

Estilo, moodboard y desarrollo de estilos visuales para campañas

Bellas artes | Artes audiovisuales

Descripción del Curso

DESCRIPCIÓN

Curso de Artes audiovisuales dirigido a estudiantes mayores de 17 años (no hay restricción de edad inferior más allá de 17). El programa se estructura para desarrollar habilidades críticas y prácticas en coherencia visual y conceptual a través de cuatro actividades esenciales, con un enfoque en la aplicación de criterios, la representación visual y la reflexión colaborativa. El curso tiene una duración de 3 semanas y busca que los estudiantes integren criterios estéticos, análisis estructural y capacidad argumentativa para proponer mejoras en proyectos reales o simulados.

- **Actividad 1: Análisis de coherencia** – Evaluación de moodboard, estilo visual y resultados de una campaña simulada usando criterios definidos. Aprendizaje: aplicación de criterios y extracción de conclusiones sólidas.
- **Actividad 2: Informe de coherencia** – Redacción de un informe crítico con evidencias y recomendaciones de mejora. Aprendizaje: documentación estructurada y argumentación basada en evidencia.
- **Actividad 3: Retroalimentación entre pares** – Intercambio de retroalimentación y sugerencias entre equipos. Aprendizaje: intercambio de perspectivas y mejora continua.
- **Actividad 4: Sesión de reflexión final** – Sesión de cierre para consolidar aprendizajes y definir próximos pasos en proyectos reales.

OBJETIVO

- Aplicación de criterios de coherencia (40%).
- Calidad del informe de retroalimentación y propuestas de mejora (30%).
- Participación y capacidad de síntesis (20%).
- Reflexión crítica y aprendizaje mostrado (10%).

ESPECÍFICOS

3 semanas

Competencias

COMPETENCIAS

- Analizar de forma crítica la coherencia visual y conceptual de proyectos audiovisuales, integrando criterios técnicos y estéticos.
- Construir y comunicar conclusiones fundamentadas mediante informes estructurados y argumentos basados en evidencias.
- Colaborar de manera efectiva en equipos, participando en la retroalimentación y la mejora continua.
- Aplicar criterios de coherencia para proponer mejoras viables en campañas y productos audiovisuales.
- Expresar ideas de forma clara, oral y escrita, adaptando el lenguaje a audiencias diversas.
- Desarrollar reflexión crítica sobre su propio aprendizaje y el de sus pares, promoviendo la autoevaluación responsable.
- Resolver problemas y tomar decisiones creativas ante retos reales o simulados en proyectos audiovisuales.

Requerimientos

REQUERIMIENTOS

- Participación activa en todas las actividades y cumplimiento de plazos de entrega.
- Acceso a herramientas básicas de creación de moodboards, edición de imágenes y plantillas de informes.
- Capacidad para trabajar en equipos y compartir retroalimentación de manera respetuosa y constructiva.
- Lectura y análisis de criterios de coherencia aplicados a proyectos audiovisuales.
- Habilidad de redacción para la elaboración de informes y recomendaciones basadas en evidencias.
- Disponibilidad para sesiones de retroalimentación entre pares y una sesión de reflexión final.

Unidades del Curso

Unidad 1: Unidad 1: Análisis de casos y moodboard en la definición creativa

Objetivos de Aprendizaje

- Identificar los elementos clave de un moodboard y su función en el proceso creativo.
- Describir la relación entre moodboard, concepto creativo y dirección de arte a partir de al menos tres casos de estudio.
- Debatar cómo las decisiones del moodboard influyen en la producción y ejecución de la campaña.

Contenidos Temáticos

Tema 1: Introducción al moodboard como herramienta de conceptualización

Descripción corta del tema para sentar bases metodológicas y de vocabulario visual.

1. Definición y componentes del moodboard.

2. Rol del moodboard en la definición del concepto creativo.
3. Relación entre moodboard y la dirección de arte.

Unidad 2: Unidad 2: Construcción de moodboard digital para campañas

Objetivos de Aprendizaje

- Aplicar herramientas digitales para la construcción de moodboards (p. ej., plataformas de diseño, bancos de imágenes, tipografías).
- Seleccionar y justificar la paleta de colores, tipografías, imágenes y referencias que comuniquen la identidad de la campaña.
- Relacionar el moodboard con el brief y el público objetivo, defendiendo las elecciones en una presentación.

Contenidos Temáticos

Tema 1: Herramientas y procesos para moodboard digital

Exploración de herramientas y flujos de trabajo para crear moodboards efectivos.

1. Selección de herramientas (digitales y colaborativas).
2. Organización de capas, recursos y bibliotecas.
3. Exportación y documentación de entregables.

Unidad 3: Unidad 3: Enfoques estéticos y justificación para el brief

Objetivos de Aprendizaje

- Caracterizar rasgos y señales distintivas de cada enfoque estético.
- Analizar impacto de cada enfoque en la percepción del público y en la coherencia con el brief.
- Realizar una selección justificada de un enfoque para un brief específico.

Contenidos Temáticos

Tema 1: Rasgos de enfoques estéticos

Identificación de lo que distingue a cada estilo visual.

1. Minimalista: simplicidad, espacio negativo, tipografía limpia.
2. Maximalista: abundancia de elementos, texturas, color y tipografías variables.
3. Vintage: estética retro, texturas envejecidas, paletas historicistas.
4. Moderno: claridad, funcionalidad, experimentación de formatos.

Unidad 4: Unidad 4: Desarrollo de estilos visuales para campañas multiformato

Objetivos de Aprendizaje

- Diseñar un sistema de estilos visuales (colores, tipografías, imágenes, layout) para una campaña.
- Especificar reglas de uso y adaptación en formatos digitales e impresos.
- Proponer una guía de estilo (style guide) para asegurar coherencia entre piezas.

Contenidos Temáticos

Tema 1: Sistema de estilos visuales

Definición de componentes y reglas de uso para una identidad coherente.

1. Paleta de colores y variantes.
2. Tipografías y jerarquía tipográfica.
3. Imágenes, ilustraciones y tratamiento de imágenes.
4. Layout y grid base para formatos múltiples.

Unidad 5: Unidad 5: Evaluación crítica de la coherencia entre moodboard, estilo visual y resultados

Objetivos de Aprendizaje

- Definir criterios de coherencia entre componentes visuales y resultados de la campaña.
- Aplicar los criterios a un caso práctico o simulado y documentar hallazgos.
- Proporcionar retroalimentación constructiva y proponer mejoras para futuras campañas.

Contenidos Temáticos

Tema 1: Criterios de coherencia visual

Definición y operacionalización de criterios para evaluar consistencia entre moodboard, estilo visual y resultados.

1. Alineación entre concepto y ejecución visual.
2. Consistencia de la paleta, tipografía e imágenes.
3. Impacto de la coherencia en la experiencia de usuario y en los resultados de la campaña.