

# Guía Docente

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Periodismo
-------------	------------

Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
-----------------------	-------------------------------

Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación
-------------------	-----------------------------

Asignatura:	Creatividad Audiovisual I
-------------	---------------------------

Tipo:	Optativa
-------	----------

Créditos ECTS:	3
----------------	---

Curso:	3
--------	---

Código:	3280
---------	------

Periodo docente:	Sexto semestre
------------------	----------------

Materia:	Creatividad
----------	-------------

Módulo:	Habilidades de Comunicación
---------	-----------------------------

Tipo de enseñanza:	Presencial
--------------------	------------

Idioma:	Castellano
---------	------------

Total de horas de dedicación del alumno:	75
------------------------------------------	----

Equipo Docente	Correo Electrónico
Raquel Caerols Mateo	r.caerols.prof@ufv.es

## DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura creatividad audiovisual está enfocada en introducir al alumno en campo de conocimiento de la creatividad, desde sus bases teóricas, sus principales autores y las principales técnicas, pasando por los estudios contemporáneos más relevantes. Para ello, el programa de la asignatura se ha articulado en las cuatro dimensiones fundamentales del estudio de la creatividad: personalidades creativas, procesos creativos, productos creativos y entornos creativos. Todo ello, está fundamentado en el hecho de dotar al alumno de las herramientas básicas de la creatividad, especialmente sus técnicas, de tal manera que le permita tener una aplicación en la elaboración de mensajes audiovisuales, tanto por su capacidad de análisis adquirida respecto al estudio del mensaje audiovisual como por las técnicas aprendidas.

La asignatura de "Creatividad Audiovisual" pertenece al módulo "proceso de ideación y narrativa audiovisual"

(habilidades)" centrado en la materia expresión artística pues no nos detendremos en el aprendizaje de las herramientas técnicas de tratamiento de la imagen y de edición de video, sino que el objetivo es desarrollar en el alumno la capacidad de análisis estética, creativa y ética de los mensajes audiovisuales, así como en la creación de los mismos atendiendo a las dimensiones señaladas. De tal manera, que no nos centraremos en un género o modalidad audiovisual concreta, sino que visionaremos y analizaremos desde un cortometraje hasta productos audiovisuales de realidad aumentada, pues partiremos de una idea/concepto que el alumno pondrá en práctica en uno de los géneros y/o modalidades audiovisuales que más se adecue a la idea a desarrollar, así como al medio y/o plataforma seleccionada. Por tanto, el alumno pasará por todo el proceso de la creación de un mensaje audiovisual, desde su ideación hasta su materialización, componiendo al final un videobook con los trabajos realizados hasta la consecución del trabajo final. Este trabajo permitirá al alumno poner en práctica una de las herramientas más importantes de la inteligencia ejecutiva para el proceso de aprendizaje, la metacognición, es decir, un proceso de autoevaluación que permite al alumno un análisis de su propio proceso de aprendizaje y de su propio proceso creativo.

## OBJETIVO

El objetivo principal de la asignatura "creatividad audiovisual" se centra en introducir al alumno en el campo de estudio de la creatividad, desde una concepción no solo desde el ámbito de la comunicación, sino que se pretende que el alumno adquiera un enfoque transversal del concepto de creatividad.

## CONOCIMIENTOS PREVIOS

Se requiere conocimientos previos de narrativa audiovisual, así como manejo técnico de la cámara y de programas de edición de video.

## CONTENIDOS

TEMA 1. Introducción. La creatividad:

a. ¿Qué es la creatividad?

I. Origen y evolución del concepto de creatividad.

II. ¿El porqué del concepto de creatividad en el siglo XXI?

III. La creatividad como concepto transversal.

TEMA 2. Estudio y práctica de la creatividad:

a. Procesos creativos

i. El proceso creativo: artistas y científicos

ii. Claves del pensamiento creativo. Traspasando barreras, más allá del pensamiento lógico: cómo entrenarnos en un pensamiento creativo. Fluidez, flexibilidad, originalidad, generación de ideas creativas.

iii. ¿Cómo generar una idea?

iv. Fases del proceso creativo:

1. Búsqueda

2. Punto muerto

3. Insight

4. Resultado

v. Juegos para entrenarnos en un pensamiento creativo.

1. Técnicas de creatividad. [www.neuronilla.com](http://www.neuronilla.com) Principales técnicas:

• Brainstorming.

• Seis sombreros para pensar.

• Analogías.

• Relaciones forzadas.

• Pensamiento lateral.

b. Productos creativos:

i. ¿Qué es un producto creativo? ¿Cuándo decimos que un producto es creativo?

- ii. Análisis y estudio de productos creativos audiovisuales. Comunicación y creatividad.
  - iii. Principales productos audiovisuales creativos contemporáneos: webserie, realidad aumentada, videomapping, realidad virtual, inmersión 3D, holograma, fashion film, etc. (se trata de trabajar con los productos audiovisuales más innovadores y menos conocidos por el alumno para forzar su agudeza creativa y el desarrollo de la misma).
  - iv. Narrativas innovadoras: narrativa transmedia, stoytelling, etc.
- c. Generar un producto audiovisual creativo:
1. Puesta en práctica de diferentes técnicas creativas.
  2. Generar un idea/concepto.
  3. Elegir un género audiovisual. Del cortometraje a la realidad aumentada.
  4. Elegir formato. Contenidos para formatos multiplataforma/Narrativas transmedia.

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

Cada bloque teórico irá acompañado de una práctica que consistirá en la aplicación de los aspectos teóricos básicos estudiados, planteados como evaluación continua, encaminada a la realización del proyecto final. Cada uno de los trabajos se acompañará de una memoria justificativa y razonada del desarrollo del proceso creativo y los objetivos perseguidos. Además del conjunto de prácticas, el alumno realizará un examen teórico en el que demostrará los contenidos teóricos adquiridos.

## DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
30 horas	45 horas

## COMPETENCIAS

### Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

### Competencias generales

Adquirir la capacidad para plantear y responder creativamente a las preguntas fundamentales en torno a las posibles causas y consecuencias de los acontecimientos humanos, sociales, políticos y económicos.

Adquirir la capacidad de debatir ideas enfrentadas generando espacios de encuentro entre personas o grupos sociales muy distintos

## Competencias específicas

Adquirir un conocimiento sobre las teorías y técnicas de la publicidad, la comunicación corporativa y el marketing aplicado para aplicarlas en el ejercicio cotidiano de la actividad periodística.

Dominar y desarrollar el ejercicio periodístico en entornos multimedia y de la Red.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocer y entender las claves básicas del campo de conocimiento de la creatividad.

Conocer y saber poner en práctica las principales técnicas de creatividad para la generación de ideas

Experimentar con las técnicas de creatividad en la creación de mensajes audiovisuales.

Desarrollar la capacidades y metodologías de trabajo para el desarrollo completo de un producto audiovisual desde su dimensión estética y creativa, desde la ideación hasta la materialización final.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El porcentaje de evaluación se establecerá de la siguiente manera:

- 55% parte práctica.
- 40% parte teórica.
- 5% actitud del alumno.

Ambas partes tendrán que estar aprobadas para hacer media. Se hace media a partir de 4,5.

El plagio es motivo de suspenso.

## BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

### Básica

Majaro, S. (1994): Creatividad y marketing, Edic. Díez de Santos, Madrid

Menchén Belón, F., Mateos Lepe, E., Díez Bugallo, M<sup>a</sup>. D. (1981): Creatividad y medios audiovisuales. Valladolid: Miñón, D.L.

EL PENSAMIENTO LATERAL (EN PAPEL) EDWARD DE BONO , PAIDOS IBERICA, 2013

OBRADORS, M. (2007): Creatividad y generación de ideas. Estudio de la práctica creativa en cine y publicidad. Barcelona: Aldea Global.

### Complementaria

- Bolullo, Roberto (2013) La conexión creativa. Manual de entrenamiento para tener una vida más creativa. Centro Libros PAPF. Barcelona
- Bernabeu, Natalia. Goldstein, Andy (2009) Creatividad y aprendizaje: el juego como herramienta pedagógica.

Ediciones Narcea. Madrid

- Thorne, Kaye (2008) Motivación y creatividad en clase. Biblioteca Aula. Serie Didáctica de atención a la diversidad. Editorial Graò. Barcelona

<http://www.neuronilla.com/documentate/bibliografia/355-practica-tecnicas-y-actividades-creatividad.html>