

Facultad de Humanidades

Grado en Historia del Arte

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :

**Arte y Cultura Audiovisual
(2018 - 2019)**

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Arte y Cultura Audiovisual	Código: 289130903
<ul style="list-style-type: none">- Centro: Facultad de Humanidades- Lugar de impartición: Facultad de Humanidades- Titulación: Grado en Historia del Arte- Plan de Estudios: 2009 (Publicado en 2009-11-25)- Rama de conocimiento: Artes y Humanidades- Itinerario / Intensificación:- Departamento/s: Historia del Arte y Filosofía- Área/s de conocimiento: Historia del Arte- Curso: 4- Carácter: Optativa- Duración: Primer cuatrimestre- Créditos ECTS: 6,0- Modalidad de impartición: Presencial- Horario: Enlace al horario- Dirección web de la asignatura: http://www.campusvirtual.ull.es- Idioma: Español	

2. Requisitos para cursar la asignatura

Ninguno

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: GONZALO MOISES PAVES BORGES	
<ul style="list-style-type: none">- Grupo: 1+PA101 GTE y GP- Departamento: Historia del Arte y Filosofía- Área de conocimiento: Historia del Arte	
Tutorías Primer cuatrimestre:	
Horario: Martes: 10-13 horas, Miércoles: 10-13 horas. En periodos lectivos sin docencia, podrá modificarse este horario de acuerdo a los cambios de actividad del calendario escolar	Lugar: B3-06 EDIFICIO DEPARTAMENTAL DE GEOGRAFÍA E HISTORIA
Tutorías Segundo cuatrimestre:	

Horario:

Lunes, Martes y Miércoles 11-13 horas. En periodos lectivos sin docencia, podrá modificarse este horario de acuerdo a los cambios de actividad del calendario escolar

Lugar:

B3-06 EDIFICIO DEPARTAMENTAL DE GEOGRAFÍA E HISTORIA

- Teléfono (despacho/tutoría):
- Correo electrónico: gpavores@ull.es
- Web docente: <http://www.campusvirtual.ull.es>

4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Módulo I. Historia General del Arte Universal**

Perfil profesional: **La asignatura capacita para diversos perfiles profesionales: 1. Protección y gestión del Patrimonio Histórico-Artístico y Cultural. 2. Conservación, exposición y mercado de obras de arte. 3. Difusión del Patrimonio Artístico. 4. Investigación y enseñanza. 5. Producción, documentación y divulgación de los contenidos de la Historia del Arte.**

5. Competencias

5. Competencia específica. Aptitudes

CEA-4 - Responsabilidad profesional y compromiso ético con la sociedad en lo referente a la defensa y conservación del patrimonio histórico-artístico

4. Competencia específica. Habilidades

CEH-5 - Manejo de nuevas tecnologías como medio para el estudio y difusión de la obra de arte

CEH-4 - Capacidad de utilizar otras técnicas historiográficas para el conocimiento y valoración de la obra de arte

CEH-3 - Adquirir familiaridad con las obras artísticas mediante contacto directo en museos, exposiciones y visitas a monumentos histórico-artísticos

CEH-1 - Desarrollar el espíritu crítico y analítico para interpretar la obra de arte y extraer de ella informaciones sobre la cultura que la ha generado

3. Competencia específica. Conocimientos

CEC-10 - Adquirir conocimientos específicos que le capaciten para el ejercicio de trabajos propios de los perfiles profesionales de la titulación

CEC-8 - Conocer las publicaciones más importantes realizadas sobre la materia, así como aquellas que le permitan profundizar en aspectos específicos de la misma y garantizar las vías adecuadas para la ampliación de conocimientos

CEC-5 - Conocer y manejar el lenguaje específico y la terminología que son propios de las diferentes manifestaciones del Arte

CEC-3 - Conocer la teoría del arte y el pensamiento estético en sus diferentes contextos y como han condicionado la función, los discursos, las técnicas y los lenguajes formales del Arte

CEC-2 - Conocer los diferentes lenguajes formales y visuales, así como las técnicas artísticas utilizadas a lo largo de la

