

Estudios Superiores de Diseño

Guía docente de la asignatura: DIRECCIÓN DE ARTE

1.Datos de la asignatura	
Tipo de materia:	Optativa
Materia a la que pertenece:	TODAS LAS ESPECIALIDADES
ECTS:	3
Curso:	3º y 4º
Anual/semestral:	Semestral
Horas de docencia (cómputo anual):	1 horas semanales / 84 de volumen de trabajo
Otras asignaturas de la misma materia:	
Departamento:	Proyectos
Profesores:	Diseño gráfico

2. Introducción a la asignatura

La asignatura optativa de Dirección de Arte, se imparte en 3º y 4º curso de los Estudios Superiores de Diseño, en las cuatro especialidades (Producto, Moda, Interiores y Gráfico). En ella el alumnado adquiere una amplia visión de la función de diferentes capacidades del diseño en la comunicación gráfica y audiovisual, facilitando un análisis pormenorizado de los procesos y la gestión de esos procesos en la comunicación de un proyecto de diseño complejo.

El ejercicio profesional de la dirección de arte abarca un amplio espectro de funciones y de campos en los que se desarrolla su actividad, desde la coordinación y dirección de equipos a la ejecución de los procesos, desde la creatividad y su aplicación práctica, así como la elaboración visual de los mensajes hasta los procesos que desembocan en el resultado final.

La amplitud del campo de acción que abarca dirección de arte, comprende la relación directa con diferentes asignaturas, tales como proyectos, ilustración, fotografía, tipografía, planificación de medios, tipografía, estilismo, técnicas de expresión gráfica; y en general con todas las asignaturas que ayudan al alumno a fundamentar su criterio en el análisis icónico, sus habilidades de ejecución o su conocimiento de los procesos.

Para el curso 2022/23, esta guía contemplará medidas excepcionales frente a la Covid-19, con el fin de asegurar que la actividad educativa pueda desarrollarse con la mayor normalidad posible. Para ello se definirán las actuaciones en 3 posibles escenarios: presencial, semipresencial y telemático, a los que se pasará en función de la situación sanitaria.

Las secciones de esta Guía Docente se refieren a:

- **Competencias (Apdo.3)**
- **Contenidos (Apdo.4)**
- **Metodología (Apdo.5)**
- **Volumen de trabajo (Apdo.6)**
- **Evaluación (Apdo.7)**
- **Bibliografía y Recursos online (Apdo.8)**

3. Asignación de competencias

Competencias Generales

CG1 Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.

CG7 Organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a equipos multidisciplinares.

CG15 Conocer procesos y materiales y coordinar la propia intervención con otros profesionales, según las secuencias y grados de compatibilidad.

Competencias Específicas

CEG2 Dominar los recursos formales de la expresión y la comunicación visual.

CEG4 Dominar los procedimientos de creación de códigos comunicativos.

Competencias Transversales

CT1 Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.

CT6 Realizar autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal.

CT8 Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.

CT13 Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional.

CT15 Trabajar de forma autónoma y valorar la importancia de la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional.

4. Contenidos

Contenidos BORM

Estrategia y criterios de decisión, innovación y calidad. El trabajo en equipo. Elaboración de proyectos interdisciplinares integrados. Creación de mensajes visuales a través de la interrelación de distintas disciplinas visuales: Fotografía, ilustración, tipografía, realizadores, estilistas, etc. Coordinación de equipos integrados por profesionales de diferentes disciplinas.

Bloques de contenidos:

1.- La dirección de arte en la comunicación visual. Características

2.- El proyecto y la dirección de arte

3.- El equipo creativo. Colaboradores y proveedores para el proyecto

Temporalización de contenidos

FEBRERO/MARZO

1.- La dirección de arte en la comunicación visual. Características

ABRIL/MAYO

2.- El proyecto y la dirección de arte

MAYO/JUNIO

3.- El equipo creativo. Colaboradores y proveedores para el proyecto

5. Metodología

Escenario 1: presencial

Formación continua. Prácticas y Desarrollos. Autonomía. Aprendizaje en grupo

La metodología será dinámica, flexible, participativa y no excluyente atendiendo a la diversidad.

