

PROGRAMA DE NARRATIVAS TRANSMEDIA						
I.- DATOS GENERALES						
Nombre de la Carrera o Programa: COMUNICACIÓN SOCIAL						
Nombre de la Asignatura: Narrativas Transmedia						
Departamento y/o cátedra: Artes Audiovisuales						
Concentración: Guionismo						
Régimen: <i>Semestral</i>				Número de Unidades Crédito: 4		
Ubicación en el plan de estudios: Semestre A						
Tipo de asignatura:				N° horas semanales:		
Obligatoria	X	Electiva		Teóricas:	2	Prácticas/Seminarios 1
Prelaciones/Requisitos:				Asignaturas a las que aporta:		
Fundamentos de Guion.				De la concentración <u>Guionismo</u> : Guion para cine II.		
Fecha de aprobación del Programa por el Vicerrectorado Académico:						

II.- JUSTIFICACIÓN	
<p>Las narrativas transmedia son una particular forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación y medios. A diferencia de lo que suele pensarse, las NT no son simplemente una adaptación de un lenguaje a otro, sino de una estrategia que desarrolla un mundo narrativo que abarca diferentes medios y lenguajes. De esta manera, el relato se expande, aparecen nuevos personajes y situaciones que traspasan las fronteras del universo de ficción.</p> <p>Esta dispersión textual que encuentra en lo narrativo su hilo conductor, es una de las más importantes fuentes de complejidad de la cultura de masas contemporáneas. De allí que el conocimiento del lenguaje transmedia sea un recurso imprescindible para todo aquel que desee engrosar las filas de los guionistas del futuro. Un futuro donde el guion ya no se concibe en función de un lenguaje único pensado para las características específicas de un medio particular, sino que en las NT, citando la frase de Scolari que da el título a su libro, “todos los medios cuentan”.</p>	
III.- CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS	
Esta unidad curricular contribuye al desarrollo de las competencias generales, profesionales básicas y específicas siguientes:	
Competencia profesional básica: Crea textos para una audiencia	
Investiga contenidos divulgables	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica problemáticas o situaciones pertinentes desde el punto de vista comunicacional 2. Obtiene información de fuentes confiables mediante métodos de investigación y procesos documentales propios de la comunicación

	<p>social</p> <p>3. Utiliza adecuadamente las TIC para la obtención y procesamiento de datos</p>
Produce textos adecuados al contexto	<p>1. Diferencia las características y convenciones de los géneros utilizados en la comunicación social</p> <p>2. Determina las características de las audiencias objetivo</p> <p>3. Selecciona el medio adecuado para transmitir un mensaje</p> <p>4. Utiliza adecuadamente el lenguaje para crear textos con distinto propósito y formato, y para distintas audiencias y medios</p> <p>5. Utiliza adecuadamente las TIC para la elaboración y difusión de mensajes</p>
Competencia profesional básica: Produce obras de creación de naturaleza comunicacional	
Propone un proyecto para una obra creativa de naturaleza comunicacional	1. Expone una obra creativa
Promueve la obra	<p>1. Utiliza las herramientas y plataformas básicas para difundir un producto audiovisual, editorial o escénico</p> <p>2. Aplica estrategias de promoción y mercadeo de productos audiovisuales, editoriales o escénicos</p>
Competencia profesional específica: Crea guiones para medios audiovisuales y digitales	
Investiga contenidos divulgables	<p>1. Identifica problemáticas que puedan convertirse en idea para un guion</p> <p>2. Recoge información útil para la escritura del guion a partir de fuentes adecuadas</p> <p>3. Analiza datos en su contexto sociohistórico para plantear un contexto dramático</p> <p>4. Desarrolla criterios para realizar adaptaciones</p> <p>5. Utiliza adecuadamente las TIC para la obtención y procesamiento de datos</p>
Construye el guion	<p>1. Identifica y plantea conflictos</p> <p>2. Identifica y plantea dinámicas entre personajes</p> <p>3. Enlaza las acciones de manera coherente, dentro de cada escena y entre ellas</p> <p>4. Establece la estructura de las escenas en una escaleta</p>



	5. Desarrolla diálogos adecuados a los personajes y al contexto
Evalúa el guion	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evalúa el texto con base en criterios de verosimilitud, pertinencia y memorabilidad 2. Determina si el texto se ajusta a las exigencias formales de los guiones para cada medio 3. Determina si el texto no contraviene valores sociales 4. Determina si el texto cumple con la normativa legal para adaptaciones y derechos de autor

IV.- CONTENIDOS	
Unidad I. Origen y concepto de las NT	<ol style="list-style-type: none"> 1. Origen del concepto de las NT <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Transmedia y crossmedia 2. Relación entre las NT y los mundos transmediales (transmedia worlds) 3. Análisis de casos
Unidad II. Identikit de las narrativas transmedia según Henry Jenkins	<ol style="list-style-type: none"> 1. Expansión (<i>Spreadability</i>). Profundidad (<i>Drillability</i>). Continuidad (<i>Continuity</i>). Multiplicidad (<i>Multiplicity</i>). Inmersión (<i>Inmersion</i>). Extraibilidad (<i>Extractability</i>). Construcción de mundos (<i>Worldbuilding</i>). Serialidad (<i>Seriality</i>). Subjetividad (<i>Subjectivity</i>). Realización (<i>Performance</i>) 2. Adaptaciones: ¿son o no son NT?
Unidad III. Convergencias y productos transmedia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Convergencia <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Concepto 2. Principales actores de la producción transmedia 3. El perfil profesional emergente del productor transmedia (<i>transmedia producer</i>) 4. Profesionales y empresas involucradas en las NT 5. Usuarios
Unidad IV. El proyecto transmedia	<ol style="list-style-type: none"> 1. El proceso productivo de un proyecto transmedia 2. La creación del mundo narrativo 3. La construcción de las audiencias 4. La distribución de los contenidos <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Plataformas y medios 5. Modelos de negocio 6. La Biblia transmedia
Unidad V. Las narrativas transmedia en la ficción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Narrativas transmedia de origen literario 2. Narrativas transmedia de origen audiovisual <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Películas 2.2. Series 2.3. Dibujos animados 3. Narrativas transmedia originadas en los comics 4. Narrativas transmedia originadas en muñecos y videojuegos



