

Guía docente de la asignatura

Asignatura	Teoría Crítica de la Cultura		
Materia	Materia. 4: La dimensión psico-socio-cultural de la publicidad y la emergencia de los públicos (36 créditos.)		
Módulo			
Titulación	Grado de Publicidad y Relaciones Públicas		
Plan	Verifica011208V2	Código	OB.19.M4.
Periodo de impartición	Segundo Cuatrimestre	Tipo/Carácter	Obligatoria
Nivel/Ciclo		Curso	4º
Créditos ECTS	(4 créditos.)		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	Eva Navarro Martínez (grupos 1 y 2);		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	Eva.navarro@hmca.uva.es		
Departamento	HMCAPyCAP		

1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

Esta asignatura pretende ofrecer una panorámica de las principales aproximaciones teóricas y prácticas a ese amplio y complejo concepto que es el de "cultura". El planteamiento de la asignatura no es sólo teórico, sino que el análisis y la interpretación de productos culturales tendrán un papel fundamental. Esta asignatura está enfocada a potenciar la capacidad crítica del estudiante y espera de este/a una participación activa. Para eso se le ofrecerán herramientas con las que analizar las manifestaciones culturales y comprender su significación en un contexto más amplio, histórico y espacial.

El acercamiento a la cultura y la teoría cultural se realizará a través de la lectura de textos fundamentales escogidos y de prácticas en las que los alumnos y alumnas podrán utilizar y desarrollar los conocimientos teóricos adquiridos, reflexionando sobre ellos y haciendo una aportación e interpretación personales.

1.2 Relación con otras materias

Esta asignatura se relaciona con las otras asignaturas de la materia 4. El funcionamiento del sistema publicitario y las comunicaciones creativas producidas por éste adquieren todo su sentido en su encuentro con los públicos a los que se dirigen. La materia 4 se ocupa de esa dimensión necesaria y complementaria que le da sentido a las tres materias anteriores y que persigue conocer la dimensión psicológica, social y cultural de los públicos a los que el sistema publicitario se dirige.

Asimismo algunos de sus contenidos guardan relación con los de asignaturas de otras materias, como Teoría de la Información y de la Comunicación, Comunicación, Educación y Sociedad en el Contexto Digital o Historia del Arte.

1.3 Prerrequisitos

La realización de esta asignatura no exige requisitos previos, pero se asume que el/la estudiante ha asimilado los conceptos y conocimientos ofrecidos en otras asignaturas de esta misma materia, en cursos anteriores.

2. Competencias

Indicar las competencias que se desarrollan, de las descritas en el punto 3.2. de la memoria de verificación de la titulación y seleccionadas en el módulo, materia o asignatura correspondiente. Es conveniente identificarlas mediante letra y número, tal y como aparecen en la lista mencionada anteriormente.

2.1 Generales

Competencias generales: CG-1, CG-3, CG-4, CG-5, CG-6.

CG-1 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado y de algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de ese campo.

CG-2 Capacidad de aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CG-3 Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas esenciales de índole social, científica o ética.

CG-4 Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CG-5 Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

CG-6 Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional, compromiso que debe potenciar la idea de responsabilidad social, con actitudes críticas y responsables; garantizando la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de los valores democráticos.

2.2 Específicas

Competencias específicas: CE-1, CE-3, CE-4, CE-5, CE-10, CE-19, CE-20, CE-21, CE-23, CE-24, CE-25, CE-27

CE-1 Conocimientos fundamentales de comunicación. Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.

CE-2 Capacidad para asumir el liderazgo. Capacidad de asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social.

CE-3 Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio.

CE-4 Conocimiento del entorno. Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad.

CE-5 Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo

desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual.

CE-10 Capacidad y habilidad para el ejercicio liberal de la profesión y la docencia: es decir,

prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en materias vinculadas con la comunicación en cualquiera de sus formas.

CE-19 Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía,

conservando su propia identidad y valores.

CE-20 Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando la apertura personal a través de la

comunicación oral y escrita.

CE-21 Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad que le permita hallar soluciones

eficaces a problemas inéditos.

CE-23 Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar

las causas y los efectos.

CE-24 Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las

tareas.

CE-25 Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos,

valores y principios consistentes.

CE-27 Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.