Se agrupa en dos grandes categorías: actividades de carácter presencial y actividades de trabajo autónomo.

Actividades de carácter presencial: se distribuyen en clases presenciales, seminarios, trabajos en grupo, clases

prácticas, de laboratorio, de tutoría, de evaluación y otros.

Actividades e instrumentos de enseñanza/aprendizaje

Formalmente podemos dividir las actividades en dos categorías: actividades presenciales y de trabajo autónomo.

Las actividades presenciales comprenden la exposición de los contenidos de los temas; foros de discusión sobre proyectos, prácticas individuales y análisis de casos.

Actividades de trabajo autónomo: consiste en la realización de trabajos y estudios teóricos y prácticos, actividades complementarias, trabajos en red y otros.

Información al alumno

La asignatura tiene un curso virtual en la Plataforma Plumier XXI en la que están disponibles las presentaciones teóricas, la guía docente, las propuestas de ejercicios prácticos e información complementaria de la asignatura. A través de dicha plataforma el alumno puede presentar los trabajos online.

Escenario 2: semipresencial

En el escenario semipresencial, la metodología será similar al escenario 1 pero con las siguientes especificaciones: la mitad del grupo asiste al aula alternando las semanas; mientras, la otra mitad trabajará a distancia desde el domicilio. De esta manera el alumnado que no tenga las sesiones asistenciales una semana, recibirá directrices de trabajo para hacerlo a distancia. Algunos contenidos serán repetidos cada semana y otros contenidos se trabajarán de forma autónoma con el apoyo de la información disponible en la Plataforma digital de la asignatura, para posteriormente hacer un análisis y puesta en común en el aula.

Se establece una metodología docente de enseñanza multimodal (síncrona y asíncrona).

La docencia síncrona (simultáneamente presencial y en línea) se realizará a través de la plataforma de videoconferencias Google Meet , contenidos serán impartidos en streaming (se facilitará previamente un único enlace recurrente a través del Aula Virtual) para las siguientes actividades:

- Clases teóricas en las que el profesor explicará los contenidos y mostrará ejemplos.
- Presentaciones de trabajos.
- Correcciones públicas de trabajos.

Las actividades para la docencia asíncrona (en semanas alternas) quedarán planificadas en el Aula Virtual con suficiente antelación para posteriormente hacer un análisis y puesta en común en el aula.. A través del servicio de mensajería del Aula Virtual se realizarán tutorías de los trabajos desarrollados.

Escenario 3: telemático

En el escenario telemático, la metodología será similar al escenario 1 pero con las siguientes especificaciones:

Todo el alumnado se encuentra en su domicilio y la comunicación con el grupo, las clases teóricas, los debates, las tutorías en grupo e individualizadas se hacen por videoconferencia, no siendo este el único canal de comunicación y tutorización, pudiendo utilizar la Plataformas digital de la asignatura.

Las entregas y el acceso a la información referente a la asignatura será a través de la Plataforma digital de ésta.

Información al alumnado

El alumno será informado en el aula y a través de la Plataforma digital siempre que el escenario sea presencial o semipresencial. En el caso de pasar a un escenario telemático, la información y comunicación será a través de la Plataforma virtual y en las sesiones por videoconferencia.

6. Volumen de trabajo

(3 ECTS x 28 horas) / 16 semanas = 84 horas de trabajo semanal de asignatura anual.

Tiempo de realización de trabajo presencial 20 sem x 2 h= 40 horas	Temporalización de contenidos 2 horas	Tiempo de realización de trabajo autónomo 44 horas
Contenido/bloque de contenido		
<p>10 horas</p>	<p>Contenido/ bloque de contenido I. La dirección de arte en la comunicación visual. características.</p> <p>A.- Definición y recursos: ¿Qué es dirección de arte? ¿Qué es diseño? ¿Qué es publicidad?</p> <p>B.- Retórica: Aplicación de la retórica al discurso visual</p> <p>C.- Lenguaje y comunicación visual: Del lenguaje al mensaje. Imagen visual y lenguaje verbal (copy)</p> <p>D.- Análisis de campañas</p>	<p>10 horas</p>
<p>20 horas</p>	<p>Contenido/ bloque de contenido II. El proyecto y la dirección de arte.</p> <p>A.- Gestión del proyecto: Consideraciones sobre la planificación y los procesos.</p> <p>B.- El briefing: Qué y Cómo</p> <p>C.- Aplicaciones prácticas</p>	<p>25 horas</p>
<p>10 horas</p>	<p>Contenido/ bloque de contenido III. El equipo creativo. Colaboraciones y proveedores para el proyecto.</p> <p>A.- Introducción a la creatividad. Trabajar con el equipo creativo. Aspectos básicos</p> <p>B.- Métodos y técnicas creativas: Aplicaciones prácticas</p> <p>C.- Trabajar con fotógrafos, ilustradores, impresores, editores, realizadores, estilistas, etc.</p>	<p>9 horas</p>

6.1 Actividades

Actividades de trabajo presencial	HORAS
Asistencia a clases teóricas	12
Asistencia a clases prácticas, proyectos, exposiciones de trabajos, etc	16
Asistencia a tutorías en el aula (horario de clase)	12
Realización de exámenes	0
Total actividades presenciales	40
Actividades de trabajo autónomo	
Preparación de trabajos o proyectos	10
Realización autónoma de proyectos y trabajos	24
Asistencia a exposiciones o representaciones	0
Recopilación de documentación para trabajos	10
Preparación de exámenes	0
Total actividades de trabajo autónomo	44

En cualquiera de los tres escenarios, el volumen de trabajo no se altera, puesto que el “tiempo de realización de trabajo presencial” se refiere al trabajo realizado por el alumno bajo la tutorización directa del profesor. En este sentido, en el escenario 2 (semi-presencial) con una metodología docente síncrona el trabajo será simétrico (aula y en línea), mientras que una metodología docente asíncrona el trabajo queda planificado previamente a través de Aula virtual/Classroom y reforzado con tutorías.

El profesor facilitará la retroalimentación con el alumno a través del Aula virtual, el mail y un enlace para la conexión en streaming de todas las sesiones a través de la plataforma google meet, para resolver dudas, consultas de los alumnos de forma semipresencial.

7. Evaluación

Los procedimientos, instrumentos y criterios de evaluación y calificación serán los mismos en los tres escenarios: presencial, semipresencial y telemático, haciendo adaptaciones al formato de comunicación con el alumnado y teniendo en cuenta algunas especificaciones que se indican en los siguientes apartados.

En el escenario presencial, semipresencial y telemático:

Procedimiento de evaluación:

Inicial: proporciona información para detectar las capacidades, actitudes y conocimientos del alumno en relación con los nuevos contenidos, objeto de enseñanza-aprendizaje, a fin de determinar los ritmos que se deben establecer según la situación concreta de cada alumno.

Continua a formativa: La evaluación será continua y formativa. Se incluye como instrumentos de evaluación la realización de actividades como trabajos, exposiciones orales, valorando especialmente la participación en las sesiones y el trabajo en el aula, y se plantea la realización de un ejercicio escrito, en los que se compruebe la adquisición de las competencias establecidas en la guía docente.

Sumativa: Tras la utilización de los recursos anteriores, al finalizar la evaluación o en momentos puntuales, como último control de seguimiento del alumno, para reflejar el nivel de adquisición de competencias.

7.1. Criterios de evaluación

Criterios de evaluación BORM: conceptos/ procedimientos/ actitudes

CE1. Conocer las competencias del director de arte.

CE2. Conocer las distintas disciplinas con las que interactúa el director de arte: Tipografía, Fotografía, Ilustración, etc.

CE3. Coordinar equipos multidisciplinares para la realización de productos promocionales.

CE4. Elaborar propuestas gráficas en las que intervienen diferentes disciplinas vinculadas con la comunicación visual.

- **Alumnos evaluados por un tribunal:**

Los alumnos/as en cuarta convocatoria (que a principio de cada semestre no soliciten ser calificados por el profesor de la asignatura) y los de convocatoria extraordinaria serán calificados por el tribunal de la asignatura.

Estos alumnos podrán asistir a clase y presentar los ejercicios prácticos y trabajos durante el curso. El profesor de la asignatura podrá orientarles, corregirles y asesorarles, pero no podrá evaluarles.

7.2. Instrumentos de evaluación:

Actividades y proyectos: Desarrollo de memorias que describan el proceso y la comprensión del proyecto o actividad: fundamentación teórica y concepto del proyecto.

Presentación y defensa y del proyecto o actividad.

Los alumnos que no hayan superado la evaluación, serán orientados individualmente por parte del profesor en cuanto a qué actividades ha de desarrollar y cuáles son los criterios de calificación.

Se entiende como proyecto integral la resolución del proyecto, incluyendo memoria, presentación y defensa del mismo. Se entiende como actividad el conjunto de tareas que solucionan una fase del proyecto.

7.3. Criterios de calificación

Convocatoria ordinaria

Escenario presencial/semipresencial/telemático:

Criterios de calificación:

- **Participación activa en las sesiones 10%**
- **Presentación y defensa 10%**
- **Memoria 20%**
- **Proyecto/actividad 60%**

En la memoria recaen todos los contenidos adquiridos en cuanto a vocabulario técnico específico de la profesión, atendiendo a un encargo y al desarrollo de los contenidos.

En el proyecto/actividad recoge todo el proceso metodológico de un caso práctico, atendiendo a capacidades funcionales, estéticas y comunicativas para obtener resultados gráficos.

Se entiende como actividad/práctica: dossier proceso de bocetaje y piezas finales y materializaciones.

La evaluación se adaptará al carácter semestral de la materia. El alumnado que no haya adquirido las competencias determinadas en la guía docente en la evaluación de junio deberá realizar los ejercicios de recuperación que se determinen en la convocatoria extraordinaria.

- Será obligatorio tener una calificación en el examen superior a 5 y la presentación de todas las prácticas realizadas en el curso y obtener en cada una de ellas una calificación superior a 5 para la superación de la asignatura.

En el escenario telemático, los ejercicios y trabajos se entregarán en formato digital, y su entrega será a través de la Plataforma de la asignatura.

Convocatoria extraordinaria/posteriores

En el caso de que el alumno siga el curso de manera habitual, asistiendo a clase de manera regular y siguiendo el calendario de exámenes y entregas, será evaluado de manera continua como el resto de compañeros (siempre que no tengan que ser evaluados por tribunal) aplicando los criterios del apartado CONVOCATORIA ORDINARIA.

- El alumno será informado de los trabajos proyectos/actividades no superados y se le especificarán las entregas concretas en la convocatoria extraordinaria.
- En el resto de casos se aplicarán los siguientes criterios.

Criterios de calificación:

- **Presentación y defensa 10%**
- **Memoria 30%**
- **Proyecto/actividad 60%**

- Estos alumnos deberán presentar al profesor de la asignatura, todos los ejercicios prácticos y trabajos realizados a lo largo del curso docente presente en la fecha establecida para el examen, que será fijada por Jefatura de Estudios para la correspondiente evaluación durante la semana de exámenes.
- Será obligatorio tener una calificación en el examen superior a 5 y la presentación de todas las prácticas realizadas en el curso y obtener en cada una de ellas una calificación superior a 5 para la superación de la asignatura.

8. Bibliografía y Recursos online

Bibliografía

BASAT, L. (2015): *El libro rojo de la publicidad*. Barcelona: Debolsillo

BIGNÉ, J.E. (2000): *Temas de Investigación de Medios Publicitarios*. Esic. Madrid.

BURTENSHAW, K., MHON, N., BARBOTO, C. (2009): *Principios de publicidad. El proceso creativo: agencias, campañas, medios, ideas y dirección de arte*. Barcelona: GG.

CONTRERAS, F.R., SAN NICOLÁS, R. (2001): *Diseño gráfico, creatividad y comunicación*. Madrid: Blur ediciones

GONZÁLEZ LOBO, M.A. Y E. CARRERO LÓPEZ (2008): *Manual de Planificación de Medios (5ªed.)*. Madrid: Esic.