



# Guia docent

## 804322 - IAD-A - Indústria de l'Art Digital

Última modificació: 25/04/2024

**Unitat responsable:** Centre de la Imatge i Tecnologia Multimèdia  
**Unitat que imparteix:** 804 - CITM - Centre de la Imatge i Tecnologia Multimèdia.  
**Titulació:** GRAU EN DISSENY, ANIMACIÓ I ART DIGITAL (Pla 2017). (Assignatura obligatòria).  
**Curs:** 2024      **Crèdits ECTS:** 6.0      **Idiomes:** Català

### PROFESSORAT

---

**Professorat responsable:** Laguillo Abbad, Clara  
**Altres:** Garcia Campos, Núria

### COMPETÈNCIES DE LA TITULACIÓ A LES QUALS CONTRIBUEIX L'ASSIGNATURA

---

#### Específiques:

CEAAD 10. Identificar el procés de direcció i producció dels diferents projectes artístics de l'àmbit digital, les metodologies existents, els rols implicats i les seves funcions.  
CEAAD 11. Identificar el sector professional i els models de negoci de la indústria audiovisual, així com les vies de finançament i les estratègies de distribució i màrqueting.

#### Transversals:

04 COE N1. COMUNICACIÓ EFICAÇ ORAL I ESCRITA - Nivell 1: Planificar la comunicació oral, respondre de manera adequada les qüestions formulades i redactar textos de nivell bàsic amb correcció ortogràfica i gramatical.  
06 URI N1. ÚS SOLVENT DELS RECURSOS D'INFORMACIÓ - Nivell 1: Identificar les pròpies necessitats d'informació i utilitzar les col·leccions, els espais i els serveis disponibles per dissenyar i executar cerques simples adequades a l'àmbit temàtic.  
07 AAT N1. APRENTATGE AUTÒNOM - Nivell 1: Dur a terme les tasques encomanades en el temps previst, tot treballant amb les fonts d'informació indicades, d'acord amb les pautes marcades pel professorat.

### METODOLOGIES DOCENTS

---

- Mètode expositiu / lliçó magistral.
- Classe participativa.
- Estudi de casos.
- Aprenentatge basat en problemes i en exposicions i defenses de pràctiques o treballs.
- Treball Autònom.

## OBJECTIUS D'APRENTATGE DE L'ASSIGNATURA

---

- Mostrar coneixement sobre la història de l'art digital, dels diferents formats i dels termes i expressions que s'utilitzen en la indústria i, capacitat per classificar una peça d'art digital a partir de les seves característiques i utilitzar aquests coneixements en el disseny i creació de peces d'art digital.
- Mostrar coneixement i capacitat d'aplicació en la creació digital de: les fases de creació, dels diferents perfils professionals que intervenen, de les tasques que desenvolupa cada perfil professional, així com, de les tecnologies i programes informàtics que s'utilitzen en la creació digital.
- Mostrar comprensió del concepte "indústria de l'art digital" i coneixement dels diferents agents implicats i de la cadena de valor i coneixement de l'evolució i de la situació actual de la indústria, tant a nivell nacional com a internacional i de la seva relació amb l'evolució de la tecnologia.
- Tenir en compte les dimensions social, econòmica i ambiental en aplicar solucions i dur a terme projectes coherents amb el desenvolupament humà i la sostenibilitat.
- Prendre iniciatives que generin oportunitats, nous objectes o solucions noves, amb una visió d'implementació de procés i de mercat, i que impliqui i faci partícips als altres en projectes que s'han de desenvolupar.
- Analitzar sistèmicament i críticament la situació global, atenent la sostenibilitat de forma interdisciplinària així com el desenvolupament humà sostenible, i reconèixer les implicacions socials i ambientals de l'activitat professional del mateix àmbit.
- Aplicar criteris de sostenibilitat i els codis deontològics de la professió en el disseny i l'avaluació de les solucions tecnològiques. Utilitzar estratègies per preparar i dur a terme les presentacions orals i redactar textos i documents amb un contingut coherent, una estructura i un estil adequats i un bon nivell ortogràfic i gramatical.
- Comunicar-se de manera clara i eficient en presentacions orals i escrites adaptades al tipus de públic i als objectius de la comunicació, utilitzant les estratègies i els mitjans adequats.
- Contribuir a consolidar l'equip planificant objectius, treballant amb eficàcia i afavorint la comunicació, la distribució de tasques i la cohesió.
- Dirigir i dinamitzar grups de treball, resolent possibles conflictes, valorant el treball fet amb les altres persones i avaluant l'efectivitat de l'equip així com la presentació dels resultats generats.
- Després d'identificar les diferents parts d'un document acadèmic i d'organitzar les referències bibliogràfiques, dissenyar i executar una bona estratègia de recerca avançada amb recursos d'informació especialitzats, seleccionant la informació pertinent tenint en compte criteris de rellevància i qualitat.
- Planificar i utilitzar la informació necessària per a un treball acadèmic (per exemple, per al treball de finalització de grau) a partir d'una reflexió crítica sobre els recursos d'informació utilitzats.
- Dur a terme les tasques encomanades a partir de les orientacions bàsiques donades pel professorat, decidint el temps que es necessita emprar per a cada tasca, incloent aportacions personals i ampliant les fonts d'informació indicades.
- Aplicar els coneixements aconseguits en la realització d'una tasca en funció de la pertinència i la importància, decidint la manera de dur-la a terme i el temps que és necessari dedicar-li i seleccionant les fonts d'informació més adequades.
- Mostrar comprensió lectora suficient en la lectura de documents escrits en anglès, vinculats a la matèria, tals com a anotacions, articles científics, articles de divulgació, pàgines web, etc.

