

Programa

1. DATOS GENERALES

GRUPO DE CARRERAS	Carreras de Diseño		
CARRERA	Diseño Gráfico		
PLAN DE ESTUDIOS ORD. N°	02/ 06 C.S (Diseño Gráfico)		
ESPACIO CURRICULAR	Multimedia 2		
RÉGIMEN	Anual	CURSO	Cuarto
CARGA HORARIA TOTAL	84 hs.		
FORMATO CURRICULAR	Teórica Aplicada		
AÑO ACADÉMICO	2024	CARÁCTER	Obligatorio
CORRELATIVIDADES PARA EL CURSADO	Tener Aprobada: Multimedia I, Semiótica, Fotografía Básica. Tener Cursada Regular: Técnicas de Producción de la Imagen.		
CORRELATIVIDADES PARA LA EVALUACIÓN	Aprobar previamente: Técnicas de Producción de la Imagen.		
EQUIPO DE CÁTEDRA	Profesor Titular: Diseñador Industrial, Especialista en Diseño Multimedial Ariel Amadío		
HORARIOS DE CLASE	Martes de 13:00 a 15:00 hs.		
HORARIOS DE CONSULTA	Martes de 11:00 a 13:00 hs.		
MOVILIDAD ESTUDIANTIL	Sí, 5 alumnos máximo		

2. FUNDAMENTACIÓN

La asignatura Multimedia II tiene como objetivo primordial suplir la necesidad de incorporar un importante paradigma comunicacional y tecnológico a la formación en Diseño. Esta necesidad surge tanto en la dirección creciente de la demanda laboral, como así también en la inquietud de incorporar al perfil del diseñador gráfico competencias técnicas que le permitan abordar una actividad que está gravitando, cada día más, dentro de la órbita de su quehacer profesional en todos los ámbitos.

Sin perder de vista la búsqueda del perfil de diseñador en comunicación visual que caracteriza a esta unidad académica, se pretende incorporar una competencia más a dicha comunicación visual, intentando encontrar los puntos de contacto o divergencia, las intersecciones o diferencias que existen entre el diseño multimedial y el diseño gráfico tradicional. La idea es brindar al alumno una herramienta más, (en este caso de importante relevancia) para que su perfil profesional se complete con nuevas y necesarias

Finalmente producir el encuentro entre estas dos disciplinas resultará en un beneficio para ambas. El diseño multimedial ha sufrido la errada calificación de ser considerado “solo un fenómeno del avance de la tecnología”. Por esta confusión se ha perdido la percepción de su verdadera naturaleza de ser un hecho de la comunicación humana.

Y por otro lado, el diseño gráfico se ha visto privado de la posibilidad de participar en la actividad multimedial cuando tiene legítimos contenidos y perfil para abarcarlo como un hecho de la comunicación.

En definitiva, la perspectiva de poder aportar este cuerpo técnico tan cercano al diseño, resulta más que auspiciosa y seguramente redundará en profesionales que contarán con la elasticidad operativa suficiente para poder moverse entre los paradigmas tradicionales de la actividad y estas nuevas demandas.

El recorte que se busca dar a la asignatura consiste en una aproximación técnica a las herramientas productivas necesarias para la creación, gestión y puesta en marcha de plataformas multimediales de distinta naturaleza.

Respecto de esto último tema se pretende brindar una capacitación operativa en la gama de tecnologías disponibles; destacando su factibilidad de uso, sus funciones específicas y su integración funcionando con el concepto de “suites productivas”.

3. METAS DE APRENDIZAJE/OBJETIVOS

Las **metas de aprendizaje** planteadas para el presente ciclo lectivo son las siguientes:

- Iniciar al alumno en el aprendizaje de la suite productiva de software de autor.
- Conocer los procesos técnicos - productivos para la elaboración de diferentes tipologías de plataformas multimediales.
- Desenvolverse con solvencia y autonomía en situaciones complejas en el ámbito de la comunicación, resolviendo problemas profesionales de forma flexible en el marco de equipos de trabajo.

Los **objetivos** a desarrollar son:

- Incorporar metodología proyectual pertinente a este tipo de trabajo.
- Integrar la comunicación multimedial con las formas tradicionales de comunicación.
- Conocer las características de la fenomenología de la comunicación multimedial.
- Desarrollar las competencias necesarias para la actualización tecnológica.

