

Creativitat Gràfica

Codi: 103147
Crèdits: 6

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

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a 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 I MOBILITAT

ALUMNES ERASMUS I MOBILITAT INTERESSATS EN AQUESTA ASSIGNATURA, LA METODOLOGIA I LA LIMITACIÓ D'ESPACI DE LABORATORI, POT LIMITAR EL CONTINGENT DE MATRICULA AMB LLISTA D'ESPERA, ÉS IMPRESCINDIBLE CONCERTAR UNA ENTREVISTA A PRINCIPIS DE SETEMBRE, O EN TOT CAS SEMPRE ABANS DE L'INICI DE LES CLASSES, AMB LA PROFESSORA LEONOR BALBUENA A L'EMAIL: Leonor.Balbuena@uab.cat

NO ES ATENDRÀ DESPRÉS

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. Anàlisis 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 l'estructura i les funcions del context tecnològic que intervé en el procés de la comunicació publicitària.
- Demostrar que coneix les característiques narratives i expressives d'un missatge publicitari creatiu.
- Demostrar que coneix les teories de la composició fotogràfica.
- 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. Donar respostes creatives als problemes de comunicació de l'anunciant, tenint en compte les limitacions pressupostàries que condicionen una campanya.
6. Elaborar idees creatives de venda.
7. Identificar els aspectes més significatius de la tradició fotogràfica publicitària.
8. Identificar els principis fonamentals de la notorietat i la diferència significativa.
9. Utilitzar els instruments tecnològics de la composició i l'edició de missatges gràfics.
10. Utilitzar les tècniques d'enquadrament, exposició i edició de la imatge fotogràfica.

Continguts

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

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

EL COLOR. Sensació. Característiques. Color i emoció.

CONCEPTES DIGITALS. Analògic. Digital. Píxel. Resolució. Dimensions. Formats amb compressió. Histograma. B/N. Capes. Retoc. Màscars. 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 FUNCIO 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 PORTAFOLI 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 PORTAFOLI 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: PORTAFOLI 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.

PROJECTE INDIVIDUAL: L'estudiant tindrà la possibilitat de realitzar un projecte gràfic individual, que pot ser de tipus: publicitari, editorial o conceptual.

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
Tipus: Dirigides			
EDICIÓ DIGITAL - DISSENY GRÀFIC	30	1,2	2, 5, 6, 8, 9, 10
IL·LUMINACIÓ ARTIFICIAL, RETRAT I BODEGÓ	15	0,6	1, 2, 4, 6, 8
Tipus: Supervisades			
CREACIÓ DE PORTAFOLI	53	2,12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
Tipus: Autònomes			
PROCÉS DE PRODUCCIÓ I CREATIVITAT GRÀFICA	52	2,08	2, 7, 9, 10

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- CAMARA DIGITAL/ IL·LUMINACIÓ (GRUP) - 15%
- 2- CREACIÓ DEL PORTAFOLI (GRUP) - 40%
- 3- MEMÒRIA DIGITAL PORTAFOLI (GRUP) 10%
- 4- PROJECTE INDIVIDUAL - 35%

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

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
CREACIÓ DEL PORTAFOLI	40%	0	0	1, 2, 3, 4, 7, 9, 10

CÀMERA DIGITAL/ IL.LUMINACIÓ	15%	0	0	1, 3, 7, 8, 9, 10
MEMÒRIA DIGITAL PORTAFOLI	10 %	0	0	2, 6, 8
PROJECTE INDIVIDUAL	35%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10

Bibliografia

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.