

ción que despierten el interés, tanto de los estudiantes como de los profesionales del área, este es y será nuestro desafío.

**Abstract:** The paper presents the task of Theoretical and Academic Production Team conducted in the year 2011-2012, which reflects on institutional projects of which they were a part. The main objective is to showcase the purposes and methodologies used by the computer from the work addressed.

**Key words:** Curriculum - content - design - communication - publication - careers - training - project.

**Resumo:** O artigo apresenta a tarefa da Equipa de Produção Teórica e Académica realizada em decorrência do ano 2011-2012, onde se reflexiona sobre os projetos institucionais dos quais fez parte. O objetivo principal é exibir as finalidades e metodologías utilizadas pela equipa em frente aos trabalhos abordados.

**Palavras chave:** Currícula - conteúdos - design - comunicação - publicação - carreiras - formação - projeto.

<sup>(\*)</sup> **Mercedes Pombo:** Licenciada en Artes Plásticas, Universidad de Buenos Aires y fotógrafa. Docente de la Universidad de Palermo en el Departamento de Investigación y Expresión de la Facultad de Diseño y Comunicación. Coordina el Departamento de Contenidos de la Facultad de Diseño y Comunicación.

## Diseñar y Comunicar en Entornos Digitales. Actualización de Contenidos del Área Multimedia en Diseño y Comunicación

Fecha de recepción: julio 2012

Fecha de aceptación: septiembre 2012

Versión final: noviembre 2012

Daniela Di Bella <sup>(\*)</sup>

**Resumen:** Se trata de un conjunto de escritos que presenté en una serie de reuniones periódicas durante el 2011 y 2012, como referente del Área Multimedia y miembro del Equipo de Contenidos de la Facultad de Diseño y Comunicación, a las autoridades y docentes de la Facultad DyC convocados en el contexto de la actualización de los contenidos de las Carreras que componen el Área Multimedia de la Facultad. Estos escritos aquí se presentan de manera integrada en una presentación única y descriptiva, con el fin de hacerlos extensivos a toda la Comunidad de la Facultad DyC.

**Palabras clave:** Multimedia - diseño de imagen y sonido - comunicador web - videojuegos - contenidos - tecnología - innovación.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 122]

### Introducción

En este escrito se traza una reflexión que define los territorios de acción y conceptualización del enseñar y aprender diseño y comunicación, en relación y con tecnología digital, junto con la actualización de contenidos de las carreras del Área Multimedia de la Facultad de Diseño y Comunicación. Los objetivos de diseño y su aprendizaje en acción, donde lo digital es entendido como herramienta y como medio expresivo. La oferta de carreras de DyC, la propuesta conceptual, la definición de un área disciplinar como plataforma del qué y cómo se articula la consistencia del diseño y lo digital, el campo profesional y los desafíos de un espacio en constante transformación. El Diseño y la tecnología como dupla estable y variable de un área nueva, relativamente reciente, y de instalación y demandas complejas, las problemáticas del vínculo y el contexto de una actividad diversa y dinámica, comercial, marcaría, mediática y multimedial, que da paso a un territorio de desafíos de creación, comunicación y exploración.

### Área Multimedia

La Facultad DyC organiza las carreras que dicta en un mapa de grandes Áreas Académicas. Cada Área Académica expresa un determinado campo profesional del

Diseño y de las Comunicaciones, y a partir de su conocimiento y dominio en profundidad responde a las renovadas y crecientes necesidades de formación profesional. Dentro de las áreas académicas se agrupan diferentes carreras con distintas orientaciones y niveles de especialización, destinadas a formar profesionales universitarios. En cada área conviven varias carreras que enriquecen la oferta de asignaturas electivas y de articulación de títulos, que permiten personalizar los estudios de cada estudiante de la Facultad de acuerdo con sus intereses.

Como parte de la necesidad del vínculo de las carreras con el espectro de la realidad y la práctica, producto de las nuevas derivas del conocimiento y en este particular caso de los avances de la cultura, los medios y las prácticas, en relación con la tecnología digital, la Facultad DyC revisa y actualiza periódicamente la línea de los contenidos de las carreras en virtud de la consistencia de sus áreas, en este caso de Multimedia, sus territorios presentes y proyectivos. La última revisión y actualización de los contenidos de las Carreras del Área Multimedia, se inició en Julio de 2011, dentro de las actividades del Programa de Contenidos DyC. En este caso, como referente del Área Multimedia, este escrito da cuenta del proceso y de las líneas de acción conceptual a partir de

las que se realizó la revisión y actualización de todo el cuerpo de planificaciones y de las directrices que identifican a las Carreras y al Área (Área Multimedia DyC: 2012).

### Diseñar en Entornos Digitales

#### El avance el mundo online

El universo digital en los últimos cinco años viene avanzando hacia la implementación de la mayoría de sus servicios de manera online a través de la red de Internet bajo el uso de terminales, computadoras y dispositivos de telefonía digital y tablets. La red viene adquiriendo marcos de paridad y de inclusión en y con otros medios como la televisión y la radio entre los más significativos. La red hoy centraliza gran parte del mundo de las comunicaciones audiovisuales: interpersonal (mail, telefonía digital, etc.) y social cultural (social media, gráfica, editorial, radio, TV, cine, etc.) donde las organizaciones y el mercado mismo tienen participación cada vez más activa.

El vínculo que se establece entre el Diseño y la tecnología digital está relacionado con crear, diseñar e implementar imágenes y mensajes visuales en soporte digital, en vínculo con ser un creador fascinado por la imagen, su exploración y dominio a través de los lenguajes que permiten la tecnología digital, convertirse en un protagonista de un nuevo ambiente comunicacional que el diseño integra y unifica, ser un realizador que se inserta profesionalmente a través de sus conocimientos de diseño del producto digital, en unión con una sólida formación en herramientas que le permiten ahondar en prácticas específicas dentro de las distintas ramas de la creación y producción audiovisual e interactiva.

Estas implicancias se unen y fusionan con el especial estilo que posee y le imprime la Facultad DyC a todas sus carreras que promueven un espacio educativo integrador, inclusivo, creativo e innovador, la metodología como base de la acción y del aprendizaje, la articulación de lo teórico con lo práctico en la impronta del mundo real en las actividades y los trabajos prácticos, el uso de las nuevas tecnologías y laboratorios digitales, la producción teórica de contenidos y el desarrollo de la expresión oral y escrita, el incentivo de la visibilidad de la producción de los estudiantes y el desarrollo de una actitud emprendedora.

El Área Multimedia de la Facultad de Diseño y Comunicación articula bajo este contexto tres carreras y una certificación universitaria de las siguientes características. Diseño de Imagen y Sonido (34 asignaturas, 4 años): Título Final: Diseñador de Imagen y Sonido, el que permite cursar maestrías y posgrados en Argentina y en el exterior.

