



UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA

Dirección de arte

Grado en PUBLICIDAD Y RR.PP. – 3^{er} curso

Modalidad Presencial

Sumario

Datos básicos	3
Breve descripción de la asignatura	4
Requisitos previos	4
Objetivos	4
Competencias	4
Contenidos	5
Metodología	6
Criterios de evaluación	7
Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial	¡Error! Marcad or no definido . 8
Breve CV del profesor responsable	10

Dirección de arte

Datos básicos

Módulo: Creativo / diseñador publicitario

Carácter: Obligatoria

Nº de créditos: 6 ECTS

Unidad Temporal: 3^{er} Curso – 1^{er} Semestre

Calendario: Del día 16 de septiembre de 2019 al día 19 de diciembre de 2019.

Horario: Martes, de 8.00 a 10.00; miércoles y jueves, de 08.00 a 10.00.

Idioma en el que se imparte: Castellano

Profesor/a responsable de la asignatura: Fernando Suárez Carballo

E-mail: fsuarezca@upsa.es

Horario de tutorías: Martes, de 10.00 a 14.00.

Breve descripción de la asignatura

Materia que se encarga del estudio y aplicación de los presupuestos teóricos y recursos formales que intervienen en la elaboración de productos gráficos publicitarios, atendiendo tanto a los aspectos puramente formales (nivel plástico) como a su combinación con elementos icónicos (fotografía o ilustración), de acuerdo con la estrategia creativa publicitaria.

Requisitos previos

No se establecen requisitos previos

Objetivos

- Desarrollar una solución visual basada en una estrategia creativa.
- Ser capaces de enfrentarse y dar respuestas a un briefing concreto.
- Dominar los elementos formales necesarios para la creación de una pieza gráfica.
- Aprender a ver y adquirir una sólida cultura visual.
- Dominar los recursos tecnológicos que se requieren para ejecutar un proyecto visual en el ámbito publicitario.

Competencias

Competencias generales	<p>A1. Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas.</p> <p>A5. Conocimiento del fenómeno de la creatividad en general y el de la creatividad aplicada a la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.</p> <p>A7. Estudio y evolución de los aspectos industriales, sociales, estéticos y económicos que inciden en la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.</p> <p>B2. Capacidad y habilidad para aplicar el proceso</p>
------------------------	---

	<p>creativo tanto a la elaboración de piezas publicitarias en todos los medios y/o soportes como al diseño de acciones de relaciones públicas y como a la innovación y el desarrollo de nuevos medios y soportes.</p> <p>B8. Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas.</p> <p>C1. Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico que le ayude a extraer consideraciones válidas de la realidad, a interpretar el entorno y adaptarse al cambio, a ajustarse a los objetivos organizacionales, a conceptualizar los mensajes, y a objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos.</p> <p>C2. Capacidad para la creatividad y la innovación. Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad.</p> <p>C4. Capacidad para trabajar en equipo.</p> <p>C5. Habilidad para gestionar el tiempo, con capacidad para la organización y temporalización de las tareas.</p>
Competencias específicas	<p>E1. Conocimiento de los procesos de creación y definición del mensaje visual.</p> <p>E2. Comprender la idoneidad de las herramientas visuales en función del medio y del mensaje.</p> <p>E3. Desarrollo de la capacidad para elaborar proyectos publicitarios en función de la estrategia creativa.</p> <p>E4. Dominar la terminología básica en el campo de la Dirección de Arte.</p> <p>E5. Dominar las principales herramientas de edición y composición.</p>

Contenidos

CONTENIDOS DE LA ENSEÑANZA TEÓRICA

1. Introducción a la dirección de arte en publicidad

La responsabilidad del director de arte.

Dirección de arte y diseño gráfico

Diseño gráfico y arte.

Consideraciones éticas del director de arte.

2. El lenguaje de la publicidad.

El proceso creativo.

Técnicas de creatividad en diseño gráfico.

Elementos semánticos de la imagen.

Dirección de arte y retórica.

Dirección de arte y estilo.

3. Construcción del mensaje visual publicitario: herramientas.

Tipografía avanzada.

Composición y retículas.

Color: aspectos técnicos y creativos.