3. Objetivos

1. Capacidad para definir e identificar las variables, los mecanismos y los procesos de los públicos en su encuentro con los mensajes publicitarios.
3. Capacidad para utilizar y aplicar pertinentemente test y técnicas de investigación en la indagación de los procesos de comunicación publicitaria en función de los objetivos publicitarios.
6. Conocimiento de la dimensión psicológica, social, política y cultural del sistema publicitario y de los públicos.

4. Contenidos

a. Contextualización y justificación

Este bloque temático ofrece una panorámica de los principales conceptos y aproximaciones teóricas y prácticas a ese amplio y complejo concepto que es el de "cultura". En este bloque se estudian los conceptos de cultura, los tipos y sus fronteras. También se estudia las aproximaciones más clásicas a la idea de cultura en su relación con la sociedad. Estos contenidos sirven de base para el análisis de la producción cultural.

Este bloque temático ofrece una breve panorámica de las principales aproximaciones teóricas y prácticas al complejo concepto de "cultura". Este tema se enfoca en aquellas corrientes que inciden en la dimensión social de la cultura, y sobre todo que estudian la cultura como construcción social y la realidad social como construcción cultural que responde a determinados contextos y circunstancias. El análisis de productos culturales sigue teniendo un papel fundamental, así como el objetivo de potenciar la capacidad crítica del estudiante y espera de este/a una participación activa.

Este bloque se enfoca también en aquellas corrientes que estudian la cultura desde una visión periférica, es decir, criticando los discursos establecidos. Hablamos del feminismo, de los estudios postcoloniales, queer, de los estereotipos, etc.

El acercamiento a la cultura y la teoría cultural se realizará a través de la lectura de textos fundamentales escogidos, del visionado de documentos audiovisuales y de ejercicios en los que los alumnos y alumnas podrán poner en práctica los conocimientos adquiridos, reflexionando sobre ellos y haciendo una aportación e interpretación personales.

Este bloque está dedicado al papel del arte y la cultura como movilizador social, como medio de investigación, de reflexión o de crítica hacia cuestiones concretas de índole social, ideológico o político. Tendrá especial relevancia el trabajo a partir de exposiciones o trabajos que se estén exponiendo en la ciudad en ese momento.

El análisis de productos culturales sigue teniendo un papel fundamental, así como el objetivo de potenciar la capacidad crítica del estudiante desde posiciones alternativas, y espera de este/a una participación activa.

El acercamiento a la cultura se realizará a través de la lectura de textos fundamentales escogidos, del visionado de documentos audiovisuales y de ejercicios en los que los alumnos y alumnas podrán poner en práctica los conocimientos adquiridos, reflexionando sobre ellos y haciendo una aportación e interpretación personales.

b. Objetivos de aprendizaje

- Familiarizarse con las diferentes definiciones del concepto de cultura, y con diferentes aproximaciones y perspectivas de estudio, (especialmente en el siglo XX).
- Conocer las aportaciones y autores más relevantes a través de textos fundamentales. Y adquirir los instrumentos metodológicos del análisis cultural.
- Potenciar la capacidad de aplicar los conocimientos teóricos a un análisis práctico y reflexivo.
- Fomentar el aprendizaje de la lectura de diferentes y variados productos culturales, entender su significación y saber situarlos en su contexto histórico-espacial-cultural. Se pretende que el estudiante sea capaz de establecer conexiones entre diferentes tipos de producciones culturales y las condiciones en las que se crean.
- Potenciar las capacidades expositivas y comunicativas del alumno para exponer sus trabajos, por medio de ejercicios orales y escritos.
- Promover una reflexión crítica sobre las relaciones interculturales (en el sentido más amplio del término) en la época actual.
- Promover la comprensión crítica del papel que jugamos como sujetos culturales, y nuestro lugar dentro de una red (o redes) cultural(es).
- Ayudar a entender el valor de la cultura (y el arte) para comprender otras facetas y ámbitos de la vida (historia, política, sociología, etc.) y como instrumento que potencie y propague valores de democracia, solidaridad e integración social.