Títulos intermedios: Técnico Universitario en Diseño de Imagen y Sonido (24 asignaturas, 3 años) y Diseñador para Internet o E-Design (12 asignaturas, 2 años) con una Certificación de Extensión Universitaria. (Diseño de Imagen y Sonido: 2012 y E-Design DyC: 2012)

Las asignaturas del Plan de Estudios se organizan, durante los tres primeros años de cursada, en una estructura curricular de cuatro ejes de formación académica y profesional, dos de carácter específico o troncal: Diseño y Creatividad, y Talleres Digitales; y dos ejes de tipo in-

terdisciplinario: Comunicación y Desarrollo Profesional. En el último año de cursada se produce la integración de los ejes Diseño y Talleres Digitales, y se suma un bloque compuesto por asignaturas electivas y culturales.

- Comunicación Web (24 asignaturas, 3 años): Título Final: Comunicador Web, el que permite cursar maestrías y posgrados en Argentina y en el exterior.

Título intermedio: Técnico en Desarrollo en Sitios Web (16 asignaturas, 2 años).

Las asignaturas del Plan de Estudios se organizan en una estructura curricular de cuatro ejes, dos de carácter específico o troncal: Comunicación Interactiva y Comunicación, y dos ejes de tipo interdisciplinario: Expresión y Técnicas Expresivas. (Comunicación Web DyC: 2012 y Técnico en Desarrollo en Sitios Web: 2012)

- Diseño de Juegos Interactivos (24 asignaturas, 3 años): Título Final: Diseñador de Juegos Interactivos, el que permite cursar maestrías y posgrados en Argentina y en el exterior.

Las asignaturas del Plan de Estudios se organizan en una estructura curricular de cuatro ejes, dos de carácter específico o troncal: Diseño y Creatividad; y dos ejes de tipo interdisciplinario: Talleres Digitales y Desarrollo Profesional. (Diseño de Juegos Interactivos DyC: 2012)

### Cuestiones conceptuales de la relación del Diseño con la Tecnología

Los siguientes aspectos intervienen en la relación que actualmente se establece entre diseñar y crear con tecnología digital, y que se entiende son aspectos clave del aprendizaje y de las metodologías de abordaje de la conceptualización universitaria de este territorio.

- Carreras Híbridas: estos Diseños provienen del cruce de varias ramas disciplinares cuyos conceptos fusionan aspectos de la imagen en movimiento (cine), la imagen fija (fotografía) y la imagen mediática (TV), el diseño gráfico (en su especificidad editorial), los ámbitos de la comunicación, el mercado y sus prácticas, la experimentación y lenguaje del arte y las vanguardias, en el cruce que han oficiado en las últimas décadas, con la media de la tecnología digital. Otro aspecto que interviene es que actualmente los sistemas, la red, las comunidades online, la realidad virtual y la apendicularidad de los dispositivos, como amplificadores de los discursos de la comunicación, expresividad y definición del diseño, vienen instalando una nueva dimensión para las acciones del diseñador, a través del *Social Media*, la masividad de las Redes Sociales y la cultura del ocio y el entretenimiento. Estas intersecciones convierten a los Diseños del Área Multimedia, en disciplinas híbridas en su matriz de contenidos y en su ejercicio profesional, donde los cruces se sitúan sobre los espacios de la especificidad; y la totalidad: sobre los contextos, el abordaje del producto y su mercado, los aspectos de la conceptualización, y complejidad del territorio. Estas definiciones disciplinares son parte de la relación parte-todo de la evolución del campo de las ciencias y la necesidad de acceder a conocimientos más específicos, junto con el desarrollo y advenimiento de la teoría de la información y los sistemas, que determinan un acceso a un conocimiento más compartimentado o hecho de fragmentos, estructurado de modo arborescente que según define Ed-

gar Morin sería parte de un estado existencial complejo y contemporáneo, que necesita de la interdisciplina, la colaboración entre pares, la integración de conocimientos y la relación de las partes con el todo para poder acceder al conocimiento global. (Di Bella, 2011: 80-83)

- **Comunidades y Diseño:** En cuanto a los usos de los dispositivos, y el acceso a la tecnología digital tanto en la vida cotidiana como en la laboral se ha desarrollado una cultura nucleada a partir de comunidades online y vinculada a un gran cuerpo virtual o electrónico (cibercultura, tecnocultura, etc.). Las comunidades vienen instalando un uso segmentado de los servicios de la red, que pasó de la inicial *web 1.0* a la actual *2.0*, para estar migrando a la *3.0* como tejido de relaciones semiótico-conceptuales, en la que los nuevos servicios sobrevuelan el todo vinculando contenidos, mercado y negocios con los gustos y personalización de los intereses y prácticas de cada usuario. Esta realidad ha ingresado al campo del Diseño nuevos modelos que definen el modo en que se relaciona y opera, ellos son los conceptos de: (1) Interface (GUI) o interface gráfica del usuario, a partir de la que se puede establecer interacción con los dispositivos, y que se traduce según Bonsiepe, en las derivas del diseño de información y la definición de un diseño que se amplifica con intervención en y sobre la interface de los productos; (2) Diseño Centrado en el Usuario (DCU), concepto que deviene en arquitectura de la información y usabilidad entre otros que trabajan sobre la experiencia del usuario de las interfaces y los dispositivos; y (3) Realidad Virtual en sus distintos niveles de relación entre el hombre y el dispositivo, desde la amplificación sensorial por el uso de tecnoapéndices (*mouse*, auriculares, móviles, *tablets*, *ipods*, lápices electrónicos, etc.) hasta la relación por inmersión, y sus relacionados como la teoría de la simulación y la hiperrealidad, entre otros, como uno de los conceptos más complejos. (Di Bella, 2011: 80-83)

- **Diseño y Tecnología:** Resulta importante que la articulación entre diseño y tecnología sea entendida como una dupla estable-variable, cuyo vínculo es por integración y articulación entre aspectos de uno con el otro. Esta relación plantea contenidos estables, sostén y consistentes del diseño y la comunicación, y otros de tipo variable, de la tecnología en virtud de los cambios, avances y desarrollos de las herramientas digitales, plataformas y lenguajes. Esta articulación habla de la relación que establece el diseño y la comunicación con las herramientas a través de la hipermedia “que nos permiten estructurar la información de una manera no-secuencial, a través de nodos interconectados por enlaces” (Rolando, 2011: 56-58) o contenidos visuales y escritos enlazados en una narrativa interactiva; y la multimedia “que permite integrar diferentes medios (sonido, imágenes, secuencias) en una misma presentación” (Rolando, 2011: 56-58) o la expresividad del lenguaje digital multimedial en función del concepto de diseño, en coherencia con la narrativa y los objetivos del producto y su contexto. El diseño resulta de un proceso que va valorando ideas y objetivos en torno a un concepto de realización que rige la coherencia sistémica del producto junto con su resolución técnica, cuya exploración a partir de casos clínicos y críticos resulta fundamental en la solución de

los problemas estético-técnicos.

