

UNIVERSIDAD DEL SAGRADO CORAZÓN
DECANATO ASOCIADO DE ESTUDIOS GRADUADOS
PROGRAMA GRADUADO DE COMUNICACIÓN

PRONTUARIOS

TÍTULO:	Arte en tiempos de entretenimiento y consumo
CODIFICACIÓN:	MCC 690
CRÉDITOS:	Tres (3) créditos, tres (3) horas semanales, una (1) sesión

DESCRIPCIÓN

Este curso explora las artes desde antes del Renacimiento y los cambios en su orientación tras la inserción en el sistema de mercado. Indaga en su relación con la industria y las nuevas tecnologías en la sociedad de consumo y los cambios que ello ha significado en su estructura y lenguaje, desliándose cada vez más hacia campos de mayor audiencia. El curso incluye ejemplos visuales del material abordado, así como la asistencia a exhibiciones, prácticas en al pintura y la fotografía digital ya sea con trabajos individuales o colectivos.

JUSTIFICACIÓN

Las industrias del consumo y el entretenimiento rigen en la actualidad las dinámicas culturales de la sociedad. Ya se habla de una cultura visual común entre el arte y los medios de comunicación así como de tácticas similares en los procesos de producción y comercialización. Este curso reflexiona sobre el papel de las nuevas tecnologías de la globalización del mercado y el consumo masivo en el fortalecimiento de las industrias mediáticas y de entretenimiento a ala vez que fuerzan al arte a cambiar sus paradigmas y estrategias de comunicación al entrar en contacto con las nuevas prácticas del arte y de su rol histórico-social y su relación con otras disciplinas.

En resumen, este curso significa una experiencia cognoscitiva en términos estéticos y culturales que aporta al estudiante conocimiento de su entorno y le convierten en un ser participativo, íntegro y responsable.

OBJETIVOS

Al finalizar el curso, el estudiante estará capacitado para:

1. Entender el arte como una manifestación evolutiva y cambiante.
2. Distinguir las diferencias entre arte, diseño y artesanía.
3. Discutir y comprender la relación forma-contenido en una obra de arte.
4. Comprender la singularidad del arte en términos de mercado.
5. Analizar y debatir las dinámicas del arte en cuanto a comunicación y su relación con los medios masivos en el uso de la imagen visual.

6. Reflexionar en torno a cómo las nuevas prácticas artísticas se alejan del criterio convencional del arte y se desplazan hacia otras disciplinas de mayor alcance público menos elitista
7. Debatir sobre cómo las nuevas tecnologías alientan la reconsideración de los conceptos en el arte y hace que se manifieste más allá de su marco institucional.
8. Auscultar y entender las relaciones entre arte, consumo y entretenimiento desde una perspectiva ética.

CONTENIDO

- I. El arte antes del Renacimiento
 - A. ¿Es posible arte con una función espiritual no estética?
 - B. Arte como apoyo para cumplir con la celebración religiosa.
- II. La emancipación del arte
 - A. Autonomía
 - B. Nacimiento de las bellas artes
 - C. Artes “mayores” y artes “menores”
- III. El arte en conflicto con la industria
 - A. ¿La muerte del arte?
 - B. La originalidad salva al arte
 - C. La “alta” y la “baja” cultura
- IV. Nacimiento del diseño
 - A. Singularidad inútil vs. reproductibilidad útil
 - B. ¿Artista o diseñador?
 - C. La frontera estética
 - D. El arte como idea en tanto idea
- V. Los medios de comunicación masiva y el arte
 - A. La ilustración
 - B. Los cómics
- VI. A la venta, pero soy arte: El mercado del arte
 - A. El coleccionismo: un tipo de consumo
 - B. El circuito del arte
 - C. El museo como espacio de legitimación
 - D. Marchantes, galerías y subastas
- VII. La estética del Pop Art
 - A. El consumo en la mira del arte
 1. Apropiación de la imagen visual mediática
 2. Las etiquetas de productos

- B. Salvando las distancias
 - C. Juntos pero no revueltos: la apropiación de la imagen visual mediática
- VIII. Andy Warhol
- A. Figura pública estelar
 - B. ¿Artista o comerciante?
- IX. Arte povera
- A. Una reacción del arte a la imaginería comercial del industrialismo masivo
 - B. La herencia del arte povera en la a finales del siglo XX
- X. Compartiendo la comunicación visual
- A. La imagen visual mediática: una estética instituida digna de considerar
 - B. El arte se apropia del lenguaje publicitario
 - C. El arte se apropia del lenguaje del cómics
 - D. El sexo vende
- XI. Descalabro de los parámetros modernistas
- A. Incursión del arte urbano en el exclusivo circuito del arte
 - B. Alta y baja cultura juntas
- XII. Todos a la feria: El arte se abre a un mercado globalizado
- A. El arte y el espectáculo un junte paradójico
 - B. El fenómeno de las ferias de arte. Arte serio al alcance de todos.
 - C. La estética *Cutting Edge*: arte para la generación mediática
 - D. Celebración de lo tecnológico

ESTRATEGIAS INSTRUCCIONALES

- Lectura de textos teóricos y textos mediáticos y plásticos
- Discusión en clase de los textos
- Ejercicios de aplicación
- Presentaciones orales en clase por parte de los estudiantes
- Visitas a exhibiciones u otras actividades relevantes a la discusión

