



Proyecto/Guía docente de la asignatura

Asignatura	Nuevas Manifestaciones Artísticas		
Materia	Materia. 4: La dimensión psico-socio-cultural de la publicidad y la emergencia de los públicos		
Módulo			
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas		
Plan	458	Código	42891
Periodo de impartición	Primer Cuatrimestre	Tipo/Carácter	Optativa
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	3º
Créditos ECTS	3 ECTS		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	Jesús Félix Pascual Molina		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	pascual@arte.uva.es / Despacho 112 / Teléfono: 921112300. Ext. 2177.		
Departamento	Historia del Arte		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

Asignatura optativa, de 3 créditos ECTS, que forma parte de la *Materia. 4: La dimensión psico-socio-cultural de la publicidad y la emergencia de los públicos*. Asimismo, está presente en los itinerarios 1: “Creatividad y gestión de la creatividad de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas” y 6: “Producción de contenidos en comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas”.

Se imparte en el primer cuatrimestre del tercer curso.

1.2 Relación con otras materias

Se relaciona con las asignaturas que integran la citada *Materia. 4: La dimensión psico-socio-cultural de la publicidad y la emergencia de los públicos* así como con las que integran los dos itinerarios en los que está presente.

En especial, está vinculada con la asignatura de primer curso, de formación básica, *Arte y Publicidad*.

1.3 Prerrequisitos

No se establece ninguno.



2. Competencias

2.1 Generales

CG1: 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-5: Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

2.2 Específicas

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-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-14: Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas.

CE-15: Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.

CE-18: Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación con especial énfasis en la creación de nuevos soportes.

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



3. Objetivos

1. Conocer la evolución de la producción artística más reciente, atendiendo a sus características y desarrollo, relacionando la obra de arte con el contexto ideológico, social, político, económico y cultural en que se produjo, así como con otras manifestaciones culturales, especialmente la publicidad.
2. Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de lenguajes publicitarios y artísticos.
3. Conocer y manejar correctamente la terminología propia de las nuevas manifestaciones artísticas.
4. Desarrollar un espíritu crítico y de análisis e interpretación.
5. Iniciación a la metodología y a las técnicas de investigación en el campo de la historia del arte contemporáneo y la publicidad.
6. Acercar al alumnado a las producciones artísticas de su tiempo e incentivarle al contacto con la obra de arte.
7. Conocimiento y manejo de fuentes, bancos de imágenes, bases de datos, recursos informáticos, repositorios documentales.





4. Contenidos y/o bloques temáticos

Bloque 1: Nuevas Manifestaciones Artísticas

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

La asignatura se organiza en un único bloque, dedicado a las producciones artísticas de la segunda mitad del siglo XX a nuestros días.

b. Objetivos de aprendizaje

Los especificados en el punto 3 de esta guía.

c. Contenidos

Estudio de las corrientes y movimientos artísticos de la segunda mitad del siglo XX, prestando atención a las nuevas técnicas y medios, así como a la relación de los estilos con el momento en que surgen.

Programa resumido:

1. Introducción: el arte en la primera mitad del siglo XX. Entre la tradición y la modernidad.
2. De París a Nueva York.
3. Entre la abstracción y la nueva figuración: expresionismo abstracto, pop y realismo fotográfico.
4. El arte como juego mental: op art, arte minimalista y conceptual...
5. Tendencias del arte entre los siglos XX y XXI. Nuevos medios, nuevas artes.

d. Métodos docentes

- Exposición en el aula de los contenidos teóricos (lección magistral), y comentario de las imágenes relacionadas con los periodos, estilos y autores tratados (estudio de caso).
- Prácticas: estudio de caso, comentario de textos e imágenes, debates...
- Uso de la plataforma del Campus Virtual.

e. Plan de trabajo

El cronograma detallado del curso se especificará al comienzo del mismo y se actualizará a través del Campus Virtual.

f. Evaluación

La evaluación consistirá en un examen teórico, en el que deben analizarse una serie de imágenes propuestas, en relación con los temas estudiados en clase. Además, se realizarán actividades prácticas en clase, como comentarios de imágenes, lecturas y comentarios de textos, debates...

