



**DISEÑO INTERACTIVO  
ESCUELA DE ARTES PLÁSTICAS  
UNIVERSIDAD DE COSTA RICA  
SEDE DE OCCIDENTE**

**110214 Bachillerato y Licenciatura en Diseño Gráfico**

**Propuesta programática para el curso AP-7116**

**AP-7116 DISEÑO INTERACTIVO**

**Grupo 1**

**Requisitos:** Diseño Gráfico III, Taller Gráfico III,  
Sist. de Reproducción III, Medios Digitales III.

**Créditos:** 5

VIII Nivel. Cuarto Año. Ciclo Profesional

**Horario de clase:** Martes y viernes 14:00 pm a 16:50 pm

**Horas contacto:** 8 horas semanales

**Horas estudio independiente:** 12 Horas cuanto menos.

**Horas de atención al estudiantado:** Jueves de 10 am a 12 md

**Curso lectivo:** II ciclo lectivo 2022

**Profesores:** Laura Saborío | [laura.saborio\\_t@ucr.ac.cr](mailto:laura.saborio_t@ucr.ac.cr)

**El curso durante el II ciclo lectivo 2022 se gestionará con Bajo Virtual.**

**Descripción del curso**

El gran impacto de la computación y el Internet en el quehacer de múltiples disciplinas y la vida diaria, ha modificado sustancialmente la concepción, generación, presentación y distribución de la información. Estas nuevas tendencias pueden observarse en corrientes literarias, educativas, artísticas y de negocios, por citar algunos ejemplos.

Los “productos” digitales se caracterizan por contener información en formato digital y por ser multimediales, es decir que incluyen elementos tales como sonido, imágenes, texto, movimiento y línea temporal. Así mismo el fenómeno de la interactividad ha modificado el paradigma de la comunicación visual permitiéndole al usuario/espectador controlar la presentación y entrega misma de la información.

Es imperativo que el diseñador gráfico domine adecuadamente estas nuevas tecnologías de representación, no sólo a nivel técnico sino a nivel conceptual, donde exista una claridad de lo que el medio permite, y cómo enfrentar el diseño desde la perspectiva de los “nuevos medios”. De esta manera, el diseñador contribuirá de forma proactiva a definir la cultura contemporánea y las nuevas formas de comunicación.

Este curso introduce al estudiante en el diseño de piezas multimediales tales como sitios web, animación y CD-ROM. Si bien estudia aspectos técnicos, se interesa especialmente por el estudio del diseño gráfico en un medio interactivo.



### Objetivos generales

- Explorar los elementos de los nuevos medios y su aplicación en el diseño de la estructura, presentación, y contenido de piezas multimediales.
- Asumir la labor de diseño con método.

### Objetivos específicos

- Explorar el aporte de la interactividad al significado de la representación y la información.
- Identificar los diferentes elementos de los nuevos medios (sonido, movimiento, gesto, tiempo, ritmo, gráfica) y potenciar los posibles usos en el diseño de mensajes visuales.
- Analizar y evaluar utilizando las teorías del diseño interactivo el funcionamiento y efectividad de la interactividad en diferentes piezas de diseño.
- Visualizar con anterioridad las dimensiones del trabajo a realizar.
- Expresar claramente ideas y conceptos relacionados con el proyecto.
- Desarrollar estrategias para agilizar y maximizar el trabajo.
- Trabajar por etapas y sin precipitación.
- Procesar el trabajo en forma ordenada y clara.

### Contenidos

#### Web

- Diseño centrado en el usuario.
- Arquitectura de información.
- Navegación.
- Estándares de diseño web.
- Procesadores y editores de diseño web.

#### Animación

- Imagen en movimiento.
- Fundamentos de animación.
- Animación básica en Flash.
- Procesadores y editores de animación.

#### Redes Sociales

- Ecosistema Digital.
- Interacción Social.
- Categorías y calendarios.
- Herramientas de control, posteo y medición.

#### Publicidad digital

- Definición y consideraciones de públicos meta.
- Estrategia de comunicación digital.
- Estrategia Publicitaria, Creativa y de Medios.



## Procedimiento metodológico

*Para estos efectos el curso se apoyará en entornos digitales virtuales no presenciales para la consecución de sus objetivos, a saber, pero no exclusivamente: METIC's, Zoom, WhatsApp, Google Drive, entre otros.*

El aula virtual como espacio-taller sincrónico y asincrónico, en el que se desarrollan los proyectos, bajo la supervisión de los profesores y la participación activa de los integrantes del grupo. Aquí juegan un papel especial el análisis, la discusión y la crítica de los trabajos. Habrá sesiones de presentación de muestras interactivas, de modo que el estudiante pueda identificar y distinguir las características del diseño interactivo.

