

ESCUELA DE COMUNICACIÓN FERRÉ RANGEL

**PRONTUARIO**

<b>TÍTULO:</b>	Creatividad y plataformas
<b>CODIFICACIÓN:</b>	NRD 722
<b>PRERREQUISITO:</b>	NRD 615
<b>CRÉDITOS:</b>	3 créditos   45 horas contacto   1 trimestre

**DESCRIPCIÓN**

Curso y laboratorio creativo para el estudio, análisis y desarrollo de los conceptos básicos de la creatividad, el diseño y las plataformas. Estos conceptos fundamentales son explorados como materia, constructo y tecnologías para la solución de problemas que promueven el desarrollo sustentable económico y social. En este curso se estudia y analiza las relaciones del pensamiento creativo, la disciplina del diseño y las plataformas de comunicación como *milieu o contexto transdisciplinar*. Además, este curso sirve para analizar casos de estudio contemporáneos de diseño de plataformas que representan tendencias y paradigmas trascendentales para la comunicación. De otra parte, en este curso el estudiante diseña y desarrolla propuestas conceptuales de plataformas que proponen soluciones sustentables a problemas de forma innovadora. Se presentan metodologías como el pensamiento de diseño para la solución de problemas e identificación de oportunidades. Se propone la innovación social a través de la discusión de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) declarados por las Naciones Unidas. El curso combina conferencias y/o seminarios teóricos con talleres creativos prácticos con una metodología pedagógica de identificación de problemas y desarrollo de proyectos. Este curso se ofrece en modalidad híbrida.

**JUSTIFICACIÓN**

Dentro de la disciplina de la Comunicación, ha surgido un marco para la *comunicación como diseño* que se centra en el rediseño de la interactividad y la configuración de las posibilidades de plataformas de interacción cultural extensiva a lo político, social y económico. El software y las aplicaciones crean oportunidades y limitan la comunicación. Los recientes avances de plataformas interactivas nos presentan escenarios integrativos de saberes, pericias, disciplinas que crean ambientes y

plataformas con experiencias digitales complejas. Esta complejidad comunicativa es producto de procesos creativos donde la imaginación, el diseño y la tecnología potencian interacciones sociales y culturales que desafían las concepciones tradicionales y prevalecientes de los medios de comunicación. La acelerada evolución de estas innovaciones exige el estudio integrado de las teorías, conceptos y prácticas de diseño, la comunicación y la plataforma.

## **COMPETENCIAS**

El curso desarrolla en el o la estudiante las siguientes competencias:

- **Comunicación**
- **Investigación y exploración**
- **Sentido ético y justicia social**
- **Cuestionamiento crítico**
- Trabajo en equipo

## **OBJETIVOS**

Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de:

1. Conocer los fundamentos de los conceptos de creatividad, diseño y plataforma.
2. Utilizar metodologías de pensamiento creativo y diseño para la identificación de problemas y oportunidades de innovación.
3. Conocer los fundamentos del diseño aplicado a la comunicación.
4. Evaluar los conceptos de sustentabilidad para enunciar un problema y la ideación de soluciones.
5. Diseñar prototipos de plataformas para la presentación de contenidos comunicacionales.

## **CONTENIDO**

- I. Epistemología de la creatividad, diseño y plataforma
  - A. Conceptos ordenadores
  - B. Teorías de la Creatividad
  - C. Teorías de la Imaginación
  - D. Teorías del Diseño
  - E. Teorías de la Comunicación y Plataforma
  - F. Creatividad y Diseño Siglo XX y XXI

G. Diseños interactivos, responsivos y adaptables

**Taller Creativo #1:** Identificación de problema (situación a resolver)

II. Plataformas: Creatividad, innovación y emprendimiento

- A. Creatividad e innovación: De la metáfora a la tecnología
- B. Creatividad y emprendimiento: de la tecnología a la empresa
- C. Plataformas: Diseño de experiencia de usuario (UX)
- D. Plataformas: Diseño de infraestructura tecnológica