Como parte de la relación entre Diseño y Tecnología, las herramientas digitales estarán incluidas en la parte móvil de un sistema que está en permanente transformación y actualización tecnológica, no resultando lo mismo con las conceptualizaciones de uso, creación y aplicación teórica-proyectual del diseño que aportan a los aspectos estables. De este modo la Facultad establece un programa de talleres denominado -Capacitación Digital- de tipo gratuito, opcional, a demanda y de carácter instrumental orientado a capacitar en el dominio de las herramientas digitales para el conocimiento y alcances de las posibilidades de cada una, sus alternativas, combinaciones y como paleta digital de opciones disponibles para la resolución técnica de las conceptualizaciones y producciones de los diseños, según se describe a continuación:

- **Capacitación Digital:** Estos talleres están abiertos para todos los estudiantes de las Carreras de Diseño de la Facultad de Diseño y Comunicación, y se organizan e interrelacionan según núcleos disciplinares de aplicación, que responden a las áreas académicas (entre ellas el Área Multimedia) y sus distintas carreras, según se explica en la Guía de Herramientas por Áreas Académicas de Capacitación Digital, con el fin de personalizar los estudios de las herramientas digitales de acuerdo a los intereses creativos y comunicacionales, y complementar la definición del plan de carrera según las tendencias estéticas y profesionales del mercado. (Capacitación Digital: 2012)

- **Consistencia del Discurso:** El proceso de hibridación de las costumbres y tendencias sociales, descrito por Maffesoli, lógicamente afecta también a las conceptualizaciones, reflexiones y a los lenguajes escritos, visuales, audiovisuales e interactivos en cuanto consistencia, coherencia, noción de sistema y definición estética entre otras. (Di Bella, 2011: 80-83) El tema de la fascinación que genera la herramienta o lo que Baudrillard denominó el estado Xerox de la cultura, es un aspecto central del manejo de los diseños y de las carreras del diseño digital que se encuentran dentro de una hiperestimulación de lenguajes y de prácticas, donde es importante explicar los alcances que las herramientas digitales poseen en relación y en función con los discursos del diseño y las significaciones de lo cultural, social, comunicacional y estético-historicista, que cargan con las representaciones de la expresividad contemporánea. La Universidad es el lugar donde el individuo debe superar sus bajas defensas reflexivas, para comprender los sentidos y aplicación de las herramientas, entrenarse en dejar de ser un desprevenido fácilmente seducible, y no caer en sustituciones automáticas y directas, en las que confunda discurso, significación y lenguaje audiovisual con recurso. (Di Bella, 2008: 39-75) De la consistencia del discurso, también se desprende el tema del abordaje de lo real y lo virtual para las disciplinas de diseño y tecnología digital, en este caso resulta importante recorrer un camino proyectual que vaya de lo real-real a lo real-virtual como camino conceptual. El uso de la tecnología digital, sin mediar el pensamiento y la conceptualización, induce a la repetición, la falta de reflexión, el *copy-paste*, la su-  
pravaloración de cuestiones puramente mecánicas neta-

mente operativas, que están lejanas de una práctica significativa y apropiada para las disciplinas universitarias del diseño y la comunicación. (Di Bella, 2010: 44-47)

- **Diseño y Producción:** La relevancia e independencia profesional que van adquiriendo los distintos perfiles del diseñador de las carreras del Área Multimedia, parten también de considerar que no solo es un diseñador de un producto de diseño digital, sino que también pasa a ser el productor de su propio proyecto, siendo estos los únicos diseños que tienen la posibilidad de saltar la cadena de los procesos industriales de producción; como que se inserta en un espacio profesional-disciplinar en constante transformación, de tipo complejo y no lineal, donde el profesional debe trabajar sobre la conceptualización de la ruptura del mundo objetivo en la “indagación de los pliegues de la realidad en lo audiovisual” (Rolando, 2007: 57-65) situación que convierte a estas disciplinas en actividades diversas, dinámicas, comerciales, marcarias y mediáticas. Este aspecto vincula al Diseñador de las disciplinas digitales con los conceptos del Emprendedor, siendo que puede insertarse en equipos multidisciplinares de trabajo, pero también dirigir sus propios proyectos comerciales.

- **Net-Generation:** Con respecto al estado de la cultura y su relación con los media surgidos de la tecnología como modificadores de la cultura, Umberto Eco expresa...“toda modificación de los instrumentos culturales, en la historia de la humanidad se presenta como una profunda puesta en crisis del modelo cultural precedente; y no manifiesta su alcance real si no se considera que los nuevos instrumentos operarán en el contexto de una humanidad profundamente modificada, ya sea por las causas que han provocado la aparición de aquellos instrumentos, ya sea por el uso de los propios instrumentos...”. (Eco: 1992) Las carreras híbridas encuentran en las aulas a un estudiante parte de la llamada generación digital, a los que en general se los caracteriza como creativos, inestables, demandantes, impacientes, veloces, cuestionadores... Frente a la incorporación masiva de los dispositivos a la vida cotidiana, educativa y laboral, los espacios académicos plantean la necesidad de reivindicar las habilidades como el esfuerzo, las pautas, el mantenimiento de la atención, la gradualidad y el proceso, el razonamiento, el hábito de la lectura, la consulta de libros, etc. situación que se ha vuelto bastante difícil en los actuales contextos de extrema disponibilidad, instantaneidad, velocidad, vértigo, y nivel atencional fragmentado por el *zapping* y el *multitasking*. (Di Bella, 2010: 44-47) Resulta evidente, que estamos bajo una situación mundial y globalizada de cambio de paradigma donde la educación, los educadores y la sociedad están en la construcción de enfoques más abiertos, relacionales, interactivos e integradores. Resulta necesario hacer confluir lo determinado de las viejas conceptualizaciones educativas con lo indeterminado y azaroso, de las nuevas necesidades y expectativas del individuo globalizado. Solo es posible trabajar con jóvenes digitales partiendo de los aspectos motivacionales, y estos van de la mano de la significación donde el individuo se encuentra, se divierte y se retroalimenta en relación con una actividad que lo identifica, que lo satisface y que lo

motiva, y que al realizarla, la incorpora hasta hacerla parte de sí mismo. (Di Bella, 2012: 127-139).

## Las Carreras del Área Multimedia DyC

### Diseño de Imagen y Sonido

Esta Carrera es la más antigua del Área Multimedia, aún así sigue siendo muy nueva en el imaginario social, a pesar de llevar alrededor de 10 años dentro de la oferta académica, donde su incorporación marcó en DyC el inicio del contacto entre el Diseño, con un campo nuevo e inexplorado, de índole digital e interactivo, que aún no estaba instalado en el ámbito de las Universidades. El campo del Diseño hace dos décadas a la fecha, no avizoraba aún, la aguda transformación que el mundo digital iba a operar sobre las disciplinas proyectuales y expresivas como el diseño y el arte. Los Diseños, como el Gráfico, y el Editorial, al igual que los soportes tradicionales de los medios audiovisuales como el cine, la TV y la fotografía, fueron migrando de análogos a digitales, y convirtiéndose de papel y fílmicos -al igual que sus procesos- en archivos de información binaria y contenidos interactivos visualizables y operables a través de aparatos, y disponibles en discos y servidores. La llegada de la tecnología digital revistió y sigue revistiendo una revolución que no admite por el momento límites, tanto en el desarrollo de nuevos dispositivos, como en la sofisticación que van adquiriendo las herramientas y los medios de creación y producción, tampoco en los nuevos usos y necesidades que va instalando. Esta progresión ha significado para los ámbitos educativos del Diseño de DyC, un seguimiento cuerpo a cuerpo del desenvolvimiento de la historia y los sucesos de la relación del diseño y la tecnología digital, su vínculo con el mercado y las marcas, el emprendedorismo y el campo de la innovación, las demandas locales y sus derivaciones comerciales, la variedad de tipos de productos de diseño digital y sus aplicaciones online y offline, la complejidad social y cultural del mercado del consumo y las nuevas prácticas sociales, la interdisciplinariedad y flexibilidad de los equipos de trabajo, los nuevos perfiles de Diseñador, como desafíos académicos permanentes de la actualización de planes y de seguimiento docente. Lo dicho también implica que el Diseñador de Imagen y Sonido encuentra hoy un campo y ejercicio profesional mucho más consolidado, amplio y diverso que el de los años anteriores, donde encuentra mucho más espacio creativo, comunicacional y comercial, aunque mucho más demandante, exigente, audaz y específico, dada la relevancia que hoy ha tomado el diseño y la comunicación en la Web, la hipermedia, la multimedia, el video interactivo, la animación digital, la producción y postproducción digital para cine y TV, como los productos mixtos y complejos con distintos fines de la difusión comercial y publicitaria y del mercado del entretenimiento.

Los ejes que sintetizan la acción de un actual Diseñador en Imagen y Sonido son:

- **Diseño más Lenguaje.** El Diseñador de Imagen y Sonido que se mueve en entornos digitales, bajo exigentes y cada vez más demandantes contextos de la red, tiene

que trabajar y dominar los aspectos de la experiencia estética y técnico-funcional que demandan los usuarios hacia la creación y diseño de productos digitales complejos en Web, Multimedia, Animación, Video y Postproducción digital de Cine y TV, en la solución de diseño de productos con interfaces digitales amigables. El diseño se expresa a través del lenguaje de los productos digitales en la coherencia, consistencia visual, comunicación, sistema, integración con la marca, entre otros aspectos y, en relación con la experiencia del usuario o DCU (Diseño Centrado en el Usuario) que responden a los conceptos de navegabilidad, arquitectura de la información y usabilidad, los que son fundamentales dentro de la formación disciplinar del estudiante DyC.

- Mercado - Marca - Publicidad: El Diseñador de Imagen y Sonido DyC es un profesional que resuelve productos de diseño digital que van a desenvolverse e instalarse dentro del mercado y el mundo de las marcas; debe resolver con soltura -dentro del diseño del producto digital- el vínculo con los aspectos corporativos, de lenguaje de marca y de mercado en el que se inserta. El diseñador opera desde el lugar del creador, que comprende las variables de diseño digital del producto, pero también entiende al producto desde sus demandas más básicas que son las de su circuito marcario comercial.

- Emprendedorismo y Autogestión: El Diseñador de Imagen y Sonido, puede resolver las etapas de la creación y también de la producción de diversos productos digitales, que lo convierte en un diseñador de autogestión ya que puede sortear la cadena de producción industrial tradicional que afecta a todos los diseños. Al poder operar de manera autónoma, se convierte en un diseñador que puede generar proyectos de emprendedorismo en la formación de su propio estudio y/o en la integración dentro de un equipo en una agencia, consultora, medio o empresa.

- Dominio de la Herramienta. Las herramientas digitales que debe dominar son en su mayoría los software disponibles (líderes del mercado y open *source*) de diseño digital audiovisual e interactivo, conocimientos esenciales de programación y lenguajes de internet. El diseñador se sirve del conocimiento y dominio de las herramientas para saber cuáles son las indicadas para la solución de los productos, para comprenderlas y aplicarlas desde el punto de vista del lenguaje de diseño audiovisual apropiado para la creación y la producción, y no solo desde su funcionalidad y técnica. Las herramientas no son un fin en sí mismo, sino la paleta de opciones técnicas que le posibilitan llevar adelante la imagen de diseño, según un lenguaje y coherencia conceptual con la identidad audiovisual del producto a la que se aplican.

El egresado de la Carrera de Diseño de Imagen y Sonido está capacitado para:

Trabajar y resolver proyectos digitales e interactivos, con diseño y producción de productos y sus interfaces de visualización digital en computadoras, dispositivos y soportes *online* y *offline*; como líder de proyecto o integrado a equipos de trabajo interdisciplinario (programadores, diseñadores, publicistas, ilustradores, animadores, editores, etc.), en empresas, estudios de diseño, agencias, canales de TV y medios, productoras, etc. y/o generar su propio estudio o emprendimiento.

Estará preparado para conceptualizar, visualizar, realizar y dirigir proyectos de distinta índole y complejidad: proyectos web de baja y mediana complejidad: comerciales, institucionales, corporativas, etc., sus productos de diseño asociados o derivados como diseño editorial online, revistas digitales, *newsletters*, etc.; intervenir en el diseño aplicable a la *web 2.0* y *3.0*: blogs, CMS, etc.; diseñar y resolver proyectos de diseño digital hipermediales y multimediales para empresas, publicidad, y medios: presentaciones, *spots*, *motiongraphics*, animación digital, edición y postproducción digital de video, *trailers* y piezas comerciales digitales, materiales interactivos, etc.; así también como en seguir la línea y/o proponer lenguajes estéticos apropiados de índole comercial y marcario digital en el ámbito de la acción de diseño. (Diseño de Imagen y Sonido DyC: 2012)

### Comunicador Web

Esta Carrera lleva apenas un año en el Área, a partir del escenario que el *Social Media* estableció para la comunicación inicialmente interpersonal, que no solo generó un espacio de interfluencia y contacto entre comunidades de amigos y conocidos, sino también una creación de redes valorativas alrededor de gustos, ideas, prácticas, aficiones y productos que comenzaron a llamar la atención, generar tendencias para rápidamente pasar a ser parte de los circuitos de comunicación de empresas y organizaciones del mercado. El dominio del lenguaje, estructura y lógica de la web, es un tema que viene desvelando a los comunicadores y a las corporaciones, en relación con establecer nuevas líneas de diálogo, instalación, fidelización, e intercambio entre sus clientes, productos y prospectiva. Hay plataformas que se han popularizado y que han venido tomando distintos tipos de avance y relevancia en los usos de la comunicación online de periodistas, políticos, filósofos, empresas, marcas y mercado, medios de comunicación y todos aquellos con algo que decir, deseosos de instalarse y hacerse oír en los medios, a través de blogs de diferentes tipos, redes sociales como Facebook o el *microblogging* en el caso de Twitter. Hace relativamente poco, apenas 3 décadas, nadie podía predecir la repercusión y la explosión que internet, la web y sus servicios –páginas, *browsers*, correo, chat, foros, etc– y poco más tarde los blogs, el social media y las redes iban a tener sobre las personas, la cultura y la sociedad, que viene complementando y transformando los modelos y las estrategias de comunicación tradicional, en su relación con las relaciones públicas, la publicidad y el marketing. La figura de un comunicador especializado que domine la lógica de la credibilidad, la fidelización y la reputación en los medios online, comenzó a perfilarse con fuerza, en la necesidad de un conector o intérprete creativo, asertivo, líder de conocimientos 2.0, resolutivo, con altas capacidades de redacción y adaptación a los discursos marcarios, de empresa, el negocio y de la experiencia misma de usuario.