4. Productos gráficos publicitarios.

5. Procesos técnicos en publicidad impresa, digital y audiovisual.

CONTENIDOS DE LA ENSEÑANZA PRÁCTICA

1. Herramientas de dibujo vectorial y retoque fotográfico: repaso.

2. Diseño editorial (portadas de libro).

3. Diseño de packaging.

4. Conceptualización y síntesis visual

5. Diseño tipográfico.

4. Diseño analógico.

6. Diseño editorial y maquetación: elaboración de un portfolio personal.

Metodología

METODOLOGÍA	HORAS	HORAS DE TRABAJO PRESENCIAL	HORAS DE TRABAJO NO PRESENCIAL
Sesiones teóricas	28	60 (40%)	
Clases prácticas	28		
Examen	2		
Tutorías	2		
Desarrollo de prácticas	74		90 (60%)
Lecturas y otros ejercicios	16		
TOTAL		60	90

Sesiones teóricas

Explicación de los fundamentos básicos, acompañada de la exposición y análisis de determinados proyectos gráficos. Se concede mucha importancia a la comprensión y asimilación de estos conceptos para el desarrollo de los ejercicios prácticos posteriores. En este sentido, se considera especialmente relevante la asistencia y participación del alumnado.

Sesiones prácticas

Aplicación de los fundamentos básicos revisados en la parte anterior. A partir de un esquema fijo de prácticas, basado en los objetivos anteriores, los casos de estudio concretos de los ejercicios propuestos en esta parte pueden ser variables, para adaptarse a posibles nuevos contenidos de actualidad.

Criterios de evaluación

CONVOCATORIA ORDINARIA

La nota final surge del resultado de las siguientes calificaciones parciales:

- 1. Parte teórica:** Supone un 20% de la nota final (2 puntos). Deriva de los resultados de pruebas teóricas individuales realizadas a lo largo del cuatrimestre mediante la plataforma Moodle. Si la nota media de estas pruebas es superior a un 7, evita el examen final; en caso contrario, debe presentarse a esta prueba, que incluye todos los contenidos de la asignatura.
- 2. Parte práctica:** Equivale a un 70% de la nota final (7 puntos). Se subdivide, a su vez, en dos partes:
 - Una primera, que comprende ejercicios básicos vinculados al repaso de las herramientas de dibujo vectorial (Adobe Illustrator) y retoque fotográfico (Adobe Photoshop), y en las que el estudiante recibe una calificación de APTO o NO APTO. Se completa con una pequeña prueba práctica presencial sobre estos contenidos. En caso de no superarla, debe presentarse nuevamente el día señalado para la prueba final.
 - Una segunda parte, sobre los diferentes ejercicios creativos propuestos en los contenidos prácticos de la asignatura. La nota final de la parte práctica deriva de estos proyectos. El alumno debe entregar todos los ejercicios propuestos para superar esta parte. En cualquier momento, el profesor puede exigir al alumno demostrar la autoría de estos ejercicios.
- 3. Otras herramientas:** Suponen un 10% de la nota final, y deriva del cumplimiento de varias competencias generales y el empleo de herramientas como las siguientes:
 - Pinterest: Concebida para mejorar la cultura visual. Se solicita al alumno que reúna distintas piezas profesionales vinculadas a cada uno de los capítulos de la asignatura.
 - Behance: El estudiante debe almacenar cada una de sus prácticas en esta plataforma para creativos.
 - Issuu: Un repositorio de publicaciones con efecto *page flip* en el que el alumno debe subir su portfolio personal.
 - Blog: Un trabajo opcional en el que se pide escribir un mínimo de 10 posts en cualquier plataforma (Tumblr, Wordpress o Blogger, por ejemplo) sobre contenidos relacionados con la asignatura.
 - Asimismo, se valora especialmente en este capítulo la participación del alumno (en clase o, por ejemplo, en el grupo de Facebook) o la asistencia regular a clase. Cada ausencia restará 0,10 puntos a la nota final.

El alumno debe superar las dos primeras partes (teórica y práctica) para aprobar la asignatura.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

El alumno solo se examinará de las partes suspensas: en el caso de la parte teórica, debe presentarse al examen final, mientras que, en el capítulo práctico, debe entregar vía Moodle todas las prácticas suspensas o no presentadas.

Asimismo, también puede entregar las tareas previstas en el tercer apartado (otras herramientas, competencias generales).

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

BIBLIOGRAFÍA

ANDREWS, VAN LEEUWEN, y VAN BAAREN (2016): *Persuasión. 33 técnicas publicitarias de influencia psicológica*. Barcelona: Gustavo Gili.

BAINES, P. y HASLAM, A. (2005). *Tipografía: función, forma y diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.

CEREZO, J.M. (2017). *Diseñadores en la nebulosa. El diseño gráfico en la era digital*. Valencia: Campgràfic.

FERNÁNDEZ, L. y HERRERA, E. (2016). *Diseño de cubiertas de libros. Recursos de retórica visual*. Madrid: Síntesis.

FRASER, T. y BANKS, A. (2005): *Color: la guía más completa*. Barcelona: Evergreen.

GUTIÉRREZ, P.P. (2006): *Teoría y práctica de la publicidad impresa*. Valencia: Campgrafic.

JARDÍ, E. (2012): *Pensar con imágenes*. Barcelona: Gustavo Gili.

MARTÍN, J.L. y MAS, M. (2001): *Manual de tipografía*. Valencia: Campgràfic.

LUPTON, E. (ed.) (2012): *Intuición, acción, creación. Graphic design thinking*. Barcelona: Gustavo Gili.

LLOP, R. (2014): *Un sistema gráfico para la cubierta de libros. Hacia un lenguaje de parámetros*. Barcelona: Gustavo Gili.

OEJO, E. (1998). Dirección de arte. *La cara oculta de la imagen publicitaria*. Madrid: Eresma & Celeste Ediciones.

PAPANEK, V. (2014). *Diseñar para el mundo real. Economía humana y cambio social*. Barcelona: Pol·len edicions.

POYNOR, R. (2003). *No más normas. Diseño gráfico posmoderno*. Barcelona: Gustavo Gili.

SAMARA, T. (2004): *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona: Gustavo Gili.

STOKLOSSA, U. (2006): *Trucos publicitarios. Instrucciones sobre seducción visual*. Barcelona: Gustavo Gili.

VV.AA. (2014): *Just a little book about Visual Poetry*. Barcelona: Index book.

RECURSOS ELECTRÓNICOS

Cosas Visuales: <http://www.cosasvisuales.com>

Fonts in Use: <https://fontsinuse.com/>

Foroalfa: <https://foroalfa.org/>

Grafik: <https://www.grafik.net/>

It's Nice That: <http://www.itsnicethat.com>

Mindsparkle magazine: mindsparklemag.com

Monografica.org: <http://monografica.org/>

Rayitas azules: <https://www.rayitasazules.com/>

Trendlist: <http://www.trendlist.org/>

Type Cache: <http://typecache.com/>

PLATAFORMA MOODLE

Moodle es el espacio previsto para la gestión de todos los materiales del curso: apuntes y presentaciones teóricas, indicaciones de prácticas, entregas de ejercicios y otros enlaces y materiales. Es imprescindible que el alumno mantenga su información personal actualizada en esta plataforma.

FACEBOOK

Cada año, la asignatura crea un grupo de Facebook orientado a tramitar toda clase de avisos, solucionar dudas, compartir recursos de interés o mostrar los ejercicios desarrollados por los alumnos.

OTRAS HERRAMIENTAS

Además de los mencionados recursos electrónicos, se exige al alumno el uso de determinadas herramientas online vinculadas a los objetivos de la asignatura: Pinterest (para la mejora de la cultura visual), Behance (para la promoción de su trabajo en un entorno profesional), Issuu (para la difusión de su portfolio) o plataformas de *blogging* (Tumblr o Wordpress, por ejemplo).

TUTORÍAS

Existe un horario de tutorías presenciales de 4 horas semanales en el que el alumno puede recibir un apoyo individual al trabajo en la asignatura. Esta atención, no obstante, podrá recibirse de forma online, preferiblemente a través del correo electrónico o del grupo habilitado en Facebook.

Breve CV del profesor responsable

Fernando Suárez Carballo es licenciado en Periodismo por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Pontificia de Salamanca (2000) y doctor en Ciencias de la Información por esta misma Universidad (2005). Posee la acreditación de Profesor Contratado Doctor y Profesor de Universidad Privada por la ACSUCYL y la ANECA. Es profesor titular de Dirección de arte en la Facultad de Comunicación de la UPSA, en la que, desde el año 2000, imparte diferentes asignaturas vinculadas al diseño gráfico y la comunicación visual. Es autor de varios artículos científicos relacionados con estas disciplinas y desde el año 2007 edita el blog Cosas Visuales. Entre sus cargos de gestión, ha sido coordinador de la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas y Vicedecano de Alumnos de esta Facultad de Comunicación.