## HORES TOTALS DE DEDICACIÓ DE L'ESTUDIANTAT

---

Tipus	Hores	Percentatge
Hores grup mitjà	18,0	12.00
Hores activitats dirigides	12,0	8.00
Hores grup gran	30,0	20.00



Tipus	Hores	Percentatge
Hores aprenentatge autònom	90,0	60.00

**Dedicació total:** 150 h

## CONTINGUTS

### BLOC I: Introducció a l'art digital. Evolució i situació de la indústria de l'art digital

#### Descripció:

- 1- Introducció a la cultura digital
- 2 - Conceptes: Què és la indústria cultural? Què és l'art digital?
- 3 - Els mitjans digitals (o new media) terminologia i tipologia (formats)
- 4 - Història de l'art digital i figures rellevants
- 5 - Estat actual de l'art digital a Catalunya
- 6 - Fases en la creació digital segons tipologia, organització, metodologies, pressupostos
- 7 - Coneixement de l'evolució recent de la indústria i de la seva acceleració des de la institució pública

#### Activitats vinculades:

Pràctica 1

**Dedicació:** 50h

Grup gran/Teoria: 20h

Aprenentatge autònom: 30h

### BLOC II: Factors culturals en la indústria de l'art digital i fases de creació en l'art digital

#### Descripció:

- 8 - Tecnologies emergents i el seu impacte en la creació artística digital, en la creació de nous formats i sofisticació de l'art digital "tradicional"
- 9 - Anàlisi de les perspectives en la tecnologia, la cultura i les arts digitals en quant a: Democratització, Globalització, Interdisciplinarietat
- 10 - Formes d'experimentació: preservació i accés a l'art digital
- 11 - La tecnologia com a eina i com a mitjà
- 12 - La cibercultura i el capital digital
- 13 - Estudi del procés de creació en l'Art Digital: esdeveniments i estudis
- 14 - Canals de producció, canals de distribució, canals de comissariat
- 15 - Distribució i FESTIVALS
- 16 - Fases en la creació digital: cas pràctic

#### Activitats vinculades:

Pràctica 2

**Dedicació:** 50h

Grup gran/Teoria: 20h

Aprenentatge autònom: 30h



### BLOC III: La indústria, actors implicats i tecnologies involucrades

**Descripció:**

- 17 - Interacció social i comunitats virtuals, El domini públic i la cultura de la propietat
- 18 - Conceptes bàsics en el tractament d'arxius digitals i bones praxis del sector
- 19- Plataformes de distribució d'art digital, estratègies segons plataforma i tipologia d'art
- 20 - Experiència en creació d'art digital de nous mitjans, plataformes online, NFTs, interactius. Programes informàtics troncats en la creació artística digital
- 21 - El mercat: estudi i anàlisi de la competència, Definició de públic objectiu i creació d'un mapa d'usuari, Eines de màrqueting: de Facebook ads fins a guerrilla, Models de negoci i business model canvas
- 22 - Vies de finançament públic i privat. Estudis de viabilitat i capacitat de pivotar

**Activitats vinculades:**

Pràctica 3

**Dedicació:** 50h

Grup gran/Teoria: 20h

Aprenentatge autònom: 30h

## ACTIVITATS

### Pràctica 01: mapeig dels centres de producció, distribució i exhibició a Catalunya

**Descripció:**

Elaboració d'un mapeig dels centres de producció, distribució i exhibició més rellevants de Catalunya en l'àmbit de les arts digitals

**Lliurament:**

Forma de lliurament: telemàtica

**Dedicació:** 6h

Aprenentatge autònom: 6h

### Pràctica 02: disseny d'un projecte o festival d'art digital

**Descripció:**

Disseny d'un prototip de projecte o festival d'art digital elaborant la ruta crítica de producció, gestió i exhibició.

**Lliurament:**

Forma de lliurament: telemàtica

**Dedicació:** 6h

Aprenentatge autònom: 6h

### Pràctica 03: elaboració d'un projecte lliure de comissariat i anàlisi de l'art digital

**Descripció:**

Elaboració d'un projecte lliure de comissariat i anàlisi de l'art digital.  
Possibilitat de realitzar-se en grup de màxim 4 membres.