- Lógica Web más Comunicación: El Comunicador Web opera bajo los exigentes y cada vez más demandantes contextos de la red, tiene que resolver e interpretar los aspectos de la lógica funcional, interactiva y de interpretación del negocio hacia la creación y solución de

planes de comunicación digital con distintos fines marcarios, corporativos e institucionales. El comunicador a través del análisis y diagnóstico de la situación planteada, establece un plan de objetivos, estrategias de comunicación, tipos de mensaje y lenguaje, narrativa, acciones de social media, e interactividad en relación con las comunidades online, el target y la experiencia del usuario o DCU (Diseño Centrado en el Usuario): navegabilidad, arquitectura de la información, usabilidad; que son ejes centrales de la formación del Comunicador Web en DyC.

- Mercado, Marca y Gestión de Social Media: El Comunicador Web es un profesional que conceptualiza, resuelve, ejecuta y/o interpreta la voz de una organización o cliente, y que genera o se adapta a planes de comunicación digital para dinamizar, fidelizar y potenciar el negocio. Debe dominar y conocer la relación vincular entre los nuevos aspectos de la comunicación en los entornos de la red, con los aspectos corporativos, publicitarios y de marketing, para delinear los alcances y efectos de las acciones y mensajes digitales del plan de comunicación. El comunicador opera desde la estructura, la interactividad, la narrativa y los mensajes, a través de la comprensión de la lógica, funcionalidad y mecanismos comerciales que vienen adquiriendo los negocios y las empresas en el mundo de las comunidades online.

- Emprendedorismo y Autogestión: El Comunicador Web, puede resolver las etapas de la conceptualización y el plan de comunicación online, para el negocio de una organización o cliente, teniendo en cuenta el vínculo que este tiene con los aspectos del marketing, la publicidad y el medio digital, lo que lo convierte en un gestor de estrategia comunicacional online. Al poder operar en o para un equipo interdisciplinario (directivos, publicitarios, diseñadores, programadores, etc.) dentro del mercado y la empresa, pero también de manera autónoma, se convierte en un asesor que puede generar proyectos de emprendedorismo en la formación de su propio estudio, consultora, o empresa de comunicación online.

- Dominio de Herramientas digitales y de lenguaje: Las herramientas digitales que debe dominar son las de la comunicación online: lógica de Internet, estructura y producción de un proyecto digital, comportamiento interactivo, aplicaciones de social media, editores de texto, software disponibles del mercado para Web, Lenguajes de Internet, presentaciones y mapas conceptuales. Las herramientas de lenguaje escrito que debe dominar son las relacionadas con el desarrollo de estructuras de contenidos de distinto tipo y propósito: guiones y contenidos comerciales, difusión, documentales, científicos, coloquiales, literarios, etc. Debe comprender y poseer conocimientos esenciales de marketing y publicidad digital, relaciones públicas y de las etapas de realización, producción y diseño digital que conlleva desarrollar un plan de comunicación online, para poder guiarlo y conducirlo, según la imagen conceptual y comunicacional planteada del negocio o emprendimiento.

- El egresado de la Carrera de Comunicador Web está capacitado para: Trabajar e integrarse a equipos multidisciplinarios (directivos, licenciados en marketing, publicistas, diseñadores, programadores, etc.) en empresas, consultoras, agencias, etc., para resolver o interpretar la

necesidad del negocio, analizar el contexto comercial, marcario, corporativo e institucional de la web, los tipos y propuestas de contenido del mundo interactivo (sitios corporativos, blogósfera, redes sociales, comunidades, etc.) y su relación con los objetivos del plan de acción de marketing, presencia publicitaria y desarrollo del negocio online. Podrá diagnosticar, conceptualizar, crear y desarrollar la arquitectura de la información, mapas conceptuales y esquemas de interactividad de nuevos sitios y proyectos de comunicación, escribir contenidos de distinto tipo, propósito y lenguaje (comerciales, difusión, documentales, periodísticos), pautar estrategias y acciones de comunicación, de marketing online, de vínculo y difusión en redes sociales y comunidades del social media, estará preparado para desarrollar la conceptualización completa del plan de comunicación, marca o proyecto comercial online. (Comunicación Web DyC: 2012)

### Diseño de Juegos Interactivos

Esta Carrera es la más reciente del Área Multimedia, se instaló a inicios del año en curso, y se inserta en un momento especial de los contextos del mundo de los videojuegos para la Argentina y Latinoamérica, en el que resulta atractivo y dinamizador el diálogo de interacción y retroalimentación que actualmente están tomando las distintas variables que intervienen en este escenario: los últimos avances de la tecnología, nuevas plataformas, hardware con mayor velocidad de ejecución, nuevos dispositivos, creación de mejores herramientas de software, etc.; la experiencia que van tomando los gamers y consumidores, en consecuencia sus nuevas demandas, ampliación y cambios en los patrones de consumo; la masividad de Internet, la web 2.0 y las comunidades como nuevo espacio de instalación del entretenimiento, los cambios en la cultura del juego, los juegos para web, los juegos en red y la reciente modalidad de juego casual o casual games que democratizan el tipo de público, simpleza de reglas y bajo costo o gratuito, los advertgames unidos a marcas y la difusión; los dispositivos de telefonía móvil, tablets y reproductores que amplían el espectro de aplicación de los videojuegos, los nuevos modelos de negocio, la creación e integración con nuevas industrias culturales, el puente con las industrias de la música y del cine; entre otros. La retroalimentación y circuito de intereses conceptuales, comerciales, corporativos que se entablan entre el cine y el videojuego están trazando puentes que establecen un nuevo tipo de producto que puede partir de la ficción del cine e ir hacia el desarrollo de la lúdica de un juego o por el contrario, partir de una saga digital y terminar en una megaproducción de cine. Al igual resultan prometedores los vínculos del videojuego con el arte, el videojuego en el contexto del media art y la experimentación, la generación de juegos sin fines comerciales, los videojuegos donde la música es el personaje principal y trama generativa del motivo del juego. (Di Bella: 2011 en RedUsers y Noticias DC)

- Diseño más Lenguaje más interactividad: El diseñador de videojuegos o Game Designer se mueve bajo los exigentes y cada vez más demandantes contextos de la industria audiovisual, del entretenimiento y del mundo

online, tiene que trabajar y dominar los aspectos de la experiencia interactiva, estética y técnico-funcional hacia la creación de videojuegos comerciales y divertidos. El diseño de videojuegos se expresa a través del lenguaje audiovisual, la interactividad y la estructura narrativa: mecánica del juego, motivación, objetivos, niveles y dificultad, roles de los jugadores, sistema de personajes y ambientes, escenas, consistencia visual y temporal, comunicación y acciones de interactividad, etc. y en relación con la experiencia del usuario DCU (Diseño Centrado en el Usuario): navegabilidad, arquitectura de la información y usabilidad, que son pilares fundamentales dentro de la formación disciplinar del Diseñador DyC.