c. Contenidos

1. La cultura y su dimensión social
 - Conceptos en torno a la noción de cultura.
 - Tipos de cultura
 - Cultura y publicidad
2. La cultura y la perspectiva de género
 - Feminismos
 - Conceptos básicos del análisis de la cultura desde la perspectiva de género
 - Masculinidades
 - LGTBIQ+
3. Las representaciones culturales
 - Estereotipos y otredad
 - La Imagología como herramienta de análisis
4. Cultura, ideología y discursos: de la Escuela de Frankfurt al Neobarroco postmoderno
 - Los Estudios Culturales. Martín Barbero: lo popular y lo masivo.
 - Postmodernismo y Neobarroco
 - El análisis crítico del discurso (ACD)
5. Cultura, derechos humanos y desarrollo
 - El arte como herramienta de investigación y crítica sociocultural
 - Contrapublicidad y arte de guerrilla

* Como parte de los contenidos de la asignatura se incluyen el Cineforum “Alice Guy” y el Proyecto Huellas de la ciudad.

d. Métodos docentes

La adquisición de estos contenidos se hará mediante lecturas, debates en clase y exposiciones sobre los textos que forman la bibliografía básica de la asignatura y que son la base de la teoría. Para fijar los conceptos y aprender a utilizarlos se realizará una “práctica transversal” que consistirá en la realización de un blog en el que un producto cultural (película, serie, estilo musical...) elegido por cada grupo de estudiantes será analizado desde posiciones teóricas diferentes. Es una práctica en la que se valora la capacidad analítica del alumnado.

Esta práctica se realizará a lo largo de todo el cuatrimestre y se combina con una serie de actividades como el Cineforum Alice Guy, así como con prácticas creativas, relacionadas con los temas que se van tratando.

Todas las prácticas (incluida la transversal) son grupales.

!!!MUY IMPORTANTE!!! El planteamiento de esta asignatura supone que **el aprendizaje es acumulativo**, es decir, que lo tratado en las primeras semanas irá utilizándose en las posteriores.

e. Plan de trabajo

Los contenidos del curso se han englobado en 5 temas generales distribuidos según el cronograma presentado en el punto j. Según el ritmo de la clase y las posibles sugerencias, incidencias o temas que vayan surgiendo se puede adaptar el programa o dedicar alguna clase práctica a la teoría. Ya que, como se ha dicho, no existe una separación tajante entre teoría y práctica. Además, el trabajo con los bloques temáticos tampoco será exclusivamente cronológico, por ejemplo, los contenidos del tema 5, más enfocados a la creación cultural y artística como práctica y teoría crítica en sí misma, podrán ir intercalándose en el resto de los bloques temáticos, desde el inicio del curso. **La práctica artística tiene un papel relevante dentro de esta asignatura.** También se pueden dedicar las clases prácticas a puesta en común y dudas de la Práctica Transversal.

En la temporalización se especifican las semanas previstas para cada tema.

f. Evaluación

Conforme a las pautas del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), y ajustándose al Reglamento de Ordenación Académica (ROA) de la UVa, la evaluación se rige por los siguientes criterios:

1. La convocatoria ordinaria se rige por la puntuación obtenida en las prácticas creativas y la práctica transversal (o en su defecto el examen). 2. La convocatoria extraordinaria se rige del mismo modo que la ordinaria.

a) Trabajo transversal realizado a lo largo de todo el curso y con exposiciones en clase y/o tutorías: (70 %) *Este trabajo podrá ser sustituido por un examen (por aquellos estudiantes que no cumplan los requisitos de asistencia y de trabajo continuado en la práctica, independientemente de que asistan o no a clase). El examen, tanto en convocatoria ordinaria como extraordinaria, vale 7 puntos

b) Prácticas creativas: 30% (grupales). Tres prácticas obligatorias de un punto cada una, en cuya puntuación está incluida la presentación en clase del trabajo (hasta un 0,3 de cada práctica, que no se obtendrá si la misma no se expone en clase)

*Todas las prácticas (transversal y creativas) son grupales y es imprescindible contactar con la profesora a principio del curso si no se puede cumplir este requisito.

**Los plazos de entrega de prácticas, examen y revisiones son inamovibles e innegociables, salvo en los casos contemplados en el ROA.

*****NOTA IMPORTANTE:** La modalidad de enseñanza de esta asignatura es **presencial**. Es decir, no existe una modalidad “presencial con trabajo” y “no presencial con examen”. Esto quiere decir que todo el material que se trate en clase: artículos, apuntes, debates, películas, etc., es materia de evaluación. **Será responsabilidad del alumnado estar al tanto de los contenidos tratados en el aula y de los recursos facilitados para el desarrollo de la asignatura.**

En la presentación de la asignatura (el primer día de clase y a través del campus virtual) se ofrecerá más información sobre el carácter de las prácticas y los criterios de evaluación.

g. Bibliografía básica (Sujeta a cambios)

Esta lista conforma tanto los artículos trabajados en clase, como la principal base de los conceptos vistos en clase.