Los detalles respecto a las características de la evaluación son los indicados en el punto 7 de esta guía.



g. Bibliografía básica

- BAÑUELOS CAPISTRÁN, J., *Fotomontaje*, Madrid, 2008.
- BARNICOAT, J., *Los carteles: su historia y su lenguaje*, Barcelona, 2003.
- DIEGO, E. de, *Artes visuales en occidente desde la segunda mitad del siglo XX*, Madrid, 2015.
- FREELAND, C., *Pero ¿esto es arte?: una introducción a la teoría del arte*, Madrid, 2006.
- GOLDBERG, R., *Performance art: desde el Futurismo hasta el presente*, Barcelona, 1996.
- GOSSEL, P. y LEUTHAUSER, G., *Arquitectura del siglo XX*, 2 vols., Colonia, 2005.
- GUASCH, A. M., *El arte último del siglo XX. Del posminimalismo a lo multicultural*, Madrid, 2000.
- HOLZWARTH, H. W., *Cien artistas contemporáneos*, Colonia, 2009.
- LUCIE SMITH, E., *Artes visuales en el siglo XX*, Colonia, 2000.
- MARCHÁN FIZ, S., *Del arte objetual al arte de concepto (1960-1974)*, Madrid, 1994.
- MARTIN, S., *Videoarte*, Colonia, 2006.
- MARZONA, D., *Arte conceptual*, Colonia, 2005.
- MICHELI, M. de, *Las vanguardias artísticas del siglo XX*, Madrid, 1984.
- RAMÍREZ, J. A., *El objeto y el aura: (des)orden visual del arte moderno*, Madrid, 2009.
- RAMÍREZ, J. A. y CARRILLO J. (eds.), *Tendencias del arte, arte de tendencias a principios del siglo XXI*, Madrid, 2004.
- RUSH, M., *Nuevas expresiones artísticas a finales del siglo XX*, Barcelona, 2002.
- SAEHRENDT, C., *Yo también sabría hacerlo*, Barcelona, 2009.
- SATUÉ, E., *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*, Madrid, 2010.
- SCHARF, A., *Arte y fotografía*, Madrid, 2005.
- SEDEÑO VALDELLÓS, A. (coord.), *Historia y estética del videoarte en España*, Sevilla, 2011.
- TEJEDA GARCÍA, C., *Arte en fotogramas: cine realizado por artistas*, Madrid, 2008.
- THOMPSON, D., *El tiburón de 12 millones de dólares*, Barcelona, 2009.
- THORNTON, S., *Siete días en el mundo del arte*, Barcelona, 2010.
- TORRENT, R. y MARIN, J. M., *Historia del diseño industrial*, Madrid, 2008.
- WESHER, H., *Historia del collage. Del cubismo a la actualidad*, Barcelona, 1976.
- WALTHER, I. F. (ed.), *Arte del siglo XX*, 2 vols., Colonia, 2005.
- YOUNG, P. y DUNCAN, P. (eds.), *Cine artístico*, Colonia, 2009.

h. Bibliografía complementaria

Se especificará en cada uno de los temas correspondientes a lo largo del curso.

i. Recursos necesarios

Se recomienda acceso a Internet para poder consultar el Campus Virtual y acceder a los materiales y recursos de la asignatura.



j. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
3	Quince semanas

Añada tantas páginas como bloques temáticos considere realizar.





5. Métodos docentes y principios metodológicos

- **Teoría:** exposición en el aula de los contenidos teóricos (lección magistral), y comentario de las imágenes relacionadas con los periodos, estilos y autores tratados (estudio de caso).
- **Prácticas:** estudio de caso (individual y/o grupal), comentario de textos e imágenes, debates.
- Uso de la plataforma del Campus Virtual.

6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico-prácticas (T/M)	20	Estudio y trabajo autónomo individual	35
Clases prácticas de aula (A)	10	Estudio y trabajo autónomo grupal	10
Total presencial	30	Total no presencial	45

7. Sistema y características de la evaluación

- Examen final: 60% de la nota.
- Prácticas: 40% de la nota.

Solo se tendrán en cuenta las puntuaciones de las prácticas si se aprueba el examen.

Aquellos que no realicen las prácticas de cara a la primera convocatoria, solo podrán examinarse sobre un 60% de la nota final. Sin embargo, en la convocatoria extraordinaria, el examen tendrá un valor del 100% de la nota.

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Examen teórico	60%	Deberá aprobarse para que las prácticas sean tenidas en cuenta.
Prácticas	40%	

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**
 - Examen (60%) + prácticas (40%) = 100%
 - Si no se han realizado las prácticas, examen = 60%
- **Convocatoria extraordinaria:**
 - Examen (60%) + prácticas (40%) = 100%
 - Si no se han realizado las prácticas, examen = 100%

Para la evaluación se tendrá en cuenta lo recogido en el *Reglamento de Ordenación Académica* de la UVa respecto al plagio y la copia (Título Cuarto, Capítulo Primero, Artículo 38 y Título Cuarto, Capítulo Segundo, Artículo 44).

8. Consideraciones finales