- Mercado, Marca y Publicidad: El diseñador de videojuegos de DyC es un profesional que resuelve juegos de diseño digital que van a desenvolverse e instalarse dentro y desde el mercado del entretenimiento y la industria audiovisual: cine y video, hasta en los márgenes de la industria con los juegos de internet: juegos online y en red.

El diseñador de videojuegos debe resolver con soltura –dentro del diseño del videojuego– el vínculo con los aspectos narrativos, protagónicos, ambientales, temporales e interactivos, como del lenguaje y del mercado audiovisual en el que se inserta. Opera desde el lugar del creador, que comprende las variables del diseño digital interactivo en los juegos, pero también entiende al producto desde sus demandas más básicas que son las de su circuito de consumo.

- Emprendedorismo y Autogestión: El Diseñador de Videojuegos, puede resolver las etapas de la conceptualización, creación, dirección y realización de videojuegos, lo que lo convierte en un diseñador de autogestión ya que puede sortear la cadena de producción industrial tradicional que afecta a todos los diseños. Al poder operar de manera autónoma, se convierte en un diseñador que puede trabajar dentro de equipos multidisciplinarios (directivos, ilustradores, diseñadores, programadores, modeladores, sonidistas, testers, etc.) pero también crear y generar sus proyectos de emprendedorismo en la consecución de productos de autor y/o formación de su propia empresa de videojuegos.

- Dominio de la Herramienta: Las herramientas digitales que debe dominar son en su mayoría los software disponibles (líderes del mercado y open source) de dibujo y modelado, conocimientos de lógica de programación e interactividad, lenguajes de internet y motores de juego. El diseñador se sirve del conocimiento y dominio de las herramientas para saber cuáles son las indicadas para la solución de los productos, comprenderlas y aplicarlas desde el punto de vista del lenguaje de diseño audiovisual interactivo apropiado, en la creación y producción, y no solo desde su funcionalidad y técnica. Las herramientas no son un fin en sí mismo, sino la paleta de opciones técnicas que le posibilitan llevar adelante la imagen de diseño interactivo según una coherencia conceptual con la identidad audiovisual del videojuego al que se aplican.

El egresado de la Carrera de Diseñador de Videojuegos está capacitado para:

Diseñar videojuegos y productos lúdicos, de entretenimiento digital online/offline total o parcialmente a tra-

vés de la fusión, cruce de ideas y estéticas provenientes de distintos campos, creando escenarios, personajes, situaciones y acciones virtuales. Dominar el lenguaje narrativo y audiovisual aplicado a guiones, personajes, escenarios y entornos ficcionales de alta interactividad. Como Game Designer, liderar equipos multidisciplinarios hacia la concreción de videojuegos de distinta aplicación: entretenimiento, publicitario, educativo, etc., mediando una capacidad indagatoria y crítica para investigar distintas fuentes generales y específicas de la historia, el arte y del mercado para insertarse de modo independiente con la creación de videojuegos de autor y/o formar parte de la industria del entretenimiento. (Diseño de Juegos Interactivos DyC: 2012)

### Proceso de Creación Digital

La Facultad DyC propone para todas las carreras, un espacio de intercambio de la producción de los estudiantes, a partir de la que se reconoce y se premia a los que se hayan destacado a través de su desempeño durante cada cuatrimestre, esta instancia académica se denomina Proyectos Pedagógicos (PP). Las Carreras del Área Multimedia, participan de varios Proyectos Pedagógicos, en el caso de Diseño de Imagen y Sonido los PP son: Entornos Digitales, Creación Audiovisual, Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación, y Proyecto de Graduación. En el caso de Comunicador Web: Entornos Digitales, Creatividad Palermo, Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación, Presentaciones Profesionales, Ensayos Contemporáneos y Proyecto de Graduación. Para Diseño de Juegos Interactivos: Entornos Digitales, Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación, Creación Audiovisual, Ensayos sobre la Imagen y Proyecto de Graduación.

El Área Multimedia comparte el Proyecto Pedagógico Entornos Digitales (PPED), cuyo objetivo principal es elevar la calidad académica de las prácticas en el aula y de la producción de los estudiantes así como la vinculación de los estudiantes con el campo profesional y el mundo académico, además de la integración del claustro docente, estandarización la producción, generación de recursos pedagógicos y aumento de la visibilidad académica disciplinar.

La creación dentro del Proyecto Pedagógico Entornos Digitales (PPED) contempla para cada asignatura, un proceso de diseño y producción de proyectos finales audiovisuales e interactivos según entregas y evaluaciones previas en el marco de las cursadas de los cuatrimestres, con una entrega final para los exámenes respectivos. En esta primera etapa de afianzamiento de los procedimientos, el objetivo de consolidación y estandarización del PPED está sustentado, en que los Trabajos Prácticos Finales que se resuelven en cada asignatura sean productos cerrados y autónomos; posean objetivos claros de diseño y producción explicados en el ámbito de la clase; sean individuales; se reproduzcan, funcionen y visualicen correctamente; se entreguen terminados; y estén debidamente identificados a través de la Placa y Rótulos UP.

Para ello los Docentes de las asignaturas de los ejes de Diseño y Producción de la Carrera de Diseño de Imagen y Sonido deberán determinar, previo al inicio del

cuatrimestre, a través de una confirmación firmada, el proyecto organizador que guiará todo el cuatrimestre hacia el Trabajo Práctico Final, según los objetivos de su asignatura y el listado de los productos explicados y disponibles más abajo, donde el proyecto organizador elegido por el docente para el Trabajo Práctico Final, será el mismo para todos los estudiantes de su asignatura, debiendo focalizarse en las acciones pedagógicas y de seguimiento que permitan el logro de productos finales de calidad, para la mejora de la visibilidad académica de la producción audiovisual, y la participación en un MiniFestival de Imagen y Sonido organizado por categoría con los mejores trabajos de cada cuatrimestre seleccionados por los docentes y el Equipo Académico de la Facultad, que será de próxima realización, Como parte de las responsabilidades académicas cada estudiante es responsable de entregar en tiempo, forma y lugar su producción para el Examen Final de la asignatura que pertenece al PPED, según las condiciones de entrega detalladas online en el Instructivo del PPDE, donde el Equipo Académico de la Facultad realiza una preevaluación de la producción entregada y, frente a eventuales casos de baja calidad expresiva, conceptual y/o técnica, o al incumplimiento de las indicaciones del profesor en cada momento del TPF o a la falta manifiesta de avances en el proceso creativo, podrá no tener autorización para rendir o intervenir en la mesa evaluadora respectiva.

