

**INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR
ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA DE TOMAR
Departamento de Tecnologia e Artes Gráficas**

CURSO	Design e Tecnologia das Artes Gráficas	ANO LECTIVO	2010/2011
--------------	--	--------------------	-----------

DISCIPLINA	ANO	SEM	ECTS	HORAS CONTACTO
Design Multimédia III	3.º	2.º	5	TP: 56; OT: 4

DOCENTES	Prof. Adjunto João Manuel de Sousa Nunes da Costa Rosa
-----------------	--

INTRODUÇÃO:

O programa da cadeira de Design Multimédia III visa dar continuidade às aquisições alcançadas no primeiro semestre, na cadeira de Multimédia II.

Objectivamente propõe-se o aprofundamento de práticas de animação de texto, de imagens e de elementos formais poligonais, bem como a concepção de produtos dotados de conteúdo disponível não sequencialmente.

OBJECTIVOS GERAIS DO PROGRAMA:

- Preparar para a concepção de produtos multimédia
- Aprofundar aquisições realizadas na cadeira de Multimédia II
- Dar continuidade à utilização de software específico
- Formar no âmbito do projecto, ao nível do conteúdo, layout e interactividade
- Dinamizar relações dinâmicas entre imagem e texto

OBJECTIVOS ESPECÍFICOS:

- Manipular software de criação multimédia
- Estruturar ideias segundo propostas concretas
- Tomar opções no domínio do projecto
- Organizar informação
- Definir percursos de navegação
- Conceber animações, layout's e interfaces
- Criar propostas visuais estáticas a partir de animações ou vice-versa
- Desenvolver produtos multimédia não sequenciais, dotados de criatividade e de lógica
- Apresentar as soluções com sentido crítico

ESTRATÉGIAS

As aulas serão teórico-práticas, com a duração de duas horas cada. Maioritariamente destinam-se a resolver problemas no âmbito dos produtos multimédia sequenciais e não sequenciais.

As sessões menos práticas e mais directivas incidem sobre a análise de aspectos específicos do programa, devidamente contemplados nas unidades didácticas.

Os trabalhos, exercícios ou projectos que venham a ser propostos, visam a demonstração de capacidade para atingir os objectivos específicos acima declarados.

Salvo outra indicação, os trabalhos, exercícios ou projectos serão sempre desenvolvidos em grupo, cobrindo as áreas dos produtos e animações sequenciais e não sequenciais. Este poderão, por uma questão de eficiência, subdividir-se em etapas ou unidades de trabalho mais pequenas.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Tendo em conta os objectivos declarados e as duas grandes áreas onde o programa assenta (multimédia sequencial e não sequencial), propõem-se as seguintes unidades:

1. O Design da informação e a navegação
2. O Design do interface
3. Botões, menus, links e outros comandos. Ferramentas multimédia. Revisões.
4. A animação como catalizador de identidade visual e gráfica.
5. Exercícios, trabalhos, ou projectos.

BIBLIOGRAFIA:

- ARIJON, Daniel — **Grammaire du langage filmé**. 5ª ed. Paris: Éditions Dujarric, 1999. 2-85947-065-4
- BELLANTONI, Jeff *et al* — **Type in motion**. Innovations in digital graphics. 1ª ed. Londres: Thames & Hudson, 1999. 0-500-28189-0
- — **Moving type**. Designing for time and space. 1ª ed. Hove: Rotovision, 2000. 2-88046-369-6
- BLAUVELT, Andrew — **Unfolding Identities**. In HELLER, Steven (Ed.). In **Education of an E-Designer**. 1ª ed. Nova Iorque: Allworth Press, 2001. 1-58115-193-4. p. 114-127
- BUCHANAN, Richard — **Wicked Problems in Design Thinking**. In MARGOLIN, Victor *et al*. **The idea of design**. A design issues reader. 5ª ed. Cambridge USA/Londres: MIT Press, 2002. 0-262-63166-0. p.3-20
- CARVALHO, Jorge C. — **Cinema e tecnologia**. Pós-produção e a transformação da imagem. 1ª ed. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas, 2007. 978-972-8881-53-5
- COSTA, Henrique — **A longa caminhada para a invenção do cinematógrafo**. 1ª ed. Porto: Edição Cine-Clube do Porto, 1988.
- COSTA, Joan — **La imagen de marca**. 1ª ed. Barcelona: Paidós/Diseño, 2004. 84-493-1531-X
- — **Diseñar para los ojos**. 1ª ed. Barcelona: Costa Punto Com Editor, 2007. 978-84-611-8137-7
- CHAVES, Norberto, *et al* — **La marca corporativa**. Gestión y diseño de símbolos y logotipos. 1ª ed. Barcelona: Paidós/Comunicación, 2003. 950-12-2717-0
- — **La imagen corporativa**. Teoría y práctica de la identificación institucional. 3ª ed. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2005. 84-252-2079-3
- DARLEY, Andrew — **Visual Digital Culture**. Surface and play and spectacle in new media genres. 1ª ed. Nova Iorque/Londres: Routledge, 2000. 978-0-415-16555-6
- DELEUZE, Gilles — **A Imagem-Movimento**. Cinema 1. 2ª ed. Lisboa: Assírio & Alvim, 2009. 978-972-37-0958-2
- DONDIS, Donis — **La sintaxis de la imagen**. Introducción al alfabeto visual. 14ª ed. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2000. 84-252-0609-X
- ELLIOT, Joe *et al* — **Multimédia**. O guia completo para os cd-Rom, a internet, a world wide web, a realidade virtual, os jogos 3-D e as auto-estradas da informação. 1ª ed. Lisboa: Edição Jornal Público/Dorling Kindersley, 1996. 972-8179-14-6
- FRASCARA, Jorge — **El diseño de comunicación**. 1ª ed. Buenos Aires: Ediciones Infinito, 2006. 987-9393-42-2
- FRUTIGUER, Adrian — **Signos, símbolos, marcas, señales**. 4ª ed. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1995. 968-887-271-7
- GARDIES, René *et al* — **Comprender o cinema e as imagens**. 1ª ed. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008. 978-989-95689-8-3
- GUENOUN, Joël — **Les mots ont des visages**. 1ª ed. Paris: Éditions Autrement, 1998. 2-86260-805-X
- GRILO, João Mário — **As lições do cinema**. Manual de Filmologia. 4ª ed. Lisboa: Edições Colibri/FCSH da Universidade Nova de Lisboa, 2010. 978-972-772-705-6
- GRUPO μ — **Tratado del Signo Visual**. 1ª ed. Madrid: Ediciones Cátedra, 1993. 84-376-1190-3

