



UNIVERSIDAD CAECE

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES

PROGRAMA DE: HISTORIA DEL ARTE Y DEL DISEÑO II		
CODIGO DE LA CARRERA 109	PLAN DE LA CARRERA 10P	CODIGO ASIGNATURA 1920/10P
AÑO 2º	CUATRIMESTRE 1º	VIGENCIA 2010
CARRERA: LICENCIATURA EN PUBLICIDAD		
Nº DE RESOLUCIÓN MINISTERIAL 595/04		Nº DE RESOLUCIÓN INTERNA 747/03-603/06-690/09

OBJETIVOS

- Poner al alumno en contacto con los problemas, ideas, lenguajes, obras, y autores de las artes visuales y el diseño en el siglo XX.
- Poner al alumno en contacto con los problemas, los temas, las tecnologías y las estéticas del diseño, el consumo social, y la cultura de medios contemporáneas
- Abordar desde una perspectiva de la historia social el estudio de las estructuras productivas, el desarrollo y fundamento de las tecnologías, de los fundamentos materiales y productivos de la sociedad moderna, la comunicación, los medios, y los actores sociales.
- Comprender la interacción entre los procesos sociales, la comunicación, y el diseño contemporáneos

CONTENIDOS MINIMOS

Las expresiones de la modernidad de finales del siglo XIX. Las vanguardias artísticas de principios del siglo XX. La Bauhaus, el diseño industrial moderno y el nuevo diseño gráfico y tipográfico. Los medios y la sociedad urbana moderna de los años 20 y 30. Los años de la segunda guerra. El diseño internacional moderno de la posguerra. La visión científica y disciplinar de la comunicación visual. El diseño corporativo norteamericano y europeo en la posguerra. La cultura de los medios y popular de los sesenta, el Pop Art. El diseño gráfico de los sesenta.

PROGRAMA ANALITICO

Unidad 1: La "Belle Epoque", el art nouveau y las vanguardias de las primeras décadas del siglo XX

1 a- La sociedad y cultura de fin de siglo.

La modernidad de los transportes, los medios modernos de comunicación, el cine y teatro de masas. La producción, la línea de montaje, el consumo, la moda, el diseño.

1 b- El art nouveau

La renovación, la tecnología y la estética de la modernidad de fin de siglo . Las escuelas y experiencias regionales, el modernismo catalán, la secesión vienesa, la escuela de París, el Jungestil alemán, la escuela de Glasgow, etc.

1c- El diseño y la moda modernistas

El cartel, la tipografía, la ilustración y el libro. Autores, teorías y tendencias, el concepto de diseño total.

La arquitectura, el mobiliario, las artes aplicadas, el modernismo como moda, mercado y consumo.

1d – Las vanguardias artísticas de principios de siglo.

Los artistas y las vanguardias en las primeras décadas del siglo. Fauves, cubistas, futuristas, divisionistas, expresionistas y dadaístas. Manifiestos y teorías del arte modernos.

Unidad 2: La modernidad en el período de entreguerras (1918 –1945)

2 a – Los cambios en la sociedad, la cultura de masas, y los estados en el período

Los cambios revolucionarios, las transformaciones de la sociedad de masas, los medios modernos, radio, cine, diarios de masas, los deportes, el turismo, el feminismo y la moda El “Art Decó”, el consumo y la estética de los centros urbanos, París y Nueva York. El diseño empresarial y el consumo.

2 b – El diseño moderno del siglo XX

El pensamiento y las escuelas y autores del diseño. El Vkutemas, La Bauhaus, el Sprit Nouveau. La arquitectura, el diseño industrial y el diseño gráfico. Las publicaciones, los manifiestos y las obras.

2c – Las vanguardias artísticas y la relación arte – diseño

Los movimientos vanguardistas y las transformaciones sociales. Constructivismo y suprematismo rusos y revolución, abstracción y diseño alemanes y socialdemocracia de Weimar, surrealismo y modernidad francesa, revoluciones mejicana y el movimiento muralista.

2d – Los regímenes totalitarios, el estado, los medios y la propaganda.

