

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	DISEÑO Y DIRECCIÓN DE ARTE		
Identificador:	32441		
Titulación:	GRADUADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. PLAN 2014 (CA) BOE 15/10/2014		
Módulo:	TECNOLOGÍA, DISEÑO Y CULTURA VISUAL		
Tipo:	OBLIGATORIA		
Curso:	2	Periodo lectivo:	Primer Cuatrimestre
Créditos:	6	Horas totales:	150
Actividades Presenciales:	62	Trabajo Autónomo:	88
Idioma Principal:	Castellano	Idioma Secundario:	Castellano
Profesor:	RODRIGUEZ GARCIA, RITA (T)	Correo electrónico:	rrodriguez@usj.es

PRESENTACIÓN:

Abstract

Fundamentos teórico-prácticos del Diseño Gráfico y de la Dirección de Arte, aplicados a los tres paradigmas o áreas profesionales que se dan cita en la Facultad de Comunicación: Periodismo, Publicidad y RRPP y Comunicación Audiovisual. El estudio conjunto de estas dos disciplinas, Diseño Gráfico y Dirección de Arte, perfectamente fusionadas en la vertiente académica y profesional por su analogía conceptual, metodológica y práctica, requerirá en ciertos momentos -durante su impartición- particularizar en sistemáticas propias de una de estas tres áreas de la comunicación.

Partiendo de una instrucción inicial en el ámbito del Diseño Gráfico, serán revisados aquellos sumarios que abordan...

1. por un lado, la descripción y el conocimiento, tanto de esta área creativa, como de las disciplinas afines a su espacio de intervención;
2. y por otro, la metodología que contempla el estudio de técnicas tradicionales y digitales, presentes en el proceso de elaboración de modelos comunicativos, descritos en este caso como productos audiovisuales de edición y difusión tanto impresa como electrónica.

En materia de Dirección de Arte se analizarán...

1. por un lado, aquellos contenidos que determinan las funciones de dicho profesional dentro de un equipo de trabajo multidisciplinar;
2. y por otro, el conocimiento de los medios físicos, sistemáticas y estrategias de diseño a su alcance, dispuestos para la ideación, producción y posible difusión/ venta de productos comunicativos audiovisuales, de identidad periodística y/ o publicitaria.

La combinación natural de ambas áreas, del Diseño Gráfico y la Dirección de Arte, deparará el desarrollo final de proyectos instrumentados con medios digitales, identificados con las cualidades profesionales que detentan cada una de las tres ramas presentes en la Facultad de Comunicación.

Descriptores

Materia proactiva | Combinación teoría y práctica | Competencias *mass media* | Creatividad | Técnica | ...

Importante : Revisar así mismo la versión extendida de esta guía, publicada conjuntamente en la PDU de la asignatura.

