

804341 - DAC-A - Dirección de Arte y Comunicación

Unidad responsable: 804 - CITM - Centro de la Imagen y la Tecnología Multimedia
Unidad que imparte: 804 - CITM - Centro de la Imagen y la Tecnología Multimedia
Curso: 2019
Titulación: GRADO EN DISEÑO, ANIMACIÓN Y ARTE DIGITAL (Plan 2017). (Unidad docente Obligatoria)
Créditos ECTS: 6 Idiomas docencia: Catalán, Castellano

Profesorado

Responsable: Balbuena Palacios, Leonor
Otros: Alegre Rodríguez, Isam

Competencias de la titulación a las cuales contribuye la asignatura

Específicas:

CEAAD 10. Identificar el proceso de dirección y producción de los diferentes proyectos artísticos del ámbito digital, las metodologías existentes, los roles implicados y sus funciones.

Transversales:

04 COE N2. COMUNICACIÓN EFICAZ ORAL Y ESCRITA - Nivel 2: Utilizar estrategias para preparar y llevar a cabo las presentaciones orales y redactar textos y documentos con un contenido coherente, una estructura y un estilo adecuados y un buen nivel ortográfico y gramatical.

05 TEQ N2. TRABAJO EN EQUIPO - Nivel 2: Contribuir a consolidar el equipo planificando objetivos, trabajando con eficacia y favoreciendo la comunicación, la distribución de tareas y la cohesión.

07 AAT N3. APRENDIZAJE AUTÓNOMO - Nivel 3: Aplicar los conocimientos alcanzados en la realización de una tarea en función de la pertinencia y la importancia, decidiendo la manera de llevarla a cabo y el tiempo que es necesario dedicarle y seleccionando las fuentes de información más adecuadas.

01 EIN. EMPRENDEDURÍA E INNOVACIÓN: Conocer y entender la organización de una empresa y las ciencias que definen su actividad; capacidad para entender las normas laborales y las relaciones entre la planificación, las estrategias industriales y comerciales, la calidad y el beneficio.

Metodologías docentes

La metodología combinará clases magistrales con sesiones prácticas. Habitualmente se hará una sesión semanal de teoría, donde se explicarán los contenidos teóricos de la asignatura. La otra sesión semanal será de carácter práctico; se combinará la formación técnica en InDesign con diferentes prácticas que servirán para profundizar y ejemplificar lo visto en las clases teóricas. A medida que avance el curso, las sesiones tendrán formato de tutoría y se revisará el estado de los diferentes encargos que se realizarán durante la asignatura. Finalmente, habrá varias sesiones de evaluación donde se analizarán y revisarán trabajos, tanto por parte del profesor como de los estudiantes, a partir de presentaciones orales.

Objetivos de aprendizaje de la asignatura

- Familiarizarse con el funcionamiento del pensamiento creativo.
- Comprender y aplicar la Dirección de Arte como una herramienta comunicativa y expresiva.
- Utilizar los recursos estéticos audiovisuales e interactivos para comunicar / reforzar temas y conceptos.
- Dominar la herramienta de diseño de maquetación Adobe InDesign.

804341 - DAC-A - Dirección de Arte y Comunicación

Horas totales de dedicación del estudiantado

Dedicación total: 150h	Horas grupo grande:	24h	16.00%
	Horas grupo mediano:	22h	14.67%
	Horas grupo pequeño:	0h	0.00%
	Horas actividades dirigidas:	14h	9.33%
	Horas aprendizaje autónomo:	90h	60.00%

804341 - DAC-A - Dirección de Arte y Comunicación

Contenidos

<p>TEMA 1. Dirección de Arte</p>	<p>Dedicación: 20h Grupo grande/Teoría: 8h Aprendizaje autónomo: 12h</p>
<p>Descripción:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es la Dirección de Arte? 2. ¿Para qué sirve la Dirección de Arte? 3. Las trágicas consecuencias de ignorar la dirección de Arte 4. Dirección de Arte vs. diseño Gráfico 5. Ámbitos de la Dirección de Arte 6. InDesign 1 y 2 <p>Actividades vinculadas: Ejercicios propuestos en la práctica P01</p>	
<p>TEMA 2. Creatividad</p>	<p>Dedicación: 20h Grupo grande/Teoría: 8h Aprendizaje autónomo: 12h</p>
<p>Descripción:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El concepto Creatividad a través de la historia 2. El estudio de la creatividad: las 4 P 3. La teoría de sistemas 4. Personalidad Creativa y Bloqueos Creativos 5. InDesign 3 y 4 <p>Actividades vinculadas: Ejercicios propuestos a las prácticas P02 y P03</p>	
<p>TEMA 3. Comunicación</p>	<p>Dedicación: 25h Grupo grande/Teoría: 10h Aprendizaje autónomo: 15h</p>
<p>Descripción:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los temas de una obra 2. La Dirección de Arte como herramienta para comunicar / reforzar temas 3. El Concepto en comunicación persuasiva 4. El Insight en comunicación persuasiva 5. InDesign 5 y 6 <p>Actividades vinculadas: Ejercicios propuestos en la práctica P04 y Encargos E01 y E02</p>	