- Amorós, Celia, Crítica a la razón patriarcal. (Capítulo 1)
- APARICI, Roberto y Sáez, M., eds., (2003): *Cultura popular, industrias culturales y ciberespacio*. UNED. Artículos de García Canclini, Martín Barbero y Adorno y Horkheimer (Subidos al campus en un documento conjunto)
- CARBALLO DE LA RIVA (coord.) (2017). *Género y desarrollo: cuestiones clave desde una perspectiva feminista*. Madrid: Catarata. (Capítulo 1)
- Said, Edward, "Cultura, identidad e historia" en SCHRODER, G., Teoría de la cultura: un mapa de la cuestión.
- “Feminización de la pobreza: un problema global” En <https://www.globaljusticecenter.org/es/ponencias/la-feminizaci%C3%B3n-del-pobreza-un-problema-global>
- Navarro Martínez, E., "Ante la imagen de los demás: pornografía de la muerte y producción cultural en el contexto digital". *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*. Disponible en: <http://teknokultura.net/index.php/tk/article/view/167>
- Wang, Georgette y Emilie Yueh-yu Yeh. Historia de dos películas. Globalización e hibridación en la producción cultural. *Revista de Occidente* n° 286, marzo 2005. Disponible en: <http://www.revistasculturales.com/articulos/97/revista-de-occidente/283/3/historia-de-dos-peliculas-globalizacion-e-hibridacion-en-la-produccion-cultural.html>
- Abril, Gonzalo, *Teoría de la Información*. Capítulo III. Madrid: Cátedra.

- Plaza Velasco, M. (2007). Sobre el concepto de "violencia de género". *Violencia simbólica, lenguaje, representación. Extravío: Revista Electrónica De Literatura Comparada*, (2), 132-145. Disponible en: <http://attic.uv.es/index.php/extravio/article/view/2211>
- Tous-Rovirosa, A. (2009) Paleotelevisión, neotelevisión y metatelevisión en las series dramáticas estadounidenses. *Comunicar XVII* (33). Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/40423682_Paleotelevision_neotelevision_y_metatelevision_en_las_series_dramaticas_estadounidenses_PaleoTV_NeoTV_and_MetaTV_in_US_Drama_Series

h. Bibliografía complementaria

- Benavides Delgado, Juan: «La presencia de la publicidad en la construcción de la cultura cotidiana». <http://www.ucm.es/OTROS/especulo/numero1/benavid.htm>
- Bourdieu, P. (de. 1998). *La dominación masculina. Madrid: Cátedra*
- Colaizzi, Giulia. *La pasión del significante: teoría de género y cultura visual. Madrid: Biblioteca Nueva, 2007.*
- Dorfman, A., Mattelart, A., *Para leer al Pato Donald* (resumen disponible en la guía docente)
- Eco, Humberto, Capítulo sobre "El mito de Superman". En *Apocalípticos e Integrados*. (ed. 2004)
- GARCÍA CANCLINI, N. (2000) *La globalización imaginada. Barcelona: Paidós.*
- Herrera Flores, Joaquín. *Los derechos humanos como productos culturales. Crítica del humanismo abstracto. Madrid: Libros de la Catarata, 2005.*
- KAHN, J.S., *El concepto de cultura: textos fundamentales. Barcelona: Anagrama, 1975*
- LIPOVETSKY, Gilles, (2000): *La era del vacío, Anagrama, Barcelona.*
- Lyotard, F., (1ªed. 1987) *La posmodernidad (explicada a los niños). Barcelona, Gedisa.*
- MATTELART, ARMAND (2004): *Introducción a los Estudios Culturales. Paidós Comunicación, Barcelona.*
- MORALES LOMAS, F. LOS VAMPIROS DE LA POSMODERNIDAD: CREPÚSCULO. En Alhucema. *Revista internacional de teatro y literatura. Nº 28. Julio-diciembre 2012.* www.revistaalhucema.com
- Mosterín, *Filosofía de la cultura. Capítulos 1, 5, 6, 7, 8 y 9*
- Muñoz, Blanca. *Modelos culturales: teoría sociopolítica de la cultura. Barcelona: Anthropos, 2005.*
- NAVARRO MARTÍNEZ, E. (2016) *La educación mediática con perspectiva de género. En Oller Alonso, Martín y Tornay Márquez, Mª Cruz Comunicación, Periodismo y Género. Una mirada desde Iberoamérica. Sevilla: Ediciones Egregius.*
- Rositi, Franco. *Historia y teoría de la cultura de masas. Barcelona: Gustavo Gili, 1980.*

