

**Creativitat Gràfica**

Codi: 103147  
Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OT	4	0

**Professor de contacte**

Nom: Maria Leonor Balbuena Palacios  
Correu electrònic: Leonor.Balbuena@uab.cat

**Utilització d'idiomes a l'assignatura**

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)  
Grup íntegre en anglès: No  
Grup íntegre en català: Sí  
Grup íntegre en espanyol: Sí

**Prerequisits**

**ERASMUS Y MOBILIDAD**

ALUMNOS ERASMUS Y MOBILIDAD INTERESADOS EN [ESTA](#) ASIGNATURA, POR LA ESPECIAL METODOLOGIA Y LA LIMITACIÓN DE ESPACIOS DE LABORATORIO, QUE PUEDE LIMITAR EL CUPO DE MATRICULA CON LISTA DE ESPERA, ES IMPRESCINDIBLE CONCERTAR ENTREVISTA A PRINCIPIOS DE SEPTIEMBRE, O EN TODO CASO SIEMPRE ANTES DEL INICIO DE LAS CLASES, CON LA PROFESORA Leonor Balbuena al email: Leonor.Balbuena@uab.cat NO SE ATENDERÁ CON POSTERIORIDAD

**Objectius**

La **CREATIVITAT GRÀFICA** és la capacitat de trobar solucions creatives als problemes que planteja la comunicació a través de productes gràfics. Per això, la imatge és fonament per al desenvolupament de propostes de comunicació creatives i d'impacte visual.

CREATIVITAT GRÀFICA té com a objectiu aplicar la imatge, des de la fotografia, a un projecte gràfic publicitari. L'assignatura aborda el procés de la realització de peces gràfiques i visuals de caràcter publicitari des de la conceptualització, fins a l'art final.

Principals objectius formatius: Coneixements bàsics de tecnologia i llenguatge visual. Procés de producció i creació fotogràfica dins de l'àmbit publicitari. Revelat digital i retoc bàsic aplicat al seu ús publicitari. Activitats sobre il·luminació artificial aplicada a produir imatges publicitàries. Anàlisi i ús de la imatge. Creació i realització de missatges gràfics publicitaris creatius.

**Competències**

- Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.
- Aplicar les tècniques creatives de la redacció d'anuncis.
- Demostrar que coneix les característiques narratives i expressives d'un missatge publicitari creatiu.
- Demostrar que coneix les teories de la composició fotogràfica.
- Demostrar que coneix l'estructura i les funcions del context tecnològic que intervé en el procés de la comunicació publicitària.
- Gestionar creativament la comunicació persuasiva.

- Utilitzar les diferents teories i tècniques de composició gràfica de textos.

## Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar els principis estratègics que determinen una campanya a l'elaboració del briefing creatiu.
2. Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.
3. Classificar les teories estètiques i tècniques que intervenen en el disseny gràfic i la direcció d'art en publicitat.
4. Distingir els principis fonamentals de la relació dialèctica entre repetibilitat i originalitat-innovació.
5. Elaborar idees creatives de venda.
6. Identificar els aspectes més significatius de la tradició fotogràfica publicitària.
7. Identificar els principis fonamentals de la notorietat i la diferència significativa.
8. Utilitzar els instruments tecnològics de la composició i l'edició de missatges gràfics.
9. Utilitzar les tècniques d'enquadrament, exposició i edició de la imatge fotogràfica.

## Continguts

ANTECEDENTES DEL LENGUAJE FOTOGRÁFICO I EL FOTÒGRAF EN L'ACTUALITAT.

LA CÁMARA. La formació de la imatge. Operacions bàsiques. Sensibilitat. Objectius. Obturador. Diafragma. Control d'exposició. Balanç de blancs. Enfoc.

DIAFRAGMA I OBTURADOR. Quantitat de llum. Números f. Temps d'exposició. Velocitats. | CONTROL D'EXPOSICIÓ. Fotòmetre. Valor d'exposició. Manual. Subexposició. Sobreexposició. | PROFUNDITAT DE CAMP. Control. Diafragma. Distància focal. Obturació i moviment.

OBJECTIUS. Objectius. Distància focal. Formats. Lluminositat. Angles. PC. Perspectiva. Normal. Angular. Teleobjectiu. Ull de peix. Zoom.

LA COMPOSICIÓ. Enquadrament. Format. Angulació. Horitzó. Mirada. Tercis. Motiu. Línies. Perspectiva. Simetria. Ombres. Ritme.

EL COLOR. Sensació. Característiques. Primaris. Secundaris. Càlids. Freds. Color y emoción.