804341 - DAC-A - Dirección de Arte y Comunicación

<p>TEMA 4. Dirección de Arte en Publicidad</p>	<p>Dedicación: 20h Grupo grande/Teoría: 8h Aprendizaje autónomo: 12h</p>
<p>Descripción: 1. La Dirección de Arte en Publicidad 2. La estrategia creativa 3. El modelo SOA de Koslow, Sasser & Riordan</p> <p>Actividades vinculadas: Ejercicios propuestos en la práctica P05</p>	
<p>TEMA 5. El Briefing Creativo</p>	<p>Dedicación: 30h Grupo grande/Teoría: 12h Aprendizaje autónomo: 18h</p>
<p>Descripción: 1. El Público Objetivo 2. El Briefing Creativo</p> <p>Actividades vinculadas: Ejercicios propuestos al encargo E03</p>	
<p>TEMA 6. Proyecto Final</p>	<p>Dedicación: 35h Grupo grande/Teoría: 14h Aprendizaje autónomo: 21h</p>
<p>Descripción: Síntesis de contenidos de la asignatura</p> <p>Actividades vinculadas: Ejercicios propuestos al Proyecto Final</p>	

804341 - DAC-A - Dirección de Arte y Comunicación

Planificación de actividades

<p>PRÁCTICA P01 - Titular para una gráfica a partir de una foto</p>	<p>Dedicación: 2h Grupo mediano/Prácticas: 2h</p>
<p>Descripción: A partir de una imagen aleatoria dada por la docente, se generará un titular o cabecera para un cartel o publicación impresa.</p>	
<p>PRÁCTICA P02 - Gráfica a partir de un titular</p>	<p>Dedicación: 4h Aprendizaje autónomo: 2h Grupo mediano/Prácticas: 2h</p>
<p>Descripción: A partir de un texto o frase dada por la docente se construye una composición visual. La composición final (frase / imagen) debe realizarse en InDesign.</p>	
<p>PRÁCTICA P03 - El crítico interior</p>	<p>Dedicación: 1h Actividades dirigidas: 1h</p>
<p>Descripción: Esta práctica se vincula con el tema planteado en clase sobre los bloqueos creativos. Cada estudiante tendrá 30 minutos para escribir un diálogo entre ella y su crítico interior. Utilizando el formato de guión, la conversación girará en torno a un proyecto creativo realizado por el estudiante, donde ella le defiende y el crítico interior el desprestigie. El objetivo de la práctica es familiarizarse con posibles bloqueos e ideas preconcebidas que puedan estar perjudicando el proceso creativo.</p>	
<p>ENCARGO E01. Análisis GRIS</p>	<p>Dedicación: 17h Grupo mediano/Prácticas: 2h Aprendizaje autónomo: 15h</p>
<p>Descripción: Redacción y defensa de un texto analítico del videojuego GRIS (Nomada Studio, 2018), centrado en el uso de los recursos estéticos para transmitir / reforzar el temas y conceptos de la obra. Trabajo individual, aproximadamente de 3.000 palabras donde se desarrolle: 1) contextualización de la obra, 2) identificación de los temas principales, 3) reflexiones sobre el uso de la dirección de arte para comunicar los temas y, 4) conclusiones / opinión personal.</p>	
<p>PRÁCTICA P04 - Reinterpretación de un anuncio</p>	<p>Dedicación: 6h Aprendizaje autónomo: 2h Actividades dirigidas: 4h</p>
<p>Descripción: Reinterpretar un anuncio o artefacto gráfico la dirección de arte es pobre o inadecuada.</p>	

