

Curso 2024-25



**Istituto Europeo di Design**  
Centro privado autorizado

GUÍA DOCENTE DE  
**Semiótica y Sociología  
de la Comunicación**

Título de Grado en  
Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño

**Especialidad de Diseño Gráfico**

Fecha de actualización: 1 septiembre de 2024

Título de Grado en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño.  
Asignatura: Semiótica y Sociología de la Comunicación

### 1. IDENTIFICADORES DE LA ASIGNATURA

<b>Tipo</b>	Optativa
<b>Carácter</b>	Teórico-práctica
<b>Especialidad/itinerario/estilo/instrumento</b>	Diseño Gráfico
<b>Materia</b>	Cultura del diseño
<b>Periodo de impartición</b>	4º Semestre
<b>Número de créditos</b>	4 ECTS
<b>Departamento</b>	Departamento didáctico, especialidad gráfico
<b>Prelación/ requisitos previos</b>	Sin prelación
<b>Idioma/s en los que se imparte</b>	Español

### 2. PROFESOR RESPONSABLE DE LA ASIGNATURA

Apellidos y nombre	Correo electrónico
Estrella Alcorta, Irene	

### 3. RELACIÓN DE PROFESORES Y GRUPOS A LOS QUE IMPARTEN DOCENCIA

Apellidos y nombre	Correo electrónico	Grupos
Estrella Alcorta, Irene		Todos

### 4. COMPETENCIAS

Competencias transversales
CT1 Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.
CT2 Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.
CT8 Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
CT14 Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.
CT11 Desarrollar en la práctica laboral una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad.

CT14 Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.

CT17 Contribuir con su actividad profesional a la sensibilización social de la importancia del patrimonio cultural, su incidencia en los diferentes ámbitos y su capacidad de generar valores significativos.

#### **Competencias generales**

CG5 Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.

CG6 Promover el conocimiento de los aspectos históricos, éticos, sociales y culturales del diseño

CG12 Profundizar en la historia y la tradición de las artes y del diseño.

CG14 Valorar la dimensión del diseño como factor de igualdad y de inclusión social, y como transmisor de valores culturales.

CG19 Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación.

#### **Competencias específicas**

CEG5 Establecer estructuras organizativas de la información.

CEG6 Interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica

CEG10 Aplicar métodos de verificación de la eficacia comunicativa.

CEG13 Conocer el contexto económico, social, cultural e histórico en el que se desarrolla el diseño gráfico.

## **5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

- Saber desarrollar un aparato crítico de análisis de la publicidad.
- Conocer, identificar y articular códigos culturales comunes en la imagen publicitaria.
- Comprender el funcionamiento de los símbolos, signos, señales y marcas.
- Saber desarrollar una visión global de la publicidad enmarcada en un contexto histórico y social.

## 6. CONTENIDOS

Bloque temático (en su caso)	Tema/repertorio
Bloque I. Introducción	Tema 1. Introducción a la semiótica y a la sociología de la publicidad
	Tema 2. Historia de la publicidad antes del new-media
	Tema 3. La publicidad en la era de la comunicación
Bloque II. Sociología aplicada	Tema 4. Historia y sociología de la publicidad en España
	Tema 5. Elementos de la imagen publicitaria
	Tema 6. Narrativa de la propaganda
Bloque III. Literatura de la publicidad	Tema 7. La metáfora y las figuras retóricas
	Tema 8. La intertextualidad y la transtextualidad en el arte y la publicidad
	Tema 9. Lectura de los signos publicitarios
Bloque IV. Semiótica aplicada	Tema 10. Roland Barthes: mitologías
	Tema 11. Bourdieu: la distinción
	Tema 12. Eco y Lotman: de la estructura ausente a la estructura del texto artístico
Bloque V. Conclusiones	Tema 13. Herramientas de análisis publicitario
	Tema 14: Descodificación de la imagen

## 7. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

Tipo de actividad	Total horas
Actividades teóricas	20 horas
Actividades prácticas	17,5 horas
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios, etc.)	32 horas
Realización de pruebas	2,5 horas
Horas de trabajo del estudiante	40 horas
Preparación prácticas	8 horas
<b>Total de horas de trabajo del estudiante</b>	<b>120 horas</b>

