

CENTRO UNIVERSITARIO DE TECNOLOGÍA Y ARTE DIGITAL



PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA UNIVERSITARIA

GUÍA DOCENTE

PENSAMIENTO CREATIVO

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA.

Título:	Grado en Diseño Digital
Facultad:	Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital (U-TAD)
Materia:	Historia y Pensamiento
Denominación de la asignatura:	Pensamiento creativo
Curso:	Primero
Semestre:	Anual
Carácter:	Básica
Créditos ECTS:	6
Modalidad/es de enseñanza:	Presencial
Idioma:	Castellano
Profesor/a:	Bárbara Sainza Fraga
E-mail:	barbara.sainza@u-tad.com
Teléfono:	916402811

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA.

Descripción de la materia

En esta materia, los alumnos adquieren los fundamentos históricos y conceptuales de este grado, necesarios para su posterior aplicación práctica a través de las competencias adquiridas en otras materias. Debido al alto componente transdisciplinar de la creación artística en la industria digital, es necesario dotar al alumno de unos fundamentos en áreas tradicionalmente distantes. Esta materia trata de formar en un conocimiento generalista, con un gran énfasis en la conexión entre las disciplinas que convergen en el

mundo del arte y el diseño digital. Se combina la enseñanza tradicional de la historia y el pensamiento artístico con sus homólogos en las nuevas tendencias creativas y demandadas por la industria digital actual.

Descripción de la asignatura

Pensamiento creativo es una asignatura en la que los alumnos adquirirán las habilidades y competencias propias que el pensamiento creativo puede aportar a sus trabajos de creación gráfica. Les ayudará a entender los procesos creativos dentro de los mecanismos que se suceden en la generación de contenidos artísticos, gráficos o propios del ejercicio de sus actividades profesionales, aprendiendo a interrelacionar diferentes saberes y prácticas.

La naturaleza polisémica y transversal de la creatividad, hace de esta asignatura un aporte de competencias genéricas cualitativas con orientación tanto formativa como profesional. Dotará al alumno de estrategias operativas a través de las cuales desarrollar ideas, procesos, proyectos y productos con el objetivo puesto en la calidad, coherencia del sentido y la originalidad.

A día de hoy casi cualquier ámbito artístico, científico o empresarial requiere y pone en práctica estrategias creativas para resolver problemas y realizar aportaciones innovadoras. Igualmente, la participación en proyectos multidisciplinares es cada vez más común, lo que hace que el conocimiento práctico de las estrategias que el estudio de la creatividad aporta, sean una herramienta especialmente esencial y de valor profesional para el estudiante del grado en Diseño Digital.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

3.1 Competencias (genéricas, específicas y transversales)

G1 Comprender de forma crítica las interrelaciones existentes entre las diferentes artes y sus corrientes de pensamiento a lo largo de la historia, y la evolución de los valores estéticos, históricos y culturales.

G2 Conocer e interpretar los procesos simbólicos y de significación propios del lenguaje visual.

G4 Expresar ideas y conceptos mediante la aplicación de los fundamentos estéticos y de percepción de la imagen en cuanto a estructura, forma, color y espacio para la creación de contenidos digitales

G7 Aplicar los fundamentos creativos de generación de ideas en los proyectos audiovisuales para entornos digitales

E7 Definir e implementar el estilo visual adecuado para un proyecto.

E8 Valorar e implementar los aspectos formales, semánticos, funcionales y ergonómicos del diseño.

E11 Conceptualizar y realizar obra artística digital que precise para su ejecución el uso de tecnologías de computación.

3.2 Resultados de aprendizaje

Analizar obras artísticas desde un punto de vista estético y cultural.

Comprender la gramática y los significados del lenguaje visual.

Reconocer el lenguaje visual y compositivo de una obra artística.

Aplicar correctamente los elementos básicos de la imagen y los recursos estéticos para transmitir ideas y conceptos a través del diseño.

Emplear el color con intención, fundamento y conocimiento de sus principios físicos y de transformación y creación de la imagen.

Implementar recursos, ideas y métodos novedosos sirviéndose de la creatividad y la innovación.

Experimentar técnicas diversas de creatividad para la producción de obras artísticas.

Desarrollar una biblia visual o guía de estilo del proyecto de diseño.

Conocer las nuevas tendencias creativas y estilos visuales demandados por la industria digital actual.

Crear diseños que reflejen los fundamentos y las características esenciales del mismo dependiendo del público al que vaya dirigido.

Introducir conocimientos técnicos en el proceso creativo.

4. CONTENIDOS

- Desarrollo de pensamiento creativo
- Técnicas de ideación/brainstorming
- Técnicas de improvisación y creación
- Narrativas/Storytelling
- Análisis crítico

5. ACTIVIDADES FORMATIVAS Y MODALIDADES DE ENSEÑANZAS

5.1 Modalidades de enseñanza

La asignatura se desarrollará a través de los siguientes métodos y técnicas generales, que se aplicarán diferencialmente según las características propias de la asignatura:

- Método expositivo/Lección magistral: el profesor desarrollará, mediante clases magistrales y dinámicas los contenidos recogidos en el temario.
- Estudio de casos: análisis de casos reales relacionados con la asignatura.
- Resolución de ejercicios y problemas: los estudiantes desarrollarán las soluciones adecuadas aplicando procedimientos de transformación de la información disponible y la interpretación de los resultados.
- Aprendizaje basado en problemas: utilización de problemas como punto de partida para la adquisición de conocimientos nuevos.
- Aprendizaje orientado a proyectos: se pide a los alumnos que, en pequeños grupos, planifiquen, creen y evalúen un proyecto que responda a las necesidades planteadas en una determinada situación.
- Aprendizaje cooperativo: Los estudiantes trabajan en grupo para realizar las tareas de manera colectiva.

5.2 Actividades formativas

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
AF1 Clases teóricas / Expositivas	28	100%
AF2 Clases Prácticas	28	100%
AF3 Tutorías	4	50%
AF4 Estudio independiente y trabajo autónomo del alumno	43	0%
AF5 Elaboración de trabajos (en grupo o individuales)	43	0%
AF6: Actividades de Evaluación	4	100%

6. SISTEMA DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN MÍNIMA RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)	VALORACIÓN MÁXIMA RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)
SE1 Evaluación de la participación en clase, en prácticas o en proyectos de la asignatura	10%	30%
SE2 Evaluación de trabajos, proyectos, informes, memorias	20%	60%

SE3 Prueba Objetiva	30%	70%
---------------------	-----	-----

7. BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

Bibliografía básica

Csikszentmihalyi, M., Creatividad. El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención, Ediciones Paidós Ibérica, S.A., 1998

Lupton E., Intuición, acción, creación. Graphic Design Thinking, Editorial Gustavo Gili, 2015

Colomer, A. / Rafols R. Diseño Audiovisual, Editorial Gustavo Gili, 2003

Bibliografía recomendada

A.A.V.V, Arte desde 1900, Ediciones Akal, 2009

A.A.V.V. (2014) *Ars Electronica Center*, Lammerhuber Edition

Ariza, J. Las imágenes del sonido, Ed. Universidad de Castilla La Mancha, 2003

Brea, J.L., Las tres eras de la imagen, Ediciones Akal, 2010

De Bono, E. (1994) *El pensamiento creativo : el poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas*. Barcelona, Paidós Editorial.

Deleuze, G. y Guattari, Rizoma. Introducción, Editorial Pre-Textos, 2005

Gardner, H. (1995) *Mentes creativas: una anatomía de la creatividad*. Barcelona, Paidós editorial

Goodman, N. (1990) *Maneras de hacer mundos*, Visor, La Balsa de la Medusa

Jenny, P., *La mirada creativa*, Editorial Gustavo Gili, 2015

Jardi, E., *Pensar con imágenes*, Editorial Gustavo Gili, 1990

Kuspit, D., *Arte Digital y Videoarte*, Editorial Círculo de Bellas Artes, 2007

Scott, Jill, *Artist in Labs. Networking in the Margins*, Ed. Springer Verlag, 2010

Wigan, M. (2008) *Imágenes en secuencia. Animación, storyboards, videojuegos, títulos de crédito, cinematografía, mash ups*, Editorial Gustavo Gili