

Diseño Multimedial

Programa

CARRERA: Publicidad

ASIGNATURA: Diseño Multimedial

CÁTEDRA: Tsuji Teresa, Marcelo Ostres, Sebastián Violante

CICLO LECTIVO: 2020

CUATRIMESTRE: Primero y segundo

CUPO MAXIMO DE ALUMNOS : 40 (cuarenta)

LUNES de 18 a 22 hs. Aula Laboratorio Multimedia (primer cuatrimestre 2020)

MARTES de 14 a 18 hs. Aula Laboratorio Multimedia

SE DICTA DE MANERA NO PRESENCIAL DEBIDO AL ASPO PROVOCADO POR EL COVID 19

1- FUNDAMENTACIÓN

Los Nuevos Medios representan nuevas formas de expresión cultural en las que se entrecruzan dimensiones estéticas, narrativas, sensoriales, tecnológicas y económicas. Nuevas formas y lenguajes que introducen cambios masivos en la forma de producir, distribuir y consumir contenidos. Su influencia creciente evidencia una gradual transición hacia una nueva era en la relación entre productores de contenidos y consumidores. Los cambios en la naturaleza misma de los negocios de las industrias de contenidos y del entretenimiento comienzan a percibirse (Igarza,2008)

Ante esta situación la publicidad se encuentra afrontando nuevas oportunidades y nuevos desafíos en cuanto a que las necesidades comunicativas de clientes y públicos van en constante cambio.

Esta asignatura se presenta como un espacio abierto a la exploración de estas nuevas herramientas, recursos y lenguajes y también propone una reflexión teórica frente a las nuevas categorías que surgen a partir de estos usos,

Incorporamos como contenido y recurso didáctico el abordaje a cuestiones de géneros como así también al acceso a conocimiento científico a partir de la comunicación científica desde el paradigma del acceso abierto.

Consideramos que el cruce de los conceptos del diseño multimedial con el acceso digital al conocimiento y a los temas de interés público constituyen un nudo problemático que enriquece la formación de los futuros licenciados en Publicidad.

II OBJETIVOS GENERALES

Objetivo general:

Lograr que los alumnos integren estrategias conceptuales y técnicas propias del lenguaje multimedial para el más eficiente desarrollo de objetivos comunicacionales

Objetivos específicos:

Proponemos trabajar en varios niveles:

- La percepción integral de mensajes multimediales
- La comprensión conceptual para el desarrollo de estrategias de comunicación efectiva utilizando el lenguaje multimedial: idea, adecuación del mensaje para cada cliente, creatividad, guión.
- El conocimiento sobre los recursos, herramientas (hardware y software) formatos y lenguajes
- . Fomentar el acceso a conocimiento científico adecuado a los objetivos comunicacionales propuestos.

I. UNIDADES PROGRAMÁTICAS

Unidad 1:

Multimedialidad

Concepto. Enfoque instrumental y comunicativo.

Diferencia con el lenguaje audiovisual

Comunicación Digital. Multiplicidad de códigos, Hipertextualidad e Interactividad.

Offline y Online. Evolución de la Publicidad Digital: CDs DVD. Internet.

Unidad 2:

El acceso al conocimiento, Open Access y revistas científicas, Artículos académicos, Formatos de citación.

La investigación en publicidad. Objetivos, alcances y lenguajes.

La perspectiva de género en la publicidad.

Unidad 3:

Internet. Características y tendencias.

Características de la Publicidad en internet.

Elementos publicitarios en Internet.

Publicidad en la web 2.0

Páginas web estáticas y dinámicas. Posicionamiento

Unidad 3:

La Convergencia Digital

Soportes, dispositivos.

PC. Notebooks, netbooks, tablets, celulares.

Tv interactiva Mapping

Realidad Aumentada. Videojuegos. Apps

Convergencia tecnológica y Convergencia cultural.

Unidad 4:

Estrategias de marketing de Contenidos.

Planificación del tema, Brief. Guión.

Retórica multimedial. Elementos y producción de la narrativa multimedial.

Narrativa trasmedia.

Unidad 5: Elementos y Composición de la Comunicación Multimedial.

La imagen fija. Secuencia de imágenes.

Resolución, formato, publicación. Programas utilizados para la edición de imagen.

Powerpoint, Slideshare, Prezi, Vuvox y otros

Imagen y Texto

Infografía, Infografía interactiva

El Audio. Componentes: música, Locución, sonidos.

Formatos, publicación. Programas utilizados para la edición de audio. Soundcloud.

Animación. Distintos tipos de animación.

Video en la web. Streaming de audio y video. Livestream Edición de video publicación. Formatos y compresiones.

Diseño Web. Maquetación. Dominios. Hosting.

Unidad 6

Proyectos de presentaciones transmedia multimediales. Objetivos, Planificación y presentación. Divulgación del proyecto.

Herramientas y recursos para construcción del diseño multimedial

Programas offline: Photoshop, Dreamweaver, After effects. 3d Studio.