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	G02	Resolución de problemas.	
	G03	Capacidad de organización y planificación.	
	G04	Uso de las tecnologías de la información.	
	G05	Trabajo en equipo.	
	G06	Habilidades interpersonales.	
	G07	Compromiso ético.	
	G09	Capacidad de aplicar conocimientos.	
	G10	Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad).	
	G11	Capacidad de investigación.	
	Competencias Específicas de la titulación	E09	Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos, con lo que poder expresar con criterio fundamentado ideas y mensajes gráficamente, tanto de manera manual, como ayudados por las herramientas informáticas disponibles para ello.
		E10	Capacidad para la creación y el manejo de recursos audiovisuales para la construcción de mensajes publicitarios y/ o de comunicación corporativa.
E12		Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al campo de la comunicación publicitaria, con especial énfasis en la creación de nuevos soportes, medios, canales y dispositivos que faciliten, principalmente, la ideación, el diseño, desarrollo, producción y difusión de estándares propagandísticos.	
E17		Capacidad para extraer del universo cultural e intelectual contemporáneo y circundante fuentes de inspiración para el desarrollo creativo de la profesión, valorando la raíz cultural –especialmente artística- que da soporte constructivo a los estándares publicitarios a través de herramientas y metodologías mediadoras en la evolución de la actividad creativa.	
E19		Ejercitar y poner en uso el pensamiento creativo ante todo tipo de situaciones y de una manera habitual, dado el cariz expresivo -sostenido por matices audiovisuales y/ o discursivos- que demanda una profesión, la publicitaria y/ o de relaciones públicas, especialmente dinámica y consolidada gracias a parámetros persuasivos que requieren el uso de habilidades creativas por parte de los agentes que participan en su actividad.	
E23		Capacidad para gestionar las propias emociones, el estrés, y las frustraciones ante las dificultades que aparezcan en el desarrollo de los proyectos y retos profesionales dentro de un segmento profesional, el propio de la publicidad y las relaciones públicas, cuya actividad demanda, por un lado, un continuo tránsito de propuestas entre profesional y cliente, y por otro, una relación directa a nivel técnico y humano dentro del heterogéneo entramado de agentes que constituyen una organización.	
E25		Capacidad para comunicarse eficaz y correctamente, y persuadir de manera responsable y asertiva, tanto de manera escrita como oral.	
Resultados de Aprendizaje	R01	Comprender el papel, las herramientas y los procesos particulares de la dirección de arte en publicidad, y también en aquellos ámbitos afines de las RR.PP.	
	R02	Llevar a cabo de manera resolutiva un sondeo y análisis crítico de piezas/ elementos gráficos comunicativos, partiendo de fórmulas creativas de diseño aplicadas al medio publicitario. De este modo, el alumno asimila fielmente el argumento visual implícito al grado informativo y/ o persuasivo idiosincrásico de los distintos recursos y géneros afines a la publicidad.	
	R03	En labores de análisis y/ o creación iconográfica digital, seleccionar y manipular, tanto la tipología de imagen, como las fuentes tipográficas idóneas, aplicables ambas a un producto de diseño propio del medio comunicativo; conociendo y administrando deductivamente diferentes criterios creativos vinculados a las metodologías clásicas que inciden en el tratamiento de la forma, el color, la composición... y aplicación de éstas al modelo comunicativo.	
	R04	Asimilar y practicar la secuencia creativa que determina la manufactura global de los modelos comunicativos publicitarios a desarrollar, materializados mediante sistemáticas y tecnología digital. Competencias, que favorecerán su desenvolvimiento para la ejecución de destrezas plásticas –estéticas- en la descripción inicial e intermedia del producto, así como una evidente visión tecnológica y habilidad en el manejo de las herramientas informáticas, específicas para su desarrollo, manufactura y difusión.	
	R05	Defender con criterio el trabajo realizado ante los requerimientos de un posible cliente, trasladándole de manera oportuna la secuencia creativa que determina la manufactura global del producto realizado.	

REQUISITOS PREVIOS:

Si bien, no son excluyentes para que el alumno desarrolle ahora un correcto aprendizaje, una aproximación o conocimiento de las siguientes premisas de dominio general ayudará a potenciar el

grado didáctico adoptado en la asignatura Diseño y Dirección de Arte.

1. Instrucción teórico-práctica en procedimientos computacionales genéricos: hardware (manejo de dispositivos de entrada y salida de datos,...) y software (sistemas operativos, programas informáticos para autoedición, ofimática, manipulación de archivos digitales,...).
2. Conocimiento/ manejo de herramientas TIC, *mass media* y gestión de actividades de desarrollo proyectual y/ o cultural en dichos entornos: Internet (*browser, e.mail, web-site,...*), publicaciones impresas (lectura reiterada de diarios, actividades de redacción/ diseño de modelos periodísticos, publicitarios...), etc.
3. Enfoque práctico y analítico sobre comunicación escrita y oral.
4. Prácticas en métodos de diseño global... en particular, aquellos encuadrados dentro del ámbito gráfico comunicativo.
5. Aproximación a conceptos y materias generales vinculadas al medio de conocimiento *cibercultural*.

A nivel académico, acceder en el curso 2018-19 a la matriculación y los consiguientes derechos formativos propios de esta asignatura no requiere haber superado anteriormente otras materias de cierre compuestas por similar cabida programática.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Contenidos de la materia:

1 - El Diseño Gráfico y la variante comunicativa
1.1 - Definición
1.2 - Conceptos y criterios asociados
1.3 - Objetivos
1.4 - Áreas profesionales de inserción del método de Diseño Gráfico
2 - Dirección de Arte en Comunicación
2.1 - ¿Qué es la Dirección de Arte?
2.2 - Director de Arte: funciones, objetivos y aptitudes
3 - Diseño y Dirección de Arte: disciplinas asociadas
3.1 - Tipografía. Historiografía, tipologías y sistemáticas de diseño
3.2 - La ilustración como disciplina comunicativa
3.3 - La fotografía en el espacio editorial y publicitario
4 - Diseño y Dirección de Arte en Periodismo
4.1 - Revisión de estándares periodísticos nacionales e internacionales
4.2 - Medios impresos: E I País. Revista TIME
4.3 - Medios digitales: The New York Times. USA Today
5 - Diseño y Dirección de Arte en Publicidad
5.1 - Designing Obama. Campaña Presidenciales 2008
5.2 - Masterclass: Dirección de Arte en Anuncios, SpotAndMusic
6 - Diseño y Dirección de Arte en Comunicación Audiovisual
6.1 - Stanley Kubrick y el Diseño
6.2 - Masterclass: Dirección de Arte en videoclips musicales
7 - Proyectos gráficos comunicativos en formato digital
7.1 - Análisis y empleo de software gráfico en la actividad comunicativa
7.2 - Ideación y desarrollo de proyectos gráficos en áreas y géneros comunicativos
8 - TRAMO EVALUATIVO DE CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS.
9 - REVISIÓN DE CONTENIDOS.