## 8. METODOLOGÍA

Actividades teóricas	<p>Se utilizará principalmente la clase magistral, que consistirá en la exposición oral de los contenidos de cada tema/sesión, respaldados por recursos informáticos y visionado de materiales (fotografías, textos, fragmentos y/o piezas audiovisuales que sirvan de soporte argumental, como ejemplos que ilustren la exposición u objetos de análisis).</p> <p>Durante el desarrollo de una sesión teórica, se plantearán por tanto preguntas o problemas relacionados con el tema expuesto, los textos comentados y los contenidos impartidos para promover y ocasionar un debate grupal en torno a las ideas de la sociología y la semiótica, centrándose en el tratamiento de la información y la publicidad a lo largo del siglo XX, así como el estudio por casos de los grandes pensadores y autores.</p>
Actividades prácticas	<p>Se llevarán a cabo puestas en común de trabajos del alumnado. Estas sesiones estarán tutorizadas y el alumno podrá resolver dudas y profundizar en los contenidos impartidos en las clases teórico-prácticas.</p>
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios)	<p>Sesiones de apoyo en las que, con una metodología participativa basada en el desarrollo de habilidades y herramientas de tecnología y producción de las distintas fases del proceso de diseño poder dirigir el proyecto/ejercicios hasta su fase final.</p> <p>Seminarios, exposiciones, conferencias y webinars sesiones donde se fomenta el análisis, la crítica y el debate para potenciar las herramientas en formulación de ideas, el manejo de la creatividad en el diseño y la cultural visual.</p>

## 9. CRITERIOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

Se evaluará:

- La capacidad de desarrollar un aparato crítico de análisis de la publicidad.
- La capacidad de comprender, identificar y articular códigos culturales comunes en la imagen publicitaria.
- La capacidad de comprender el funcionamiento de los símbolos, signos, señales y marcas.
- La capacidad de desarrollar una visión global de la publicidad enmarcada en un contexto histórico y social.

La evaluación debe diseñarse y planificarse de manera que quede integrada dentro de las actividades formativas de enseñanza/aprendizaje.

Se propone que la evaluación del aprendizaje de los alumnos sea continua, personalizada e integradora:

- Continua en cuanto que está inmersa en el proceso de enseñanza-aprendizaje y consecuentemente no limitada por fechas o situaciones concretas.
- Personalizada, ya que ha de tener en cuenta las capacidades, destrezas y actitudes del alumno. Se prestará especial atención en cuanto a la participación del alumno en los grupos de trabajo.
- Integradora en cuanto exige tener en cuenta las capacidades generales establecidas para la etapa, a través de los objetivos de las distintas unidades temáticas y áreas.

Se evaluarán los aprendizajes de los alumnos en relación con el logro de los objetivos educativos determinados en el currículo y asociados a los objetivos generales y específicos, tomando como referencia inmediata los criterios de evaluación establecidos para el área.

Para evaluar el proceso de aprendizaje de los alumnos es necesario:

- Evaluar la competencia curricular de los mismos (capacidades y aptitudes).
- Evaluar los factores que dificultan o facilitan un buen aprendizaje.
- Propiciar la autoevaluación y coevaluación de los propios alumnos como fuente de análisis y crítica de resultados, con el fin de permitir modificaciones de actitudes para su perfeccionamiento.
- Valorar el contexto de aprendizaje en el que se desenvuelve el alumno.

### 9.1. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Actividades teóricas	Debates y sesiones críticas. Carpeta - Proyecto y memorias.
Actividades prácticas	Ejercicios, tareas y actividades prácticas. Prueba tipo test final sobre el contenido teórico de la asignatura.
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios, etc.)	Asistencia activa a los talleres, a seminarios, exposiciones, conferencias o webinars compartiendo las reflexiones y los conocimientos en el aula con el grupo.