Durante el próximo mes de febrero 2013, en ocasión de las Jornadas de Reflexión Académica se realizará el Foro de Docentes del Proyecto Pedagógico Entornos Digitales, con el objetivo de que cada uno de los docentes de las asignaturas de Diseño y Producción Digital, puedan exponer, poner en común, visualizar y presentar de manera conjunta, durante una jornada de trabajo, todos los trabajos prácticos finales de cada una de las asignaturas de la Carrera de Diseño de Imagen y Sonido, con el fin de intercambiar, evaluar, proponer, amplificar y mejorar todos los aspectos relacionados con la calidad de los Trabajos Prácticos Finales, y en miras a la próxima realización del MiniFestival UP de Imagen y Sonido. (Instructivo para las asignaturas del Proyecto Pedagógico Entornos Digitales: 2012)

### Categorías de Productos Digitales con descriptores

#### Diseño de productos web (1º año)

- Página Web (baja - mediana complejidad)  
Página web para un cliente definido (ej: web de arte, artistas, galerías, diseño, diseñadores, moda, marcas, señales de TV, institucional, corporativa, etc.)

- Diseño editorial en Web

Revista digital online de tipo comercial, institucional, corporativa, etc. con manejo de hipertexto (ej. Revista de moda, diseño, artista, señal de TV, programa, noticias, etc.)

#### Diseño de productos multimedia (más móviles y redes sociales) (2º año)

- Multimedia educativo

Edutainment amigable de tipo institucional, corporati-

vo, comercial, etc. (ej: desarrollo de una unidad de contenido de estudio, explicación de uso de una aplicación digital, explicación de un procedimiento de extinción de incendio, etc.); y aplicación opcional en móviles y redes sociales

- Museo virtual/Tour Digital

Recorrido virtual multimedial de tipo institucional, corporativo, comercial, etc. (ej: recorrido o tour de arte, zoológico virtual, museo de informática, recorrido turístico comercial para agencia de viajes, etc. ) con aplicación opcional en móviles y redes sociales

- Kiosco multimedia

Kiosco o escaparate de exposición y acceso multimedial, de tipo institucional, corporativo, comercial, etc. (ej: portafolio de un diseñador, artista, músico; agencia digital multimedia, tienda de moda virtual, etc.) con aplicación opcional en móviles y redes sociales

- Entretenimiento Interactivo

Creación de juego o entretenimiento de bajo nivel de interacción (ej: juego educativo, juego digital de marketing interactivo, tutorial de aprendizaje a través de un juego, etc.) con aplicación opcional en móviles y redes sociales

- Multimedia promocional interactiva

Creación de multimedia promocional o publicidad interactiva asociado a marca reconocida (ej: Ciudad interactiva, Espacio promocional interactivo, etc.) con aplicación opcional en móviles y redes sociales

- Video Interactivo

Creación de videosecuencia interactiva asociada a una historia, narración, cuento, poema, juego, película, etc. (ej: videonovela interactiva, videosecuencias con distinto final, recreación interactiva de poemas visuales, videonarrativa transmedial, etc.) con aplicación opcional en móviles y redes sociales

- E-Book Multimedial

Creación de libro breve interactivo multimedia asociado a marca, personaje, película, etc. (ej: libro de cuentos multimedial, guía de museo multimedial, etc.) con aplicación opcional en móviles y redes sociales

- Multimedia Musical

Creación multimedia asociado a compositor, track musical, banda, etc. (ej: juego musical multimedial, narrativa musical multimedial, poema musical multimedial etc.) con aplicación opcional en móviles y redes sociales.

#### Diseño de productos con animación, video y postproducción para TV y Cine (3º año)

- Comercial de animación

Creación de comercial realizado con animación digital asociado a marca, producto, concepto, etc. (ej. Comercial del mundial de fútbol con la mascota identificadora, etc.)

- Diseño de Infografía animada

Comunicación de mensaje a través de recursos audiovisuales de animación digital, asociado a concepto, campaña, marca, etc. (ej. Infografía animada sobre el cuidado del agua, ley de educación vial, explicación de un fenómeno: la lluvia ácida, la polución ambiental; de un caso policial para insertar en un diario digital, etc.)

- Historia animada

Creación de animación digital de una historia, poema,



concepto o narrativa, de índole figurativa o abstracta

- Animación experimental

Creación de animación a partir del empleo experimental de todos los recursos de animación digital y no digital, a partir de una idea o un concepto, asociado o no a una marca y/o estilo visual

- Motion Graphics

Creación de una fusión de recursos animados y de video, con empleo de la postproducción digital, a partir de elementos gráficos, tipográficos, animaciones, dibujos, texturas, colores, recortes, etc. con fines experimentales o asociados a una idea o un concepto de marca y/o estética, para cine, web y/o TV.

- Showreel de separadores para TV

Creación de una serie de separadores para TV asociados a un concepto de marca, programa de TV, estilo de señal, etc. con empleo de postproducción, compilados en un showreel

- Presentación Postproducida de Títulos para Cine

Creación de la presentación de títulos para una película de fuerte narrativa y/o identidad con postproducción digital

- Presentación Postproducida para Programa de TV

Creación de la presentación para un programa de TV conocido o de próximo lanzamiento con postproducción digital

- Videoclip postproducido

Creación de un videoclip para un cliente definido (banda, marca, programa, etc.) con postproducción digital

- Postproducción experimental

Creación de una fusión de recursos de postproducción de video digital, con fines experimentales o asociados a una idea o un concepto de marca y/o estética, para cine, web y/o TV.

#### **Diseño de productos complejos y de arte digital (4º año)**

- Instalación de arte digital
- Videoarte
- Videoproyección interactiva (mapping)
- Diseño Sonoro interactivo

#### **Conclusiones**

Entre los aspectos que se desprenden de la gestión de la actualización de los contenidos de las Carreras del Área Multimedia se destaca que:

- El proceso exitoso de la revisión de los contenidos y su actualización fue parte también motivo de intercambio en torno a los principales debates que hacen a los vínculos académicos entre el diseño, la comunicación y la tecnología digital, que sienta precedentes para las próximas revisiones y conceptualizaciones que se hagan en el Área; los escenarios de cambio y transformación de las herramientas y las plataformas, como de los usos, prácticas y alcances de los dispositivos digitales, la comunicación, el social media y la cultura, dan cuenta de una necesidad de una revisión y actualización periódica, en virtud de los cambios de contexto de aplicación laboral y del mercado profesional, que es una constante de progresión en estas disciplinas;
- Un aspecto saliente resulta la fortaleza de la visión empleada no solo en relación con lo conceptual del área y sus carreras, sino también en el planteo de un siste-

ma inter/extra área que le ha permitido no solo crecer, especializarse y proponer contenidos sino también anticiparse en el desafío e instalación de nuevos territorios disciplinares que constituyen un reto, y que le han permitido ampliar su mapa del área, y estructurar la oferta de acuerdo con ella y la realidad;