La planificación de la asignatura podrá verse modificada por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico, etc.) y por tanto no deberá considerarse como definitiva y cerrada.

METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

El despliegue didáctico de la asignatura comprende la puesta en marcha y consiguiente consecución de una serie de premisas radicadas en la actuación que ha de fomentar la interacción diaria entre docente y alumno, de cara a optimizar la secuencia de estudio analítica y experimental propia del campo del Diseño Gráfico y de la Dirección de Arte aplicados al medio comunicativo. Premisas, consignadas en las metodologías propuestas en los siguientes apartados.

1. Sesiones teórico-prácticas

Complementadas teoría y práctica en un mismo periodo lectivo, o desarrolladas por separado, según temporización de la asignatura.

Tanto el bloque teórico como el práctico se llevan a cabo en el espacio propio del aula. El alumno dispone de ordenador de uso personal para desarrollar actividades de estudio y realización de ejercicios teórico-prácticos de impronta gráfica digital, así como de otros instrumentos de identidad plástica/ técnica de orden clásico necesarios para ejecutar ejercicios que requieran un trazado gráfico tradicional. Asimismo, estará disponible durante un periodo concreto el aula de informática de la Facultad de Comunicación, con el fin de aprovechar los recursos audiovisuales (ordenador de sobremesa y software) dispuestos por el Centro.

El principal método de transferencia instructiva sobre el contenido de la asignatura, a desplegar por el docente, seguirá rutinas de exposición oral. Esta fórmula educativa, por un lado, dinamiza el ritmo de la clase promoviendo un provechoso debate entre los presentes, y por otro, mantiene una continua secuencia comunicativa que favorece la toma de datos por parte del alumno.

Dicho procedimiento se complementa con la entrega de esquemas teóricos y propuestas de ejercicios prácticos, preparados por el propio docente. Esta transmisión de documentos por parte del docente al alumno se lleva a cabo mediante soporte impreso y/ o archivo digital insertado en PDU de la asignatura.

Dada la cualidad digital que determina la idiosincrasia de las materias analizadas, sintetizada en el tratamiento iconográfico y tipográfico de recursos comunicativos ajustados a productos de identidad editorial impresa y/ o de emisión electrónica, será habitual la proyección de propuestas gráficas de diversa categoría y autoría en dispositivos electrónicos tales como monitor de computadora, pantalla TV, cañón multimedia, etc.

Al margen de la exposición pedagógica del docente, se contempla una metodología educativa durante el transcurso de la clase enfocada a la continua participación del alumno. La instrucción en la disciplina de Diseño Gráfico y la Dirección de Arte entraña un gran dinamismo participativo, un permanente *feedback*, derivado de la revisión de materias y modelos visuales con una idiosincrasia tangible (material) y abstracta (concepto y alcances gráficos) desplegada en el entorno cotidiano que le rodea, ya sea expresada en forma de herramientas utilizadas para labores profesionales, en útiles meramente existenciales o en los que persiguen una exclusiva finalidad estética. De ahí que el alumno enjuicie tanto intuitiva como analíticamente aquellas particularidades que afectan a su propio ámbito social.

2. Sesiones de tutoría

a. Tutorías presenciales

Reuniones profesor-alumno para consulta de dudas y ampliación de conocimientos relativos, tanto a las materias impartidas durante ese periodo lectivo, como a la tutela de otras disciplinas del amplio espectro que cubre el Diseño Gráfico y la Dirección de Arte de posible aplicación al medio comunicativo.

b. Tutorías virtuales

Con similar carácter informativo-instructivo al anteriormente planteado pero ocupando los canales

internos de la red (circunstancia que condiciona su efectividad), la intranet de Universidad San Jorge se convierte igualmente en vehículo para emitir cualquier tipo de consulta y/ o ampliación de contenidos sobre la asignatura en cuestión.

