PRONTUARIO

TÍTULO: Cultura visual contemporánea
CODIFICACION: PAV 421
CRÉDITOS: 3 créditos | 45 horas contacto | 1 término

DESCRIPCIÓN

Teoría y práctica de la producción digital en donde el o la estudiante desarrolla varios cortometrajes y productos transmedia. Se enfatiza en la escritura del guión y formas de producción profesionales, a la vez que se diseña el plan transmedia en diversas plataformas, y aprenden de financiamiento y distribución en múltiples plataformas. En este curso los estudiantes producen un corto, un documental o un híbrido y exploran y generan un contenido adicional transmedia que vivirá en otras plataformas. (FB, página del corto o documental, *behind the scenes*, entrevistas adicionales, podcast, videojuegos, o fotos).

JUSTIFICACIÓN

Hoy día se produce un proyecto digital, ya sea corto, documental, o serie y alrededor de este producto cultural se elaboran otros contenidos transmedia, que permiten la interactividad en diversas plataformas, ya sea mediante podcast, otros videos, entrevistas, *behind the scenes*, y gaming pero cada uno que viven en su propia plataforma aunque se comunican. Así la comunicación transmedia ha logrado un importante crecimiento y relevancia en los últimos años y ha sido considerada por productores, organizaciones de todo tipo (canales de tv, científicas, educativas) como una estrategia fundamental en el desarrollo de sus nuevos proyectos, para darlos a conocer a través de una diversidad de medios y plataformas. Generar contenido es un proceso que implica una construcción de una cultura interactiva en los mundos transmediales que van más allá de un solo proyecto digital.

COMPETENCIAS

El curso desarrolla en el o la estudiante las siguientes competencias:

- **Cuestionamiento crítico**
- **Emprendimiento e innovación**
- **Comunicación**

OBJETIVOS

Al finalizar el curso el o la estudiante será capaz de:

1. Investigar un tema social de interés
2. Definir personajes de la historia
3. Realizar el proyecto digital y su contenido para varias plataformas
4. Producción en equipo, responsabilidad individual y colectiva en cada fase
5. Exhibición, distribución, apoyos financieros, laboratorios y mercados

CONTENIDO

- I. De la investigación al guión de la producción digital
  - A. Investigación de campo
  - B. El mundo de la historia y su impacto
  - C. Buscar referencias temáticas o de personajes
- II. Análisis del tema principal y protagonistas
  - A. Definir protagonistas y desarrollarlos
  - B. Estructura narrativa
  - C. Localidades y ambientación
  - D. Sinopsis y logline
- III. Proceso de desarrollo de la historia
  - A. Puesta en escena
  - B. Ritmo y movimiento
  - C. Escena y secuencia
  - D. Plan de trabajo filmación y productos transmedia
- IV. Tratamiento en cámara y sonido de la historia y
  - A. Diseño de producción (sets, locaciones, utilería, vestuario, maquillaje)
  - B. Cinematografía al servicio del storytelling: iluminación, movimientos de cámara, ángulos, trípode, Dolly, hand held o rig, dron
  - C. Sonido directo, diseño sonoro y mezcla de sonido
  - D. La producción para contar en transmedia
  - E. Montaje para un storytelling efectivo
  - G. Deliverables para diversas plataformas
- V. Exhibición y distribución
  - A. Distribución por cuenta propia o agente de ventas
  - B. Festivales y plataformas para "streaming"
  - C. Mercados, laboratorios, coproducción
  - D. Fondos de financiamiento

METODOLOGÍA

Se recomiendan las siguientes estrategias de la metodología de aprendizaje activo:

- Conferencias (en español e inglés)
- Presentación de producciones audiovisuales locales e internacionales y sus respectivas transmedia
- Proyectos de investigación, guión, storytelling para transmedia
- Trabajos en equipo para realización proyectos digitales en diversas plataformas

EVALUACIÓN

Asistencia y participación	25%
Trabajos parciales	25%
Experiencia de inmersión	30%
Proyecto o examen final	<u>20%</u>
Total	100%

AVALÚO DEL APRENDIZAJE

Se aplica la rúbrica de avalúo institucional a la actividad central del curso.

BIBLIOGRAFÍA

- Alexander, B. (2017). *The New Digital Storytelling, Creating Narratives with New Media*, Praeger
- Campbell, R., Martin, C., Fabos, B. (2016). *Media and Culture, Mass Communication in a Digital Age*.
- Dickerson, W. (2015). *Hollywood, How to Direct a Microbudget Film*, Kettle of Letter Press.
- Dunford, M. & Jenkins, T. (2017). *Digital Storytelling, Form and Content*, Digitales, Ltd.
- Gitner, S. (2015). *Storytelling for Digital Communicators in a Multiplatform World*. Routledge.

Lambert, J. & Hessler, B. (2018). *Digital StorytellingL Capturing Lives, Creating Community*. Routledge.

Handler Miller, C. (2014). *Digital Storytelling, a Creator's Guide to Interactive Entertainment*. Focal Press.

Hardy, P. & Summer, T. (2015). *Cultivating Compassion: How Digital Storytelling is Transforming Healthcare*. Kingsham Press.

Landau, N. (2018). *TV Writing On Demand: Creating Content in the Digital Age*. Routledge.

McErlean, K. (2018). *Interactive Narratives and Transmedia Storytelling*. Routledge.

RECURSOS ELECTRÓNICOS

<http://www.imdb.com>

<http://www.vimeo.com>

<https://www.latamcinema.com/>

<https://collab.sundance.org/>

https://www.tfiny.org/programs/detail/tribeca_all_access

<https://www.ifp.org/apply/labs/#.XrrNPRNKho4>

<https://www.oscars.org/>

<https://www.youtube.com/watch?v=r3rNGLDkiuQ>

<https://www.youtube.com/watch?v=Ad9yIAtJWZM>

https://www.youtube.com/watch?v=_5wlotNixEc&list=PLtiC6UPUATuByHIVwy76GrD5dKVcnEvNm

<http://www.americanfilmacademy.com>

<https://itvs.org/funding/open-call>

<https://www.programaibermedia.com/>

<https://cineuropa.org/en/newslettersubscr/>

<http://www.imcine.com>

<http://www.adocpr.org>

Puede encontrar más recursos de información relacionados a los temas del curso en la página de la biblioteca <http://biblioteca.sagrado.edu/>

ACOMODO RAZONABLE

Para obtener información detallada del proceso y la documentación requerida, debe visitar la oficina correspondiente. Para garantizar igualdad de condiciones, en cumplimiento de la Ley ADA (1990) y el Acta de Rehabilitación (1973), según enmendada, todo estudiante que necesite servicios de acomodo razonable o asistencia especial deberá completar el proceso establecido por la Vicepresidencia de Asuntos Académicos.

INTEGRIDAD ACADÉMICA

Esta política aplica a todo estudiante matriculado en la Universidad del Sagrado Corazón para tomar cursos con o sin crédito académico. Una falta de integridad académica es todo acto u omisión que no demuestre la honestidad, transparencia y responsabilidad que debe caracterizar toda actividad académica. Todo estudiante que falte a la política de honradez, fraude y plagio se expone a las siguientes sanciones: recibirá nota de cero en la evaluación y/o repetición del trabajo en el seminario, nota de F(*) en el seminario: suspensión o expulsión según se establece en el documento de Política de Integridad Académica con fecha de efectividad de noviembre 2022.

Derechos reservados | Sagrado | Noviembre, 2022