## 9.2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

<p>Actividades teóricas</p>	<p>Mediante los <b>debates y sesiones críticas</b> el alumno es capaz de demostrar su capacidad para llegar a conclusiones sobre los contenidos asimilados y defender argumentativamente sus opiniones al respecto.</p> <p>Con la elaboración de una <b>carpeta con el proyecto y memorias</b> completas, que incluyan los principales puntos tratados durante el curso, el alumno demostrará haber asimilado el conjunto de los contenidos impartidos.</p>
<p>Actividades prácticas</p>	<p>Mediante los <b>ejercicios, tareas y actividades prácticos</b>, los alumnos aplican los conocimientos aprendidos, comprobando empíricamente cómo pueden relacionarse diferentes intenciones comunicativas mediante el control compositivo y sintáctico de las imágenes.</p> <p>Mediante las <b>pruebas tipo test</b> se verifica que el alumno ha asimilado los contenidos del temario y, en un tiempo limitado, es también capaz de explicar razonadamente los principales puntos trabajados o, en su caso, identificarlos mediante una prueba tipo test.</p>
<p>Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios)</p>	<p>Se valorará que el estudiante aplique los contenidos propedeúticos del aprendizaje adquirido en talleres, seminarios, exposiciones, conferencias o webinars a los trabajos y proyectos del curso.</p>

## 9.3. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

1. El sistema de evaluación a emplear en la asignatura se adapta al modelo de la evaluación continua.
2. En el sistema de evaluación continua la asistencia a clase es obligatoria y el estudiante deberá cumplir con un porcentaje de actividad con presencia del profesor, cuya estimación será del 80 %.
3. En aquellos casos en los que el estudiante no cumpla con los requisitos exigidos para la evaluación continua, se le evaluará en evaluación con pérdida de evaluación continua, presentará el/los trabajo/s solicitado/s durante el curso y una prueba específica para esta convocatoria, quedando reflejados sus correspondientes pesos relativos en el apartado 9.3.1 y 9.3.2 correspondiente de esta guía.
4. En cualquier caso, el estudiante contará con una convocatoria extraordinaria cuya estructura, instrumento de evaluación y calificación queda explicitado el apartado 9.3.3 en esta guía.
5. Para aprobar la asignatura se debe cumplir con los requisitos de la ponderación de los instrumentos de evaluación que se definen en los puntos 9.3.1, 9.3.2 y 9.3.3.

### 9.3.1. Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación continua

Instrumentos	Ponderación
Carpeta – proyecto y memorias	25%
Realización, presentación y entrega de ejercicios, tareas y actividades prácticas	40%
Debates y sesiones críticas.	10%
Prueba tipo test final sobre el contenido teórico de la asignatura.	25%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

### 9.3.2. Ponderación de instrumentos de evaluación para la evaluación con pérdida de evaluación continua

Instrumentos	Ponderación
Presentación de la prueba específica para la evaluación con pérdida de evaluación continua.	20%
Realización, presentación y entrega de ejercicios prácticos	30%
Entrega y defensa de proyecto final	50%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

### 9.3.3. Ponderación de instrumentos de evaluación para la evaluación extraordinaria

Instrumentos	Ponderación
Presentación de la prueba específica para la evaluación extraordinaria.	20%
Realización, presentación y entrega de ejercicios prácticos	30%
Entrega y defensa de proyecto final	50%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

### 9.3.4. Ponderación para la evaluación de estudiantes con discapacidad

Las adaptaciones de los instrumentos de evaluación deberán tener en cuenta los diferentes tipos de discapacidad

Instrumentos	Ponderación
Se determinarán en función de la discapacidad	
<b>Total</b>	<b>100%</b>



## 10. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS, METODOLOGÍA DOCENTE Y EVALUACIONES

Semana	CONTENIDOS, METODOLOGÍA DOCENTE ASOCIADA E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN		Total horas presenciales	Total horas no presenciales
Semana 1-8	<b>Bloque I. II. y III.</b>			
	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollaran los contenidos concretos de la sección:	7,5 horas	
		<b>Tema 1.</b> Introducción a la semiótica y a la sociología de la publicidad.		
		<b>Tema 2.</b> Historia de la publicidad antes del new-media.		
		<b>Tema 3.</b> La publicidad en la era de la comunicación.		
		<b>Tema 4.</b> Historia y sociología de la publicidad en España.		
		<b>Tema 5.</b> Elementos de la imagen publicitaria.		
		<b>Tema 6.</b> Narrativa de la propaganda.		
	<b>Tema 7.</b> La metáfora y las figuras retóricas.			
	El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias.			
	Análisis de casos. Debates.			
	Actividades prácticas	Elaboración de trabajos escritos. Sesiones críticas tutorizadas.	7,5 horas	2 horas
	Otras actividades formativas	Asistencia y/o participación a talleres, seminarios, exposiciones, conferencias o webinars.	12 horas	

Semana 9-12	<b>Bloques III. y IV.</b>			
	Actividades teórico-prácticas	Clase magistral en la que se desarrollaran los contenidos concretos de la sección:	5 horas	
		<b>Tema 8.</b> La intertextualidad y la transtextualidad en el arte y la publicidad.		
		<b>Tema 9.</b> Lectura de los signos publicitarios.		
		<b>Tema 10.</b> Roland Barthes: mitologías.		
		<b>Tema 11.</b> Bourdieu: la distinción.		
		El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias.		
Debates. Análisis de casos.				