- El crecimiento del área multimedia, la ampliación de su propuesta curricular y de su oferta académica, también ha sido parte de una profunda consolidación habida cuenta del crecimiento sostenido de la Facultad de Diseño y Comunicación, en relación con su estilo de innovación, diversidad y creatividad que ha imbuido a cada una de sus áreas, y al Área Multimedia, su propuesta académica, sus planes de carrera y la calidad de su plantel docente, como de la atención permanente que destina al estudio de la realidad y al campo profesional de aplicación de cada una de sus carreras;

Todo lo dicho es parte de un sistema que plantea valores en su base de generación como la accesibilidad y disponibilidad de la información, la transparencia y la flexibilidad de las acciones, la comunicación y la interacción de los integrantes de la comunidad DyC, y como parte del dominio del área misma, los que permean a la comunidad completa específicamente a cada uno de los estudiantes. En el Proceso de Actualización de los contenidos por Carrera y por Área descriptos en esta reseña, también se trabajaron los objetivos de calidad y visibilidad académica de los procesos de Diseño implicados en la producción académica de los estudiantes y el seguimiento docente, según los lineamientos de los Proyectos Pedagógicos de la Facultad DyC.

Los registros que constatan y refrendan los resultados positivos de los avances hacia la consolidación el Área, la consistencia de sus Carreras, la experiencia de su cuerpo docente en sintonía con los resultados académicos, pueden apreciarse en los canales de visibilidad que la Facultad DyC ha establecido para la exposición de los trabajos de los estudiantes del Área Multimedia. La búsqueda de calidad en el logro de los objetivos hacia la profesionalización, la pertinencia y coherencia del lenguaje audiovisual en articulación con el dominio de los aspectos técnicos digitales, y que se difunden en los distintos espacios de la Comunidad abierta a Docentes, Estudiantes y Público en general, son los que conforman la gran red de visibilidad pedagógica y académica de la Facultad de Diseño y Comunicación.

#### **Referencias bibliográficas**

- Área Multimedia DyC. (2012). Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en: [http://www.palermo.edu/dyc/area\\_multimedia/index.html](http://www.palermo.edu/dyc/area_multimedia/index.html)
- Capacitación Digital. (2012). *Guía de Herramientas por Áreas Académicas de Capacitación Digital*. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en: [http://www.palermo.edu/dyc/palermo-digital/capacitacion\\_digital.html](http://www.palermo.edu/dyc/palermo-digital/capacitacion_digital.html)
- Comunicación Web DyC. (2012). Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en: [http://www.palermo.edu/dyc/comunicacion\\_web/index.html](http://www.palermo.edu/dyc/comunicacion_web/index.html)
- Desarrollo de Sitios Web. (2012). Buenos Aires: Facul-

tad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en: [http://www.palermo.edu/dyc/comunicacion\\_web/index.html](http://www.palermo.edu/dyc/comunicacion_web/index.html)

- Di Bella, Daniela V. (2008). *Arte Tecnomedial: Programa Curricular*. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N°25. Pp. 40-75.

- Di Bella, Daniela V. (2010). *Net-Generation. Desafíos y Reflexiones*. Buenos Aires: Jornadas de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación N°13. Pp.44-47.

- Di Bella, Daniela V. (2011). *Territorios de aproximación entre Diseño, Tecnología y Arte*. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Actas de Diseño N°10. V Encuentro Latinoamericano de Diseño "Diseño en Palermo" Primer Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño. Pp. 80-83.

- Di Bella, Daniela V. (2012). *Aspectos inquietantes de la era de la subjetividad: lo deseable y lo posible*. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N° 43. Pp. 127-139.

- Diseñador de Juegos Interactivos DyC. (2012). Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en: [http://www.palermo.edu/dyc/disenio\\_juegos\\_interactivos/index.html](http://www.palermo.edu/dyc/disenio_juegos_interactivos/index.html)

- Diseño de Imagen y Sonido DyC. (2012). Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en: [http://www.palermo.edu/dyc/disenio\\_imagen\\_sonido/index.html](http://www.palermo.edu/dyc/disenio_imagen_sonido/index.html)

- Eco, Umberto. (1992). *Obra abierta*. Buenos Aires: Planeta Agostini.

- E-Design DyC. (2012). Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en: <http://www.palermo.edu/dyc/e-design/index.html>

- Instructivo Proyecto Pedagógico Entornos Digitales. (2012). Proceso de Creación Digital. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en:

[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/normas\\_audiovisual/normas/proceso\\_creacion\\_digital.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/normas_audiovisual/normas/proceso_creacion_digital.pdf)

- Revista Red Users. (2011). *Todo sobre Game Talk 2011*. El evento de desarrolladores de juegos más importantes del país. Primera de la serie de Jornadas Universitarias de Videojuegos, organizadas por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Disponible en Red Users y Portal de Noticias DyC: <http://www.redusers.com/noticias/todo-sobre-gametalk-2011-el-evento-de-desarrolladores-de-juegos-mas-importante-del-pais/>

[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/noticiasdc/mas\\_informacion.php?id\\_noticia=3419](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/noticiasdc/mas_informacion.php?id_noticia=3419)

- Rolando, Fernando. (2007). *Arte, Diseño y nuevos medios. La variación de la noción de inmaterialidad en los territorios virtuales*. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Cuaderno del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N° 24. Pp 57-65.

- Rolando, Fernando (2011). *Hipermedia y su aplicación en la construcción de nuevas interfaces dinámicas de alta complejidad*. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Reflexión Académica en Diseño y Comunicación N° 16. Pp 56-58.

---

**Abstract:** This is a collection of writings presented in a series of regular meetings during 2011 and 2012, as regards the Area Multimedia and Content Team member of the Faculty of Design and Communication, the authorities and teachers of the Faculty in Design and Communication in the context of updating the contents of the races that comprise the Multimedia Area of the Faculty. Here these writings are presented in an integrated manner in a unique and presentation, and to outreach to all D & C Community Faculty.

**Key words:** Multimedia - Image and Sound Design - web communicator - content - technology - innovation - Videogames.

**Resumo:** Trata-se de um conjunto de escritos que apresentei numa série de reuniões regulares durante o 2011 e 2012, como referente do Área Multimídia e membro da Equipa de Conteúdos da Faculdade de Design e Comunicação, às autoridades e docentes da Faculdade DyC convocados no contexto da atualização dos conteúdos das Carreiras que compõem o Área Multimídia da Faculdade. Estes escritos aqui apresentam-se de maneira integrada numa apresentação única e descritiva, com o fim de fazê-los extensivos a toda a Comunidade da Faculdade DyC.

**Palavras chave:** Multimídia - design de imagem e som - comunicador site - videojuegos - conteúdos - tecnologia - inovação.

(\*) **Daniela Di Bella:** Arquitecta (FAUM), Magister en Diseño. Uni. Es Coordinadora del Departamento de Producción de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (CPDC). Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Multimedia de la Facultad de Diseño y Comunicación. Coordina el Centro de Producción de la Facultad de Diseño y Comunicación.