

REALIZACIÓN TRANSMEDIA

I. Datos Informativos

Curso	: Realización Transmedia.
Código	: 2024021
Carreras	: Comunicación Audiovisual y Cine, Comunicación y Periodismo, Comunicación y Publicidad Transmedia, Comunicación e Imagen Corporativa y Comunicación.
Semestre	: 2020-II
Ciclo	: 2° ciclo
Categoría	: Formación Facultad
Créditos	: 04
Pre-requisito	: Ninguno
Docente	: PATRICIA SERRANO ABARCA, PATRICIA ROBLES

II. Sumilla

El contenido a tratar está referido a la relación entre procesos de comunicación y varias hibridaciones culturales, en especial aquellas referidas a lo “culto, popular y masivo”. La comunicación como actividad constructora de realidad en cuanto tipifica temas, actores y modos de vida.

III. Competencias

General:

Reconoce las características de las narrativas hipermediales, las múltiples plataformas, medios, lenguajes y contextos de difusión involucrados con la multimodalidad, el rol activo de los usuarios colaboradores y los elementos implicados con la narración no secuencial, hipertextual e interactiva de la web, aplicándolos al desarrollo en equipo de proyectos transmedia, informativos y de ficción.

Específicas:

- Distingue las características de la comunicación digital, hipermedial, crossmedia y transmedia, así como el rol activo de los usuarios, aplicando el conocimiento adquirido en la elaboración de una propuesta para el desarrollo de un proyecto transmedia en equipo.
- Produce un proyecto de no ficción hipermedia en equipo, donde se combinan las narrativas informativas tradicionales y lineales, con las nuevas lógicas no lineales, multimodales e interactivas de la web.
- Desarrolla un proyecto transmedia de ficción en equipo, a partir de la producción multimodal de diferentes plataformas y formatos interactivos, gráficos y audiovisuales, así como de la participación colaborativa de los usuarios.
- Sustenta un proyecto transmedia realizado en equipo, desde el planteamiento hasta su difusión en web, basado en la organización no secuencial y expansiva de diferentes unidades narrativas autónomas y de diversos medios, lenguajes, plataformas y contextos de difusión, así como de la participación activa y generativa de los usuarios.

IV. Contenidos

UNIDAD I: LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA EN EL ENTORNO DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL.

1ª Semana

- Comunicación Interpersonal, Comunicación de Masas y Comunicación Digital.
- Características de la Comunicación digital: Hipertextualidad, multimodalidad, Interactividad y reticularidad.
- Usos y gratificaciones de la Comunicación Digital.

2ª Semana

- Convergencia mediática.
- Narrativa multimedial y multiplataforma: Comunicación Crossmedia y Transmedia.
- El Universo Transmedia: Historia de fondo, expansión y mundos narrativos.
- Storytelling. Elementos básicos del tratamiento narrativo en un guion no lineal: Género, espacio, tiempo, historia, personajes y relaciones, conflicto y acción principal.
- El equipo de realización transmedia: producción audiovisual, producción gráfica y producción transmedia. Roles y funciones.

3ª Semana

- Fases y componentes de un Proyecto Transmedia.
- El Concepto y la premisa.
- Los usuarios digitales y prosumidores. Plataformas para la interacción, redistribución y generación de contenidos.

Evaluación Continua 1: Desarrollo y presentación de una primera propuesta de realización transmedia. Participación en clase.

UNIDAD II: REALIZACIÓN HIPERMEDIAL Y RELATOS DE NO FICCIÓN.

4ª Semana

- Narrativas transmedia de no ficción.
- La hipótesis y la historia nuclear o de fondo.
- Representación de la Realidad y subtramas expansivas.
- Multimodalidad en la no ficción transmedia. Lenguajes, géneros, formatos, plataformas, soportes y contextos de difusión.
- Activación de redes sociales.

5ª Semana

- Principios básicos del lenguaje audiovisual. Planos, ángulos y términos visuales.
- El universo sonoro: diálogos, ruidos, efectos sonoros, música y silencio.
- Cibergéneros dialógicos: La entrevista y la encuesta. Planteamiento visual y narrativo.