- HEILESEN S. *et al* – **Design for WWW**. Copenhaga: Dansk Design Center, 2001. 87-90904-20-6
- HILLNER, Matthias – **Virtual Typograhly**. 1ª ed. Lausanne: AVA Publishing, 2009. 978-2-940373-99-4
- KRISTOF, R. *et al* – **Interactivity by design**. 1ª ed. Creating and communicating with new media. Mountain View: Adobe Press, 1995
- KRASNER, Jon – **Motion graphic design**. Applied history and aesthetics. 1ª ed. Burlington/Oxford: Focal Press, 2008. 978-0-240-2
- LUPTON, Ellen – **Graphic design**. The new basics. 1ª ed. Nova Iorque: Princeton Architectural Press, 2008. 978-1-56898-702-6
- LOTMAN, Iouri – **Esthétique et sémiotique du cinema**. 1ª ed. Paris: Editions Sociales, 1977. 2-209-05375-0/3738-10-77-4000
- MANOVICH, Lev – **El lenguaje de los nuevos medios de comunicación**. La imagen en la era digital. 1ª ed. Barcelona: Paidós/Comunicación, 2005. 84-493-1769-X
- MARGOLIN, Victor *et al.* – **The idea of design**. A design issues reader. 5ª ed. Cambridge USA/Londres: MIT Press, 2002. 0-262-63166-0. p.104-112
- MAZZOLENLI, Arcangelo – **O ABC da linguagem cinematográfica**: Estruturas, análises e figuras na narração através de imagens. 1ª ed. Avanca: Edição do Cine-Clube de Avanca, 2005. 972-99733-0-X
- MOLLERUP, Per – **Marks of Excellence**. The history and taxonomy of trademarks. 7ª ed. Londres: Phaidon, 2004. 0-7148-3838-1
- OLINS, Wally. – **Corporate Identity**: making business strategy visible through design. 1ª ed. Londres: Thames and Hudson, 1989. 978-0-500-28515-2
- OLSEN, G. – **Getting started in Multimedia design**. 1ª ed. Cincinnati: North Light Books, 1997. 0-89134-716-X
- ROMANO, Vicente – **El tiempo y el espacio en la comunicación**. La razón pervertida. 1ª ed. Hondarrabia: Informe, 1998. 84-89753-13-X
- SAMARA, Timothy – **Los elementos del diseño**. Manual de estilo para diseñadores gráficos. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2008. 978-84-252-2224-5
- SOLAS, Javier – **Identidad Visual Corporativa**: la imagen de nuestro tiempo. Madrid: Editorial Síntesis, 2004
- STONES, John – **No rules logos**. Radical design solutions that break the rules. 1ª ed. Mies: RotoVision, 2009. 978-2-88893-052-5
- WEINMAN, Lynda – Education of a digital designer. *In* HELLER, Steven (Ed.). *In Education of an E-Designer*. 1ª ed. Nova Iorque: Allworth Press, 2001. 1-58115-193-4. p. 60-62
- WORTHINGTON, Michael – Motion graphics at California Institute of Arts. *In* HELLER, Steven (Ed.). *In Education of an E-Designer*. 1ª ed. Nova Iorque: Allworth Press, 2001. 1-58115-193-4. p. 308-314

AVALIAÇÃO:

- a) A avaliação dos alunos será expressa em termos qualitativos e quantitativos, reflectindo a capacidade dos alunos para atingir os objectivos específicos declarados.
- b) As indicações qualitativas expressam resultados parcelares, no âmbito de uma avaliação formativa ou de processo.
- c) A avaliação formativa ocorre durante o processo de ensino-aprendizagem, nas aulas, e permite identificar aptidões passíveis de serem qualificadas e aspectos da formação que necessitam de ser aprofundados ou melhorados.
- d) A avaliação sumativa será efectuada na última ou penúltima semana de aulas, em data a determinar, podendo também ocorrer no decurso do semestre.
- e) Os exames constituem momentos suplementares de avaliação, nos quais, através da realização de uma prova, se pretende avaliar conhecimento e competências.
- f) A admissão a exame está condicionada à apresentação/entrega nos momentos estipulados dos exercícios, trabalhos, ou projectos.

- g) O não cumprimento dos prazos para entrega/apreciação dos exercícios determina penalizações, que serão de 20%.
- h) Os estudantes trabalhadores, ainda que abrangidos por estatuto específico, não estão dispensados do cumprimento das normas de avaliação que aqui se apresentam.

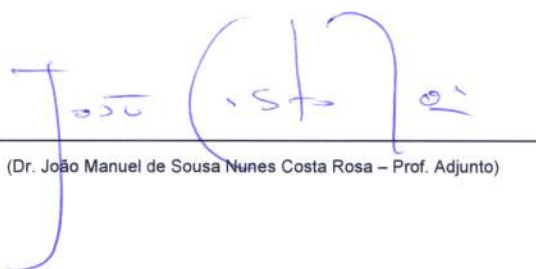
TUTORIA

A tutoria serve o acompanhamento dos alunos, prestando esclarecimentos, auxiliando na execução de determinadas tarefas, aconselhando ou prestando apoio ao nível da investigação, da implementação de planos de estudo, recolhas e leituras, etc.

A tutoria visa por isso o aperfeiçoamento dos métodos de trabalho, visando a optimização dos resultados.

Mesmo não sendo obrigatória a participação neste tipo de actividades é aconselhável que, no final de cada aula, os alunos que dela necessitem informem o Docente, indicando por escrito o assunto, temática ou motivo que os leva a solicitar esse apoio.

A tutoria será organizada designando entre outros, os dias, horas e o local onde decorrerá.



(Dr. João Manuel de Sousa Nunes Costa Rosa – Prof. Adjunto)