


Estética y cultura visual

Grado en Publicidad y
Relaciones Públicas
2024-25



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Estética y cultura visual

Titulación: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Curso académico: 2024-25

Carácter: Básica

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dr. D. Diego Mayoral Martín

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean 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.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Conocer los conceptos básicos de la Literatura, Sociología, Empresa, Economía, Estadística, Comunicación, Idioma moderno y Derecho que interactúan con la práctica publicitaria y en la actividad de las RR.PP.
- Identificar las referencias visuales, tanto tendencias artísticas como creativas, que sirvan para desarrollar un sentido de la estética para aplicar en las futuras piezas comunicativas.
- Conocer y entender los conocimientos acerca de las técnicas específicas de las relaciones públicas.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.
- Compilar, discriminar y categorizar la información procedente de fuentes bibliográficas y documentales.
- Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.

1.2. Resultados de aprendizaje

- Ser capaz de realizar trabajos de profundización y síntesis a partir de búsqueda en las fuentes bibliográficas relacionadas con el ámbito de las Ciencias Sociales. Obtención de un nivel B2 mínimo en la lengua inglesa, correspondiente al establecido en el Marco Europeo. Demostración de conocimientos, habilidades y competencias a través de la superación de las pruebas finales, ordinaria y extraordinaria.

- Entendimiento de las interrelaciones de las variables y agentes de la comunicación publicitaria, el marketing y las relaciones públicas, así como su evolución diacrónica en el tiempo a través de la superación de prueba final, ordinaria y extraordinaria, así como de los trabajos de profundización de la materia.
- Sensibilizar al alumno sobre el concepto de cultura visual para su desarrollo analítico-reflexivo. Adquirir una visión crítica de las corrientes estéticas, así como reconocer las tendencias influyen en la publicidad.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Breve descripción de los contenidos

Cultura visual. Historia y teoría de las imágenes. Comunicación visual. Tecnología y medios visuales. Estética. Sociedad de la imagen. Corrientes estéticas aplicadas a la publicidad. Arte y publicidad.

2.3. Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

BLOQUE 1: ESTÉTICA Y CULTURA VISUAL

Introducción: Ocularcentrismo e iconosfera

Tema 1: ¿Qué es la estética? Conceptos fundamentales (la belleza y la fealdad, lo estético y lo anti-estético, la realidad y la imitación, el gusto y la opinión).

Tema 2: ¿Qué es la cultura visual? Algunas disquisiciones desde los estudios visuales.

Tema 3: Semiótica de la imagen: aspectos elementales del lenguaje visual.

BLOQUE 2: ESTÉTICA Y PUBLICIDAD CONTEMPORÁNEAS

Tema 4: Arte y publicidad. Relaciones y diálogos.

Tema 5: Introducción a las estéticas contemporáneas. Formas, contenidos, contextos y mensajes en el arte contemporáneo.

Tema 6: la publicidad y el arte pop.

BLOQUE 3: CULTURA VISUAL. APLICACIONES PRÁCTICAS

Tema 7: Estética de los objetos en el arte y la publicidad.

Tema 8: Estética de los cuerpos en el arte y la publicidad.

Tema 9: Estética e identidad en las representaciones visuales: género, deseo, etnicidad y raza.

Tema 10: Arte y publicidad. Análisis prácticos.

2.4. Actividades Dirigidas (AD)

Actividad Dirigida 1 (AD1): Análisis práctico de las representaciones de objetos en el arte y la publicidad. El profesor validará la elección de cada imagen artística y publicitaria elegida. Actividad de carácter individual. (20% del total de las AD).

Actividad Dirigida 2 (AD2): Análisis práctico de las representaciones de personas en el arte y la publicidad. El profesor validará la elección de cada imagen artística y publicitaria elegida. Actividad de carácter individual. (20% del total de las AD).

Actividad Dirigida 3 (AD3): Visita y comentario de una exposición de arte contemporáneo celebrada en la ciudad durante el curso. Actividad de carácter grupal. (25% del total de las AD).

Actividad Dirigida 4 (AD4): Trabajo de reflexión y resumen sobre las relaciones entre estética, cultura visual y publicidad, utilizando un caso práctico. Actividad de carácter individual. (35% del total de las AD).