6ª Semana

- Convergencia narrativa en el Periodismo Transmedia. Niveles de coherencia en la narración informativa de la web.
- Construcción de guiones para microrrelatos de no ficción, lineales y no lineales. La entrevista como recurso de otro relato periodístico.
- El Periodismo de datos y la infografía interactiva.
- Plataformas para la publicación de contenidos audio y/o visuales. El canal YouTube.

Evaluación Continua 2: Relatos de no ficción realizados en equipo y aportes individuales al trabajo cooperativo. Autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación de acuerdo a Rúbrica.

7ª Semana

- Tipos de estructuras hipermediales en la narración informativa no lineal.
- El website y la macroestructura informativa hipermedial.

Examen Parcial: Presentación y sustentación individual del proyecto web de no ficción y de los resultados sistematizados de la interacción en redes sociales.

UNIDAD III: CONSTRUCCIÓN DE UNIVERSOS TRANSMEDIA DE FICCIÓN.

8ª Semana

- De la no ficción a la ficción transmedia. Características de las narrativas transmedia. Las claves de Scolari.
- Storytelling: Storyline y Argumento nuclear.
- Elipsis, subtramas, espacios, tiempos, personajes y creación de mundos.

9ª Semana

- El teaser y la historia nuclear.
- Herramientas de pre producción para la elaboración de relatos de ficción lineales en el entorno transmedia: Escaleta, Guion literario, guion técnico y plan de rodaje.

10ª Semana

- Construcción de personajes y generación de sub tramas personales.
- El playlist de los personajes
- Mapa transmedia de personajes.
- El podcast y la voz de los personajes.
- Las plataformas interactivas como medios narrativos.

11ª Semana

- Video relatos de ficción en la construcción de universos transmedia.
- El video clip, las sinfonías urbanas y el video experimental.
- La bitácoras audiovisuales y los videoblogs.

UNIDAD IV: EXPERIENCIA INTERACTIVA DEL USUARIO Y DIFUSIÓN DE UN PROYECTO TRANSMEDIA.

12ª Semana

- Los relatos de ficción seriados en el marco de la narrativa transmedia.
- Planteamiento narrativo y de pre producción de un micro relato de ficción seriado.
- Estrategias para la generación de contenidos de los usuarios de series de ficción.

13ª Semana

- Narrativas Interactivas: Navegación, Redistribución, Comunicación y Colaboración.
- El website y el mapa de la experiencia transmedia.
- Participación activa y generación de contenidos de los usuarios a través del sitio web.
- Desarrollo de estructuras colaborativas.

14ª Semana

- El Universo Transmedia más allá de la web. Medios masivos, libros, comics, juegos, exposiciones, intervención en espacios públicos, merchandising, etc.
- Presentación de proyectos transmedia.
- Producción de eventos e instalaciones transmedia.

Evaluación Continua 4: Trabajo cooperativo y aporte individual a la realización del websodio y del diseño del website del universo transmedia. Autoevaluación y coevaluación de acuerdo a Rúbricas. Participación en clase.

15ª Semana - Examen Final:

- Presentación y sustentación de Proyecto Transmedia con por lo menos cuatro plataformas y cinco medios diferentes: Carpeta, proyecto implementado en la web y resultados de redes.

16ª Semana – Evaluación con Jurado / Entrega de Notas

V. Metodología:

La plataforma virtual empleada es el Classroom de Google Suite for education donde se compartirá los recursos didácticos de cada una de las sesiones, empleando el Meet como medio de comunicación sincrónica para la ejecución de las sesiones de aprendizaje además de: Drive, Gmail, hoja de Cálculo, Document, Chat, You Tube, Hangout. Uso de aplicativos del Software gratuito Adobe CC-10: Photoshop, illustrator, InDesing, Premiere Pro, Spark y Acrobat Pro. Las técnicas didácticas en la modalidad remota son análisis, descripción, diálogo, ejemplificación, ejercitación, lectura reflexiva, trabajos en equipos pequeños, producción de ensayos en forma individual y de temas particulares, conversación, exposición, práctica guiada y práctica autónoma, investigación de repositorios, aprendizaje colaborativo basado en problemas y soluciones, invitados profesionales por especialidad por conexión meet, portafolios virtuales personalizados, sustentaciones, producción y realización de proyectos audiovisuales y lectura de fuentes utilizando los recursos consignados en la plataforma Classroom, diapositivas estandarizadas con estrategias de cada docente, videos seleccionados para reforzamiento, etc. Además se podrán utilizar los aplicativos como Kahoot, Mentimeter, Facebook entre otras conforme a las necesidades y requerimientos.

