

GUIÓN Y TRANSMEDIA

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: