

# Guía Docente

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

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

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

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

Asignatura:	Creatividad Audiovisual II
-------------	----------------------------

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

Créditos ECTS:	3
----------------	---

Curso:	4
--------	---

Código:	3283
---------	------

Periodo docente:	Séptimo 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 II está enfocada a dar continuidad a los alumnos a la asignatura de creatividad audiovisual I. Centrado también en las cuatro dimensiones fundamentales del estudio de la creatividad: personalidades creativas, procesos creativos, productos creativos y entornos creativos, pero con objetivo de ser un taller de aplicación de todo lo aprendido. 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.

## OBJETIVO

El objetivo principal de la asignatura "Creatividad audiovisual II" se centra en introducir en la praxis de la creatividad y sus técnicas, desde una concepción no solo centrada en 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. Y haber cursado Creatividad Audiovisual I

## CONTENIDOS

TEMA 1. Introducción. La creatividad:

a. ¿Qué es la creatividad?

I. Origen y evolución del concepto de creatividad.

II. Principales estudios y autores en torno a la creatividad.

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

IV. La creatividad como concepto transversal.

TEMA 2. Estudio y práctica de la creatividad:

a. 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: otros lenguajes en la creatividad audiovisual.

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).

b. 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. Pensamiento asociativo, divergente, irradiante y paralelo.

A partir de aquí todo será taller:

iv. ¿Cómo generar una idea?

v. Fases del proceso creativo:

1. Búsqueda

2. Punto muerto

3. Insight

4. Resultado

vi. 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.

• Moodboard

vii. Narrativas innovadoras: narrativa transmedia, stoytelling, etc.

viii. Fases del proceso creativo en un proyecto audiovisual.

c. Presentación del producto audiovisual creativo (trabajo de autoevaluación, que será fruto de:

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

Descubrir, valorar y contrastar con uno mismo diversas respuestas a las preguntas existenciales que caracterizan la vida personal y comunitaria.

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 las 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. Técnicas de trabajo de taller y en equipo.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

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, habrá una parte teórica que consistirá en un examen tipo test sobre el libro El aprendizaje de la creatividad, José Antonio Marina. Editorial Ariel, Barcelona, 2013. ISBN 978-84-344-0635-3. <http://www.joseantonioamarina.net/libro/el-aprendizaje-de-la-creatividad/>

El porcentaje de evaluación se establecerá de la siguiente manera:

•70% parte práctica.

•25% parte teórica.

•5% actitud del alumno.

La parte práctica estará compuesta por trabajos individuales y un trabajo cuatrimestral en grupo. Dentro de la parte práctica, el 50% es el trabajo en grupo y el 30% el trabajo individual. Dentro de este porcentaje de notas, una parte será del profesor y otra será autoevaluación, de tal manera que el reparto será el siguiente:

\*Del 50% de la nota del trabajo en grupo, el 25% la pondrá el profesor, el otro 25% queda repartido entre el 15% de la nota que ponga la clase y el 10% del grupo, es decir, se evaluarán entre los propios miembros del grupo. Se hará mediante un cuestionario para la puntuación diseñado por el profesor a partir de los criterios de evaluación establecidos en la asignatura.

Tanto la parte práctica como la teórica tienen que estar aprobadas para hacer media. Se hace media a partir de un 5. El plagio es motivo de suspenso.

## BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

### Básica

- Alonso-Fernández, F. (1996): "El talento creador: rasgos y perfiles del genio". Madrid: Temas de Hoy.
- Barrón, F. (1976): "Personalidad creadora y proceso creativo". Madrid: Marova.
- Bassat, L. (2014): "La creatividad", Madrid: Conecta.
- Bransford, J.D., Stein, B. S. (1987): "Solución ideal de problemas: guía para mejor pensar, aprender y crear". Barcelona: Labor.
- Boden, M. A. (1994): "La mente creativa. Mitos y mecanismos". Barcelona: Gesida.
- Csikszentmihalyi, M. (1998): "Creatividad: el flujo y la psicología del descubrimiento y la invención". Barcelona: Paidós.
- Davis, G., Scott, J. (Coord.), (1992): "Estrategias para la creatividad". Buenos Aires: Paidós.
- De Bono, E. (2013): "El pensamiento lateral". Barcelona: Paidós.
- De Bono, E. (1996). "El pensamiento paralelo. De Sócrates a De Bono". Barcelona: Paidós.
- Gardner, H. (1998): "Mentes creativas: una anatomía de la creatividad". Barcelona: Paidós.
- Gardner, H. (1999): "Mentes extraordinarias; cuatro retratos para descubrir nuestra propia excepcionalidad". Barcelona: Kairós.
- Goleman, D., Kaufman, P., Ray, M. (2000): "El espíritu creativo". Buenos Aires: Ediciones B.
- Landau, E. (1997): "El vivir creativo: teoría y práctica de la creatividad". Barcelona: Herder.
- López Quintás, A. (1998): "Estética de la creatividad: juego, arte, literatura". Madrid: Rialp.
- Lowenfeld, V., Lambert Brittain, W. (1984): "Desarrollo de la capacidad creadora". Buenos Aires: Kapelusz.
- Marín Ibáñez, R., López-Barajas Zayas, E., Martín González, T. (coords.) (1998): "Creatividad polivalente". Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Marina, J. A. (1993): "Teoría de la inteligencia creadora". Barcelona: Anagrama.
- Marina, J. A. (2013): "El aprendizaje de la creatividad". Barcelona: Ariel.
- Mayer, R.E. (1986): "Pensamiento, resolución de problemas y cognición". Barcelona: Paidós.
- Monreal, C. (2000): "Qué es la creatividad". Madrid: Biblioteca nueva.
- Neumann, E. (1992): "Mitos de artista: estudio psicohistórico sobre la creatividad". Madrid: Tecnos.
- Novaes, M<sup>a</sup> H. (1980): "Psicología de la aptitud creadora". Buenos Aires: Kapelusz.
- Ricarte, J.M. (1999): "Creatividad y comunicación persuasiva". Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions, [etc.].
- Romo, M. (1997): "Psicología de la creatividad". Manuela Romo. Barcelona: Paidós.
- Sternberg, J.R. (1999): "Estilos de pensamiento". Barcelona: Paidós.
- Scolari, C. A. (2013): Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan. Deusto Ediciones

- Torre, Saturnino de la (1995): "Creatividad aplicada. Recursos para una formación creativa". Madrid: Escuela Española.
- Weisberg, R. W. (1987): "Creatividad: el genio y otros mitos". Barcelona : Labor, 1987.

## **Complementaria**

- Majaro, S. (1994): "Creatividad y marketing", Madrid: Díez de Santos.
- Menchén Belón, F., Mateos Lepe, E., Díez Bugallo, M<sup>a</sup>. D. (1981): "Creatividad y medios audiovisuales". Valladolid: Miñón, D.L.
- <http://www.neuronilla.com/documentate/bibliografia/355-practica-tecnicas-y-actividades-creatividad.html>