

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES.

PROGRAMA: ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL.

SÍLABO: IMAGEN Y SOCIEDAD.

I. DATOS GENERALES

1.1 Modalidad de Estudio: PRESENCIAL.

1.2 Semestre Académico: 202402.

1.3 Ciclo de estudios: V.

ESTILO DE REDACCIÓN DE LA BIBLIOGRAFÍA: APA.

BIBLIOGRAFÍA

TIPO DE MATERIAL: LIBROS.

Alloa, E. (2021). *La imagen diáfana: fenomenología de los medios visuales* (N. Bornhauser Neuber, Trad.). Metales Pesados.
<https://www.digitaliapublishing.com/a/82946> (Obra original publicada en 2018).

Fraenza, F. (2017). *Filosofía natural de la imagen*. Editorial Brujas.
<https://www.digitaliapublishing.com/a/47251>

González, Oñate C. (Coord.). (2019). *El negocio publicitario en la sociedad digital de la comunidad valenciana*. Editorial UOC.
<https://www.proquest.com/legacydocview/EBC/7025508?accountid=37408>

Jandová, J., & Volek, E. (2020). *Signo, función y valor: estética y semiótica del arte* (2a ed.). Universidad Nacional de Colombia.
<https://www.digitaliapublishing.com/a/104053>

Novoa Montoya, A. R. (2023). *A la publicidad le falta calle: publicidad, cultura y sociedad*. Editorial UTADEO.
<https://www.proquest.com/legacydocview/EBC/30585725?accountid=37408>

Noyola Piña, L., Ponce de León, H. C., & Iñigo Dehud, L. S. (Coords.). (2018). *El impacto de la imagen en el arte, la cultura y la sociedad III*. Bonilla Artigas Editores.
<https://www.digitaliapublishing.com/a/110261>

Rodríguez Vargas, A. (Ed.). (2022). *Semiótica aplicada a fenómenos sociales* (Tomo 1). Universidad ECCI. <https://www.digitaliapublishing.com/a/130005>

Rodríguez Vargas, A. (Ed.). (2022). *Semiótica aplicada a fenómenos sociales* (Tomo 2). Universidad ECCI. <https://www.digitaliapublishing.com/a/130017>

Sanchez Castellon, L. M., Jurado Valencia, F., Cerchiaro Ceballos, E. L., & Pava Barbosa, C. (2022). *El aprendizaje inicial de la lengua escrita: la función semiótica de las imágenes visuales*. Ediciones Unimagdalena. <https://www.digitaliapublishing.com/a/118937>

- Sánchez Fernández, J. M. (2019). *La imagen de nuestro presente*. Dykinson.
<https://www.digitaliapublishing.com/a/76635>
- Thérien, G. (2004). *Lectura, imaginación y memoria*. Universidad del Valle.
<https://www.digitaliapublishing.com/a/102122>
- Yalán Dongo, E. (2018). *Semiótica del consumo: una aproximación a la publicidad desde sus signos*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
<https://www.digitaliapublishing.com/a/59338>
-

TIPO DE MATERIAL: ARTÍCULOS.

- Amador-Baquiroa, J. C. (2023). Memorias visuales del conflicto armado en Colombia (2008-2016): un análisis sobre los diarios El Tiempo y El Espectador. *Signo y Pensamiento*, 42, 1-18.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/memorias-visuales-del-conflicto-armado-en/docview/2904667026/se-2?accountid=37408>
- Besalú Casademont, R. (2016). La construcción de una relación con los espectadores en la continuidad televisiva. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 22(1), 195-207.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/la-construcción-de-una-relación-con-os/docview/1815415743/se-2?accountid=37408>
- González-Mardones, S. (2020). Tipologías proyectuales en diseño gráfico. Hacia una clasificación funcional. *Gráfica*, 8(15), 43-54.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/tipologías-proyectuales-en-diseño-gráfico-hacia/docview/2730346592/se-2?accountid=37408>
- Gutiérrez Gutiérrez, M. (2021). El Marketing, el Greenwashing y su influencia en el Brand Equity. Caso de estudio: Colombia. *Gráfica*, 9(18), 135-147.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/el-marketing-greenwashing-y-su-influencia-en/docview/2730347153/se-2?accountid=37408>
- Martos, E., & Martos García, A. E. (2014). Artefactos culturales y alfabetización en la era digital: discusiones conceptuales y praxis educativa. *Teoría De La Educación ; Revista Interuniversitaria*, 26(1), 119-135.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/artefactos-culturales-y-alfabetización-en-la-era/docview/1550104296/se-2?accountid=37408>
- Palos Peñarroya, J. L. (2005). Un escenario italiano para los gobernantes españoles. El nuevo palacio de los virreyes de Nápoles (1599-1653). *Cuadernos De Historia Moderna*, 30, 125-150.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/un-escenario-italiano-para-los-gobernantes/docview/213062813/se-2?accountid=37408>

- Solórzano Ariza, A., Toro Tamayo, L. C., & Henao, D. (2019). Memoria de lo cotidiano: representaciones visuales del archivo de Lucía Álvarez. *Revista Interamericana de bibliotecología*, 42(1), 71-78.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/memoria-de-lo-cotidiano-representaciones-visuales/docview/2172445425/se-2?accountid=37408>
- Toro Henao, D. C. (2015). Texto ilustrado o imágenes textualizadas. Un acercamiento al Papel Periódico Ilustrado desde la relación entre arte y literatura. *Hallazgos*, 12(23), 145-166.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/texto-ilustrado-o-imagenes-textualizadas-un/docview/1848114698/se-2?accountid=37408>
- Torres-Mancera, R., Martínez-Rodrigo, E., & Santos, C. A. (2023). Sostenibilidad femenina y startups: análisis de la comunicación del liderazgo de mujeres emprendedoras en España y Portugal. *Revista Latina De Comunicación Social*, (81), 474-491.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/sostenibilidad-femenina-y-startups-analisis-de-la/docview/2891823689/se-2?accountid=37408>
- Vieira Caldas, S. (2021). El poder del diseño gráfico para generar emociones. *Gráfica*, 9(17), 37-45.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/el-poder-del-diseño-gráfico-para-generar/docview/2730346485/se-2?accountid=37408>
-