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 un proyecto transmedia que se presentará en el examen final.

VII. Evaluación:

La evaluación es permanente durante el desarrollo de las sesiones de clase. Cuestionarios en línea, Exposiciones individuales y grupales, Rúbricas objetivas, participación en debates a través de foros virtuales, presentación de E-Portafolios, presentación de infografías y mapas mentales, Solución individual de casos, Participación en Video-Conferencias, entre otros.

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

- Examen parcial (20%)
- Evaluación Continua (40%). Se registra en 4 momentos (10%, 10%, 10% y 10%= 40%)
- Examen Final (40%) □ Dos evaluaciones (Docente del curso 20% y Jurado 20%)

Los resultados de la evaluación CONTINUA 4 se entregarán y publicarán en paralelo a los resultados del Examen Final.

VIII. Fuentes

CÓDIGO CIDOC	FUENTE
--------------	--------

1.	070.435/A34	Albornoz, L. A. (2006). <i>Periodismo digital: los grandes diarios en la red</i> . Buenos Aires: La Crujía.
2.	005.7/A88/2007	Austin, T. (2007). <i>New Media Design</i> . Londres: Laurence King Publishing.
3.	302.23/A44	Bustamante, E., Franquet, R., García Leyva, T., López, X. & Pereyra, X. (2009). <i>Alternativas en los medios de comunicación digitales</i> . Barcelona: GEDISA.
4.	791.4253/C22	Campalans, C. (2012). <i>Narrativas transmedia: entre teorías y prácticas</i> . Bogotá: Editorial Universidad del Rosario
5.	302.2/C26	Carvajal, J. (2009). <i>Comunicación informativa y nuevas formas de tecnología</i> . Buenos Aires: Gran Aldea Editores.
6.	303.4832/C35	Cebrián Herreros, M. (2010). <i>Información audiovisual y multimedia por internet en la telefonía móvil</i> . Lima: Universidad de San Martín de Porres.
7.	305/CH84	Christakis, N.A. (2010). <i>Conectados</i> . Madrid: Ediciones Generales.
8.	745.61/E46	Ellison, A. (2008). <i>Guía completa de tipografía digital: cómo utilizar la tipografía de forma creativa en el diseño gráfico</i> . Barcelona: Parramón.
9.	006.6/A24P/2011	<i>Guía práctica Adobe Premiere: edición y postproducción de videos</i> . (2011). Lima: Macro.
10.	344.525/J39	Jenkins, H. (2010). <i>Piratas de textos: fans, cultura participativa y televisión</i> . Madrid: Espasa Libros.
11.	302.23/J39	Jenkins, H. (2008). <i>Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación</i> . Barcelona: Paidós.
12.	302.2345/L46	León, B. (2008). <i>Transformar la televisión: otra televisión es posible</i> . Sevilla: Comunicación Social.
13.	791.43/L68	Lipovetsky, G. (2009). <i>La pantalla global: cultura mediática y cine en la era hipomoderna</i> . Barcelona: Anagrama.
14.	302.2/L83	Lucas Marín, A. <i>La nueva comunicación</i> . (2009). Madrid: Trotta.
15.	302.231/M19	Maldonado, T. (1999). <i>Lo real y lo virtual</i> . Barcelona: Gedisa.
16.	302.23/M12	Mcluhan, M. (2009). <i>Comprender los medios de comunicación</i> . Barcelona: Paidós.
17.	658.84/M57	Miles, J. (2011). <i>Conquistar youtube: 101 consejos de vídeo profesionales</i> . Madrid: Ediciones Anaya.
18.	302.231/M63	Mirabito, M. (1999). <i>Las nuevas tecnologías de la comunicación</i> . Barcelona: Gedisa.
19.	778.5344/P27	Pastor, R. (2003). <i>Manual de cine y video digital</i> . Lima: Universidad de Lima.
20.	303.4834/P62C/	Piscitelli, A. (2002). <i>Ciberculturas 2.0: en la era de las máquinas inteligentes</i> . Buenos Aires: Paidós.
21.	791.4253/S18	Salmon, C. (2008). <i>Storytelling: la máquina de fabricar historias y formatear las mentes</i> . Barcelona: Ediciones Península.
22.	153.35/C77	San Cornelio, G. (2010). <i>Exploraciones creativas: prácticas artísticas y culturales de los nuevos medios</i> . Barcelona: Editorial UOC.
23.	007.5/S29	Scolari, C. (2008). <i>Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva</i> . Barcelona: Gedisa.
24.	303.4834/S29	Scolari, Carlos A. (2004). <i>Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales</i> . Barcelona: Gedisa.
25.	791.4253/S23	Scolari, C. (2013). <i>Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan</i> . Barcelona: Grupo Planeta.
26.	303.4833/S52	Sierra Sánchez, J. (2011). <i>La información audiovisual en la sociedad digital</i> . Madrid: Editorial Fragua.
27.	778.53/S87	Sucari, J. (2012). <i>El documental expandido: pantalla y espacio</i> . Barcelona: Editorial UOC.
28.	302.231/C	Urresti, M. (2008). <i>Ciberculturas juveniles: los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de internet</i> . Buenos Aires: La Crujía.
29.	302.231/V65	Vilches, L. <i>La migración digital</i> . (2001). Barcelona: Gedisa.