Temporización continua, sujeta a la lógica que impone el uso del medio digital como herramienta de transmisión informativa, sin obviar –por indolencia- la productiva posibilidad de la tutoría presencial como procedimiento más apto para esta gestión.

3. Metodologías de enseñanza-aprendizaje propias del método estipulado para Diseño Gráfico y Dirección de Arte

El Diseño y la Dirección de Arte actuales se surten de una serie ilimitada de recursos descriptivos procedentes de otras fuentes del conocimiento como puedan ser la propia ciencia, el cine, la arquitectura, etc., siendo recomendable que el alumno establezca similitudes entre los procedimientos y técnicas de desarrollo establecidas en estas disciplinas y las propias del Diseño Gráfico y la Dirección de Arte. No en vano, la labor intelectual del profesional de diseño en el ámbito comunicativo, le exigirá plantearse intervenciones proyectuales en campos de diverso calado: desde la composición de textos e imágenes para difundir un artículo de corte científico, hasta la diagramación de un documento de género literario. El término “multidisciplinar” cobra aquí una gran relevancia.

El patrimonio documental e instrumental del Diseño y la Dirección de Arte es amplio y variado: su conocimiento es el verdadero método de aprendizaje del alumno en la concepción de su propia obra. Sobra mencionar la importancia de las técnicas digitales de identidad computacional en la manufactura del modelo de diseño gráfico adaptado al producto informativo. En este sentido, el alumno deberá elegir y manejar con suficiente soltura el software más conveniente y –en su caso heterogéneo dentro de las fases que establecen la secuencia creativa: desde un procesador de textos o una hoja de cálculo, hasta un programa de maquetación profesional de documentos impresos, pasando por aplicaciones *paint* de retoque gráfico digital.

Por otra parte, entendemos como altamente recomendable, por instructivo de cara a elevar su grado de aprendizaje y conocimiento del medio tratado, que el alumno sondee habitualmente los canales informativos a su alcance, tanto de divulgación impresa como electrónica, recogiendo documentos que le sirvan para generar una base de datos propia surtida de ejemplos representativos sobre la materia.

Trascendental, en cualquier caso y situación, el orden. Cuando hacemos acopio de gran cantidad de información de la más diversa procedencia y tipología, compendiada en archivos informáticos a guardar en nuestro ordenador, es imprescindible tenerla perfectamente organizada para acceder a ella sin rodeos ni pérdidas de tiempo innecesarias.

4. Herramientas para desarrollo de actividades prácticas: software

Nos serviremos del software idóneo que cubra con solvencia la producción de labores creativas en intervenciones de Diseño y Dirección de Arte relacionadas con la manufactura de obras de identidad comunicativa. En este caso, un software propio de la graficación digital, como es Adobe Photoshop.

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Clase magistral	22
	Casos prácticos	25
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	2
	Proyección de películas, documentales etc.	4
	Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	2
	Preparación y realización Prueba teórica final	4
	Revisión final de Prueba teórica y ejercicios	2
	Exposición programa GDO	1
Trabajo Autónomo	Asistencia a tutorías	7
	Estudio individual	24
	Preparación de trabajos individuales	27

Preparación de trabajos en equipo	9
Tareas de investigación y búsqueda de información	10
Lecturas obligatorias	7
Lectura libre	2
Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	2
Horas totales:	150

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Pruebas escritas:	10 %
Trabajos individuales:	55 %
Trabajos en equipo:	10 %
Prueba final:	25 %
TOTAL	100 %

*Las observaciones específicas sobre el sistema de evaluación serán comunicadas por escrito a los alumnos al inicio de la materia.

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía básica:

MAGAL, T.; DE FEZ, B.; GONZÁLEZ, J. Diseño Gráfico Editorial. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, 2007.

MAHON, N. Dirección de Arte. Publicidad. Barcelona: Gustavo Gili, 2010.

TENA, D. Diseño Gráfico y comunicación. Madrid: Pearson, 2005.

Bibliografía recomendada:

ANGELETTI, N.; OLIVA, A. Revistas que hacen e hicieron historia. Barcelona: Sol 90 media, 2002.

CANGA, J. El diseño periodístico en prensa diaria. Barcelona: Bosch, 1994.

CASES I ASSOCIATS. Diseño de información. Proyectos 2003/ 2004. Barcelona, 2004.

CASES I ASSOCIATS. Diseño de la noticia. Barcelona: Index Book, 2008.

CEBRIÁN, M. Información multimedia. Madrid: Pearson, 2005.

GARCÍA, J. Tecnología de la comunicación e información escrita. Madrid: Síntesis, 2003.