La imagen de los estados de los años treinta, la propaganda política y el diseño, los uniformes, los medios de comunicación y la uniformización y militarización de las masas.

Unidad 3

3 a –El triunfo de la modernidad, de la gran empresa corporativa y la reconstrucción de posguerra

La Industria y el diseño en la posguerra europea. La escuela suiza, el diseño internacional, la señalética y el producto. La escuela de Ulm, y el diseño de la “Guteforme”. Las empresas y el nuevo diseño en Italia y Alemania.

3 b – El diseño corporativo y la gran empresa en Estados Unidos.

Arquitectura, diseño de equipamientos, vehículos y gran empresa. El diseño corporativo. El arte abstracto de posguerra como parte del entorno empresarial. Artistas, diseñadores y escuelas en los EE. UU.

3c – La cultura juvenil, el arte y el diseño de los años sesenta, el pop art.

La sociedad industrial de consumo, la cultura de los medios modernos, televisión, publicidad, moda y hegemonía norteamericana.

Los artistas y el pop art. Las formas de convertir la experiencia artística en consumo de masas, en espectáculo, y en experiencia lúdica. El happening, el objeto ready made, etc. El diseño y la gráfica pop, la publicidad, el arte y diseño conceptual.

3d – La computación, el espacio multimedial, y la comunicación y el arte digital

Los cambios en la comunicación y el uso de los medios a partir del espacio multimedial.

Las formas de conocimiento, información, comunicación y arte de los medios digitales.

Las empresas y tecnologías de la era digital.

La estética, el diseño y el relato de los multimedios. Arte, entretenimiento e imagen de la escena digital, fotografía, filmación y animación digitales.

BIBLIOGRAFÍA

- Phillips Megs – Historia del diseño gráfico. (Ed. Trillas, 1991, Mejiro)
- T. K. Derry Trevor Williams – Historia de la tecnología. (Ed. Siglo 21, 1997, Madrid)
- Enric Satue – El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días – Alianza forma Editores – Madrid 2004
- E. H. Gombrich - La Historia del arte. (Ed. Sudamericana, 1999, Buenos Aires)
- Fiell, Charlotte. Design del siglo XX. -- Koln : Taschen, 2001. 1E
- Phaidon. El ABC del arte del siglo XX. -- New York : Phaidon, 1999. 1E
- Fahr-Becker, Gabriele. El modernismo. -- [s.l.] : Könemann, 2006. 1E
- Dempsey, Amy. Estilos, escuelas y movimientos. -- Barcelona : Editorial Blume, 2008. 1E
- Osterwold, Tilman. Pop Art. -- Koln : Taschen, 2007. 1E
- Droste, Magdalena. Bauhaus. -- Koln : Taschen, 2006. 1E
- Lupton, Ellen. El abc de : la bauhaus y la teoría del diseño. -- 3ra. reimp. -- Barcelona : Gustavo Gili, 2004. 1E
- Blackwell, Lewis. La tipografía del siglo XX. -- Barcelona : Gustavo Gili, 1992. 1E

METODOLOGÍA

Las clases impartidas constan de dos partes una teórica y otra parte práctica.

Actividades Teóricas

En la parte teórica se realizan exposiciones del docente orientadas a que el estudiante participe activamente y desarrolle habilidades para permitir una mejor comprensión en aquellos conceptos esenciales de la materia.

Actividades de Formación Práctica

Esta actividad pretende, que en cada unidad el alumno ejercite y desarrolle habilidades en el desarrollo práctico, para una mejor comprensión de lo visto en la teoría.

EVALUACIÓN: APROBACION DEL CURSADO DE LA ASIGNATURA

- Cumplimiento del 75% de asistencia a clase y de las normativas vigentes en los reglamentos de la universidad
- Aprobación de evaluaciones parciales según lo especificado en la Planificación de la materia que se anexa.

EVALUACIÓN FINAL: REGIMEN DE APROBACION DE LA MATERIA

- Examen final escrito y/o oral individual, sobre todo el contenido de la materia.