Historia para comprender como actúan en el resultado final de la obra de arte

CEC-1 - Conocer las características, funciones y líneas básicas del Arte a lo largo de la Historia, así como sus causas incardinando siempre la obra de arte en su contexto socio-económico, político e ideológico, y conectándola con otras formas de expresión cultural

2. Competencia general

CG-1 - Conocimientos racionales y críticos de la producción artística a lo largo de la Historia y de su manifestación en distintas culturas y a través de los diversos Lenguajes artísticos

1. Competencia básica

CB-1 - 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

CB-2 - 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

CB-3 - 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

CB-4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB-5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

6. Contenidos de la asignatura

Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

Temas (epígrafes)

-Tema 1. El nuevo orden: la civilización de los mass media. El mundo como aldea global. La imagen en la sociedad de consumo: la nueva cultura popular. La comunicación visual: lenguajes icónicos (pintura, dibujo), verbales (radio) verboicónicos (cartel, prensa, comic, fotonovela), audiovisuales (cine, TV, video, infografía). El siglo de la publicidad: la imagen comercial. La imagen de los sexos en los medios.

-Tema 2. Publicidad. La fascinación publicitaria. Comunicación, marketing, propaganda. Tipología General de la Publicidad. El emisor y el receptor de la Comunicación Publicitaria. La Marca. Estrategias de la Publicidad. Los tratamientos creativos. La realización del mensaje publicitario. Los Medios Publicitarios.

-Tema 3. El Cómic. Definición. El primitivo origen de los Cómics. Estados Unidos: El nacimiento, desarrollo y evolución de los Cómics. Período de Entreguerra: La edad de oro de los Cómics. El Cómic underground y el Cómic de autor. El fenómeno Manga. El Lenguaje del Cómic. El concepto de encuadre. Del guión y sus componentes. Elementos básicos del Cómic. El concepto de Viñeta. Tipologías. El tiempo y el espacio. La página como viñeta única. El bocadillo o globo.

-Tema 4. La televisión. Técnica y lenguaje de la imagen televisiva. Orígen de la televisión. La edad de oro de la televisión. Las grandes cadenas mundiales: el control de las multinacionales. Los monopolios. La televisión actual: un medio polémico. Las cadenas públicas y las privadas: competencia y contraprogramación. La estética televisiva. Espacio y composición del cuadro. Sistemas de color. Los contenidos: la programación. Tipos de programas: los géneros televisivos (informativos, documentales, reportajes, docudramas, concursos, telefilms y telenovelas). El directo y los reality shows: la realidad

representada.

-Tema 5. La imagen electrónica: el video. Origen y tecnología. El videotape y sus sistemas. El videodisco. Aplicaciones: videoarte, videocine, videoclip, videoconferencia, videocontrol. El negocio del video: la aparición del videoclub. El "cine" en casa: El Home Video. El video como alternativa a la comunicación. Video versus cine y televisión. Nuevas tecnologías de la producción de imágenes. El fin del siglo XX y la cultura multimedia. El hogar electrónico. La imagen infográfica: los ordenadores y las imágenes de síntesis. La actitud interactiva. La imagen holográfica. El Laser Disc, El CD-ROM, el DVD: la revolución audiovisual. Los cruces tecnológicos: los bancos de datos y autopistas informativas. La cultura cibernética. La realidad virtual. La liberación de la información. El debate por la diversidad cultural. Europa versus Estados Unidos. La agresividad del informacionismo. La generaciones mediáticas. El "desperdicio" de los medios audiovisuales. Presente y futuro de la comunicación audiovisual: ¿Apocalípticos o integrados?

- Temas (prácticas)

-Actividad 1. Practica en el aula: Iconosfera.

-Actividad 2. Práctica en el aula: el sexo en los medios.

-Actividad 3. Práctica en el aula: Análisis de diferentes campañas publicitarias.

-Actividad 4. Seminario: Lectura y comentario sobre el libro de Vicente Verdu, El estilo del mundo.

-Actividad 5. Práctica en el aula. Análisis de diferentes modelos de puesta en página.

-Actividad 6. Práctica en el aula: las ficciones televisivas hoy.

Actividades a desarrollar en otro idioma

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Descripción

Las actividades formativas se distribuyen en un 40 % de actividades presenciales y un 60 % de trabajo autónomo:

Las actividades presenciales suponen 60 horas distribuidas en:

1. Sesiones presenciales teórico-prácticas y tutorías para exponer y asimilar los fundamentos sobre los que se sustenta la asignatura.
2. Prácticas de aprendizaje de técnicas de análisis y comentarios de textos y/o exposición de trabajos sobre los contenidos impartidos.
3. Tutorías y evaluación.

El trabajo autónomo del alumno supone 90 horas distribuidas en:

Estudio individual de los contenidos y preparación en grupo e individualmente las practicas de la asignatura.

Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total horas	Relación con competencias
Clases teóricas	30,00	0,00	30,0	[CB-1], [CB-2], [CB-3], [CB-4], [CB-5], [CG-1], [CEC-3]

Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	20,00	0,00	20,0	[CB-2], [CG-1], [CEC-1], [CEC-2], [CEC-3], [CEH-1], [CEH-3], [CEH-4]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	6,00	0,00	6,0	[CB-3], [CB-5], [CEH-1], [CEH-3], [CEH-4], [CEH-5], [CEA-4]
Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	45,00	45,0	[CB-1], [CB-2], [CG-1], [CEC-5], [CEC-8], [CEH-3]
Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	30,00	30,0	[CB-5]
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	15,00	15,0	[CEC-2], [CEC-3], [CEC-10], [CEH-1], [CEH-3], [CEH-4]
Asistencia a tutorías	4,00	0,00	4,0	[CB-3], [CB-4], [CEH-1]
Total horas	60.0	90.0	150.0	
		Total ECTS	6,00	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

- AUMONT, Jacques, La imagen, Paidós, Barcelona, 1992
- BARLOW, H., BLAKEMORE, C., y WESTON-SMITH, M., Imagen y conocimiento. Cómo vemos el mundo y como lo interpretamos, Crítica, Barcelona, 1994
- CARROLL, Noël, Una filosofía del arte de masas, Machado Libros, Madrid, 200
- ECO, Umberto, Apocalípticos e integrados, Lumen, Barcelona, 1984
- GUBERN, Román, La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea, Gustavo Gili, Barcelona, 1987
- RAMÍREZ, Juan Antonio, Medios de masas e Historia del Arte, Cátedra, Madrid, 1976
- VERDU, Vicente, El estilo del mundo, Anagrama, Barcelona, 2003
- ZUNZUNEGUI, Santos, Pensar la imagen, Cátedra/Universidad del País Vasco, Madrid, 1989.

Bibliografía Complementaria

- BASSAT, Luis, El libro rojo de la publicidad, Random House Mondadori, Barcelona, 2001
- COMA, Javier, Del Gato Felix al Gato Fritz, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1979
- CHEVALIER, Michel y MAZZALOZO, Gérald, Pro Logo. Por qué las marcas son buenas para usted, Belacqva Ediciones y Publicaciones, Barcelona, 2005
- EISNER, Will, El comic y el arte secuencial, Norma Editorial, Barcelona, 2001
- GARCÍA ÚBEDA, Mariola, Las claves de la publicidad, ESIC Editorial, Madrid, 2001

- GAULI, J.C, El cuerpo en venta. Relación entre Arte y Publicidad, Cátedra, Madrid, 200
- McCLOUD, Scott, Entender el Cómic. El arte invisible, Astiberri Ediciones, Bilbao, 2005
- NACACH, Pablo, Las palabras sin las cosas. El poder de la publicidad, Ediciones Lengua de Trapo, Madrid, 2004
- SEVILLANO, Manuel, Fade In. El libro rojo de la imagen, Cie Inversiones Editoriales, Madrid, 2004

Otros Recursos

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

La calificación de la asignatura se realizará mediante una evaluación continua o una evaluación final.