Programas ONLINE para la realización de animaciones, infografías, páginas.

Blogger, Wordpress; Drive, Wix, Powtoon, Genially, Picktochart, HP Reveal,

IV METODOLOGÍA DE TRABAJO

Proponemos trabajar con herramientas y recursos propios del mensaje multimedial. Para tal fin nos es necesario trabajar en el entorno de Internet, tanto en las clases desarrolladas en la facultad como en los trabajos visualizados por los alumnos.

Se contará con un sitio en la web para la consulta e interrelación de los grupos. Se propondrá la ejecución de breves piezas a modo de prácticas introductorias al manejo de algunos programas. No es el objetivo de este curso proveer los conocimientos en profundidad de los programas de edición de imágenes, audios, videos o animaciones, pero si lograr una expresión que se presente consistente en cuanto a principios de diseño, retórica y objetivos comunicacionales.

Se propone un trabajo grupal de realización de piezas y publicación en Internet de acuerdo a una temática propuesta desde la cátedra. Se propone un parcial

domiciliario que consiste en la resolución de cuestiones en relación a los temas desarrollados durante el cuatrimestre

Desde el primer cuatrimestre de 2016 se propone trabajar relacionando la asignatura con el proyecto de Investigación dirigido por la titular de la cátedra. A partir de esta relación se propuso trabajar sobre el tema VIOLENCIA FAMILIAR y adecuar los objetivos de producción de mensajes a la temática abordada.

A partir del 2017 el objetivo de la investigación se asocia al tema de lo multimedial en relación a la difusión de la ciencia. Se propone que la investigación y trabajos producidos por los grupos puedan ser utilizados como elementos comunicativos aplicables en proyectos de difusión y divulgación científica.

A partir de 2019 el objetivo de la investigación asocia el tema de lo multimedial a la difusión académica y masiva de los temas relacionados con cuestiones de género/s. Se propone que la investigación y trabajos producidos por los grupos puedan ser utilizados como elementos comunicativos aplicables en proyectos de difusión y divulgación científica.

V SISTEMAS DE REGULARIDAD Y EVALUACIÓN

Sistema de Regularidad

La regularización de la materia exige:

- La presentación de todos los trabajos parciales.
- La aprobación de un examen parcial.
- La aprobación de un TRABAJO INTEGRADOR FINAL
- Asistencia al 80 % de las clases

Sistema de Evaluación:

La aprobación del parcial, trabajo grupal y el trabajo final habilitará a la regularización de la materia. Con nota 7 o mayor se promociona la materia.

Deberán rendir Final teórico- práctico aquellos alumnos que con la regularidad aprobada no hubieran alcanzado la promoción.

VI BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

Bibliografía CLASES

2019

En marzo de 2019 la cátedra publicó en el marco de la investigación radicada en LOMAS CyT el libro “Estrategias y experiencias educativas sobre el diseño multimedial para la publicidad y la difusión científica” bajo el sello editorial de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (autores: Tsuji Teresa, Violante

Sebastián y Laurent Jessica): en el libro se desarrollan algunos de los contenidos de la cátedra y se presentan trabajos de los alumnos en relación a la temática abordada.

CLASE 1

Rodríguez Esguerra, Antonio y Zárata Hernández, Johanna: Perfil del Diseñador Digital y de Multimedia, I CONGRESO LATINOAMERICANO DE ENSEÑANZA EN DISEÑO. Universidad de Palermo, 2010
Orihuela, José Luis Santos, María Luisa: Introducción al diseño digital, Madrid, Anaya, 1999
Apunte de cátedra. Concepto de Multimedia, 2011-
Apunte de cátedra. Retórica Multimedial, 2017
Apunte de cátedra. Acrecentar el conocimiento. El artículo académico, 2017

CLASE 2

Apunte de cátedra. Tema , Idea Premisa , 2011
Apunte de Cátedra: Hacia la construcción de un guión, 2011
Apunte de cátedra. Apuntes Nik Mahon, 2017
Apunte de cátedra. Partido Conceptual, Partido Gráfico 2017
Dondis, D.A. La Sintaxis de la imagen, Gustavo Gilli, 2017 (2ª edición, 2ª tirada)
Mahon, Nik, Dirección de Arte, Gustavo Gilli 2010

CLASE 3

Scolari, Carlos Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva Gedisa, Barcelona, 2008, 318 pp.
Manevich. Lev, El lenguaje de los nuevos medios de comunicacion: _la imagen en la era digital, Paidós, 2005
Díaz Noci, Javier Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital, Doxa Comunicación, pp 51 a 91 Alonso Jaíne; El sitio web como unidad básica de información y comunicación. Aproximación teórica: definición y elementos constitutivos I/C - Revista Científica de Información y Comunicación 2008, 5, pp-226-247

CLASE 4

Apunte de Clase: Secuencia de imágenes, 2016
Presentación Apunte de Clase: La Gioconda
Presentación Apunte de Clase: Cientos de años mirándonos.

