

MOVIMENTS ESTÈTICS MODERNS I PUBLICITARIS

Fitxa de l'assignatura

Identificació

1. Nom de l'assignatura	Moviments Estètics Moderns i Publicitaris		
2. Àrea	Art	Titulació	Publicitat i Relacions Públiques
3. Tipus	<i>Troncal</i>	<i>Obligatòria x</i>	<i>Optativa</i>
4. Crèdits (ECTS)	3		

Descripció

Es pretén aportar elements de reflexió i valors de tipus humanístic per tal de que l'alumne tingui una visió més ampla de la professió, més enllà dels aspectes estrictament tècnics. D'altra banda es pretén de capacitar l'alumne a la lectura de la imatge i familiaritzar-lo amb fenòmens com el disseny, l'art contemporani, etc.

Finalitats / propòsits de la formació :

- a. Adquirir competència en els processos de creació i producció de productes gràfics destinats a donar suport a les estratègies de la publicitat. Aportar elements de reflexió i valors de tipus humanístic per tal de que l'alumne tingui una visió més ampla de la professió, més enllà dels aspectes estrictament tècnics.
- b. Familiaritzar a l'alumne en determinats fenòmens vinculats amb la publicitat: disseny, art contemporani.
- c. Aportar pautes de lectura a la imatge.

1. Mòduls, blocs, temes o apartats:

Tema 1 **Introducció a la lectura de la imatge**

La imatge com fet comunicatiu. Elements d'anàlisi.

Tema 2 **Fonament de la cultura de masses**

La cultura de masses. L'obra única i l'obra seriada.

Noció de disseny: pràctica projectual, correctiu i dimensió simbòlica. Classificació dels objectes.

El disseny gràfic L'origen de l'anunci. El cartell. El naixement del cartellisme modern.

La tipografia com a estratègia comunicativa. Classificació. La lletra entre la imatge i el text. La nova tipografia. La revista il·lustrada.

La fotografia i el naixement de la fotografia publicitària.

Tema 3 **Experimentació, publicitat i avantguarda**

La noció d'avantguarda. Els primers moviments d'avantguarda.
 Aspectes sociològics. El mercat de l'art.
 L'expressionisme i un nou concepte de bellesa.
 Cubisme i el nou concepte d'imatge publicitària.
 Futurisme. Les paraules en llibertat. Disseny i publicitat. F. Depero.
 Duchamp. Dadaisme. Tipografia. Kurt Schwitters. El fotomuntatge. John Heartfield.
 Neoplasticisme i un nou concepte de forma i la seva adaptació al disseny i a la producció seriada.
 Els moviments d'avantguarda a la URSS. Tipografia, cartellisme i fotografia. El Lissitzky. A. Rodchenco. G. Klucis.
 El moviment surrealista.

Tema 4 Publicitat i alta cultura

La recerca visual després de la Segona Guerra Mundial. Especial referència al Pop art.
 Arquitectura i publicitat: Robert Venturi.

2. Bibliografia comentada:

Obres que resumeixen l'esperit de l'assignatura i d'on s'ha inspirat el programa

AAVV. Art & Pub 1890-1990. Centre Georges Pompidou. París. 1990.
 Varnedoe, K. i Gopnik, A: High & low : modern art : popular culture ; New York. The Museum of Modern Art, 1991
 Ramirez, J.A.: Medios de masas e historia del arte. Madrid. Ediciones Cátedra. 1992

Per introduir-se al món de les avantguardes. Es recomanen textos de creadors i protagonistes de l'avantguarda, fonamentals per comprendre aquest fenomen. Com a introducció prèvia i per començar s'aconsella De Micheli que és un manual força clar

KANDINSKY, W. : De lo espiritual en el arte. Barcelona. Barral editores. 1978.
 AAVV. Escritos de arte de vanguardia 1900-1945. Madrid. Itsmo. 1999
 DE MICHELI, Mario : Las vanguardias artísticas del siglo XX. Madrid. Alianza. 1979.

Com a introducció a la lectura de la imatge hi ha el següent llibre que es una obra fonamental sobre el tema:

ARNHEIM, R. Arte y percepción visual. Madrid. Alianza editorial. 1993

Manuals o primeres introduccions al món del disseny

CAMPI i VALLS, Isabel : Història del disseny industrial. Barcelona. Edicions 62. 1987
 SATUE, Enric : El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días. Madrid. Alianza forma 1988.

3. Referències per estructurar el treball de l'alumne

4. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
2 Científic	8, 10, 15
3 Artístic i de la creativitat	19, 21
6 Competències Sistemàtiques	35, 36, 39
8 Valors estètics	44, 45, 46

Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
Anàlisi formal d'imatges	45% de la nota final.	Prendre consciència de la imatge com a fet comunicatiu i els seus mecanismes.
Anàlisi de textos	30% de la nota final.	Relacionar "alta cultura" amb publicitat. Dignificar la publicitat com a fet cultural.
Anàlisi d'un carrer	25% de la nota final.	Prendre consciència de carrer com un entramat de signes i la importància de la publicitat per a definir el paisatge urbà.

Plantilla de l'assignatura (model de continguts qualitatiu, complementa a la general d'assignatura)

Contingut per blocs temàtics	Competències escollides	Objectius en relació a la competència	Activitats docents (veure fitxes)			Hores destinades		Activitats d'Avaluació (veure descriptor)
			Presencials	Dirigides	Autònomes	Professor	Alumne	
1. Introducció a l'anàlisi d'imatges	1. Científic 2. Artístic i de la creativitat 3. Competències sistemàtiques 8. Valors estètics	Prendre consciència de la imatge com un fet comunicatiu	1,2,7	1,2,7	6,7	Més de 20 hores, deixant a banda la preparació	Unes 19 hores	2,3,4,7,
2. Orígens i fonaments de la imatge i cultura de masses. (disseny, premsa il·lustrada, cartellisme, fotografia, etc)	1. Científic 2. Artístic i de la creativitat 3. Competències sistemàtiques 8. Valors estètics	Coneixement dels principis de la publicitat	1,2,7	1,2,7	6,7	Més de 20 hores, deixant a banda la preparació	Entre 15 i 19 hores	2,3,4,7

3.Experimentació i publicitat (recorregut per l'art d'avantguarda tot cercant el vincle amb la publicitat)	1. Científic 2. Artístic i de la creativitat 3. Competències sistemàtiques 8. Valors estètics	Entendre la publicitat com un fet cultural.	1,2,7	1,2,7	6,7	Més de 20 hores, deixant a banda la preparació	Unes 19 hores	2,3,4,7
4 Experiències artístiques relacionades amb la publicitat (Pop art, Robert Venturi, etc)	1. Científic 2. Artístic i de la creativitat 3. Competències sistemàtiques 8. Valors estètics	Contribucions de la publicitat a la alta cultura	1,2,7	1,2,7	3,6,7	Més de 20 hores, deixant de banda la preparació	Unes 19 hores	2,3,4,6

Fitxa d'activitat docent**1. Informació respecte l'assignatura**Títol **Moviments Estètics Moderns i Publicitaris** _____Tema, mòdul o unitat *Anàlisi formal d'imatges* _____Nom de l'activitat *Anàlisi formal d'imatges* _____**2. Descripció de l'activitat**Explicació i objectius de l'activitat: _____

a. Prendre consciència de la imatge com a fet comunicatiu i els seus mecanismes, tot i que la imatge no és pot reduir a una ciència exacta i que els anàlisi formals és una aproximació molt fragmentària

b. Capacitar a l'alumne per dialogar amb les imatges

c. Facilitar a l'alumne un instrumental d'anàlisi

▪ **Metodologia:** *Individual* ☒ *grup* ☒

1. Tipus de recursos necessaris

- o Documentació _____
- o Multimèdia (Informàtica, audiovisuals) _____
- o Sortides de camp _____
- o Altres: reproduccions de pintures, cartells, fotografies, caràtules,...

2. Període i dates de presentació: el treball es realitzaria al primer quart del curs _____

3. Avaluació: exercicis d'anàlisi de procés i valoració final _____

Pes:¹ 45% del curs _____

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)²

- **Valors estètics**
- **Artístic i de la creativitat**
- **Cièntific**

¹ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

² Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

Objectius en relació a les competències.

Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades.

- Mostrar sensibilitat per manifestacions visuals encaminada a tenir cura de la forma dels missatges publicitaris.
- Desenvolupar una sensibilitat estètica per resoldre i jutjar problemes de comunicació publicitària.
- Aplicar un mètode per analitzar, diagnosticar, etc. imatges publicitàries
- Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu amb originalitat, flexibilitat, etc.

5. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència)

competència	Indicadors o descriptors de la competència
8. Valors estètics	45, 46
3. Artístic i de la creativitat	20, 21
2. Científic	8,10

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat³

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	10	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	10	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	40	
▪ Avaluació	5	
▪ Coordinació entre professors	2	
Hores d'aula		
3. Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1	
4. Classes dirigides	6	
5. Tutories individual/grupal	6	
6. Exposició final	6	

³ Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

7. Debat / Seminari	4	
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació	0	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	0	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	10	
▪ Preparar l'avaluació	3	
▪ Autoavaluació	4	
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.	5	
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrup).	2	

7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

Molt

x Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:

Fitxa d'activitat docent**1. Informació respecte l'assignatura**

Títol **Moviments Estètics Moderns i Publicitaris** _____
 Tema, mòdul o unitat *Cultura de masses i publicitat* _____
 Nom de l'activitat *Anàlisi de textos* _____

2. Descripció de l'activitat**Explicació i objectius de l'activitat:**

- a. Relacionar "alta cultura" amb publicitat.
- b. Dignificar la publicitat com a fet cultural.
- c. Facilitar a l'alumne un instrumental d'anàlisi

▪ **Metodologia:** *Individual* ☒ *grupal* ☒

1. Tipus de recursos necessaris

- o Documentació: Selecció de textos _____
- o Multimèdia (Informàtica, audiovisuals) _____
- o Sortides de camp _____
- o Altres: _____

2. Període i dates de presentació: el treball es realitzaria a la mitad del curs

3. Avaluació: exercicis d'anàlisi de procés i valoració final _____

Pes:⁴ 30 % del curs _____

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)⁵

- **Competències sistemàtiques**
- **Científic**

⁴ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

⁵ Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

Objectius en relació a les competències. <i>Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades.</i>
▪ Buscar les claus interpretatives dels fenòmens publicitaris ▪ Desenvolupar una visió socio-històrica i econòmica de la publicitat ▪ Aplicar un mètode per analitzar, diagnosticar, etc. el context publicitàries ▪ Plantejar hipòtesis relatives a la comunicació publicitària i relacions públiques.

5. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència).

Competència	Indicadors o descriptors de la competència
6. Competències sistemàtiques	35, 36, 39
2. Científic	8, 10, 15

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat⁶

	t. estimat	t. validat
Hores de preparació (professor)		
4. Buscar o idear la pràctica	10	
5. Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	10	
6. Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	40	
7. Avaluació	4	
8. Coordinació entre professors	2	
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1	
▪ Classes dirigides	2	
▪ Tutories individual/grupal	2	
▪ Exposició final	2	
▪ Debat / Seminari	3	
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació	5	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	4	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	15	

⁶ Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

▪ Preparar l'avaluació	3	
▪ Autoavaluació	4	
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.	5	
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrup).	2	

7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

Molt

X Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:

Fitxa d'activitat docent**1. Informació respecte l'assignatura**Títol **Moviments Estètics Moderns i Publicitaris** _____Tema, mòdul o unitat *El carrer com entramat de signes* _____Nom de l'activitat *Anàlisi d'un carrer* _____**2. Descripció de l'activitat**Explicació i objectius de l'activitat:

- a. Prendre consciència de carrer com un entramat de signes i la importància de la publicitat (aparadors, senyalització, etc.) per a definir el paisatge urbà.
- b. Anàlisi d'un ecosistema publicitari.
- c. Facilitar a l'alumne un instrumental d'anàlisi.

- **Metodologia:** *Individual* ☒ *grup* ☒ *grup* ☒

1. Tipus de recursos necessaris

- o Documentació _____
- o Multimèdia (Informàtica, audiovisuals) _____
- o Sortides de camp ☒ _____
- o Altres _____

2. Període i dates de presentació: el treball es realitzaria a la darrera part del curs _____

3. Avaluació: exercicis d'anàlisi de procés i valoració final _____

Pes:⁷ 25% del curs _____

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)⁸

- **Valors estètics**
- **Artístic i de la creativitat**
- **Científic**

⁷ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

⁸ Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

Objectius en relació a les competències.

Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades.

- Mostrar sensibilitat per manifestacions visuals encaminada a tenir cura de la forma dels missatges publicitaris
- Desenvolupar una sensibilitat estètica per resoldre i jutjar problemes de comunicació publicitària
- Aplicar un mètode per analitzar, diagnosticar, etc. imatges publicitàries
- Plantejar hipòtesis relatives a la comunicació publicitària i relacions públiques.

5. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència)

competència	Indicadors o descriptors de la competència
8. Valors estètics	44, 45, 46
3. Artístic i de la creativitat	20, 22,
2. Científic	8,10

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat⁹

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	10	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	10	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	100	
▪ Avaluació	4	
▪ Coordinació entre professors	2	
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1	
▪ Classes dirigides	2	
▪ Tutories individual/grupal	2	
▪ Exposició final	2	
▪ Debat / Seminari	3	
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació	5	

⁹ Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	4	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	10	
▪ Preparar l'avaluació	3	
▪ Autoavaluació	4	
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.	5	
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrup).	2	

7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

Molt

x Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat: