

Curso 2017-18



Istituto Europeo di Design

Centro privado autorizado

GUÍA DOCENTE DE

Nuevos Medios y Medios de Comunicación de Masas

Título de Grado en
Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño

Especialidad de Diseño Gráfico

Fecha de actualización: 1 de septiembre de 2026



Dirección General de Universidades y
Enseñanzas Artísticas Superiores
CONSEJERÍA DE CIENCIA, UNIVERSIDADES
E INNOVACIÓN

Título de Grado en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño.

Asignatura: Nuevos Medios y Medios de Comunicación de Masas (New Media and Mass Media)

1. IDENTIFICADORES DE LA ASIGNATURA

Tipo	Optativa	
Carácter	Teórico-práctica	
Especialidad/itinerario/estilo/instrumento	Diseño Gráfico	
Materia	Cultura del diseño	
Periodo de impartición	7º Semestre	
Número de créditos	4 ECTS	
Número de horas	Totales: 120h	Presenciales: 72h
Número mínimo de alumnos necesario para impartir la asignatura	8	
Departamento	Departamento didáctico, especialidad gráfico	
Prelación/ requisitos previos	Sin prelación	
Idioma/s en los que se imparte	Español	

2. PROFESOR RESPONSABLE DE LA ASIGNATURA

Apellidos y nombre	Correo electrónico
Estrella Alcorta, Irene	campus IED

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

Apellidos y nombre	Correo electrónico	Grupos
Estrella Alcorta, Irene	campus IED	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.

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.

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

- Poder recopilar un conocimiento teórico capaz de sentar las bases para un proyecto publicitario.
- Investigar el entorno de los medios de comunicación y las diferentes aproximaciones que se hacen del uso de la información.
- Emplear y aplicar el lenguaje publicitario a través del estudio de su teoría y metodología.

6. CONTENIDOS

Bloque temático (en su caso)	Tema/repertorio
Bloque I. Bases teóricas	Tema 1. Teoría de los nuevos medios
	Tema 2. Teoría de la comunicación masiva
	Tema 3. Relación con la cultura y la historia
Bloque II. Casos de estudio	Tema 4. La radio
	Tema 5. La televisión
	Tema 6. Internet

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)	32 horas
Realización de pruebas	2,5 horas
Horas de trabajo del estudiante	40 horas
Preparación prácticas	8 horas
Total de horas de trabajo del estudiante	120 horas

8. METODOLOGÍA

Actividades teóricas	La asignatura presenta un carácter teórico-práctico con sesiones teóricas puntuales a cargo del docente de cada bloque temático y recursos para la investigación. La duración y ubicación en el tiempo de estas sesiones estará relacionada con el desarrollo de cada tema.
----------------------	---

	Se utilizará principalmente la clase magistral, que consistirá fundamentalmente 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 ilustran la exposición u objetos de análisis). 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. Discurso magistral por parte del profesor en torno a las ideas de la comunicación y sus orígenes históricos, centrándose en el tratamiento de la información y la publicidad a lo largo del siglo XX. Así mismo en estas sesiones, se incentivará la investigación y análisis de casos de los grandes medios de masas y/o recursos mostrados en el aula a través de la visualización de ejemplos y sus características. Sesiones de seguimiento, discusión y resolución de problemas relacionados con los ejercicios teóricos de la asignatura.
Actividades prácticas	Se propiciarán actividades que inviten a la reflexión personal de lo realizado y a la elaboración de conclusiones respecto a lo aprendido, favoreciendo un aprendizaje funcional, que posibilite aplicaciones prácticas de los conocimientos adquiridos. Debates: Los alumnos, moderados y guiados por el docente, tendrán que debatir sobre estos, fomentándose así el pensamiento crítico de los estudiantes. Se pretende que en estas sesiones se analice lo visto en clase trasladándolo y comparándolo con la situación actual del diseño gráfico. 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.
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (Talleres, jornadas, seminarios)	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. 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.

9. CRITERIOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

Se evaluará:

- La capacidad de recopilar un conocimiento teórico capaz de sentar las bases para un proyecto publicitario.
- La capacidad de Investigar y analizar la teoría de los nuevos medios a través de estudios por casos.
- La capacidad de Investigar y analizar la teoría de la comunicación masiva a través de estudio por casos.
- La capacidad de ser capaz de discriminar la relación entre la cultura y la historia en los nuevos medios y medios de masas.
- La capacidad de Investigar y analizar la teoría de la comunicación en el medio de la radio a través de estudio por casos.
- La capacidad de Investigar y analizar la teoría de la comunicación en el medio de la televisión a través de estudio por casos.
- La capacidad de Investigar y analizar la teoría de la comunicación en el medio de internet a través de estudio por casos.

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 continúa, personalizada e integradora:

Continúa 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.
Actividades prácticas	Participación. Ejercicios , tareas y actividades: trabajos prácticos. Trabajos prácticos propuestos en cada tema, para comprobar empíricamente cómo pueden relacionarse diferentes intenciones comunicativas mediante el control compositivo y sintáctico de las imágenes: • Investigar y analizar la teoría de los nuevos medios. • Investigar y analizar la teoría de la comunicación masiva. • Investigar y analizar la teoría de la comunicación en el medio de la radio. • Investigar y analizar la teoría de la comunicación en el medio de la televisión. • Investigar y analizar la teoría de la comunicación en el medio de internet. • Puesta en común con el resto de estudiantes de los resultados de cada trabajo. • Reflexión y participación activa en debates. Ejercicios, tareas y actividades: memoria de lecturas y filmografía. Test final sobre el contenido teórico de la asignatura.
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios)	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

Actividades teóricas	Mediante los debates el alumno es capaz de demostrar su capacidad para llegar a conclusiones sobre los contenidos asimilados y defender argumentativamente sus opiniones al respecto.
Actividades prácticas	Mediante la participación se constata la disposición activa del alumno en el aula y el seguimiento progresivo que va realizando de los contenidos impartidos. Mediante los ejercicios, tareas y actividades (trabajos prácticos y memoria de lecturas y filmografía) se verifica la correcta asimilación de contenidos de cada tema y/o bloque específico de la materia.

	En el test final se valorará la adquisición de los conocimientos teóricos referidos a cada unidad didáctica, y la capacidad de asociación de estos con los adquiridos previamente, una actitud crítica y reflexiva hacia los fenómenos relacionados con la publicidad, la comunicación y la cultura de la imagen en la actualidad, así como la capacidad de comprensión y conceptualización acerca de ella. Se verifica, por tanto, 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.
Actividades prácticas	En las puestas en común de cada trabajo planteado se valorará: la organización de los contenidos, la argumentación, la coherencia y fluidez en la comunicación de las ideas, la síntesis y la formalización de la presentación y aquellos contenidos aportados que resulten de especial interés para el grupo de estudiantes.
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios)	Se valorará que el estudiante aplique los contenidos propedéuticos del aprendizaje adquirido en talleres, seminarios, exposiciones, conferencias o webinars a los trabajos y proyectos del curso.

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
Participación.	10%
Debates.	10%
Ejercicios , tareas y actividades: trabajos prácticos.	30%
Ejercicios, tareas y actividades: memoria de lecturas y filmografía.	10%
Test final sobre el contenido teórico de la asignatura.	40%
Total	100%

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

Motivos por los que un alumno puede perder el derecho a la evaluación continua: no cumplir con la asistencia a clase obligatoria fijado en un porcentaje de actividad con presencia del profesor del 80%.

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%
Total	100%

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%
Total	100%

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	

Total	100%
-------	------

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	Bloque I. Bases teóricas			
	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollaran los contenidos concretos de la sección:	5 horas	
		Tema 1. Teoría de los nuevos medios		
		Tema 2. Teoría de la comunicación masiva		
		Tema 3. Relación con la cultura y la historia		
		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.	10 horas	

Semana 9-12	Bloque II. Casos de estudio			
	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollaran los contenidos concretos de la sección:	7,5 horas	
		Tema 4. La radio		
		Tema 5. La televisión		
		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	5 horas	4 horas
	Otras actividades formativas	Asistencia y/o participación a talleres, seminarios, exposiciones, conferencias o webinars.	12 horas	

Semana 13-14	Bloque II. Casos de estudio			
	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollaran los contenidos concretos de la sección:	7,5 horas	
		Tema 5. La televisión		

		Tema 6. Internet		
		El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias.		
		Test final		
	Actividades prácticas	Elaboración de trabajos escritos Elaboración de test final Sesiones críticas tutorizadas	2,5 horas	2 horas
	Otras actividades formativas	Asistencia y/o participación a talleres, seminarios, exposiciones, conferencias o webinars.	10 horas	

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

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

11. RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS

Filmografía: Miniserie de TV. American Crime Story: The People v. O.J. Simpson (2026). Dirección Scott Alexander (Creador), Larry Karaszewski (Creador), Ryan Murphy, Anthony Hemingway, John Singleton.

Artículos:

- Emoticonos. Marta Sanz. El País
- Electrodoméstica. Marta Sanz. El País
- El móvil es un instrumento que actúa como rosario. Byung-Chul Han. El País

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	<i>Los condenados de la pantalla</i>
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	Introducción a la teoría de la comunicación de masas
Autor	Denis McQuail
Editorial	Paidón Comunicación

Título	La comunicación: de los orígenes a internet
Autor	Miguel de Moragas, Ashley Beale, Peter Dahlgren, Umberto Eco, Tecumseh Fitch, Urs Gasser, Joan Majó.

Título	Masa y poder
Autor	Elias Canetti
Editorial	Alianza Editorial.

Título	La era de la posteridad: realidad vs. Percepción.
Autor	Revista Uno d+I, desarrollando ideas
Editorial	Llorente & Cuenca.

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	Mitologías
Autor	Roland Barthes
Editorial	Siglo XXI

Título	Ontología de la imagen fotográfica
Autor	André Bazin
Editorial	Rialp

Título	Lenguaje de los nuevos medios
Autor	Lev Manovich
Editorial	Paidós