PROGRAMA DE MATERIA

- **Asignatura:** Diseño Multimedial
- **Ciclo Lectivo:** 2023
- **Carrera/s:** Publicidad
- **Profesor a cargo:** N. Sebastián Violante
- **Equipo de cátedra:** JTP Marcelo Ostres

I- FUNDAMENTACIÓN / MARCO REFERENCIAL

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 de acuerdo con las necesidades comunicativas de los diferentes mercados y públicos. 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 y desarrollo sostenible 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 profesionales de la publicidad

II- OBJETIVOS

Objetivo general:
Lograr que las y los estudiantes 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 comprensión conceptual para el desarrollo de estrategias de comunicación efectiva utilizando el lenguaje multimedial: concepto, idea, adecuación del mensaje para cada cliente, creatividad, guion y puesta en marcha.
– La percepción integral de mensajes multimediales
- Articular conocimientos sobre nuevos recursos, herramientas (hardware y software) formatos y lenguajes, con los ya aprendidos en otras materias.
. Fomentar el acceso a conocimiento científico adecuado a los objetivos comunicacionales propuestos.

III- CONTENIDOS Y BIBLIOGRAFÍA

Unidad 1:
Multimedialidad
Concepto. Enfoque instrumental y comunicativo.
Diferencia con el lenguaje audiovisual.

Concepto, Concepto Creativo, Idea. Super Objetivo.

Unidad 2:
Internet. Características y tendencias.
Características de la Publicidad en internet.
Elementos publicitarios en Internet.
Comunicación Digital. Multiplicidad de códigos, Hipertextualidad e Interactividad.
Offline y Online. Evolución de la Publicidad Digital.

Unidad 3:
La Convergencia Digital
Soportes, dispositivos.
PC. Notebooks, netbooks, tablets, celulares. Tv interactiva Mapping
Realidad Aumentada. Videojuegos. Apps
Convergencia tecnológica y Convergencia cultural.
Publicidad en la web 2.0
Páginas web estáticas y dinámicas. Posicionamiento

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.
Resolución, formato, publicación. Programas utilizados para la edición de imagen.
Imagen y Texto
Infografía, Infografía interactiva
El Audio. Componentes: música, Locución, sonidos.
Formatos, publicación. Programas utilizados para la edición de audio.
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.

Herramientas y recursos para construcción del diseño multimedial
Programas offline: Photoshop, Dreamweaver, After Effects. 3d Studio, Illustrator, Adobe XD, Figma. Adobe Audition, Audacity.
Programas ONLINE para la realización de animaciones, infografías, páginas.
Blogger, Wordpress; Drive, Wix, Powtoon, Genially, Picktochart, HP Reveal,

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 Iliteracy") 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, n° 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 53jueves. 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 Infografia, 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.redalyc.org/
https://scholar.google.es/schhp?hl=es
http://www.cdgm.org.ar/tarifario/index.html
http://es.all-free-download.com/
http://es.audiomicro.com/efectos-de-sonido-gratis
http://www.publispain.com/
http://celulares.about.com/
http://noticias.universia.edu.uy/
http://www.marketingdirecto.com/

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 espacio en la nube en donde se encuentra todo el material bibliográfico y desde donde podrán generar interrelación los diferentes 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 software 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 un proyecto multimedial, acompañado por diferentes piezas del ecosistema y su publicación en Internet de acuerdo a una temática propuesta desde la cátedra.

A partir del 2017 el objetivo de la investigación se asoció a la difusión científica y propuestas multimediales en torno a la misma.
Se propuso 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.

Desde el segundo cuatrimestre del año 2021, proponemos una cursada orientada a la creación de una *startup* que ofrezca soluciones en dirección de las líneas de investigación trabajadas por la facultad. En este cuatrimestre, los esfuerzos serán orientados a la presentación del proyecto (diagnóstico y estrategia) al concurso Obrar del Consejo Publicitario Argentino. Finalmente, el proyecto se consolidará como producto multimedial y será acompañado del diseño multimedial de una campaña ad hoc.

V- EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

La regularización de la materia exige:

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

Sistema de Evaluación:

La aprobación de los parciales, los trabajos grupales y el trabajo final habilitará a la regularización de la materia. Con nota 4 o mayor en cada una de las instancias se podrá regularizar.

Deberán rendir Final teórico- práctico aquellos alumnos con la regularidad aprobada

Proceso, desarrollo y evolución:

- Interpretación de consignas.
- Pertinencia entre el requerimiento y piezas presentadas.
- Calidad de presentaciones.
- Idea creativa original.
- Utilización de retórica.
- Justificación del partido conceptual y del partido gráfico.
- Criterio estético y coherencia visual.
- Identificación de problemas en el desarrollo y autocrítica.
- Compromiso de trabajo sobre las observaciones.
- Técnica y calidad en las piezas finales.
- Demostración de conocimiento del lenguaje de la materia.

EQUIPO DE CÁTEDRA

Profesor a cargo:
Mgtr. Néstor Sebastián Violante

JTP:
Dir. Marcelo Ostres

Firma y aclaración del profesor a cargo.