De manera complementaria, cada estudiante desarrollará proyectos donde deberá aplicar y sintetizar los conocimientos adquiridos a través del seminario. Este requerimiento busca que cada estudiante estimule la habilidad para conceptualizar proyectos.

## Observaciones

Las ausencias y tardías deben justificarse según el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad de Costa Rica. Cualquier situación que el estudiante considere que puede afectar su desempeño en el curso (salud, económica, personal) debe informar cuanto antes a los profesores para resolverlo a conveniencia.

Es obligación del estudiante consultar el programa, las plataformas virtuales y de comunicación del curso para informarse sobre fechas de evaluación y contenidos a estudiar en las clases.

Recibidos: Es responsabilidad de los estudiantes acusar el recibido de todos los correos enviados por el profesor.

## Proyectos

- **Presentación:** Todos los proyectos serán expuestos, por favor, moderar el lenguaje, expresarse con formalidad y con la terminología adecuada para la materia en estudio.
- **Entrega:** La fecha y hora de inicio de la evaluación, examen o entrega de proyectos será anunciada y convenida con al menos una semana de anticipación. La evaluación da inicio a la hora y medio convenidos. Las asignaciones y proyectos que no sean entregados durante el período convenido, el/la estudiante debe comunicarse con los profesores del curso lo antes posible.
- Cuando un (a) estudiante no pueda asistir personalmente a una clase o presentación de proyectos, debe hacer llegar sus trabajos en la fecha y horas establecidas para su entrega y comunicarlo con anticipación al profesor. Cuando un (a) estudiante goce de una incapacidad médica o enfrente una situación personal que amerite ser considerada, debe comunicarlo al profesor a la mayor brevedad posible.



- No se aceptarán para evaluación trabajos desconocidos por el profesor y que no hayan sido elaborados, revisados y corregidos durante el semestre.
- Durante el proceso de evaluación podrán ser invitados profesores del énfasis y áreas complementarias, su participación se basa en recomendaciones para mejorar el trabajo del estudiante y desarrollo del curso.
- Proceso: Todo proyecto debe poseer una investigación a nivel gráfico, en la que se exploren los problemas y posibles soluciones de los temas vistos en clase. Por lo que es responsabilidad del estudiante presentar todos los bocetos, pruebas y maquetas realizadas previamente para llegar al resultado final.
- Las evaluaciones considerarán: desarrollo teórico y técnico, detalles de elaboración como el uso de materiales y técnicas, la calidad plástica de las propuestas y la presentación.
- Trabajos escritos: El estudiante realizará constantemente análisis formales, investigaciones y ensayos. Los estudiantes deben manejar y emplear métodos de investigación teórico-prácticos que faciliten su desempeño. Las citas y notas al pie deben indicarse correctamente lo mismo que: ilustraciones, tablas, gráficos, etc. Si se comprueba el plagio o la copia se aplicarán las sanciones correspondientes ya que es considerado como falta grave según el "Reglamento de Orden y Disciplina de los Estudiantes de la Universidad de Costa Rica".



## Cronograma

Semana	Fecha	Módulo	Temática	Actividades
1	16 ago		Presentación del curso y Lectura del programa	Lectura del programa / Discusión de la temática y actividades del curso
1	19 ago	<b>Módulo 1: Nuevos Medios</b>	Nuevos medios	Investigación y caso práctico 1
2	23 ago		Transmedia, Crossmedia	Investigación y caso práctico 2
2	26 ago		Interacción en espacios físicos: <b>Invitado (A)</b>	Investigación y caso práctico 3
3	30 ago		<b>FERIADO</b>	
3	2 set		Contenido e interacción y el metaverso	Investigación y caso práctico 3
4	6 set		Interactividad (RA, RV) Podcast	Investigación y caso práctico 4
4	9 set		Distribución de contenidos	Investigación y caso práctico 5
5	13 set		Tipos y tendencias en Web	Investigación y caso práctico 6
5	16 set		UX, UI	Investigación y caso práctico 7
6	20 set			<b>Evaluación del Módulo 1</b>
6	23 set	<b>Módulo 2: Redes Sociales</b>	¿Qué es Mercadeo Digital? Omnicanal / Ecosistema Digital	P: Investigación Evaluar
7	27 set		Design Thinking introducción SEO, SEM, Google Analytics	Actividad de construcción y evidencia P: Investigación Evaluar
7	30 set		Big Data y monetización	Actividad de construcción y evidencia P: Investigación Prototipar y Evaluar
8	4 oct		Instagram / Tik Tok / Youtube	Actividad de construcción y evidencia P: Investigación Prototipar y Evaluar
8	7 oct		Facebook / Twitter / LinkedIn	Actividad de construcción y evidencia P: Investigación Prototipar y Evaluar
9	11 Oct		Otras redes sociales	
9	14 Oct		<b>Exposición de estudios de caso</b>	
10	18 Oct		<b>Evaluación Módulo 2</b>	
10	21 Oct		<b>Proyecto: Estrategia Digital</b>	
11	25 Oct		<b>Módulo 3: Estrategia Digital</b>	¿Qué es una estrategia digital? Tipos de Estrategia
11	28 Oct	Double Diamond introducción		Double Diamond: etapas
12	1 Nov	Estudio de mercado / Segmentación / Tipos de público		Double Diamond: etapas
12	4 Nov	Plan de medios		Double Diamond: etapas