Unidad VI. Estrategias de expansión y compresión narrativa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Expansión <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Precuelas 1.2. Secuelas 1.3. Nuevos personajes 2. Compresión <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Resúmenes 2.2. Avances 2.3. Videos sincronizados 3. Transmutación o modificación del orden 4. Permutación o sustitución de componentes
Unidad VII. Del consumidor al prosumidor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las audiencias líquidas 2. El "homo prosumidor" 3. La nueva dieta mediática 4. Contenidos generados por los usuarios <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Sincronizaciones 4.2. Resúmenes 4.3. Finales alternativos 4.4. Otras especies
Unidad VIII. Desafíos y fronteras de las NT	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los derechos de autor 2. Los límites del transmedia 3. Palabra clave: "gamification"

V.- ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

DOCENTES	ESTUDIANTES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Método expositivo/lección magistral 2. Lluvia de ideas en la primera clase para conocer cómo se imaginan los estudiantes que debe desarrollarse el proceso creativo de un proyecto transmedia 3. Interacción con los estudiantes a través de preguntas específicas sobre la unidad de contenido en proceso de estudio 4. Muestra de casos específicos para identificar estrategias de construcción de guiones transmedia para diferentes medios 5. Muestra de productos audiovisuales de ficción para ejemplificar elementos de construcción de guiones transmedia 6. Revisión periódica de los materiales generados por los estudiantes 7. Taller pedagógico (el profesor diseñará una situación con cierto grado de dificultad para que sea resuelta por los estudiantes). Las actividades específicas para resolver la situación o problema pueden ser: <ul style="list-style-type: none"> • Taller de concepción de proyectos transmedia • Identificación de los medios idóneos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Escuchar atentamente 2. Interacción con el profesor y el resto de los estudiantes sobre los contenidos de la clase 3. Análisis de las estrategias para armar proyectos transmedia 4. Análisis de las características de los proyectos transmedia 4. Escritura in situ de guiones transmedia para diversos medios 5. Visualización de productos audiovisuales de ficción para ejemplificar elementos de construcción de guiones transmedia 6. Desarrollo de las actividades propuestas por el profesor en los talleres pedagógicos: <ul style="list-style-type: none"> • Taller de concepción de proyectos transmedia • Identificación de los medios idóneos para cada tipo de proyecto transmedia • Análisis de casos 7. Conformación de equipos de realización del proyecto de escritura de guiones transmedia



<p>para cada tipo de proyecto transmedia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de casos <p>8. Búsqueda de invitados especiales</p> <p>9. Presentación de modelos de guiones transmedia</p> <p>10. Actividades para reforzar contenido</p>	
--	--

VI.- ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

Las estrategias de evaluación sugeridas para la asignatura *Narrativas transmedia* son:

1. Creación de proyectos de guiones transmedia para distintos medios.
2. Análisis de casos.

VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

TEXTOS

Bibliografía básica

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Salaverria, R (2003). *Convergencia de medios*. Chasqui, n.81. URL: chasqui.comunicación.org/81/salaverria81.htm

Scolari, Carlos A. (2004). *Hacer clic. Hacia una socio semiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.

Scolari, Carlos A. (2009). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.

Scolari, Carlos A. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

Bibliografía adicional:

Horkheimer, M y Adorno, T. (1988) *Dialéctica del Iluminismo*. Buenos Aires : Suramericana.

PÁGINAS WEB

Gallego Aguilar, A. (2011), Diseño de Narrativas transmediáticas, Tesis de Maestría, Universidad de Caldas, Colombia URL: [http:// es.scribd.com/doc/58572481/Diseño-de-narrativas-transmediaticas-guia-de-referencia-para-las-industrias-creativas-de-paises-emergentes-en-el-contexto-de-la-cibercultura](http://es.scribd.com/doc/58572481/Diseño-de-narrativas-transmediaticas-guia-de-referencia-para-las-industrias-creativas-de-paises-emergentes-en-el-contexto-de-la-cibercultura)

Hayes, G. (2011), How to write a transmedia production guise. URL: [//www.screnaustralia.gov.au/documents/SA_publications/Transmedia-prod-bible-template.pdf](http://www.screnaustralia.gov.au/documents/SA_publications/Transmedia-prod-bible-template.pdf)

Jenkins, H. (2003), Transmedia Storytelling. Moving characters from books to film to videogames can make them stronger and more compelling, en *Technology Review* , 15 de enero. URL: [http:// www.technologyreview.com/bio-medicine/13052/](http://www.technologyreview.com/bio-medicine/13052/)

Salaverria, R (2003), Convergencia de medios, Chasqui, n.81. URL:



chasqui.comunicación.org/81/salaverria81.htm

GUÍAS Y MATERIAL DE APOYO

Guías definidas por el profesor al inicio de cada período académico.