**Taller Creativo #2:** Concepto Plataforma

III. Diseño y comunicación

- A. Fundamentos de diseño y la resolución de problemas
- B. El ecosistema digital
- C. *Communication Design*: Disciplina y subdisciplinas
- D. Interactividad y diseño participativo
- E. Diseño visual: Lenguaje visual, contenido, diseño gráfico y diseño de interface
- F. Lenguajes y códigos contemporáneos

**Taller Creativo #3:** Estudio de casos de estudio plataformas precedentes

IV. Sustentabilidad

- A. Objetivos de desarrollo sustentable de la Naciones Unidas
- B. Retos y desafíos contemporáneos de Puerto Rico
- C. Nuestro contexto: Nuestro Barrio

**Taller Creativo #4:** Identificación, estudio y enunciación de un problema

V. Plataformas: Casos de estudio

- A. Visita de campo (virtual) a empresas-plataformas locales
- B. Entrevistas a emprendedores/creadores
- C. Publicaciones de entrevista multimedia

VI. *Design Thinking* para comunicadores

- A. Definición de problema
  - 1. Problema General
  - 2. Empatizar
    - a. Investigación
    - b. Enunciado del problema
- B. Ideación de soluciones

1. Desarrollo de ideas
2. Desarrollo de soluciones
3. Desarrollo de plan
- C. Creación de contenido y experiencias
  1. Búsqueda de datos
  2. Creación de contenido
  3. Creación de experiencias
  4. Coordinación, integración y entrega de contenido y experiencias
- D. Evaluación
  1. Insumo de usuarios
  2. Conducción de evaluaciones
  3. Análisis de datos
  4. Redacción de informes

**Taller Creativo #6:** Prototipo de plataforma

VII. Módulo 7: Presentaciones de propuestas conceptuales de plataformas

**Taller Creativo #7:** Storytelling Bootcamp

## **METODOLOGÍA**

Se recomiendan las siguientes estrategias de la metodología de aprendizaje activo:

- Conferencias
- Seminarios
- Talleres creativos
- Discusión de estudios de casos y publicaciones especializadas
- Visitas de campo
- Presentación de videos
- Trabajo en grupo
- Recursos cibernéticos

El curso y laboratorio creativo integra metodologías constructivistas en sus procesos de aprendizaje para el desarrollo pleno de ideas y soluciones a problemas. Integra el pensamiento lateral, el pensamiento creativo de diseño (*design thinking*) y pensamiento crítico en una educación contextual con la realidad como punto de partida, aprendizaje basado en proyectos y los trabajos a desarrollarse se realizan mediante el trabajo colaborativo y el desarrollo de proyectos. El curso y laboratorio creativo estrecha la relación entre teoría y práctica desde el “*giro pedagógico*” donde se expone a la ejecución y experimentación del hacer, mientras se fomenta un entendimiento teórico de los conceptos, procesos y métodos. La evaluación del estudiante se realiza progresivamente a través de entregables por etapas diseñadas en función de la

realización de un proyecto final. El proyecto final formara parte del porfolio del estudiante.

El curso y laboratorio creativo marca una transición de una educación bancaria a un aprendizaje del pensamiento creativo multidimensional liberador como parte de su introducción a un ambiente universitario basado en la innovación en una sociedad del conocimiento. El curso-laboratorio creativo es una experiencia que permite al estudiante conectar contextos; su educación universitaria, experiencias profesionales, la comunidad, la ciudad y la humanidad. El curso fomenta la creatividad con ejercicios que activan destrezas, y capacidades intelectuales y productivas; y la actividad motora mediante la fabricación de prototipos iniciales de sus ideas.

Para lograrlo introduce a los estudiantes a los conceptos teóricos y metodologías prácticas vinculados a la actividad creativa, el diseño y plataformas. Los estudiantes desarrollarán actividades educativas con el propósito de estimular su creatividad e innovación a través de ejemplos y ejercicios prácticos. Se trabajará en equipo para desarrollar ideas mediante el debate de ideas que sean potenciales innovaciones fomentando una colaboración, las relaciones interpersonales y sociales, las capacidades organizacionales, la gestión de consenso y negociación; todo esto con la ayuda de mentores y conferenciantes durante las horas contacto. Además, el curso-laboratorio creativo contará Coordinador(es) de *Núcleos Creativos*, una Mesa Interdisciplinaria de expertos, un consultor en Innovación/emprendimiento y un consultor en Diseño Multidimensional.

## **EVALUACIÓN**

Ejercicios	20%
Validación de ideas de negocio	20%
Estudios de caso	10%
Experiencia de inmersión	20%
Resumen ejecutivo y presentaciones orales (Trabajo final)	30%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

## **AVALÚO DEL APRENDIZAJE**

Se aplica la rúbrica de avalúo institucional a la actividad central del curso.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Allen, K. R. (2006). *Launching new ventures: An entrepreneurial approach* (4th ed.).

Houghton Mifflin.

Aulet, B. (2017). *Disciplined Entrepreneurship Workbook*. John Wiley & Sons.

- Baron, R. A. (2006). Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs "connect the dots" to identify new business opportunities. *Academy of Management Perspectives*, 20(1), 104-119.
- Castells, M. (2009) *The Communication Power*. Oxford University Press.
- Christensen, C., Dyer, J, & Gregersen H. (2011) *The Innovator's DNA: Mastering the Five Skills of Disruptive Innovators*. Harvard Business Review.
- de Mateo Pérez, R. (2015). Industrias culturales y de la comunicación: mito y lógica de la creatividad y del empresario innovador. *Revista Latina de Comunicación Social*. Annual, 2015, p813. 20 p.
- Gundry, L. K., & Kickul, J. R. (2007). *Entrepreneurship strategy: Changing patterns in new venture creation, growth, and reinvention*. Sage Publications.
- José Arrojo, M. (2015). Los contenidos transmedia y la renovación de formatos periodísticos: la creatividad en el diseño de nuevas propuestas informativas. *Palabra Clave*, sep2015, Vol. 18 Issue 3, p746-787. 42p.
- Mezza Thorne, K. M. (2017). Innovación, industrias culturales y desarrollo local. *Dimensión Empresarial*. Ene-jun, Vol. 15 Issue 1, p187-210. 24p.
- Moreno-Moya, M. (2014). ¿Es importante la creatividad en el desarrollo de nuevos productos? *Universia Business Review*. 2014, Issue 44, p72-86. 15p.
- Prada, R. (2003). *Creatividad e innovación empresarial: las claves del pensamiento creativo para innovar con éxito en la administración, los negocios, el marketing, la publicidad, la comunicación y las ingenierías*. TecnoPress Ediciones.

Rebouças, B. (2013). *Procesos de creatividad y creación en la comunicación*.

Universitat Autònoma de Barcelona.

edsair.od.....1404..b1ef206e19c2d689206e7ff85c428a83

Solís Gómez, C. L. (2017). Vínculos entre creatividad y atención plena: factores que favorecen la creatividad. *Revista de Alta Tecnología y Sociedad*. Vol. 9 Issue 4, p. 79-84. 6p.

Tristán López, A. & Mendoza González, L. (2016). Taxonomías sobre creatividad. *Psicología*, Vol. 34 Issue 1, p147, 37 p.

Valiente, C. (2017). La creatividad, una revisión científica. *Arquitectura y Urbanismo*. Vol. 38, Issue 2, p. 53-62. 10 p.

Puede encontrar más recursos de información relacionados a los temas del curso en la página de la biblioteca <http://biblioteca.sagrado.edu/>

## **ACOMODO RAZONABLE**

Para obtener información detallada del proceso y la documentación requerida, debe visitar la oficina correspondiente. Para garantizar igualdad de condiciones, en cumplimiento de la Ley ADA (1990) y el Acta de Rehabilitación (1973), según enmendada, todo estudiante que necesite servicios de acomodo razonable o asistencia especial deberá completar el proceso establecido por la Vicepresidencia de Asuntos Académicos.

## **HONRADEZ ACADÉMICA, FRAUDE Y PLAGIO**

Todo estudiante que falte a la política de honradez, fraude y plagio se expone a las siguientes sanciones: recibirá nota de cero en la evaluación y/o repetición del trabajo en el seminario, nota de F(\*) en el seminario: suspensión o expulsión según se establece en el documento de Política de Honestidad Académica (DAEE 205-001) con fecha de efectividad de agosto 2005.