GONZÁLEZ, L.; PÉREZ, P. 30 años de diseño periodístico en España (1976-2006). Madrid: Zona Impresa S.L., 2007.

HOCHULI, J.; KINCROSS, R. El Diseño de Libros. Madrid: Edit. Campgrafic, 2005.

MIJKSENSAAR, P. Una introducción al diseño de la información. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.

MILLER, J.; LUPTON, E. El ABC de la Bauhaus y la teoría del diseño. México: Gustavo Gili, 1994.

PISCITELLI, A. Internet, la imprenta del siglo XXI. Barcelona: Gedisa, 2005.

SATUÉ, E. Arte en la tipografía y tipografía en el arte. Madrid: Siruela, 2007.

VILCHES, F. Historia gráfica de la prensa diaria española. Madrid: RBA, 2011.

ZORRILLA, J. Introducción al diseño periodístico. Pamplona: Eunsa. Edit. Universidad de Navarra, S.A. 1997.

BAINES, P.; HASSLAM, A. Tipografía: función, forma y diseño. Barcelona: Gustavo Gili, 2005.

BAYLEY, S. Guía Conran del diseño. Madrid: Alianza Forma, 1992

BURTENSHAW, K.; MAHON, N.; BARFOOT, C. Principios de Publicidad. El proceso creativo: agencias, campañas, medios, ideas y dirección de arte. Barcelona: Gustavo Gili, 2007.

DONDIS, D. Sintaxis de la imagen. México: Gustavo Gili, 1992.

MARTÍN, J. Manual de Tipografía. Del plomo a la era digital. Valencia: Campgrafic, 2001.

MONO, A. Identidad corporativa. Del brief a la solución final. Barcelona: Gustavo Gili, 2002.

RIZZO, M. Manual de dirección artística cinematográfica. Barcelona: Omega, 2006.

SEDDON, T.; HERRIOTT, L. Dirección de Arte. Proyectos impresos. Barcelona: Gustavo Gili, 2010.

SWAN, A. Bases del diseño gráfico. Barcelona: Gustavo Gili, 2006.

ZAVALA, H. El diseño en el cine: proyectos de dirección artística. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2008.

ZAPPATERRA, Y. Diseño editorial: periódicos y revistas. Barcelona: Gustavo Gili, 2008

WONG, W. Diseño Gráfico Digital. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.

Páginas web recomendadas:

ADG	http://www.adg-fad.org/laus
Agencia BBDO	https://www.bbdo.com/
Agencia CPB	http://www.cpbgroup.com/
Agencia Droga5	http://droga5.com/
Agencia IDE O	http://www.ideo.com/
Agencia Jones Knowles Ritchie	http://www.jkr.co.uk/2011/12/
Agencia JWT	https://www.jwt.com/
Agencia Leo Burnett	http://leoburnett.com/
Agencia McCann	http://mccann.com/
Agencia Ogilvy	http://www.ogilvy.com/
Agencia Razorfish	http://www.razorfish.com/
Agencia Saatchi	http://saatchi.com/en-us/
Agencia TBWA	http://tbwa.com/
Agencia Wieden Kennedy	http://www.wk.com/
areadesigners.com	http://areadesigners.com/sobre-tipografia.htm
Barcelona Centre de Disseny	http://www.bcd.es
Blog Artes Visuales	http://www.newsartesvisuales.com/editor/edit01.htm
Book Design online	http://www.bookdesignonline.com/sp/disenio-de-editorial.htm
British Design and Art Direction (DAD)	https://www.dandad.org/
Cuatro Tipos	http://cuatrotipos.wordpress.com/
Design Museum	http://www.designmuseum.org
FAD	http://fad.cat/awards/view/20/lang:spa
Festival Cannes Lions	http://www.canneslions.com/
Festival El Sol	http://elsolfestival.com/
Fonts by Hoefler	http://www.typography.com/
Fonts.com	http://www.fonts.com/
García Media Latinoamérica	http://garciamedia.com/portfolio/online/
George Lois	http://www.georgelois.com/ad_campaigns.html
Google Doodles	http://www.google.com/doodles
Identifont	http://www.identifont.com/
Modern Dog Design Co.	http://moderndog.com/MD-16/books/
Premios CLIO	http://www.clioawards.com/
Premios LAUS	http://www.laus.cat/
SND	http://www.snd-e.com/
The Art Directors Club	http://adcglobal.org/
The One Club	https://www.oneclub.org/
Unos Tipos Duros. Tipografía	http://www.unostiposduros.com/index.html
Visualmente	http://visualmente.blogspot.com.es/
Young Rubicam	http://yr.com/