13	8 Nov		Personalidad de marca	Double Diamond: etapas
13	11 Nov		Estrategia creativa	Double Diamond: etapas
14	15 Nov		Estrategia creativa	Double Diamond: etapas
14	18 Nov		Estrategia creativa	Evaluación estrategia Creativa
15	22 Nov		Plan de medios	Revisión de avances
15	25 Nov		Plan de medios	Revisión de avances
16	29 Nov		Plan de medios	Evaluación Plan de Medios
16	2 Dic		Plan de medios	Evaluación Plan de Medios
17	6 Nov		Propuesta de material gráfico	Revisión de Propuestas
17	9 Dic		<b>Evaluación Módulo 3</b>	<b>Evaluación</b>

\*El cronograma puede variar dependiendo del desarrollo de la clase.

### Desglose de la evaluación

Asimilación, proceso y seguimiento	10%
<b>Módulo 1 Nuevos Medios</b>	20%
<ul style="list-style-type: none"> <li>Evidencias semanales de los estudios de casos prácticos 2,5% c/u</li> <li>Bitácora del módulo 5%</li> </ul>	
<b>Módulo 2 Redes Sociales</b>	20%
<ul style="list-style-type: none"> <li>Exposición estudio de caso individual 15%</li> <li>Evidencias actividad semanales 2,5% c/u</li> </ul>	
<b>Proyecto: Estrategia Digital</b>	30%
<b>Módulo 3 Estrategia</b>	20%
<ul style="list-style-type: none"> <li>Investigación estrategia 10%</li> <li>Plan de medios 10%</li> <li>Material gráfico 10%</li> <li>Autoevaluación 5%</li> </ul>	
<b>Total</b>	<b>100%</b>

## Bibliografía básica

Ambrose, Gavin. Bases del diseño: Metodología del diseño. Barcelona: Parramón, 2010.

Cairo, Alberto. Infografía 2.0. Madrid: Alamut, 2008.

Cuello, Javier. Diseñando Apps para móviles. Barcelona, 2013

Goto, K. & Cotler, E. Web Redesign, Workflow that Works. Indiana: New Ryders. 2002.

Helfand, Jessica. Six essays on design and new media. New York: William Drenttel, 1997.

Krug, Steve. No me hagas pensar. Madrid: Pearson, 2006.

Laurel, Brenda. The Art of Human-Computer Interface Design. Massachusetts: Addison-Wesley Pub., 1990.

Lupton, Ellen. Intuición, Acción, creación. Graphic design thinking. Barcelona: Gustavo Gili, 2012.

McCloud, Scott. Understanding Comics. New York: Harper Collins, 1993.

McIntire, Penny. Técnicas innovadoras en Diseño Web. Madrid: Anaya Comercial, 2009.

Mountford S. Joy and William W. Gaver, “Talking and Listening to Computers” in The Art of Human-Computer Interface Design, edited by Brenda Laurel. Massachusetts: Addison-Wesley Pub., 1990.

New Media. New narratives. American Center for design Journal. Number 2, 2000.

Norman, Donald A. La psicología de los objetos cotidianos. Madrid: NEREA, 1990.

Pérez, Mario. Arquitectura de la información en entornos web. Gijón : Trea, 2010.

Stanton, William J, Etzel Michael J, Walker, Bruce J, Fundamentos de Marketing, Edición 14, 2007.