



Facultad de **Información y Comunicación**

Universidad de la República.

Facultad de Información y Comunicación.

Instituto de Comunicación.



Creatividad II 2023

Gonzalo López Baliñas
Lourdes Zetune

¿Qué motiva a C2 2023?

¿Cómo encarar esta asignatura?



¿Cómo encarar esta asignatura?

ENTENDER	APLICAR	CREAR	
Qué es la creatividad y cómo ejecutarla en un marco real.	Herramientas, técnicas, procesos e investigación.	Ideas originales que aporten valor comercial, social y colectivo	PRÁCTICAS
El contexto actual y el futuro.	Tiempo para experimentar y sacarse dudas.	Un esquema para completar un portfolio a través de contenidos propios.	PERSPECTIVAS

En naranja las que vamos a tocar.

Situación actual

- Cambio constante.
- La creatividad es requerida por agencias, pero no solo por ellas.
- Necesidad de incorporar saberes digitales y actualizarse.
- Comprensión de la tecnología y sensibilidad para entender el mercado y las personas.

Las 10 mejores habilidades para 2025

	Pensamiento analítico e innovación	Tipo de habilidad <ul style="list-style-type: none">● Resolución de problemas● Autogestión● Trabajando con gente● Uso y desarrollo de tecnología
	Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje	
	Resolución de problemas complejos	
	Pensamiento crítico y análisis	
	Creatividad, originalidad e iniciativa	
	Liderazgo e influencia social	
	Uso, seguimiento y control de la tecnología	
	Diseño y programación de tecnología	
	Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad	
	Razonamiento, resolución de problemas e ideación	

FUENTE: WEF - Informe sobre el Futuro de los Empleos 2020



Programa 2023

Clases Clave

Semestre 2 2023

1 (09/08) +

Presentación
corta.
Invitada (BR)

2 (16/08)

Presentación
Objetivos.
Rompehielo.
Formación de
grupos.

3 (23/08)

Técnicas para
ideas. Brief.
Concepto
Creativo /
Estrategia

4 (30/08)

Brief Real para
Parcial 1 sobre
Instituto de
Comunicación.
Formato Parcial.

5 (06/09) +

Repaso de
dudas.
Ideas Cannes
2023.

6 (13/09)

Dudas por
mail. Libre
para armado
proyecto. PDF.

7 (20/09)

Entrega Parcial
1.
En Grupos (4 o
5)
PDF x Eva

8 (27/09)

Proy. Parcial 2
app
Formato VID + PDF
app

Clases Clave

Semestre 2 2023

9 (VIE 06/10)

Taller CUP
WildFi

Viernes

10 (11/10)

Mitopraxis
Observatorio
Invitado
Devolución
Parcial

11 (18/10)

Mitopraxis
Observatorio
Invitado
Devolución
Parcial

12 (25/10)

Clase
Exclusiva
Dudas sobre
Parcial

13 (01/11)

Dudas Parcial
Ideas+
Portfolio

14 (08/11)

Revision
Proyectos

15 (15/11)

Invitadx
Despedida

16 (22/11)

Entrega
Segundo
Parcial

Objetivos generales

- **Cambios progresivos, incorporando perspectivas.**
- **Colaboración: trabajos grupales (4-5 personas)**
- **Inspira y sostener el interés.**
- **Visualizar objetivos.**
- **Foco en resolución de problemas a través de propuestas.**
- **Comprender el mercado.**
- **Educar la sensibilidad.**
- **Dos proyectos en entregas y defensas con presentaciones grupales.**

/ Primeras 6-7 clases

- **Nivelar.**
- **Brief.**
- **Técnicas Creativas.**
- **Publicidad, Estrategia y Marcas**
- **Oposiciones y creatividad.**
- **Posicionamiento, evolución y tipos.**
- **Formación de grupos (4-5) para Parcial 1 y 2.**
- **Entrega de Parcial sobre brief real de Instituto de Comunicación**

/ Últimas 6-7 clases

- **Portfolio**
- **Métodos**
- **Mitopraxis.**
- **Invitados**
- **Revisión y creación**
- **Género + Sostenibilidad o Audiovisual**

/ Evaluación 2 :)

En grupos de 4-5 personas, van a utilizar **Pensamiento de Diseño** Para Crear una APP móvil que resuelva un problema que encuentren y la campaña de la app.

Van a aplicar herramientas creativas, investigación, problema + solución (app). En base a eso van a tener que presentar un posicionamiento y una historia de cómo funcionaría.

Parcial Entrega Semana 22.11: Investigación De Escritorio + Síntesis (PPT de referencia en EVA) + VIDEO presentando su APP.

En el video van a contar el concepto creativo publicitario de su APP y 2 ejemplos de **piezas creativas diferentes**.