| FACULTAD | ARTES VISUALES Y APLICADAS |
| --- | --- |
| PROGRAMA | Diseño Gráfico |
| SEMESTRE | Sexto |
| ASIGNATURA | Análisis de Medios |
| CÓDIGO | 11505 |
| INTENSIDAD HORAS SEMANA | 2 |
| CRÉDITOS | 2 |
| (PRE) REQUISITOS |  |
| CORREO ELECTRÓNICO | pgonzalez@bellasartes.edu.co |
| DOCENTE(S) | Paola González Lozada |

# **PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA**

La asignatura corresponde al sexto semestre del programa de Diseño Gráfico. Es un curso que se encuentra en el Área de Humanidades a través del cual se estimula el ejercicio crítico y analítico de las TIC y sus usos en la producción creativa. Además, la pertinencia de la misma se articula al ciclo exploratorio, momento definitivo para que los estudiantes puedan ir perfilando sus intereses particulares en torno al Diseño Gráfico.

La asignatura es transversal a los procesos creativos por cuanto los medios que utilizan los diseñadores gráficos son determinantes no sólo en la calidad de la producción sino también desde la dimensión estética, conceptual e inclusive del lenguaje y las narrativas necesarias para transmitir eficazmente una pieza comunicativa.

Se relaciona con las asignaturas del área en tanto los procesos de creación en diseño, permiten posteriormente elaborar planes de difusión y promoción que se espera sean desarrollados por los estudiantes para medir el impacto de sus trabajos en diferentes contextos.

# **OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA**

**Objetivo General**

Identificar las lógicas epistemológicas que ofrecen las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en un contexto que privilegia la convergencia de medios para el respectivo análisis por parte de los estudiantes.

**Objetivos Específicos**

1. Identificar a partir de referentes teóricos cómo comprender el fenómeno de la convergencia de medios.

2. Conocer las aplicaciones y funciones que las TIC ofrecen a los diseñadores y creadores de la imagen.

3. Fundamentar la teoría con el quehacer práctico en un contexto que privilegia los medios para la producción creativa.

4. Conocer las estrategias que ayudan a la difusión y promoción de proyectos de diseño.

# **MICRODESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA**

En la asignatura el estudiante conoce los criterios que le permiten examinar los discursos mediáticos, su impacto y posibilidades de intervención en la sociedad del conocimiento, así como la relevancia de los medios en la cultura de consumo. Se establecen referencias éticas y estéticas en la producción mediática, a la vez que examina su influencia en la configuración de la opinión pública, a través de diversos canales: televisión, prensa, radio, cine, Internet, plataformas digitales y redes sociales, en los que la presencia del diseño gráfico es altamente representativa.

# **DESARROLLO DE LA ASIGNATURA**

Discursos y medios

Narrativas Transmedia

Generación de la opinión pública

Elaboración de Proyectos comunicativos

Impacto y comunicación del Portafolio

Marketing digital para proyectos gráficos

Gestión en diseño gráfico

Influencia del Diseño en los movimientos sociales

**Competencias conceptuales**

Aprendizaje de conceptos específicos. Conocimiento de la imagen como elemento central de la comunicación visual.

**Competencias investigativas**

Configuración del conocimiento disciplinar. Conocimiento de los elementos básicos necesarios en la elaboración de propuestas para diferentes públicos

**Competencias creativas**

Resignificación contextual temática según los intereses de los estudiantes. Capacidad de relacionamiento de la imagen con el campo perceptivo y de valoración estética.

**Competencias comunicativas**

Desarrollo de un lenguaje comunicacional desde la imagen. Comprensión en el desarrollo de estrategias comunicativas para la transmisión de mensajes afectivos y efectivos.

**MÉTODO**

A partir de un proceso autónomo de discernimiento, definición y solución de determinados problemas concernientes al diseño y su relación con el contexto, el estudiante adquiere mediante la indagación propia y la orientación docente, las competencias cognitivas y actitudinales que precisa su formación profesional.

Para el trabajo en clase es necesaria la lectura de algunos documentos, el visionado de documentales, películas interactivas, participación en charlas con invitados y la búsqueda de referentes gráficos según las áreas temáticas y el trabajo personal en la escritura.

Se busca que cada estudiante pueda aplicar un modelo de trabajo comunicativo de sus proyectos de trabajo, que en el escenario ideal pueden estar alineados con las

asignaturas de Identidad visual y diseño de la información (dentro del plan de estudios de 6 semestre), o temáticas alrededor del ejercicio profesional del diseño gráfico.

Se realizarán talleres con cuatro invitados que presentarán ejemplos de narrativas

gráficas digitales y que actualmente son desarrolladas y creadas en el país.

**EVALUACIÓN**

**Primer Parcial**

Escritura de un artículo analítico sobre la actualidad y su ejercicio como Diseñador

gráfico, corresponde a un ejercicio con guía de preguntas. (Resultado: Texto y audio)

Objetivo: Identificar la apropiación discursiva de los estudiantes con base a los referentes estudiados y analizados asumiendo una posición crítica.

Indicadores:

Claridad, precisión y concisión de las categorías. 30%

Argumentación 30%

Pertinencia de ejemplos de referencia. 40%

**Segundo Parcial**

Planteamiento de una propuesta que integra los elementos revisados en clase, una

entrevista a diseñadores y creadores, realizada por los estudiantes. (Resultado: video, audio o presentación gráfica que cumpla con la integración de estos elementos a su trabajo en los énfasis de diseño de la identidad visual y/o Diseño de la Información de sexto semestre).

Objetivo: Desglosar los elementos investigados por los estudiantes para el desarrollo de una estrategia final integrada con las asignaturas de sexto semestre (identidad visual y/o Diseño de la Información)

Indicadores:

Proceso 30%

Presentación 30%

Resultado 40%

**Trabajo Final**

Elaboración y presentación de la propuesta final de difusión, que integra los conceptos y estrategias revisadas en los talleres y aplicados a sus proyectos de las asignaturas identidad visual y/o Diseño de la Información.

Es posible que la estrategia sea un artículo pensado para las revistas Bacánika y Cartel Urbano, como estrategia de difusión, desde una reflexión personal.

Indicadores:

Aplicación de conceptos a la estrategia. 30%

Argumentación. 30%

Recursos aplicados a las estrategias. 40%

**BIBLIOGRAFÍA BÁSICA**

SCOLARI, CARLOS (2013). Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Barcelona. Centro Libros PAPF, Deusto es un sello editorial de Centro Libros PAPF, S. L. U. Grupo Planeta

ALVAREZ DEL BLANCO, Roberto (2011). Fusión perfecta. Neuromarketing. merca

Seducir al cerebro con inteligencia para ganar en tiempos exigentes. Prentice Hall, 2011. 224 p.

ARNHEIM, Rudolf (1986). Pensamiento visual. Argentina: Paidós América.

BENJAMIN, Walter (1990). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica, en: discursos Interrumpidos I. Buenos Aires, Taurus.

CASTELLS, Manuel (2005). La sociedad red. Vol. 1. Argentina: Siglo XXI.

DIEGUEZ A. (2017). Transhumanismo: la búsqueda tecnológica del mejoramiento

humano. Herder Editorial.

HERNÁNDEZ SÁNCHEZ, Domingo (Editor) (2002). Estéticas del arte contemporáneo. España: Universidad de Salamanca. En: GÓMEZ PINTO, José. Cuerpo y tecnología. Incorporación y descorporalización como paradigmas del nuevo arte tecnológico.

MACLUHAN, Marshall (1996). Comprender los medios de comunicación. Las

extensiones del ser humano. Barcelona: Paidós Ibérica.

MORENO SÁNCHEZ, Isidro (2015). Interactividad, interacción y accesibilidad en el

museo transmedia. En: Zer. Vol. 20 n. 38.

SCOLARI, Carlos Alberto (2003). Narrativas Transmedia. España: Planeta.

VIRILIO, Paul (1989). La máquina de visión. Madrid: Cátedra.

**BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

Hipermediaciones: el blog de Carlos A. Scolari http://hipermediaciones.com/

Comparative Media Studies (MIT): centro de investigación de referencia

http://cmsw.mit.edu/

Confessions of an Aca‐Fan: el blog de Henry Jenkins http://henryjenkins.org/

Cross‐media: la web del italiano Max Giovagnoli http://www.cross‐media.it/

Storycode: organización dedicada al immersive storytelling http://storycode.org/

TEDx Transmedia: conferencias TED focalizadas en el transmedia

http://www.tedxtransmedia.com

Transmedia Week: plataforma para organizar eventos sobre transmedia de alcance mundial http://www.transmediaweek.org

Carvajal, Edward (2016). “Elementos gráficos y construcción de objetos virtuales en ambientes informáticos: reflexiones en torno a la educación”. Revista Guillermo de Ockham, vol 14, No. 2, pp. 131-141.

**PERFIL DEL DOCENTE**

Comunicadora Social, especialista en Creación multimedia, actualmente cursa la maestría en Educación: énfasis en Desarrollo Humano en la Universidad San Buenaventura Cali, co-fundadora de Garra Producciones,  se ha desempeñado como jefe de prensa de diferentes proyectos culturales entre ellos el Festival Internacional Unirock Alternativo.

Ha participado como escritora invitada a la publicación Deriva, Guía de proyectos autogestionados de La Astilla en el Ojo y como compradora y oferente en mercados culturales como Circulart en Medellín, Bomm en Bogotá, Mama Event/Paris, Womex2015/Budapest.

Beca de Circulación del Ministerio de Cultura – 2015 para la participación en los mercados Mama Event en París (Francia) y Womex en Budapest (Hungría), Beca Festivales - proyecto Mapas 2019 - Secretaría de Cultura Cali 2019 - coinvestigador Mario Cárdenas ( Unirock en Río Cali).

​​​

Productora del Seminario Espiral Creativa – sobre la circulación de la cultura desde el año 2016 en la Facultad de Artes Visuales y Aplicadas de Bellas Artes – Cali. Ha sido curadora del Festival Internacional de Cine Infantil y juvenil, Calibélula en los años 2017 y 2018, Tallerista en los programas Identidades en Emergencia, organizado por LAAO – Pereira 2019 y Hablando Sobre Publicidad, organizado en la UAO - Cali 2019. Jurado del Festival Pubenza Rock (Popayán 2022).

Coordinadora del Semillero de Investigación sobre Emprendimiento Cultural en la Facultad de Artes Visuales y Aplicadas de Bellas Artes – Cali. Es docente de Cátedra en Bellas Artes Cali y asesora de prácticas laborales en el programa de comunicación social de la Universidad Autónoma de Occidente.