4. CONTENIDOS *(Ejes / Unidades)*

EJE 1:	Narrativa Transmedia, constelaciones de productos: los medios integradores de esta narrativa. Potencialidad de las distintas tipologías de productos.
EJE 2:	Narrativa Transmedia, integración de medios: criterios de integración. Escalabilidad de los sistemas. Evaluación de prestaciones.
EJE 3:	Animación digital Tradicional: los principios rectores de la animación. Análisis de casos. Usos del guión en animación
EJE 4:	Animación digital Interpolada: el salto hacia la interpolación digital. Casos de interpolación. Usos
EJE 5:	Contenido multimedia on - line: generación de contenido para comunicación digital. Contenido promocional.
Eje 6:	Edición de video: la edición como herramienta al servicio de la narrativa.

5. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

En el dictado de esta asignatura se opta por la siguiente metodología:

- Exposición oral del docente sobre las temáticas teóricas, con análisis de casos ilustrativos sobre el tema.
- Discusión de textos en debate con los alumnos, con puesta en común.
- Desarrollo de trabajos prácticos grupales.
- Desarrollo de trabajo práctico integrador.

Recursos materiales necesarios para el dictado del curso:

Computadora equipada con sistema de audio, software para producción multimedial y con conexión a proyector multimedia, pantalla, pizarra.

6. PROPUESTA FORMATIVA VIRTUAL

La estrategia de virtualidad comprende la implementación de distintos correlatos en redes sociales, compartición de material digital, planteos de trabajos para resolver exclusivamente en línea y retroalimentación con los alumnos acerca de los conceptos vistos en clase. La estrategia de redes sociales se implementa con la intención de crear un espacio complementario de la presencialidad para generar los procesos de socialización en el camino de enseñanza - aprendizaje.

EJE TEMÁTICO	Conceptos Generales, Productos Multimedia, Narrativa Audiovisual, Narrativa Transmedia.		
CARÁCTER	Obligatoria	CARGA HORARIA SEMANAL	Presencial: 2 horas Virtual: 1 hora
COMUNICACIÓN	SINCRÓNICA Encuentros por Google Meet: https://meet.google.com/ejn-ixwo-yay		
	ASINCRÓNICA: Grupo de Facebook: https://www.facebook.com/groups/1680674298862142 Correo electrónico: multimedia@ariel-amadio.com		

ACTIVIDAD ESTUDIANTIL	INDIVIDUAL : Visualización y procesamiento de material publicado en línea en el sitio de cátedra. Resolución de actividades de transferencia publicadas. Publicación de material producido en los grupos cerrados de redes sociales; destinados al intercambio y compartición de trabajos propuestos.
	COLABORATIVA: Conformación de equipos de trabajo para la resolución de actividades prácticas. Exposiciones grupales en línea. Elaboración colaborativa de galerías de trabajo de los
ESTRATEGIAS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN T.I.C.	La actividad virtual tiene como medio central el sitio web de cátedra, coordinado con un grupo cerrado de Facebook, presencia sincrónica mediante encuentros on line y mail de cátedra. También se contempla la posibilidad de publicación de video en plataformas dedicadas a tal fin.
MATERIALES DIDÁCTICOS	Los materiales didácticos de las asignatura se localizan en le siguiente link: http://ariel-amadio.com/docencia/fad-multimedia-i/
EVALUACIÓN ACTIVIDAD VIRTUAL	La evaluación virtual se realiza sobre el envío de las prácticas propuestas, publicación en grupo cerrado y documentos enviados al correo de cátedra.

ENTORNO VIRTUAL

LINK:
<http://ariel-amadio.com/docencia/>

EQUIPO DOCENTE

ROLES Y FUNCIONES RELACIONADOS CON EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES MEDIADAS CON TIC:

Profesor Titular DI ESPC. Ariel Amadio: Gestión general de sitio web de cátedra, creación, edición y publicación on line de materiales digitales para entorno virtual, mediación y tutoría, seguimiento, gestión general de los espacios virtuales, administración técnica y evaluación.