EVALUACIÓN CONTINUA

La evaluación continua se puntuará hasta 10,0 puntos y consiste en:

- 1: Técnicas de observación (asistencia, participación activa en clase): hasta 1 punto (al menos un 70% de asistencia).
- 2: Actividades prácticas (seminarios, lecturas y comentario de textos, vídeos, documentales, análisis y comentario de imágenes): hasta 9 puntos. En el momento de presentación de la asignatura, se especificará la puntuación otorgada a cada una de las actividades. El plagio supondrá la calificación de 0. No se contempla la recuperación de actividades prácticas suspendidas en el cuatrimestre, que deberán entregarse en forma y plazo. Las actividades prácticas se consideran superadas si se obtiene un mínimo de 4.5 puntos.

En esta asignatura se prescinde de la figura del examen.

En aplicación del Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna (BOC nº 1056 de 19 de enero de 2016):

- a) Los estudiantes podrán presentarse a la convocatoria que estimen oportuna.
- b) En caso de no concurrir a examen, la calificación en acta será de no presentado.

EVALUACIÓN FINAL

La evaluación única se puntuará hasta 10,0 puntos. La misma consistirá en una prueba específica sobre los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura impartidos (seminarios, lecturas y comentario de textos, vídeos, documentales, análisis y comentario de imágenes). El examen combinará preguntas de desarrollo, análisis y comentario de imágenes y preguntas específicas sobre la materia impartida.

Esta modalidad de evaluación se aplicará para calificar a los/as estudiantes que a) no cursen la evaluación continua y b) deban ser examinados y calificados por un tribunal (5º y 6ª convocatoria).

Agotadas las convocatorias del curso correspondiente, el alumno deberá ajustarse a las actividades y a los criterios de evaluación que se recojan en la guía del curso académico siguiente.

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
----------------	--------------	-----------	-------------

Trabajos y proyectos	[CB-1], [CB-2], [CB-3], [CB-4], [CB-5], [CG-1], [CEC-3], [CEC-5], [CEC-8], [CEC-10], [CEH-1], [CEH-3], [CEH-4], [CEH-5], [CEA-4]	Trabajos dirigidos, informes y memorias de prácticas de carácter individual/grupal.	70 %
Seminarios	[CB-3], [CB-4], [CEC-1], [CEC-2], [CEC-3], [CEC-5], [CEC-8], [CEH-1], [CEH-4]	Seminarios/ exposición de trabajos de carácter individual.	20 %
Asistencia y participación activa	[CEH-1], [CEA-4]	Asistencia y participación en la dinámica y estrategias desarrolladas en las clases teóricas y la participación activa en las tutorías.	10 %

10. Resultados de Aprendizaje

Al terminar con éxito la asignatura, los estudiantes serán capaces de:

- Conocer los rasgos distintivos de las diferentes manifestaciones de la cultura visual contemporánea, identificando sus tendencias y géneros y ser capaz de relacionarlas con el resto de las manifestaciones artísticas.
- Manejar los conocimientos básicos de la asignatura, analizando de forma crítica la bibliografía principal relacionados con los temas englobados en el temario.

11. Cronograma / calendario de la asignatura

Descripción

La asignatura se desarrolla en quince semanas en las que se abordarán las cinco unidades temáticas definidas en los contenidos de la asignatura.

Los contenidos teórico-prácticos de la asignatura se aplicarán en trabajos síntesis de carácter individual o de grupo, cuyos resultados serán expuestos y debatidos en los diferentes seminarios programados.

Las clases teóricas, prácticas, tutorías orientativas y realización de seminarios se organizan en relación a cada unidad temática.

Las actividades teórico-prácticas se concentran en las primeras sesiones y las actividades de seminario en las últimas.

Las horas de trabajo presencial suponen 4 h semanales.

Las 90 h de trabajo autónomo del alumno se distribuyen a lo largo de las quince semanas del cuatrimestre y durante las semanas 16-18 (periodo de evaluación).

La planificación temporal de la programación sólo tiene la intención de establecer unos referentes u orientaciones para presentar la materia atendiendo a unos criterios cronológicos, sin embargo son solamente a título estimativo, de modo que el profesorado puede modificar –si así lo demanda el desarrollo de la materia– dicha planificación temporal.

Primer cuatrimestre

Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 1:	Presentación	Presentación de la asignatura y del programa de actividades prácticas. Tutoría.	4.00	5.00	9.00
Semana 2:	Tema 1	Tema 1. El nuevo orden: la civilización de los mass media. El mundo como aldea global. La imagen en la sociedad de consumo: la nueva cultura popular.	4.00	5.00	9.00
Semana 3:	Tema 1	Tema 1. La comunicación visual: lenguajes icónicos (pintura, dibujo), verbales (radio) verboicónicos (cartel, prensa, comic, fotonovela), audiovisuales (cine, TV, video, infografía). El siglo de la publicidad: la imagen comercial. La imagen de los sexos en los medios. ACTIVIDAD 1: Práctica en el aula	4.00	5.00	9.00
Semana 4:	Tema 2	Tema 2. Publicidad. La fascinación publicitaria. Comunicación, marketing, propaganda.	4.00	5.00	9.00
Semana 5:	Tema 2	Tema 2. Tipología General de la Publicidad. El emisor y el receptor de la Comunicación Publicitaria. La Marca. ACTIVIDAD 2: Práctica en el aula. El sexo en los medios	4.00	5.00	9.00
Semana 6:	Tema 2	Tema 2. Estrategias de la Publicidad. Los tratamientos creativos. La realización del mensaje publicitario. Los Medios Publicitarios. Práctica en el aula: Análisis de diferentes campañas publicitarias. ACTIVIDAD 3: Práctica en el aula. Análisis de diferentes campañas publicitarias	4.00	5.00	9.00
Semana 7:	Tema 3	ACTIVIDAD 4: Seminario: Lectura y comentario sobre el libro de Vicente Verdu, El estilo del mundo.	4.00	5.00	9.00
Semana 8:	Tema 3	Tema 3. El Cómic. Definición. El primitivo origen de los Cómic. Estados Unidos: El nacimiento, desarrollo y evolución de los Cómic. Período de Entreguerras: La edad de oro de los Cómic. El Cómic underground y el Cómic de autor. El fenómeno Manga.	4.00	5.00	9.00

Semana 9:	Tema 3	Tema 3. El Lenguaje del Cómic. El concepto de encuadre. Del guión y sus componentes. Elementos básicos del Cómic. El concepto de Viñeta. Tipologías. El tiempo y el espacio. La página como viñeta única. El bocadillo.	4.00	5.00	9.00
Semana 10:	Tema 3	ACTIVIDAD 5. Prácticas de aula: Análisis de diferentes modelos de puesta en página.	4.00	5.00	9.00
Semana 11:	Tema 4	Tema 4. La televisión. Técnica y lenguaje de la imagen televisiva. Origen de la televisión. La edad de oro de la televisión.	4.00	5.00	9.00
Semana 12:	Tema 4	Tema 4. La televisión. Las grandes cadenas mundiales: el control de las multinacionales. Los monopolios.	4.00	5.00	9.00
Semana 13:	Tema 4	Tema 4. La televisión actual: un medio polémico. Práctica en el aula: las ficciones televisivas hoy. ACTIVIDAD 6. Práctica en el aula. Las ficciones televisivas hoy.	4.00	5.00	9.00
Semana 14:	Tema 5	Tema 5. La imagen electrónica: el video. Origen y tecnología. El videotape y sus sistemas. El videodisco. Aplicaciones: videoarte, videocine, videoclip, videoconferencia, videocontrol.	4.00	5.00	9.00
Semana 15:	Tema 5	Tema 5. La imagen electrónica: el video. El fin del siglo XX y la cultura multimedia. El hogar electrónico. La imagen infográfica: los ordenadores y las imágenes de síntesis. La actitud interactiva. La imagen holográfica. La cultura cibernética. La realidad virtual. La liberación de la información. Práctica en el aula: Análisis estilístico de videoclips contemporáneos. Tutoría final.	4.00	5.00	9.00
Semana 16 a 18:	Evaluación	Evaluación y trabajo autónomo del alumno para la preparación de la evaluación...	0.00	15.00	15.00
Total			60.00	90.00	150.00