**Lliurament:**

Forma de lliurament: mitjançant una presentació presencial a l'aula

**Dedicació:** 12h

Aprenentatge autònom: 12h

## SISTEMA DE QUALIFICACIÓ

---

El sistema d'avaluació consisteix en 6 blocs diferents:

Un exercici d'entrega obligatòria a la fi del BLOC I, 10% de la nota final

Un exercici d'entrega obligatòria a la fi del BLOC II, 10% de la nota final

Un exercici d'entrega obligatòria a la fi de l'assignatura, 20% de la nota final

Un examen parcial de presentació obligatòria, 20% de la nota final

Un examen final de presentació obligatòria, 30% de la nota final

La valoració per la participació activa a l'aula, de caràcter opcional, un 10% de la nota final.

Examen de reavaluació.

Examen de reavaluació que reemplaçarà únicament la nota de l'examen final. Només es podrà assistir a aquest examen havent suspès l'assignatura després de l'avaluació continuada. Superant l'examen de reavaluació, la nota final de l'assignatura serà com a màxim de 5 sobre 10.

## NORMES PER A LA REALITZACIÓ DE LES PROVES.

---

Pràctiques:

Els exercicis de pràctiques s'expliquen i s'inicien durant l'horari de classe i es completen al marge de l'horari previst de classe seguint les instruccions que es donen en el document Full de Pràctica corresponent i les indicacions que a tal efecte s'han donat en la part de la classe corresponent.

El lliurament dels exercicis de pràctiques es realitzarà utilitzant l'espai d'entrega de l'aula de l'assignatura al Campus Virtual, seguint les indicacions descrites en el document Full de pràctica corresponent i seguint els terminis indicats. No s'acceptaran pràctiques entregades fora de termini. La correcta gestió de la documentació aportada és un aspecte relacionat amb les competències a adquirir i és, per tant, objecte d'avaluació.

L'avaluació de les pràctiques no comporta només la resolució dels exercicis proposats, sinó també la defensa que es faci dels resultats quan l'/la alumne sigui requerit per això a l'inici de les classes.

Exàmens:

Les preguntes i problemes proposats en els exàmens fan referència tant al contingut teòric de l'assignatura com als exercicis resolts en les diferents pràctiques.



## BIBLIOGRAFIA

---

### Bàsica:

- Paul, Christiane. Digital art (world of art). 3rd ed. London: Thames & Hudson Ltd, 2015. ISBN 9780500204238.
- Hope, C.; Ryan, J. Digital arts: an introduction to new media. New York, EUA: Blomsbury Publishing Plc, 2014. ISBN 9781780933207.
- Wands, Bruce. Art of the digital age. 1a. London: Thames & Hudson, 2006. ISBN 9780500286296.
- Prato, G. de; Sanz, E.; Simon, P. Digital media worlds: the new economy of media. Palgrave Macmillan, 2014. ISBN 9781137344243.
- Hartley, Scott. The fuzzy and the techie: why the liberal arts will rule the digital world. Boston, EUA: Houghton Mifflin Harcourt, 2017. ISBN 9780544944770.
- Gersho, Richard A. Digital media and innovation: management and design strategies in communication. Thousand Oaks, EUA: SAGE Publications, 2016. ISBN 9781452241418.
- Jenkins, Henry. Convergence culture: where old and new media collide. Nova York, EUA: NYU Press, 2008. ISBN 9780814742952.
- Leung, Linda. Digital experience design: ideas, industries, interaction. Bristol, Regne Unit: Intellect Ltd, 2010. ISBN 9781841502649.
- McQuivey, James. Digital disruption: unleashing the next wave of innovation. Amazon Publishing, 2013. ISBN 9781477800126.
- Shah, Pathik. Digital footprints. North Charleston, EUA: CreateSpace, 2017. ISBN 9781541077041.
- Bentkowska-Kafel, A.; Cashen, T.; Gardinger, H. Digital visual culture. Bristol, Regne Unit: Intellect Ltd, 2009. ISBN 9781841502489.
- Dunlop, Renee. Production pipeline fundamentals for film and games. Waltham, EUA: Focal Press, 2014. ISBN 9780415812290.
- Hamel, Gary. What matters now: how to win in a world of relentless change, ferocious competition, and unstoppable innovation. Jossey-Bass, 2012. ISBN 9781118120828.
- Rubin, Kenneth S. Essential scrum: a practical guide to the most popular agile process. Boston, EUA: Addison-Wesley Professional, 2012. ISBN 9780137043293.
- Olson, Taylor. Digital project management: the complete step-by-step guide to a successful launch. 1a. J. Ross Publishing, 2015. ISBN 9781604271256.