2.5. Actividades formativas

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica	45	100%
AF2	Trabajo personal del alumno	75	0%
AF3	Tutorías	15	50%
AF4	Evaluación	15	100%
		150	

2. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Prueba parcial	15%
Actividades académicas dirigidas	25%
Prueba final presencial	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Prueba final presencial	60%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final y en las actividades dirigidas. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las actividades dirigidas si éstas no han sido entregadas en fecha, no han sido aprobadas o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas se considerará falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Acaso, María (2007). *El lenguaje visual*. Barcelona: Paidós.
- Bayer, R. (2018). *Historia de la estética*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Berger, J. (2002). *Modos de ver*. Madrid: Gustavo Gili.
- Butin, H. (2009). *Diccionario de conceptos de arte contemporáneo*. Madrid: Abada.
- Foster, H. (2002). *Diseño y delito*. Madrid: Akal.
- Francalaci, E. (2010). *Estética de los objetos*. Madrid: Antonio Machado.
- Martínez Luna, S. (2019). *Cultura visual. La pregunta por la imagen*. Bilbao: Sans soleil.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- Mirzoeff, M. (2002). *Introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós.
- Mitchell, W. (2009). *Teoría de la imagen. Ensayos sobre la representación verbal y visual*. Madrid: Akal.
- Pérez Gauli, J. C. (2000) *El cuerpo en venta. Relación entre arte y publicidad*. Madrid: Cátedra.
- Pollock, G. (2013). *Visión y diferencia. Feminismo, feminidad e historias del arte*. Buenos Aires: Fiordo.

Bibliografía recomendada

- Argan, G. C. (1991). *El arte moderno. Del Iluminismo a los movimientos contemporáneos*. Madrid: Akal.
- Barthes, R. (1987). *La Cámara lúcida. Reflexiones sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós.
- Bozal, V. (1996). *Historia de las ideas estéticas y de las teorías artísticas contemporáneas*. Madrid: Visor, La Balsa de la Medusa.
- Crow, T. (2001). *El esplendor de los sesenta: arte americano y europeo en la era de la rebeldía 1955-1969*. Madrid: Akal.
- De Diego, E. (2015). *Artes Visuales en Occidente desde la segunda mitad del siglo XX*. Madrid: Cátedra.
- Debray, R. (1994). *Vida y muerte de la imagen*. Barcelona: Paidós.
- Foster, H. (2006). *Arte desde 1900: modernidad, antimodernidad y posmodernidad*. Madrid: Akal.
- Guasch, A. M. (2000). *El arte último del siglo XX: del posminimalismo a lo multicultural*. Madrid: Alianza.
- Jiménez, J. (1998). *Imágenes del hombre. Fundamentos de estética*. Madrid: Tecnos.
- Jiménez, J. (2018). *Crítica del mundo imagen*. Madrid: Tecnos.
- Pérez Manzanares, J. (2018). *Mirar con un ojo cerrado*. Madrid: Mármara.
- Prada, J. M. (2012). *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*. Madrid: Akal.
- Rancière, J. (2011). *El destino de las imágenes*. Argentina: Prometeo

Shohat, E. y Stam, R. (1994). *Multiculturalismo, cine y medios de comunicación: crítica del pensamiento eurocéntrico*. Barcelona: Paidós.

Silverstone, R. (1994). *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.

Wallis, B. (2001). *Arte después de la Modernidad. Nuevos planteamientos en torno a la representación*. Madrid: Akal.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dr. D. Diego Mayoral Martín
Departamento	Arte
Titulación académica	Doctor en Historia del Arte. Licenciado en Bellas Artes e Historia del Arte
Correo electrónico	dmayoral@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Horario de tutoría Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Diego Mayoral Martín es un artista, investigador y docente centrado en el estudio teórico-práctico de la historia del arte, la cultura visual y las artes vivas, focalizándose, principalmente, en la exploración de cuestiones que giran en torno a la construcción de la identidad (especialmente del sexo, del género y del deseo) y a las dimensiones de la espiritualidad y las religiones comparadas.</p> <p>Es Licenciado en Bellas Artes e Historia del Arte por la USAL, realizando estancias con la primera de ellas en Kassel y Barcelona. Es máster en Dirección Artística Cinematográfica por la ESCAC; en Historia del Arte Contemporáneo y Cultura Visual por el MNCARS y la UCM y la UAM; en Práctica Escénica y Cultura Visual por el MNCARS y la UCLM; en Formación del Profesorado de ESO y Bachillerato, FP y Enseñanzas de Idiomas por la UCM en la especialización en Artes Plásticas y Visuales; y en Diseño Gráfico por CEI: Escuela de Diseño y Marketing.</p> <p>En el 2020 obtuvo el título de Doctor en Historia del Arte con la calificación Sobresaliente Cum Laude dentro del programa Estudios Artísticos, Literarios y de la Cultura de la UAM. Para su desarrollo contó con una beca FPU que también le proporcionó la posibilidad de impartir docencia durante tres años consecutivos en dicha Universidad.</p> <p>En los últimos años ha trabajado como director de TFMs y evaluador en múltiples tribunales para el Máster de Investigación y Gestión de la Innovación en Comunicación de la UEMC de Valladolid y para el Máster de Gestión del Patrimonio Cultural y Museología de la Universidad Internacional de Valencia.</p>