i. Recursos necesarios

No se necesitan recursos específicos más allá de un proyector, un equipo informático e internet.

j. Temporalización (por bloques temáticos)

BLOQUE TEMÁTICO	CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
1. La cultura y su dimensión social	1	Semanas 1-3
2. La cultura desde la perspectiva de género	1	Semanas 4-7
3. Las representaciones culturales	0,5	Semanas 8-9
4. Cultura, ideología y discursos: de la Escuela de Frankfurt al Neobarroco postmoderno.	1	Semanas 10-13
5. Cultura, derechos humanos y desarrollo	0,5	Semanas 14-15

5. Métodos docentes y principios metodológicos

Esta asignatura sigue un **método procesual de aprendizaje**, es decir, enseñanza basada en los procesos con los que el alumnado construye su propio conocimiento. Por tanto, sitúa a las y los estudiantes en el centro, lo que significa también que se pide de estas/os autonomía, iniciativa propia y trabajo colaborativo. El planteamiento de la asignatura no es eminentemente teórico, sino de “teoría aplicada” al análisis y la interpretación de productos culturales propuestos por la profesora y por el propio alumnado. Esta asignatura está enfocada a potenciar la capacidad crítica del/a estudiante y espera de él/ella una participación activa. Para eso se le ofrecerán herramientas con las que analizar las manifestaciones culturales y comprender su significación en un contexto más amplio, histórico y espacial.

En ningún caso se pedirá que se memoricen (sin más) las teorías y conceptos para ser reproducidos en un examen, sino que el aprendizaje de los mismos está enfocado a la comprensión de la producción cultural. En todo momento se trabajará en la **adquisición de la teoría a través de su aplicación práctica y actividades de análisis e investigación**. La teoría se obtendrá en gran medida de la lectura de artículos, con prácticas individuales o

grupales, autónomas, en las que l@s alumn@s deben aplicar los conocimientos adquiridos, desarrollar sus propios análisis y extraer conclusiones propias.

Se trata de combinar de forma dinámica la teoría y la práctica.

6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico-prácticas (T/M)	18 (15 clases de 1:20 horas)	Estudio y trabajo autónomo individual	30
Clases prácticas de aula (A)	18 (15 clases de 1:20 horas)	Estudio y trabajo autónomo grupal	30
Laboratorios (L)			
Prácticas externas, clínicas o de campo			
Seminarios (S)			
Tutorías grupales (TG)	1		
Evaluación	3		
Total presencial	40	Total no presencial	60

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Prácticas guiadas a lo largo del curso	30%	Un 10% de la nota corresponde a la presentación en clase
Práctica transversal	70%	Exige la asistencia regular a clase, al menos a dos tutorías y la presentación en clase (evaluación continua)
Actividades extra	Hasta un 10% sobre la nota final	Modalidades de Evaluación continua y examen

Examen final	70% en primera convocatoria y 70% en segunda	Al resultado del examen (siempre que esté aprobado, a partir de 3,5 sobre 7 puntos) se le suma la nota obtenida en las prácticas. Los criterios son los mismos para ambas convocatorias.
--------------	--	--

8. Consideraciones finales

Los contenidos de la asignatura reflejados en esta guía docente, especialmente los que atañen a las prácticas, podrán sufrir modificaciones, según factores como el tiempo de dedicación a cada tema, o según necesidades de los estudiantes. Puesto que es una asignatura de temática actual se podrían modificar o añadir alguna de las lecturas u otros documentos de interés que puedan surgir mientras se realiza el curso. Cualquier modificación en el programa se avisará con suficiente antelación y quedará reflejado en la guía docente de la asignatura, en el Campus Virtual. Todos los documentos de lectura, que no sean accesibles online, se facilitarán en los archivos de la asignatura, en el campus virtual.