
Planificación de la Docencia Universitaria
Grado en Diseño Multimedia y Gráfico

Guía Docente

Curso Académico 2021/22

Dirección de Arte

Datos de Identificación de la Asignatura

Título

Grado en Diseño Multimedia y Gráfico

Tipo de asignatura

Obligatoria

Materia

Ciencias sociales

Créditos ECTS

3

Denominación de la asignatura

Dirección de arte

Modalidad de enseñanza

Presencial

Código

69460

Profesorado

D. Renato Seixas

Curso

Cuarto

Lengua vehicular

Español

Semestre

Segundo

Profesorado de la Asignatura

Profesorado

D. Renato Seixas

Contacto

renato.seixas@esne.es

Tutorías académicas

Para todas las consultas relativas a la materia, los alumnos pueden contactar con el profesorado a través de correo electrónico en las horas de tutorías. Las horas de tutoría se harán públicas en el portal del alumno.

Requisitos Previos

Esenciales

Los propios del título.

Aconsejables

Conocimientos de programas informáticos de diseño gráfico.

Sentido y aportaciones de la Asignatura al Plan de Estudios

Campo de conocimiento al que pertenece la asignatura

Esta asignatura pertenece a la Materia Ciencias Sociales.

Relación de interdisciplinariedad con otras asignaturas del currículum

Fundamentos de la Creatividad: Asignatura que se imparte en el 1º curso y que le ofrece al alumno un conocimiento de los procesos creativos, que deberá desarrollar y aplicar durante esta asignatura.

Y por otro lado Publicidad y Piezas de Comunicación: Asignatura que se imparte de forma paralela en 4º curso y que permitirá la aplicación de los conocimientos adquiridos para el desarrollo visual de anuncios.

Los alumnos deben comprender las bases de la creatividad visual, desarrollo de conceptos e ideas, plasmación de éstas a través de la composición y maquetación de mensajes visuales. Además, deberán saber integrar y desarrollar diferentes procesos de trabajo (dibujo, fotografía, elección de tipografías, maquetación...) de forma paralela. Se busca que el alumno sepa aplicar los conocimientos teóricos adquiridos, mediante el manejo de técnico de programas informáticos que le permitan plasmar ideas eficaces.

Aportaciones al plan de estudios e interés profesional de la asignatura

La dirección de arte es una asignatura que sirve de compendio de todo el conocimiento desarrollado en el grado y que ofrece al alumnado las capacidades para dirigir equipos en el ámbito profesional. Visión 360º.

Resultados de aprendizaje en relación con las competencias que desarrolla la materia

Competencias básicas

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias generales

CG0 - Hablar bien en público.

CG3 - Desarrollará la comprensión del lenguaje visual y evaluará y adaptará la gráfica para su desarrollo posterior.

CG7 - Analizar los contextos culturales y las ideas gráficas comunicadas.

CG9 - Trabajar con un equipo humano de forma efectiva en la generación y desarrollo de ideas. Y planificar y diseñar presentaciones y comunicaciones de ideas de forma efectiva.

CG10 - El estudiante aprenderá a analizar la publicidad y los medios de comunicación entendiendo los factores que influyen en la elección y programación de medios publicitarios. Analizará e investigará una serie de medios publicitarios y las propiedades de una gama de productos publicitarios complejos.

CG12 - Habrá desarrollado un aprendizaje específico de los procesos básicos del diseño, como un método de creación y de fabricación, de elementos de aplicación en el Diseño Multimedia y Gráfico; podrá aplicar métodos para la elaboración de proyectos completos; habrá adquirido conocimientos legales que le permitan en el futuro ejercer una actividad dentro del marco normativo, y, finalmente, podrá desarrollar el programa requerido por un Proyecto de Diseño Multimedia y Gráfico, donde se trabajen aspectos conceptuales, formales y técnicos, desarrollando la documentación específica necesaria.

Competencias específicas

CE3 - Presentará una serie de conceptos, sujetos, técnicas y materiales por medio de una serie de trabajos en los que ha de demostrar originalidad e innovación.

CE4 - Aplicará estos conocimientos en la creación de elementos formales para provocar una respuesta personal/emocional.