7. EXTENSIÓN

La cátedra propicia la participación de los alumnos en actividades de la Facultad de Artes y Diseño y otras instituciones, integrando dichas actividades en la evaluación de la materia. Se prevé participar en los eventos de la Semana del Diseño, Semana de las Artes, Feria del libro y en espacios de referentes vinculados a la actividad, que visiten la



8. EVALUACIÓN

<p>Criterios de evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none">•Evaluación Continua sobre la participación en clase y trabajos prácticos. Evaluación de 2 (dos) parciales durante el cursado.•Elaboración de trabajos prácticos formales, sobre las temáticas desarrolladas durante el cursado. <p>Condiciones de regularidad:</p> <ul style="list-style-type: none">•Requisito 1: Deberá tener aprobados el 100% de los prácticos.•Requisito 2 : Deberá tener aprobados el 100% de parciales aprobado, ya sea en primera instancia de evaluación o en recuperatorio.•Requisito 3: Deberá tener aprobado las actividades propuestas por la cátedra.
--------------------------------	--



<p>Criterios de Acreditación</p>	<p>Para promocionar la asignatura se deberá cumplir con las siguientes condiciones:</p> <ol style="list-style-type: none">1- Haber aprobado el/los examen/es parcial/es.3- Tener aprobado 100% de los trabajos prácticos4- Promediar entre examen/es parcial/es y trabajos prácticos una nota igual o superior a 7 (siete). <p>Condiciones para el examen final:</p> <ul style="list-style-type: none">•El alumno que PROMOCIONA la asignatura no rinde examen final.•El alumno REGULAR, rinde examen final oral a programa abierto.•El alumno NO REGULAR, rinde examen final, debiendo cumplimentar una instancia de examen previa, cuya aprobación lo habilitará a rendir examen oral a programa abierto.•El alumno RECURSANTE, deberá recurrar la asignatura. <p>Aprobación de trabajos prácticos formales: Los trabajos prácticos formales se aprueban con 7 (siete).</p> <p>Otras consideraciones Las situaciones especiales de cursado (trabajo, horarios superpuestos, etc.) se arreglan exclusivamente con la cátedra hasta los diez día de iniciado el cursado. Luego de ese plazo no se contemplará ninguna situación especial.</p> <p>Los trabajos prácticos o recuperatorios de prácticos no recibidos</p>
----------------------------------	--



Criterios de acreditación	<ul style="list-style-type: none">•El alumno que cumple los tres (3) requisitos enunciados adquiere la condición de alumno regular.•El alumno que no cumple al menos uno de los tres (3) requisitos enunciados adquiere la condición de alumno no regular.•El alumno que no cumple dos o más de los tres (3) requisitos enunciados: adquiere la condición de alumno recursante.•En esta asignatura se contempla la condición de alumno libre por pérdida de regularidad (según normativa vigente). Los alumnos que adquieran esta condición deberán pautar con la cátedra; en horarios de consulta; la elaboración de un trabajo integrador extra para acceder a la posibilidad de rendir el
---------------------------	---

9. BIBLIOGRAFÍA *(Según Normas APA)*

Bibliografía:

- Bilinkis, S. (2019). Guía para sobrevivir al presente. Buenos Aires: Sudamericana
- Munari, B., & Carrillo, B. M. (2018). Fantasia. Barcelona: Gustavo Gili.
- Steane, J. (2016). Fundamentos del diseño interactivo: Principios y procesos que todo diseñador debe conocer. Barcelona: Promopress.
- Bilinkis, S. (2015). Pasaje al futuro: Guía para abordar el viaje al mañana. Buenos Aires: Sudamericana.
- Brarda, M. C. (2016). Motion graphics design - La dirección creativa en branding tv. Barcelona: Gustavo Gili.
- Dolors, G. M. (2014). Psicología de la comunicación. Barcelona: Ariel.
- Frascara, J. (2006). El diseño de comunicación. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Christian Vanderdorpe: “Del papiro al Hipertexto”. Fondo de Cultura Economica. 2003.
- M. Elsa Bettendorf y Raquel Prestigiacomo: “El relato audiovisual”. Editorial LongSeller. 2002.
- Alejandro Piscitelli: “Ciberculturas 2.0”. Paidos Contextos.
- Fernández-Coca, Antonio: “Producción y diseño para la WWW”, Paidos, Barcelona, 1999
- Orihuela- Santos: “Introducción al Diseño Digital”. Anaya multimedia, Barcelona, 1999
- Janet Murray: “Hamlet in the Holodeck”. Editorial Paidós, Barcelona, Buenos Aires, México. 1998
- Kristof, R., Satrán, A.: “Diseño interactivo”. Anaya Multimedia, Barcelona, 1998.
- Guillem Bou Bauzá. “El guión multimedia”. Anaya Multimedia, Barcelona. 1997.
- Lourdes Adame Goddard: “Guionismo”, Editorial Diana, Mexico. 1991
- Michel Chion: “La audiovisión”. Paidós Comunicación.

DI. Espec. Ariel Amadío