CONCEPTES DIGITALS. Analògic. Digital. Píxel. Resolució. Dimensions. Formats sensei amb compressió. Histograma. B/N. Capes. Retoc. Màscara. Muntatge per capes. El negatiu digital: revelado RAW

IL·LUMINACIÓ. Propietats de la llum. Llum natural i artificial. Disposició de llums. Esquemes. Fotòmetre. Medició de l'exposició. Retrat. .Bodegó

LA IMATGE SIMBÒLICA. Representació simbòlica de la imatge en la creació de missatges publicitaris. | ANÀLISI DE LA IMATGE. Característiques bàsiques. Denotació i Connotació.

LA IMATGE I LA SEVA FUNCIÓ PUBLICITÀRIA. Ús de la imatge.

DISSENYO GRÀFIC i MISSATGE PUBLICITARI. Principis bàsics de composició. Desenvolupament de peces gràfiques com a part d'un pla estratègic de comunicació.

TRACTAMENT DE LA IMATGE PER A la PRODUCCIÓ DE PECES GRÀFIQUES PUBLICITÀRIES.

## Metodologia

La proposta activa d'un **PROJECTE** publicitari que integri diferents peces publicitàries.

El projecte consisteix en la creació d'un **QUADERN** d'Agència amb la exhibició d'alguns dels seus treballs amb un format digital (pàgina web).

El grup de treball formarà una **AGÈNCIA**.

El Projecte QUADERN serà realitzat pels integrants de l'Agència.

La dinàmica serà de treball actiu, principalment de plató fotogràfic, o extern segons les peces a realitzar, i de disseny gràfic fins a completar l'art final.

**PROJECTE:**La metodologia segueix el concepte d'**Aprenentatge Actiu**. Mitjançant l'orientació de l'equip docent i la planificació inicial de les sessions presencials, a través dels mòduls integrats de teoria i pràctica de la presa d'imatge i de l'edició final, cada equip té l'encàrrec de desenvolupar una activitat final (**PROJECTE: QUADERN D'AGÈNCIA**), en el qual l'alumne tindrà també responsabilitats individuals. L'Aprenentatge Actiu també inclou materials virtuals i activitats que ajudin a complementar el procés, com poden ser les fitxes didàctiques, materials de lectura i anàlisi.

**TUTORIA:**La tutoria permanent dels professors en la unitat de producció fotogràfica en les diferents fases de producció, el recolzament dels tècnics de laboratori, i la consulta de materials virtuals i bibliogràfics conduirà a l'alumne de manera gradual als seus objectius.

## Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
<b>Tipus: Dirigides</b>			
EDICIÓ DIGITAL	15	0,6	8, 9
IL·UMINACIÓ ARTIFICIAL, RETRAT I BODEGÓ	15	0,6	1, 2, 4, 5, 7
LA CÀMERA FOTOGRÀFICA	15	0,6	3, 6, 8, 9
<b>Tipus: Supervisades</b>			
CREACIÓ DEL QUADERN	50	2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
<b>Tipus: Autònomes</b>			
PROCÉS DE PRODUCCIÓ	52	2,08	2, 6, 8, 9

## Avaluació

LA NOTA FINAL ESTARÀ FORMADA PER LES DIFERENTS ACTIVITATS DE L'ALUMNE EN EQUIP O INDIVIDUAL. CADA ACTIVITAT TINDRÀ UN VALOR EN ELS BAREMS. LES ACTIVITATS AVALUADES SERAN:

- 1- QÜESTIONARI TEMÀTIC - 3 PUNTS
- 2- CONTINGUTS DEL QUADERN - 7PUNTS (diferents encàrrecs)

L'equip docent pot variar els barems d'avaluació.

## Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
CREACIÓ DEL QUADERN	70%	0	0	1, 2, 3, 4, 6, 8, 9
QÜESTIONARI	30 %	3	0,12	2, 5, 7

## **Bibliografía**

BERSTROM, Bo. Técnicas esenciales de comunicación visual.

COSTA, Joan. Diseña para los ojos. España, 2007.

CHAVES, Norberto. El diseño invisible. Barcelona, 2005.

FONTCUBERTA, Joan. Fotografía: conceptos y procedimientos. Una propuesta metodológica. GG. Barcelona, 1990.

FREEMAN, Michael. Guía completa de fotografía digital. Naturart. Barcelona, 2006.

GILMORE, Steven. Creatividad Fotográfica: proyectos reales de manipulación fotográfica. Barcelona, 2000.

HEDGECOE, John. Nuevo manual de fotografía. Omega. Barcelona, 2004.

LANGFORD, Michael. Tratado de fotografía. Omega. 7ª edición. Barcelona, 2000.

MARTIN SAN ROMAN, Juan Ramón. Comunicación visual. Madrid, 2010.

MARSHALL, Hugh. Diseño fotográfico: cómo preparar y dirigir fotografías para el diseño gráfico. Barcelona, 1993.

MELLADO, José María. Fotografía digital de alta calidad. Ediciones Actual. Barcelona, 2007.

NEWHALL, Beaumont. Historia de la fotografía. Desde sus orígenes hasta nuestros días. GG. Barcelona, 1983.