Resultados de Aprendizaje Relacionados con la Asignatura

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de:

- Ser un creativo generador de las ideas que se plasmen en TV, edición (revistas, periódicos, campañas), radio...
- Aplicar la sinergia en la imagen, utilizando códigos visuales, cromáticos, lingüísticos ordenados y pensados desde la persuasión por medio de imágenes ligadas al arte en general.
- Poder seleccionar y posicionar los elementos visuales (composición) de modo a potenciar el mensaje proyectado, usando para ello distintos soportes, impresos y/o digitales.
- Ser capaz de escuchar, guiar, dirigir y defender un trabajo creativo.

Contenidos / Temario / Unidades Didácticas

Breve descripción de los contenidos

El Director de Arte es un comunicador que en cada mensaje que elabora utiliza una herramienta diferencial: la creatividad.

- La imagen publicitaria.
- Redacción publicitaria.
- Investigación.
- Técnicas de comunicación visual: dinámicas y estáticas.
- Composición y componentes visuales.
- Comercialización.
- Lenguaje visual.
- Comunicación oral y escrita.
- Escritura creativa.
- El discurso creativo.
- Marcas.
- Publicidad.

- Relaciones públicas.
- Estrategias empresariales.
- Integración.

Temario desarrollado

El temario y desarrollo de la asignatura se estructura en torno a un proyecto continuo y evolutivo a partir de un modelo constructivo organizado en 5 temas.

Cada tema se dividirá en dos partes:

- La primera, más teórica. Asentará los fundamentos teóricos que debe adquirir el alumno.
- La segunda, un caso práctico. Ilustrará la materialización de los conocimientos anteriormente nombrados mediante uno o varios ejemplos.

TEMA 0. INTRODUCCIÓN / PRESENTACIÓN.

Presentación.

Visión general de la asignatura.

Bibliografía / referencias.

Sistema de evaluación.

Objetivo de la asignatura.

TEMA 1. ORGANIZACIÓN PREVIA.

Introducción a la Dirección de Arte.

Director de Arte.

Definición de proyecto.

Metodología / contenido.

Creación de presupuesto.

Estudio de caso práctico – entrevista.

TEMA 2. DIRECCIÓN DE ARTE + FOTOGRAFÍA.

Consideraciones previas.

– Elegir el fotógrafo.

– *Briefing* de fotografía.

– Contratos de fotografía.

Dirección de Arte en la fotografía. Casos prácticos.

– Fotografía moda.

– Fotografía editorial.

Las necesidades de un *shooting*.

Composición de un bodegón.

– Estudio de caso práctico.

– Recomendaciones a tener en cuenta (proceso).

Dirección de Arte en la fotografía. Casos prácticos.

– Fotografía producto.

– Fotografía / Dirección de Arte en el cine.

Tendencias / ejemplos.

Tipología de formatos.

Recursos y fuentes.

Estudio de caso práctico – entrevista.

TEMA 3. DIRECCIÓN DE ARTE + ILUSTRACIÓN.

Consideraciones previas.

– Elegir un ilustrador.

– *Briefing* de ilustración.

– Contratos de ilustración.

Dirección de Arte en la ilustración.

– Diseño de personaje al servicio de la publicidad.

– Diseño de personaje – tendencias / referencias.

– Análisis de campaña publicitaria.

Estudio de casos prácticos.

– Fases de una campaña publicitaria para dos marcas de consumo real.

Técnicas y medios en los que se expresa.

Estudio de caso práctico – entrevista.

MEMORY TRIGGER / RECORDATORIO.

Composición.

- Composiciones varias.
- El lenguaje.
- El signo.
- Los distintos elementos.

Color e imagen.

- Psicología del color.
- Simbolismo de los colores.
- Guía emocional de colores para mercado e imagen.
- Semiología de la imagen: símbolo, signo, logotipo, pictograma.
- Tipografía como imagen.

- Ilustración como imagen.
- Fotografía como imagen.

Tipografía.

- Tipografía.
- Cronología.
- Conocimientos básicos.
- Desarrollo.
- Formatos.
- Tipos online.