CLASE 5

Jenkins Henry; Convergencia de la Cultura, 2008
Apunte de cátedra: Concepto de Hipertexto
Apunte de cátedra: Hipertexto, Transmedia

Martínez Sáez, J., Canós Cerdá, E., & Sanchis Roca, G. (2017). Narrativas transmedia y publicidad: análisis de las campañas más premiadas (2011-2016). *AdComunica*, 0(14), 51-74. doi:10.6035/412

CLASE 6

Apunte de Cátedra: Componentes de una banda sonora

Apunte de cátedra: Comerciales de radio

Apunte de cátedra: Sonido Audiovisual

CLASE 7

Apunte de Cátedra: Virales

Apunte de cátedra, La cuarta Pared

Apunte de cátedra: Montaje

CLASE 8

Apunte de cátedra: La Infografía

Karbaum Padilla Gerardo ; Infografías: representación de la realidad, publicidad y comunicación organizacional Correspondencias & Análisis, No 5, año 2015

CLASE 9

Apunte de Clase: Animación 2d y 3d

Ensayos audiovisuales

CLASE 10

Apunte de clase: Realidad aumentada

CLASE 11

Apunte de Clase : Banners, aplicaciones:

Bibliografía de Consulta general

Bou Bouzá, Guillem El Guión multimedia Anaya, Madrid, 1997

Jenkins, Henry, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, (Nueva York), New York University Press, 2006.

Igarza, Roberto, Nuevos medios. Estrategias de convergencia, (Buenos Aires), La Crujía, 2008.

Nadin Mihai “Civilización de expresiones múltiples (“The Civilization of Illiteracy”) Anthropos editorial, 2002

Negroponte, Nicholas Ser digital, Atlántida, Buenos Aires,1995

Ong, Walter, *Oralidad y escritura. Tecnología de la palabra*, (Bogotá), Fondo de Cultura Económica, 1994. 1982.

Orihuela, José Luis Santos, María Luisa: Introducción al diseño digital, Madrid, Anaya, 1999
Orihuela, José Luis, La revolución de los blogs, La Esfera de los Libros, Madrid, 2006.

Piscitelli, Alejandro. Ciberculturas 2.0 En la era de las máquinas inteligentes Piados, Buenos Aires, 2002

Salaverría, Ramón Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental Publicado en Estudios sobre el mensaje periodístico, nº 7, Universidad Complutense, Madrid, 2001, pp. 383-395. ISSN: 1134-1629

Scolari, Carlos Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva Gedisa, Barcelona, 2008, 318 pp.

Scolari, Carlos “La macdonalización de las interfaces ¿Velocidad vs Diseño? – 3 y Final” en Proyecto Web; La Habana. Cuba. Año 3 Nro 53 jueves. 29 de ENERO de 2004 <http://www.proyectoweb.org/boletines/053-en04.html>
Scolari, Carlos A. Alrededor de la(s) convergencia(s) Conversaciones teóricas, divergencias conceptuales y transformaciones en el ecosistema de medios

Scolari, Carlos, Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales, (Barcelona), Gedisa, 2004.

Serrano Cobos, Jorge , “Pasado, presente y futuro de la Web 2.0 en servicios de información digital”, BID, 2006 <http://www.ub.es/bid/17serra2.htm>
Turkle, Sherry La vida en la pantalla, Paidós, Barcelona, 1997

Valero Sancho, José Luis La Infografía, Publicaciones de la Universidad de Valencia, 2001

Viñas Limonchi Manuel Variables creativas metodológicas en el desarrollo de la imagen digital ;MCGRAW-HILL; ISBN 8448128494, 2000

Xie, Geoffrey (1997), CS3202: Introduction to Multimedia, en la Naval Postgraduate

School, http://www.nps.navy.mil/faculty/xie/cs3202/notes_html/sld005.htm

Fuentes web

<http://www.theslogan.com/>

<http://publicitado.com>

<http://www.cdgm.org.ar/tarifario/index.html>

<http://es.all-free-download.com/free->

[icon/iconos/web_de_gesti%C3%B3n_98418.html](http://es.all-free-download.com/free-icon/iconos/web_de_gesti%C3%B3n_98418.html)

<http://es.audiomicro.com/efectos-de-sonido-gratis>

http://www.publispain.com/webmaster/posicionamiento_en_google.html

<http://celulares.about.com/od/Smartphones/a/Sistemas-Operativos-De->

[Celulares-En-La-Lupa.htm](http://celulares.about.com/od/Smartphones/a/Sistemas-Operativos-De-Celulares-En-La-Lupa.htm)

<http://noticias.universia.edu.uy/en-portada/noticia/2013/03/05/1008540/10-tendencias-digitales-2013.html>

<http://www.marketingdirecto.com/>

VII EQUIPO DE CÁTEDRA

Profesora Titular: Teresa Tsuji

JTP. Marcelo Ostres

Ayudante Primera: Néstor Sebastián Violante