	Actividades prácticas	Elaboración de trabajos escritos. Sesiones críticas tutorizadas. Trabajos escritos y sesiones críticas. Documentación de visitas y seminarios.	5 horas	4 horas
	Otras actividades formativas	Asistencia y/o participación a talleres, seminarios, exposiciones, conferencias o webinars.	10 horas	

<b>Bloques IV. y V.</b>				
<b>Semana 13-14</b>	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollaran los contenidos concretos de la sección:	7,5 horas	
		<b>Tema 12.</b> Eco y Lotman: de la estructura ausente a la estructura del texto artístico.		
		<b>Tema 13.</b> Herramientas de análisis publicitario.		
		<b>Tema 14.</b> Descodificación de la imagen.		
		El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias.		
	Test final.			
	Actividades prácticas	Elaboración de trabajos escritos. Sesiones críticas tutorizadas. Test final.Carpeta-proyecto.	2,5 horas	4 horas
	Otras actividades formativas	Asistencia y/o participación a talleres, seminarios, exposiciones, conferencias o webinars.	10 horas	

<b>Evaluación Convocatoria Ordinaria</b>				
<b>Semana 15</b>	Actividades prácticas	<b>Evaluación Continua:</b> Evaluación de proyectos y resultados. <b>Evaluación con pérdida de Evaluación Continua:</b> Evaluación de proyectos y resultados más la prueba específica	2,5 horas	
	Evaluación	Evaluación con pérdida de evaluación continúa.		

<b>Comentarios de los resultados finales</b>				
<b>Sesión 16</b>	Evaluación	Evaluación, comentarios e información de los resultados de los proyectos y ejercicios	2,5 horas	

## 11. RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS

Filmografía y lecturas marcadas

### Filmografía

- 50 años de spots. Documental de Canal Historia y Documenta Films. (2007)
- Belle Bert. Dirección Coline Serreau (1996)
- Star Ship Troupers. Dirección Paul Verhoeven (1997)
- La Jetée. Dirección Chris Marker (1962)
- I am a Dancer: Nureyev. Documental dirigido por Pierre Jourdan (1972)

### Filmografía complementaria

- El acorazado Potemkin. Dirección Serguéi Eisenstein (1925)

### 11.1. Bibliografía general

Título	Modos de Ver
Autor	John Berger
Editorial	GG, 2000

Título	Lenguaje de los nuevos medios
Autor	Lev Manovich
Editorial	Paidós, 2005

Título	Los condenados de la pantalla
Autor	Hito Steyerl
Editorial	La Caja Negra, 2014

Título	Sobre la fotografía
Autor	Walter Benjamin
Editorial	Pre-Textos

Título	La cámara lúcida
Autor	Roland Barthes
Editorial	Paidós, 1989

Título	Estudios visuales
Autor	José Luis Brea
Editorial	Akal, 2005

Título	Pensar en imágenes
Autor	Enric Jard
Editorial	Ed. Gustavo Gili

Título	Mitologías
Autor	Roland Barthes
Editorial	Ed Siglo XXI

Título	No logo: el poder de las marcas
Autor	Naomi Klein
Editorial	Ed. Booket

Título	Semiótica de la publicidad (Comunicación visual)
Autor	Georges Peninou
Editorial	Ed. Gustavo Gili

## 11.2. Bibliografía complementaria

Título	Mitologías
Autor	Roland Barthes
Editorial	Siglo XXI

Título	Una introducción a la cultura visual
Autor	Nicholas Mirzoeff
Editorial	Paidós

Título	Identidad
Autor	Zygmunt Bauman
Editorial	Losada

Título	Ontología de la imagen fotográfica
Autor	André Bazin
Editorial	Rialp

Título	El nombre de las cosas. Cuando el nombre marca la diferencia
Autor	Fernando Beltrán.
Editorial	Ed. Conecta.