30.	Repositorio UCAL	Gutiérrez Olórtegui, Mario. (2012). <i>Narrativa y estética digital: La imagen y el sonido en la era interactiva y virtual</i> . Recuperado de: http://repositorio.ucal.edu.pe/handle/ucal/160
-----	------------------	---

Fuentes Complementarias:

- Alberich, J. (2005). *Comunicación Audiovisual Digital, Nuevos medios, Nuevas formas, Nuevos usos*. Barcelona, España: Ed. UOC.
- Baumann, Z (2007). *Tiempos Líquidos*. Vivir en una época de incertidumbre. Barcelona, España: Tusquets editores.
- Berenguer, X. (2012). Escribir programas interactivos. *Formats: Revista de comunicación audiovisual*, 1. Recuperado de <https://www.raco.cat/index.php/Formats/article/view/255076/342067>
- Carlón, M. (2009). *El fin de los medios masivos: el comienzo del debate*. Buenos Aires, Argentina: Ed. La Crujía.
- De La Puente, M. & Quiroga, L. D. (2015). El documental interactivo en la cultura de la convergencia y las narrativas transmedia. *Doc On-Line: Revista Digital de Cinema Documentário*, (18), 61-83. DOI: 10.20287/doc.d18.dt08 Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/289555975_El_documental_interactivo_en_la_cultura_de_la_convergencia_y_las_narrativas_transmedia
- Díaz Noci, J. (2004). Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología. Segundo Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital. Recuperado de <http://www.ufrgs.br/limc/participativo/pdf/generos.pdf>
- Engbretsen, M. (2000). Hypernews and coherence. *Nordicom review*, 21(2), 209-225. Recuperado de <https://www.degruyter.com/downloadpdf/j/nor.2000.21.issue-2/nor-2017-0381/nor-2017-0381.pdf>
- Jenkins, H. Transmedia Storytelling. *MIT Technology Review*, 4. Recuperado de <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>
- Landow, G. (2006). *Hypertext 3.0 critical theory and new media in an era of globalization*. Baltimore, E.E.U.U.: The John Hopkins University Press.
- Moreno, I. (2002). *Musas y Nuevas Tecnologías*. Buenos: Paidós.
- Naín, M (2013). *El fin del poder*. Lima, Perú. Debate. Penguin. Random House Grupo Editorial.
- Negroponete, N. (1995). *Ser Digital*. Barcelona: Ed. Barcelona.
- Rost, A., Bernardi, M.T. & Bergero, F. (2016). Periodismo transmedia, la narración distribuida de la noticia. *Neuquén: Publifadecs*. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/317175640_Periodismo_transmedia_La_narracion_distribuida_de_la_noticia