804341 - DAC-A - Dirección de Arte y Comunicación

<p>ENCARGO E02 - Portadas de libros + Concept Board</p>	<p>Dedicación: 18h Grupo mediano/Prácticas: 6h Aprendizaje autónomo: 12h</p>
<p>Descripción: Diseñar las portadas de dos libros de una misma colección temática. Los alumnos deberán trabajar previamente el concepto y la línea visual (concepto board) de sus diseños. La imagen y composición visual deben ser originales.</p>	
<p>PRÁCTICA P05 - Mejorar la Dirección de Arte de una campaña publicitaria</p>	<p>Dedicación: 2h Actividades dirigidas: 2h</p>
<p>Descripción: Se presentará una campaña publicitaria en clase. En grupo se discutirá sobre los objetivos de comunicación, el concepto creativo y el target group. También en grupo se criticará el uso de la dirección de arte. Finalmente, las alumnas tendrán el resto de la clase para hacer una propuesta alternativa de dirección de arte que mejore la calidad creativa y comunicativa de la pieza respetando el mensaje y el tono. Esta práctica se relacionará con la teoría del SOA vista en la clase anterior.</p>	
<p>ENCARGO E03 - Soundcloud Branding</p>	<p>Dedicación: 28h Grupo mediano/Prácticas: 10h Aprendizaje autónomo: 18h</p>
<p>Descripción: Creación de la imagen de marca y varios elementos gráficos para un / a artista musical underground. En grupos de 3, las estudiantes deberán buscar un artista a soundcloud.com que no haya trabajado su identidad visual. Los grupos deberán presentar, por un lado, Concept Board y Universo Visual, que decidirán a partir de los elementos conceptuales que identifiquen al artista y su música. Por otra parte, deberán presentar una propuesta de portada de disco e imágenes de perfil y cover photo para redes sociales.</p>	
<p>PROYECTO FINAL PF - Magazin Colectivo Creativo</p>	<p>Dedicación: 35h Grupo mediano/Prácticas: 14h Aprendizaje autónomo: 21h</p>
<p>Descripción: Creación de una revista (en formato digital) que sirva como portfolio de toda la clase: en la línea del catálogo de una exposición o una publicación sobre diseño que cubra trabajos de diferentes creativos. Esta revista deberá contener ejemplos de los mejores trabajos realizados a lo largo del grado. En la primera fase, se compartirán imágenes del proyecto gráfico del que cada uno se sienta más satisfecho; puede ser individual o en grupo (esta asignatura u otros). En la segunda fase, cada grupo deberá definir la línea editorial de la revista y redactar una guía de estilo con los aspectos formales que darán coherencia en la revista. Finalmente, cada grupo maquetará su revista en formato digital utilizando InDesign.</p>	

804341 - DAC-A - Dirección de Arte y Comunicación

Sistema de calificación

La nota final de la asignatura se obtendrá a partir de:

- 15% - Examen parcial teórico
- 10% - E01. Análisis de un videojuego
- 15% - E02. Portadas de libros
- 15% - E03. Soundcloud Branding
- 25% - Práctica Final. Magazine Colectivo Creativo
- 10% - Prácticas P01-P05 en clase
- 10% - Participación y actitud de aprendizaje

En caso de no superar la asignatura mediante la evaluación continua, se podrá optar a hacer un examen de reevaluación, que aplicará el 15% de la evaluación del examen parcial.

Normas de realización de las actividades

1. Algunas prácticas se realizarán en clase y otros requerirán trabajo autónomo fuera del aula.
2. La entrega de las prácticas puntuables se realizará a través del Campus virtual. Se indicará la fecha límite de entrega en cada caso (normalmente, el día antes de clase hasta las 23: 59h).
3. Cualquier incidencia que impida la realización o entrega de las prácticas se comunicará al profesor / a correspondiente o al jefe de estudios.
4. Los documentos deben seguir el siguiente formato: NomdelGrup_Nºpràctica (ejemplo: LasZowis_E02)
5. Si bien la mayoría de trabajos son en grupo, se procurará evaluar de manera individual las integrantes de acuerdo al cargo que ejecuten a las prácticas.
6. La evaluación de todas las prácticas consistirá únicamente en feedback cualitativo. Las notas de las prácticas puntuables se comunicarán a final del curso, con opción a negociar.

Sobre los ejercicios en el aula:

- Se deben realizar, como mínimo, tres de los ejercicios propuestos para trabajar en el aula y conseguir la aprobación del docente.

Sobre el examen parcial:

1. Las preguntas planteadas se refieren al contenido teórico y lecturas propuestas.
2. Las revisiones y / o reclamaciones respecto de los exámenes se realizarán exclusivamente en las fechas y horarios establecidos en el Calendario Académico.

Bibliografía

Básica:

- Browner, Steven. Inside Art Direction: Interviews and Case Studies. Fairchild Books, 2016.
- Butterick, Matthew. Practical Typography [en línea]. 2010 Disponible a: <<https://practicaltypography.com>>.
- Chimero, Frank. The Shape of Design [en línea]. 2012 Disponible a: <<https://shapeofdesignbook.com>>.
- Kaufman, James C. Creativity 101. New York: NY: Springer Publishing Company, 2009.
- Koslow, Scott; Sasser, Sheila L.; Riordan, Edward. What is Creative to Whom and Why? Perceptions in Advertising Agencies. Journal of Advertising Research, 2003.
- Runco, Mark. Creativity. 2nd. Burlington: Academic Press, 2014.