Cronograma

Unidades Didácticas / Temas	Período Temporal
0. Presentación	febrero
1. Organización previa.	febrero
1. Organización previa.	febrero
2. Dirección de Arte + Fotografía	febrero
Presentación: Práctica 1 – 1ª Parte (investigación)	marzo
2. Dirección de Arte + Fotografía	marzo
2. Dirección de Arte + Fotografía	marzo
Presentación: Práctica 1 – 2ª Parte (desarrollo)	marzo
3. Dirección de Arte + Ilustración	marzo
3. Dirección de Arte + Ilustración	abril

Presentación: Práctica 2 – 1ª Parte (investigación)	abril
3. Dirección de Arte + Ilustración	abril
Presentación: Práctica 2 – 2ª Parte (desarrollo)	mayo
Revisión contenidos.	mayo
Revisión contenidos. Dudas / práctica final.	mayo
Entrega / presentación final (semana de exámenes)	(del 26 mayo al 03 junio)

Modalidades Organizativas y Métodos de Enseñanza

El desarrollo del programa y la consecución de los objetivos de aprendizaje establecidos requieren de un trabajo continuado del alumno a lo largo de todo el año alrededor de las siguientes actividades:

- Asistencia a clases.
- Consulta y estudio del material bibliográfico.
- Realización de trabajos prácticos que a lo largo del curso se propongan. Presentaciones públicas de los trabajos.
- Discusiones y debates sobre temas afines con la materia.

Modalidad organizativa	Método de enseñanza	Competencias relacionadas	Horas		
			Presencial	Trabajo autónomo	Total
Clases teóricas	Exposición de los temas. Explicar planificación de la asignatura: programa, apuntes y bibliografía. Repasos al inicio de clase. Resolución de dudas: temas y lecturas. Pruebas de evaluación.	CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CG0, CG3, CG7, CG10, CG12, CE3	35	-	35
Clases prácticas	Resolución de ejercicios. Debate sobre temas, ejercicios y lecturas. Presentaciones. Pruebas de evaluación.	CB2, CB4, CB5, CG0, CG3, CG7, CG9, CG10, CG12, CE3, CE4	5	5	10
Tutorías	Preparación mediante clase mediante lectura de los temas. Planificación de debates y comentarios mediante la preparación de lecturas. Resolución de ejercicios. Comentarios y resolución de dudas presencialmente o por correo electrónico.	CB1, CG9, CG12, CE3, CE4	5	-	5
Trabajo personal del estudiante	Lecturas: preparación y búsqueda de información complementaria. Estudio y trabajo personal. Preparación de ejercicios, comentarios y debates. Tutorías libres y voluntarias.	CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CG3, CG9, CG10, CG12, CE3, CE4	-	25	25

Sistema de Evaluación

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Valoración respecto a la calificación final
Ejercicios prácticos	<p>Se tendrá en cuenta el grado de ajuste al esquema y principios planteados + exposición oral o escrita de los trabajos realizados.</p> <p>La calificación de todos los trabajos prácticos realizados durante el curso se corresponde con un porcentaje total del 45% de la nota final de la asignatura.</p> <p>Se tendrán en cuenta la corrección formal del trabajo, su creatividad, su presentación y justificación.</p>	45%
Proyecto final / examen	<p>Se tendrá en cuenta el grado de conocimientos prácticos y/o teóricos adquiridos en el desarrollo de un trabajo, realizado de forma individual o cooperativa, en el que se aplicarán los conocimientos adquiridos en la asignatura.</p>	45%
Asistencia participativa	<p>Actitud en clase y valores particulares. Diálogo teórico y crítico, relación con el grupo, interés e implicación. Autoevaluación.</p>	10%

Consideraciones generales acerca de la evaluación

Se reservará un porcentaje de la nota para valorar la presencia participativa del alumno en clase. Otro porcentaje que se determinará previamente corresponderá a la resolución de prácticas o pruebas intermedias. Se destinará finalmente, el resto de la nota, a una prueba definitiva.

Asistencia a clase

La asistencia a clase es obligatoria. Sin una asistencia demostrada de al menos un 80%, el alumno no podrá presentarse a examen debiendo acudir a la siguiente convocatoria. No es necesario justificar las faltas, y por tanto no se admitirán justificantes, por lo que superado el 20% de faltas de asistencia, el alumno deberá presentarse en convocatoria extraordinaria.