EVALUACIÓN

Presentaciones	25%
Ensayos críticos	30%
Participación en clase y en actividades	15%
Asistencia	10%
Trabajo Final	<u>20%</u>

Total 100%

BIBLIOGRAFÍA

- Ansorena, J. (2008) Primeras pinceladas de recesión en el pujante mercado del arte. *Expansión.com Economía y política*. http://www.expansion.com/edicion/exp/economia_y_politica/entorno/es/desarrollo/1123907.html
- Alisal Sánchez, E. (2005) Arte y mercado. Una aproximación Artículo cedido por la autora al Portal Iberoamericano de Gestión Cultural para su publicación en el *Boletín GC: Gestión Cultural N° 12: Mercado del Arte Contemporáneo*, junio de 2005. <http://www.gestioncultural.org/gc/boletin/pdf/bgc12-EAlisal.pdf>
- Bazin, G. (1969) *El tiempo del museo*. Barcelona, Daimon
- Belchoir C (2006) *Urban Art Claims and Migrations* NY Arts Magazine November/December <http://hiphoparchive.org/thecircle/2006/11/29/urban-art-claims-and-migrations/>
- Bourdieu, P. (1996) *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*. Anagrama, Barcelona
- Broeckmann (2001) El GHI de los medios tácticos. Festival Transmediale.01 (Berlín, julio de 2001) <http://www.uoc.edu/artnodes/espai/esp/art/broeckmann0902/broeckmann0902.html>
- Cantero Pastor, J. L. (1992) *El cómic: plástica y estética de un arte figurativo y cotidiano*. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Bellas Artes. Catálogo de tesis doctorales digitalizadas. <http://www.ucm.es/BUCM/bba/ppubtesdig.htm>
- La Ferla, J. (sf) *Los Medios Interactivos Corroen el Alma*. <http://www.disenovisual.com/temas/temas.php?id=11>
- Letra urbana: al borde del olvido (sf) Siglo XXI sus síntomas e ideales. <http://www.letraurbana.com/ediciones/002/template.asp>
- Marín Medina, J. (2008) TEFAF, Maastricht: Nada que ver con nada en el mundo. *Tendencias del arte*. Marzo. <http://www.tendenciasdelarte.com/archivo.htm>
- Más de Arte (sf) *Del povera a la experimentación* http://www.masdearte.com/noticias/articulo/del_povera_experimentacion_8309.htm#
- Osterwold, T. (2007) *Pop Art* TASCHEN Madrid
- The Economist (2008) Signs of weakness. The art market. May 15th
- Perera, M. (2008) Visiones y sueños. *Tendencias del Mercado del Arte - N° 12 – abril*. <http://www.tasneemgallery.com/press-es.htm>
- Unzueta Esteban, S. (2002) El mercado del arte. *Boletín Económico de ICE*. N° 2747 www.revistasice.com/cmsrevistasICE/pdfs/BICE_2747_35-43_DCD7F19FD425A2733746BDC8705E9768.pdf
- VV AA. (1994-2002) *Paper Series on the Arts, Culture, and Society*. The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts. <http://www.warholfoundation.org/artcult.htm>

Las bases de datos electrónicas a las cuales la Biblioteca Madre María Teresa Guevara está suscrita directamente y a través del Consorcio COBIMET, incluyen, documentos, artículos

de revistas y periódicos y otros recursos de información relacionados con los temas del curso. Al utilizarlas siga los siguientes pasos:

Para acceder desde cualquier lugar en la Universidad

- escriba la dirección <http://biblioteca.sagrado.edu/>,
- seleccione **Biblioteca Virtual** y aparecerá la página en donde podrá acceder a las bases de datos, por disciplina o en orden alfabético.

Para acceder fuera de la Universidad

- escriba la dirección <http://biblioteca.sagrado.edu/>,
- seleccione **Biblioteca Virtual** y aparecerá la página en donde podrá acceder a las bases de datos, por disciplina o en orden alfabético.
- escriba el nombre del usuario y la contraseña (El nombre de usuario y la contraseña, los solicita personalmente en la Biblioteca)

PÁGINAS ELECTRÓNICAS SOBRE ARTE EN PUERTO RICO

Dónde Veo Arte

<http://dondeveoarte.com>

Box Score

<http://boxscoreendivsel puebloylacultura.blogspot.com>

Rotund World

<http://rworld.thenextfewhours.com>

Trance Líquido

<http://www.tranceliquido.com>

La Jota

<http://lajotapr.com>

MSA

<http://msa-x.msa-x.org>

Frente Sónico

<http://www.frentesonico.com>

Orificio

http://www.geocities.com/orificio_2000

Repuesto

<http://repuesto.wetpaint.com>

Autogiro

<http://www.autogiro.cronicaurbana.com/>

Artnet

<http://www.artnet.com/magazineus/features/velez/velez2-8-06.asp>

Teknokultura

<http://teknokultura.rrp.upr.edu/>

Noctambulo

<http://www.mannonnetwork.com/noctambulo>

Prototipo Mag

<http://www.myspace.com/dyanis22>

Conboca

<http://www.conboca.org>

Cualquier estudiante que necesite acomodo razonable deberá solicitarlo al Decano Asociado de Asuntos Estudiantiles.

Derechos reservados USC

Junio 2008