

## GUION Y NARRATIVA DIGITAL

---

### I. Datos Informativos

Código	: 2054077
Carrera	: Comunicación
Semestre	: 2019 – 1
Ciclo	: 5° ciclo
Categoría	: Formación básica
Créditos	: 04
Pre-requisito	: Guion y Dramaturgia
Docente	: Matias Vega

---

### II. Sumilla

El presente curso de formación profesional, tiene como objetivo lograr que el alumno aprenda a comunicar un mensaje a través de estructuras interactivas.

El contenido a tratar está referido a: comunicar mensajes a través de estructuras interactivas, y conocer las técnicas y fundamentos para estructurar guiones para multimedia que permitan lograr un acceso rápido, dinámico y claro a la información.

### III. Competencias

#### ▪ General:

- El estudiante compone proyectos interactivos transmedia en torno a universos de ficción creados en grupo.

#### • Específicas:

- El estudiante escribe guiones para medios digitales.
- El estudiante crea y analiza narraciones multiplataforma a partir de criterios de dramaturgia, estructura, interactividad y transmedia.
- El estudiante es capaz de trabajar en grupo en la elaboración proyectos transmedia.

### IV. Contenidos

#### 1ª Semana

- Lineamientos generales del curso.
- Lo digital / lo no digital.
- Nuevos medios, nuevas formas de narrar.
- Convergencia mediática, cultura colectiva.

#### 2ª Semana

- Inicio del Proyecto 1: Estructura narrativas digitales

- Investigación sobre narrativas en medios digitales

### **3ª Semana - Evaluación Continua 1**

- Discusión e hipótesis La narración en Instagram, Youtube, Facebook y Whatsapp.
- FIN del Proyecto 1. Estructuras narrativas digitales. Ensayo.

### **4ª Semana**

- ¿Qué es un guión digital? Formatos y reflexiones sobre el guión digital.
- El formato y al autoría en el transmedia.

### **5ª Semana**

- INICIO del Proyecto 2: Producción multiplataforma interactiva.
- Propuesta, plan e inicio.

### **6ª Semana - Evaluación Continua 2**

- Asesorías y Desarrollo del Proyecto 2.

### **7ª Semana Examen Parcial**

- FIN del Proyecto 2 Examen parcial

### **8ª Semana**

- Futuro digital y ética. La post verdad.
- El impacto de la revolución digital.

### **9ª Semana**

- Las narraciones que definen la historia.
- Ensayo.

### **10ª Semana**

- Inicio del Proyecto 3: Ficción multiplataforma interactiva.
- Propuesta, plan e inicio, biblia de Contenidos, consumidores y plataformas.

### **11ª Semana - Evaluación Continua 3**

- Lanzamiento.
- Establecimiento de sistemas.

### **12ª Semana**

- Asesorías y desarrollo del proyecto

### **13ª Semana**

- Asesorías y desarrollo del proyecto

### **14ª Semana - Evaluación Continua 4**

- Cierre de proyecto, consumidores, publicos y plataformas
- Sistematización de información

#### 15ª Semana - Examen Final

- Ensayo: Justificación de proyecto
- Ensayo: ¿Qué es la narrativa digital?
- FIN del Proyecto 3: Ficción multiplataforma interactiva

#### 16ª Semana - Entrega de Notas

### V. Metodología

El curso está estructurado en base a las siguientes actividades:

- Proyectos, teoría y ensayos grupales e individuales.
- Exposición y discusión de temas en clase
- Escritura y producción de narraciones digitales.
- Sesiones de juego para creación y escritura de guiones.
- Incorporación de medios digitales y audiencia al taller (Instagram, snapchat,...).
- Evaluación, autoevaluación y sondeos de audiencia.
- Asesorías.

### VI. Actividades de investigación formativa

La experiencia curricular del curso atiende al proceso de investigación formativa a través de la elaboración de una investigación que sustente la creación de guiones y contenidos digitales que se presentarán en el proyecto final.

### VII. Evaluación

La evaluación es permanente durante el desarrollo de las sesiones de clase.

El promedio final del curso es resultado de un ponderado, compuesto por lo siguiente:

- Evaluaciones continuas (EC) – 40%: Se registra en cuatro momentos (10%, 10%, 10% y 10%= 40%)
- Evaluación parcial – 30%
- Evaluación final – 30%

### VIII. Fuentes

No	Código	Fuente
1	791.4253/S18	Salmón, C. (2008). <i>Storytelling: La máquina de fabricar historias y formatear las mentes</i> . Barcelona: Ediciones Península.
2	791.43/B26/2	Edgar – Hunt, R. (2010). <i>Bases del cine: guión</i> . Parranón.
3	791.437/CH57	CHION, M. (2009). <i>Cómo se escribe un guión</i> . Madrid, España: Grupo Anaya.
4	778.5/B61	Block, B. (2008). <i>Narrativa visual: creación de estructuras visuales para cine, vídeo y medios digitales</i> . Barcelona: Omega
5	794.8/H88	Huguet, J & Gonzáles. J. (2012). <i>Todo lo que hay que saber de videojuegos y marketing</i> . Valencia: Wolters Kluwer.

6	005.7/W54I	Wiedermann, J. (2011). <i>Diseño web: Interactiva y juegos</i> . Cologne: Taschen.
7	658.84/M57	Miley, J. (2012). <i>Conquistar youtube: 101 consejos de vídeo profesionales</i> . Madrid: Ediciones Anaya.
8	791.4253/C22	Campalans, C. & Renó, D. (2012). <i>Narrativas transmedia: Entre teorías y prácticas</i> . Bogotá: Editorial Universidad de Rosario.
9	791.4253/S23	Scolari, C. (2013). <i>Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan</i> . Barcelona: Grupo Plaenta
10	EBSCO: Art Source	Ryan, M. (2016) <i>Transmedia narratology and transmedia storytelling</i> . Artnodes; nov2016, Issue 18, p37-46, 10p
11	EBSCO: Art Source	Nieves, R. (2016). <i>Narrativas transmediales centradas en los personajes. Sherlock Holmes en el siglo XXI</i> . Artnodes; nov2016, Issue 18, p20-27, 8p
12	EBSCO: Art Source	Nieves, R. (2016). <i>Narrativas transmediales centradas en los personajes. Sherlock Holmes en el siglo XXI</i> . Artnodes; nov2016, Issue 18, p20-27, 8p

**FUENTES COMPLEMENTARIAS:**