

Dirección de arte de productos multimedia

Laia Blasco Soplón

PID_00173642

Material docente de la UOC



Universitat Oberta
de Catalunya

www.uoc.edu

Laia Blasco Soplón

El encargo y la creación de este material docente han sido coordinados por la profesora: Roser Beneito Montagut (2011)

Primera edición: febrero 2011
© Laia Blasco Soplón
Todos los derechos reservados
© de esta edición, FUOC, 2011
Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona
Diseño: Manel Andreu
Realización editorial: Eureka Media, SL
ISBN: 978-84-692-3341-2
Depósito legal: B-7.283-2011



Los textos e imágenes publicados en esta obra están sujetos –excepto que se indique lo contrario– a una licencia de Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 España de Creative Commons. Podéis copiarlos, distribuirlos y transmitirlos públicamente siempre que citéis el autor y la fuente (FUOC. Fundació para la Universitat Oberta de Catalunya), no hagáis de ellos un uso comercial y ni obra derivada. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.es>

Contenidos

Módulo didáctico 1

Dirección de arte, comunicación y estrategia

Laia Blasco Soplón

1. El director de arte multimedia, el director de arte hoy
2. Comunicación
3. Estrategia creativa y creatividad estratégica

Módulo didáctico 2

Medios, lenguajes e interfaces

Laia Blasco Soplón

1. Medios de comunicación
2. Lenguajes
3. Interfaces: formas de representar
4. Proyectos culturales

Bibliografía

- Autores varios** (2001). *Material de Publicidad Interactiva*. UOC.
- Baldwin, J.; Roberts, L.; Foz, M.** (2007). *Comunicación visual. De la teoría a la práctica*. Barcelona: Parragón.
- Baños, M.** (2005). *Estrategia del creativo publicitario*. Tadel Formación.
- Burtenshaw, K.; Mahon, N.; Barfoot, C.** (2007). *Principios de publicidad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Bassat, L.** (1993). *El libro rojo de la publicidad: ideas que mueven montañas*. Barcelona: Debolsillo.
- Berlinchon, M.** (1992). *Psicología del lenguaje, investigación y teoría*. Madrid: Trotta.
- Beneito, R.** (2005). "Hipertextualidad e interacción en la obra de arte contemporánea. Nuevos paradigmas para la práctica artística" (tesis). Universidad Miguel Hernández, Elche (no publicada).
- Broglia, A.** (2008). "Palabras que dan dinero" (Conferencia Barcelona Activa).
- Lidwell, W.; Holden, K.; Butler, J.** (2005). *Principios universales de diseño*.
- Castells, M.** (1998). *La era de la Información*. Madrid: Alianza.
- Chomsky, N.** (1957). *Syntactic Structures*. The Hague: Moutin.
- Damasio, A.** (1996). *El error de Descartes*. Barcelona: Grijalbo Mondadori.
- Eco, U.** (1977). *Tratado de semiótica general*. Lumen: Barcelona.
- Estebanell, M.** (2000). "Interactividad e Interacción". *Revista Interuniversitaria de Tecnología Educativa* (núm. 0, págs. 92-97). Oviedo.
- Ferrero, M.** (2001). *Internet y los portales como nuevo espacio para los medios de Comunicación*. Murcia: Facultad de Ciencias de la Documentación de la Universidad de Murcia.
- González Alorda, Á.** (2008). *Debates bdigital: Marketing con pocos recursos*. Barcelona.
- Hembree, R.** (2006) *El diseñador gráfico, entender el diseño gráfico y la comunicación visual*. Blume: Barcelona.
- Himpe, T.** (2006). *La Publicidad ha muerto. ¡Larga vida a la publicidad!* Blume: Barcelona.
- Klein, N.** (2000). *No logo: el poder de las marcas*. Paidós: Barcelona.

Kotler, P.; Armstrong, G. (2004). *Fundamentos del marketing*. Prentice Hall: Madrid.

Lasica, J. D. (1996) "Net gain". *American Journalism Review* (vol. 9, núm. 18, págs. 20-37).

Lodroño, R. (2008). Entrevista con el director de Arte Ricardo Logroño, del estudio multimedia Inklude.

Lomov, B. (2001). *El problema de la comunicación en psicología*. La Habana: Ed. Ciencias sociales.

Luria, A. R., Tsvetkova, L. S. (1997). *Neuropsicología y problemas en el aprendizaje en la escuela normal*. Moscú: Academia de Ciencias Pedagógicas y Sociales.

Manovich, L. (2001). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Montesinos, M.; Hurtuna, M. (2003). *Manual de tipografía, del plomo a la era digital*. Barcelona: Campgrafic.

Munari, B. (1985). *¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual*. Barcelona: Gustavo Gili.

Oejo Montano, E. (1998). *Dirección De Arte: La Cara Oculta De La Imagen Publicitaria*. Madrid: Celeste.

Ortega y Gasset, J. (1930). *La rebelión de las masas*. Madrid: Espasa-Calpe.

De Pablos, J. M. (2001). *La Red Es Nuestra. El Periódico Telemático, La Revista Enlínea Y El Libroweb Cambiarán Las Formas De La Comunicación Escrita*. Barcelona: Paidós.

Ridderstrale, J. (2008). *Conferencia bdigital global congress*. Barcelona.

Teilhard de Chardin (1971). *Himno del Universo. 1961. Escritos entre 1916 y 1955*. Barcelona: Taurus.

Wittgenstein, L. (1921). *Tractatus logico-philosophicus*. Londres: Routledge.

Direcciones electrónicas

recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/index.html (fecha última consulta: 07/07/09)

www.hipertexto.info (fecha última consulta: 07/07/09)

www.lahistoriadelapublicidad.com (fecha última consulta: 07/07/09)

www.marketing-xxi.com (fecha última consulta: 07/07/09)

www.moline-consulting.com (fecha última consulta: 07/07/09)

www.monografias.com (fecha última consulta: 07/07/09)

www.rae.es (fecha última consulta: 07/07/09)

www.thenetawards.com/ (fecha última consulta: 07/07/09)

www.w3c.es/Consortio/ (fecha última consulta: 07/07/09)

www.wikipedia.org (fecha última consulta: 07/07/09)

www.wordreference.com (fecha última consulta: 07/07/09)