

MOVIMENTS ESTÈTICS MODERNS I PUBLICITARIS
--

Codi: 20691

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 *Troncal* *Obligatòria X* *Optativa*
4. Crèdits (ECTS): **3**
5. Codi: 20691

Descripció

Finalitats / propòsits de la formació

- 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.
- Familiaritzar a l'alumne en determinats fenòmens vinculats amb la publicitat: disseny, art contemporani.
- Aportar pautes de lectura a la imatge.

-
1. Mòduls, blocs, temes o apartats:
 2. Bibliografia comentada:
 3. Referències per estructurar el treball de l'alumne
 4. Competències a desenvolupar

Camp de Competències	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

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 3Competències sistemàtiques 8 Valors estètics	Prendre consciència de la imatge com un fet comunicatiu n	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 3Competències 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 3Competències 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 3Competències 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 de l'assignatura

Recursos per a complimentar-la

Identificació

1. Nom de l'assignatura: **Moviments Estètics Moderns i Publicitaris**
2. Àrea: **Art** Titulació: **Publicitat i Relacions Públiques**
3. Tipus *Troncal* *Obligatòria X* *Optativa*
4. Crèdits (ECTS): 75

Descripció

- Es pretén aportar elements de reflexió i valors de tipus humanístic per tal de que l'alumne tingui una visió més amplia 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.

1. **Mòduls, blocs, temes o apartats** (que estructurin i organitzen el desenvolupament dels continguts de la matèria):

1. INTRODUCCIÓ A LA LECTURA DE LA IMATGE

1.1 La imatge com fet comunicatiu. Elements d'anàlisi.

2. FONAMENTS DEL LA CULTURA DE MASSES

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

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

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

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

2.5 La fotografia i el naixement de la fotografia publicitària

3. EXPERIMENTACIÓ, PUBLICITAT I AVANTGUARDA

3.1. La noció d'avantguarda. Els primers moviments d'avantguarda. Aspectes sociològics. El mercat de l'art.

3.2. L'expressionisme i un nou concepte de bellesa

3.3.. Cubisme i el nou concepte d'imatge publicitària.

3.4 Futurisme. Les paraules en llibertat. Disseny i publicitat. F. Depero

3.5. Duchamp. Dadaisme. Tipografia. Kurt Schwitters. El fotomuntatge. John Heartfield

3.6. Neoplasticisme i un nou concepte de forma i la seva adaptació al disseny i a la producció seriada.

3.7. Els moviments d'avantguarda a la URSS. Tipografia, cartellisme i fotografia. El Lissitzky. A. Rodchenco. G. Klucis.

3.8.. El moviment surrealista.

4. PUBLICITAT I ALTA CULTURA

4.1 La recerca visual després de la Segona Guerra Mundial. Especial referència al Pop art

4.2. Arquitectura i publicitat: Robert Venturi

2. Bibliografia comentada:

1.- 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

2.- 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.

3. 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

4.- 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.

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

1. Explicació i objectius de l'activitat:

1. 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
2. Capacitar a l'alumne per dialogar amb les imatges
3. Facilitar a l'alumne un instrumental d'anàlisi

-
- Metodologia: *Individual* *grupal*
2. Tipus de recursos necessaris
 - Documentació _____
 - Multimèdia (Informàtica, audiovisuals) _____
 - Sortides de camp _____
 - Altres: reproduccions de pintures, cartells, fotografies, caràtules, _____
 3. Període i dates de presentació: el treball es realitzaria al primer quart del curs _____
 4. Avaluació: exercicis d'anàlisi de procés i valoració final _____
 _____ Pes:45% del curs¹ _____

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

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

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 prioritització dels objectius en funció de les competències seleccionades .

-
- A Mostrar sensibilitat per manifestacions visuals encaminada a tenir cura de la forma dels missatges publicitaris
 - B Desenvolupar una sensibilitat estètica per resoldre i jutjar problemes de comunicació publicitària
 - C Aplicar un mètode per analitzar, diagnosticar, etc. imatges publicitàries
 - D 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).

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.

competència	Indicadors o descriptors de la competència
8. Valors estètics.....	44, 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	
▪ Altres		

Hores presencials

▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1	
▪ Classes dirigides	6	
▪ Tutories idividual/grupal	6	
▪ Exposició final	6	
▪ Debat / Seminari	4	
▪ Laboratori		
▪ Altres		

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 porfolio o carpeta de l'alumne.	5	
▪ Altres		

Activitats d'Avaluació

▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupala)	2	
--	---	--

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

Molt

X Força

Poc

Gens

³ Tipus d'activitats d'aprenentatge: 1) Estudi de la teoria a nivell individual, 2) Estudi de la teoria realitzat en grup, 3) Preparació i resolució dels problemes de l'assignatura, 4) Preparació de les pràctiques i de la documentació associada, 5) Tutories presencials amb el professor, 6) Tutories no presencials (web, e-mail, etc), 7) Cerca de materials, llibres i/o documentació diversa relacionada amb l'assignatura, 8) Realització d'altres treballs proposats pel professor de l'assignatura.