La Dirección/Coordinación de la Titulación podrá considerar situaciones excepcionales, previo informe documental, debiendo ser aprobadas por la Dirección Académica de ESNE.

Se exigirá puntualidad al alumno en el comienzo de las clases. Una vez transcurridos cinco minutos de cortesía, el profesor podrá denegar la entrada en el aula.

Entrega de trabajos

Todos los trabajos deberán estar entregados a través del campus virtual del alumno, ya sea los originales o digitalizados, en los formatos requeridos por el profesor, en el control correspondiente para poder ser evaluado, y siempre en los plazos establecidos por el profesorado de la asignatura. En caso contrario, constará como trabajo no entregado.

Los trabajos deben entregarse en las fechas que solicite el profesor, no admitiéndose entregas posteriores. Si excepcionalmente se aceptase un trabajo fuera de plazo, tendrán una penalización del 20%. La no entrega de un trabajo supondrá suspender la asignatura.

Los trabajos, una vez calificados, deben ser retirados por los alumnos en el tiempo que se determine. Pasado este plazo, los trabajos podrán ser destruidos.

En los trabajos en grupo, la calificación será individual por cada alumno, atendiendo a criterios de conocimiento de la materia, esfuerzo, presentación, asistencia a tutorías, etc. Por tanto, miembros de un mismo grupo pueden tener calificaciones diferentes.

Evaluación en convocatoria ordinaria

En ambas convocatorias, la calificación mínima para aprobar la asignatura es de 5 (cinco).

El alumno aprobará la asignatura en convocatoria ordinaria por la evaluación de los trabajos realizados en clase y fuera de clase, teniéndose en cuenta la asistencia, la participación y el interés en el aula con un 10% de la nota. Se señala que además de este beneficio en la proporción de la nota, estas actitudes positivas redundan en el aprendizaje y evolución del alumno, que será igualmente valorado por el profesor.

El trabajo realizado por el alumno durante el curso deberá alcanzar el nivel mínimo exigible para satisfacer los objetivos que marca la asignatura.

Evaluación en convocatoria extraordinaria

En la evaluación extraordinaria, los alumnos deben volver a presentar los trabajos que no hayan sido aprobados en convocatoria ordinaria. Además, el profesor de la asignatura podrá solicitar la realización de un trabajo extra en la evaluación extraordinaria.

Si en la convocatoria ordinaria el alumno aprueba las entregas solicitadas y suspende el examen, será potestad del profesor solicitar la realización de nuevos trabajos en la convocatoria extraordinaria.

El alumno que, por falta de asistencia, no podrá presentarse a la primera convocatoria, solo podrá optar a un 5 (cinco), como nota máxima de participación, siempre y cuando cumpla y apruebe con todas las entregas y examen de la convocatoria extraordinaria.

Bibliografía / Webgrafía

Bibliografía básica

- Mahon, Nick (2010). *Dirección de Arte. Publicidad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Mahon, Nick (2012). *Ideación. Cómo generar grandes ideas publicitarias*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Pricken, Mario (2009). *Publicidad creativa*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Himpe, Tom (2008). *Advertising is Dead. Long Live Advertising*, Londres: Thames & Hudson.
- Himpe, Tom (2008). *Advertising Next. 150 Winning Campaigns for the New Communications Age*, Londres: Thames & Hudson.
- Ingledeu, John (2016). *Cómo tener ideas geniales: Guía de pensamiento creativo*, Barcelona: Blume.
- Kessels, Erik (2016). *¡Qué Desastre! Cómo convertir errores épicos en éxitos creativos*, Londres: Phaidon Press.
- Pater, Ruben (2016). *The Politics of Design*, Londres: Bis Publishers.
- Stoklossa, Uwe (2010). *Advertising. New Techniques for Visual Seduction*, Londres: Thames & Hudson.

Bibliografía complementaria

- Beirut, Michael (2015). *How To*. Londres: Thames & Hudson.
- Baudrillard, Jean (2009). *La sociedad de consumo*. Madrid: Siglo XXI España.
- Bourdieu, Pierre (2005). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Bergstrom, Bo (2008). *Tengo algo en el ojo. Técnicas esenciales de comunicación visual*. Barcelona: Promopress.
- Castells, Manuel (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Clair, Jean (1999). *La responsabilidad del artista*. Madrid: Antonio Machado.
- Csikszentmihalyi, Mihalyi (1998). *Creatividad: el flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. Ed. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Debord, Guy (2010). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-Textos.
- Gardner, Howard (2005). *Arte, mente y cerebro: una aproximación cognitiva a la creatividad*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Godard, Jean-Luc (2009). *En busca del cine perdido – Histoire(s) du cinema*. Bilbao: Universidad del País Vasco.

Ibáñez, Felipe (2019). *Libro. Reflexiones paratextuales sobre cultura, comunicación y diseño*. Madrid: Experimenta Libros.

Lipovetsky, Gilles (2003). *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama.

Lipovetsky, Gilles (2009). *La pantalla global: cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Ed. Barcelona: Anagrama.

Lupton, Ellen Y Miller, J Abbott (1999). *Design Writing Research*. Londres: Phaidon.

Manzini, Ezio (2015). *Cuando todos diseñan. Una introducción al diseño para la innovación social*. Madrid: Experimenta Theoria.

Moliné, Marçal (2003). *La comunicación activa*. Bilbao: Deusto.

Navarro, Carlos (2006). *Creatividad publicitaria eficaz*. Madrid: Esic.

Pincas S. Y Laiseau M. (2006). *History of Advertising*. Taschen.

Sartori, Giovanni (2012). *Homo videns*. Buenos Aires: Taurus.

Stoklossa, Uwe. (2010). *Trucos Publicitarios. Instrucciones sobre seducción visual*. Barcelona: Gustavo Gili.

Zweig, Stefan (2007). *El misterio de la creación artística*. Madrid: Sequitur.

Revistas de diseño / referencias visuales del mundo del diseño gráfico

Baseline Magazine: www.baselinemagazine.com

Blueprint Magazine: www.blueprintmagazine.ca

Communication Arts: www.commarts.com

Computer Arts: www.commarts.com

Creative Review: www.creativereview.co.uk

Eye Magazine: www.eyemagazine.com

Grafik Magazine: www.grafik.net

How: www.howdesign.com

IdN World: www.idnworld.com

Print: www.printmag.com

Typographica: www.typographica.org

Observaciones

El plagio evidenciado en los trabajos o exámenes será calificado con nota “0”, y la pérdida de esa convocatoria, para el estudiante o estudiantes responsables.

El alumno deberá respetar en todo momento la propiedad intelectual de otros autores no haciendo uso del trabajo de otros sin aclarar este punto y sin citar las fuentes originales.

Para la ejecución de los exámenes el alumno no podrá hacer uso de material no autorizado. Esto será motivo de calificación “0” y pérdida de esa convocatoria.

ESNE fija para sus titulaciones un sistema de calificaciones que se corresponde con lo regulado por los artículos 5.4 y 6 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre (por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional). En dichos artículos, que la universidad aplica, se regula lo siguiente: “Los resultados obtenidos por el estudiante en cada una de las materias del plan de estudios se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa. La mención de «Matrícula de Honor» podrá ser otorgada a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los estudiantes matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de estudiantes matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor»”.

Escala numérica	Calificación cualitativa
De 0,0 a 4,99	Suspenso (SS)
De 5 a 6,99	Aprobado (AP)
De 7 a 8,99	Notable (NT)
De 9 a 10	Sobresaliente (SB)

Las calificaciones de los estudiantes son fruto de un sistema de evaluación continua, que permite valorar de forma constante su trabajo, actitud, participación y asimilación del conocimiento. La asistencia y la participación del estudiante en las sesiones docentes, por lo tanto, son esenciales para el desarrollo del sistema, y, como tal, evaluables y calificables.

Los estudiantes matriculados en esta asignatura dispondrán únicamente de un total de 6 convocatorias para aprobarla. Cuando en el acta de la asignatura el estudiante sea calificado como “Suspenso” o “No presentado”, se habrá consumido una convocatoria.