaria.
- La noción de intertextualidad entre arte, diseño, medios y publicidad.

Bloque 3. De la cultura de masas al arte como medio: pop, apropiación y crítica

- Pop art y la estetización de la vida cotidiana.
- Publicidad, consumo, y cultura de masas en el arte contemporáneo.
- Estrategias de apropiación, parodia, remix y resignificación.
- Publicidad como territorio artístico y viceversa.

Bloque 4. Teoría de la imagen y análisis visual

- Elementos del lenguaje visual: forma, color, composición, símbolo, narración.
- Semiótica de la imagen: signos, códigos, connotación/denotación.
- Análisis de imágenes artísticas y publicitarias.
- La imagen como construcción ideológica.

Bloque 5. Estética contemporánea y recepción visual

- Estética del exceso, lo pulido, lo banal, lo viral.
- El giro relacional y participativo en el arte contemporáneo.
- La belleza como construcción cultural (y como mercancía).
- Públicos, recepción y consumo de imágenes hoy.

Bloque 6. Arte, tecnología y publicidad: hacia una cultura visual expandida

- La audiovisualización del arte: pantallas, redes, experiencias inmersivas.
- Nuevas formas de producción y circulación de la imagen en el ecosistema digital.
- Arte, branding y storytelling visual.
- Proyectos publicitarios con referencias artísticas explícitas.

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Metodología Presencial: Actividades

Centradas en el profesor:

Clases teóricas

Clases prácticas

Centradas en el estudiante:

CG06, CG08, CG11, CT02,
CT04

Seminarios-Talleres

Exposición de trabajos

Actividad Evaluativa

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
	Para poder aprobar la asignatura y hacer media con	

Prueba de respuesta corta que valorará todo el contenido teórico de la asignatura.	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
Participación activa y actividades en clase	Ejercicios de análisis, debates, presentaciones breves, lectura crítica de textos, visionado comentado	30 %
Trabajo individual. Ensayo analítico o propuesta visual publicitaria inspirada en un movimiento o artista contemporáneo, con memoria explicativa.	Para poder superar la asignatura se deberá obtener una puntuación en esta prueba igual o superior a 5 sobre 10.	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.

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.

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>