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

5. Explicació i objectius de l'activitat:
4. Relacionar "alta cultura" amb publicitat.
 5. Dignificar la publicitat com a fet cultural.
 6. Facilitar a l'alumne un instrumental d'anàlisi.

-
- Metodologia: *Individual* *grupal*
6. Tipus de recursos necessaris
- Documentació Selecció de textos _____
 - Multimèdia (Informàtica, audiovisuals) _____
 - Sortides de camp _____
 - Altres: _____
7. Període i dates de presentació: el treball es realitzaria a la mitad del curs _____
8. Avaluació: exercicis d'anàlisi de procés i valoració final _____
 _____ Pes:30% del curs⁴ _____

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

- Copetències sistemàtiques
- Científic.....

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 prioritització dels objectius en funció de les competències seleccionades .

- A Buscar les claus interpretatives dels fenòmens publicitaris
- B Desenvolupar una visió socio-històrica i econòmica de la publicitat
- C Aplicar un mètode per analitzar, diagnosticar, etc. el context publicitàries
- D 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).

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.

competència	<i>Indicadors o descriptors de la competència</i>
6.Competències sistemàtiques	35, 36, 39
2.Científic	8, 10, 15

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat⁶

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	4	
▪ Coordinació entre professors	2	
▪ Altres		

Hores presencials

▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1	
▪ Classes dirigides	2	
▪ Tutories individual/grupal	2	
▪ Exposició final	2	
▪ Debat / Seminari	3	
▪ Laboratori		
▪ Altres		

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	
▪ Preparar l'avaluació	3	
▪ Autoavaluació	4	
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.	5	
▪ Altres		

Activitats d'Avaluació

▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupals)	2	
--	---	--

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

⁶ Tipus d'activitats d'aprenentatge: 1)Estudi de la teoria a nivell individual, 2)Estudi de la teoria realitzat en grup, 3)Preparació i resolució dels problemes de l'assignatura, 4)Preparació de les pràctiques i de la documentació associada, 5)Tutories presencials amb el professor, 6)Tutories no presencials (web, e-mail, etc), 7)Cerca de materials, llibres i/o documentació diversa relacionada amb l'assignatura, 8)Realització d'altres treballs proposats pel professor de l'assignatura.

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

9. Explicació i objectius de l'activitat:
7. Prendre consciència de carrer com un entramat de signes i la importància de la publicitat (aparadors, senyalització, etc.) per a definir el paisatge urbà.
 8. Anàlisi d'un ecosistema publicitari.
 9. Facilitar a l'alumne un instrumental d'anàlisi.

- Metodologia: *Individual* *X* *grupal* *X*

10. Tipus de recursos necessaris

- Documentació _____
- Multimèdia (Informàtica, audiovisuals) _____
- X** Sortides de camp _____
- Altres: _____

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

12. Avaluació: exercicis d'anàlisi de procés i valoració final _____
 _____ Pes:25% del curs⁷ _____

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

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

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 prioritització dels objectius en funció de les competències seleccionades .

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

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.

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	
▪ Altres		

Hores presencials

▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1	
▪ Classes dirigides	2	
▪ Tutories individual/grupal	2	
▪ Exposició final	2	
▪ Debat / Seminari	3	
▪ Laboratori		
▪ Altres		

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.	10	
▪ Preparar l'avaluació	3	
▪ Autoavaluació	4	
▪ Elaborar el porfolio o carpeta de l'alumne.	5	
▪ Altres		

Activitats d'Avaluació

▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupals)	2	
--	---	--

⁹ Tipus d'activitats d'aprenentatge: 1) Estudi de la teoria a nivell individual, 2) Estudi de la teoria realitzat en grup, 3) Preparació i resolució dels problemes de l'assignatura, 4) Preparació de les pràctiques i de la documentació associada, 5) Tutories presencials amb el professor, 6) Tutories no presencials (web, e-mail, etc), 7) Cerca de materials, llibres i/o documentació diversa relacionada amb l'assignatura, 8) Realització d'altres treballs proposats pel professor de l'assignatura.

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: