

**CENTRO UNIVERSITARIO DE TECNOLOGÍA Y ARTE DIGITAL**



# **PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA UNIVERSITARIA**

## **GUÍA DOCENTE**

### **NARRATIVA AUDIOVISUAL**

# 1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA.

Título:	Grado en Diseño Digital
Facultad:	Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital (U-TAD)
Materia:	Creación y Edición audiovisual
Denominación de la asignatura:	Narrativa audiovisual
Curso:	Segundo
Semestre:	Primero
Carácter:	Obligatoria
Créditos ECTS:	6
Modalidad/es de enseñanza:	Presencial
Idioma:	Castellano
Profesor/a:	Rosa Jiménez
E-mail:	Rosa.jiménez@live.u-tad.com
Teléfono:	916402811

# 2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA.

## Descripción de la materia

La materia está principalmente orientada a proporcionar un conocimiento práctico y teórico de los fundamentos narrativos y de la tecnología y herramientas digitales usadas en el sector audiovisual (publicidad, televisión, cine, web, tecnologías interactivas...).

En las diferentes asignaturas que conforman esta materia, el alumno aprenderá a generar una idea o concepto, desarrollarlo, madurarlo, llevar a cabo o materializar esa idea, detallarla y presentar un producto final profesional a través del estudio de la narrativa, el guion, la edición, grafismo 2D/3D, efectos especiales, etc.

Esta materia es de vital importancia en el marco del grado de Diseño Digital ya que, la disciplina del diseño históricamente ha pasado de generar contenidos estáticos y bidimensionales a generar contenidos en movimiento, tridimensionales, dinámicos y, cada vez más, interactivos con el consumidor. Contenidos que, hoy por hoy, son más que demandados en agencias de publicidad, estudios de diseño/audiovisuales, productoras, cadenas de televisión, etc.

Su enfoque es primordialmente instrumental, pero pretende trascender en la medida de lo posible al aprendizaje específico de herramientas concretas, centrándose más en los métodos, procesos y fundamentos comunes a todas las aplicaciones dedicadas a un mismo fin.

### **Descripción de la asignatura**

La asignatura pretende fomentar en el alumno las destrezas y competencias relativas a la adecuada creación y comprensión de las estructuras de la narración y el relato, como paso previo a su posterior reinterpretación en otros medios audiovisuales.

La importancia de esta asignatura reside en su transversalidad, y su efectiva interacción con otras asignaturas cursadas a lo largo del plan de estudios, pues la narración es el eje fundamental en la creación de cualquier diseño digital. La Narración audiovisual es un campo fundamental que permite conocer y asimilar las estructuras visuales y semánticas que hacen posible la adecuada estructuración del relato.

## **3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

### **3.1 Competencias (genéricas, específicas y transversales)**

G4 Expresar ideas y conceptos mediante la aplicación de los fundamentos estéticos y de percepción de la imagen en cuanto a estructura, forma, color y espacio para la creación de contenidos digitales.

G7 Aplicar los fundamentos creativos de generación de ideas en los proyectos audiovisuales para entornos digitales.

G9 Optimizar el trabajo de acuerdo a los recursos tecnológicos relacionados con los procesos y herramientas del proyecto a desarrollar.

G10 Utilizar las técnicas y las herramientas artísticas asociadas a la generación de contenidos digitales.

E5 Conocer y aplicar las clasificaciones tipográficas, la anatomía y las características de los tipos, así como su utilidad en cualquier medio audiovisual.

E8 Valorar e implementar los aspectos formales, semánticos, funcionales y ergonómicos del diseño.

E9 Conocer e implementar las técnicas, herramientas y mecanismos necesarios para hacer efectiva la comunicación publicitaria de una marca.

E12 Crear piezas audiovisuales aplicando los principios de composición, narrativa audiovisual y animación de gráficos a la realización, planificación, edición y postproducción de secuencias y planos, según la plataforma de visualización utilizada.

E18 Establecer los mecanismos adecuados para adaptar el diseño de los contenidos a las diferentes plataformas "transmedia".

## 3.2 Resultados de aprendizaje

Aplicar correctamente los elementos básicos de la imagen y los recursos estéticos para transmitir ideas y conceptos a través del diseño.

Emplear el color con intención, fundamento y conocimiento de sus principios físicos y de transformación y creación de la imagen.

Implementar recursos, ideas y métodos novedosos sirviéndose de la creatividad y la innovación.

Experimentar técnicas diversas de creatividad para la producción de obras artísticas.

Planificar eficazmente el trabajo, eligiendo los recursos y procesos adecuados al proyecto a desarrollar.

Emplear diversas técnicas de expresión artística para la generación de contenidos digitales.

Comprender la forma, diseño y estructura que caracteriza una tipografía y sus connotaciones psicológicas para su aplicación en una obra artística.

Elegir la tipografía adecuada al proyecto y sus contextos comercial y artístico.

Conocer el proceso de creación de una nueva tipografía.

Crear diseños que reflejen los fundamentos y las características esenciales del mismo dependiendo del público al que vaya dirigido.

Comprender los procesos de creación de la imagen de una marca asociados a una campaña publicitaria.

Construir narrativas audiovisuales a través de la animación de gráficos y el montaje y la composición de video.

Aplicar técnicas para integrar imágenes estáticas o en movimiento.

Adaptar el diseño a los distintos formatos y canales.

## 4. CONTENIDOS

- Narración y narratología: fundamentos teóricos
- El guión audiovisual. Proceso creativo y formato.
- Historia, relato, discurso
- Principios básicos de composición del argumento: el tiempo narrativo
- El género
- Interpretación de las imágenes
- La premisa dramática
- Puesta en serie y códigos audiovisuales
- El personaje como motor de la acción
- El universo diegético
- Del cine al vídeo musical

## 5. ACTIVIDADES FORMATIVAS Y MODALIDADES DE ENSEÑANZAS

### 5.1 Modalidades de enseñanza

La asignatura se desarrollará a través de los siguientes métodos y técnicas generales, que se aplicarán diferencialmente según las características propias de la asignatura:

- **Método expositivo/Lección magistral:** el profesor desarrollará, mediante clases magistrales y dinámicas los contenidos recogidos en el temario.
- **Estudio de casos:** análisis de casos reales relacionados con la asignatura.
- **Resolución de ejercicios y problemas:** los estudiantes desarrollarán las soluciones adecuadas aplicando procedimientos de transformación de la información disponible y la interpretación de los resultados.
- **Aprendizaje basado en problemas:** utilización de problemas como punto de partida para la adquisición de conocimientos nuevos.
- **Aprendizaje orientado a proyectos:** se pide a los alumnos que, en pequeños grupos, planifiquen, creen y evalúen un proyecto que responda a las necesidades planteadas en una determinada situación.
- **Aprendizaje cooperativo:** Los estudiantes trabajan en grupo para realizar las tareas de manera colectiva.

## 5.2 Actividades formativas

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
AF1 Clases teóricas / Expositivas	39	100%
AF2 Clases Prácticas	17	100%
AF3 Tutorías	3	50%
AF4 Estudio independiente y trabajo autónomo del alumno	62	0%
AF5 Elaboración de trabajos (en grupo o individuales)	25	0%
AF6: Actividades de Evaluación	4	100%

## 6. SISTEMA DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN MÍNIMA RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)	VALORACIÓN MÁXIMA RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)
SE1 Evaluación de la participación en clase, en prácticas o en proyectos de la asignatura	10%	20%
SE2 Evaluación de trabajos, proyectos, informes, memorias	40%	80%
SE3 Prueba Objetiva	10%	50%

## 7. BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

### Bibliografía básica

BORDWELL, D. (1996). La narración en el cine de ficción. Barcelona: Paidós.

MCKEE, R. & GERACE, TH. (2018). Storynomics. Story-Driven Marketing in the Post-Advertising World. New York: Twelve Books.

SÁNCHEZ NAVARRO, J. (2006). Narrativa Audiovisual. Barcelona: UOC.

Sánchez Escalonilla, Antonio. Estrategias de guión cinematográfico. Barcelona: Ariel, 2001.

### Bibliografía recomendada

AUMONT, J. (2005). Estética del cine. Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje. Barcelona: Paidós.

AUMONT, J. y MARIE M. (1999). Análisis del film. Barcelona: Paidós.

BALLÓ, J. (2000). Las imágenes del silencio. Los motivos visuales en el cine. Barcelona: Anagrama.

BALLÓ, J. y PÉREZ, X. (2004). La semilla inmortal. Los argumentos universales en el cine. Barcelona: Anagrama.

BONDE, MATIAS (2017). Music Video after MTV. Audiovisual Studies, New Media and Popular Music. New York: Routledge.

BORDWELL, D. (1995). El significado del film. Barcelona: Paidós.

BORDWELL, D. (1996). La narración en el cine de ficción. Barcelona: Paidós.

BURCH, N. (1999). El tragaluz del infinito. Madrid: Cátedra.

CARMONA, R. (2010). Cómo se comenta un texto fílmico. Madrid: Cátedra.

CHION, M. (1998). Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido. Barcelona: Paidós.

CHION, M. (2004). La voz en el cine. Madrid: Cátedra.

DIDI-HUBERMAN, G. (2008). Cuando las imágenes toman posición. Madrid: CBA-Antonio Machado.

ECO, U. (2015). La estrategia de la ilusión. Barcelona: DeBolsillo.

FOG, KLAUS (2010). Storytelling: Branding in Practice. London & New York: Springer.

GOMBRICH, E.H. (2013). Lo que nos cuentan las imágenes. Barcelona: Elba.

GONZÁLEZ REQUENA, J. (2006). Clásico, Manierista, Postclásico. Los modos del relato en el cine de Hollywood, Valladolid, Ediciones Castilla.

GUBERN, R. (2002). Máscaras de la ficción. Barcelona: Anagrama.

GUERIN, M.A. (2004). El relato cinematográfico. Barcelona: Paidós.

HATAVARA, M., HYVÄRINEN, M., MÄKELÄ, M. y MAYRA, F. (2015). Narrative Theory, Literature and New Media. New York: Routledge.

MITRY, J. (2002). Estética y psicología del cine. Madrid: Siglo XXI.

QUINTANA, A. (2003). Fábulas de lo visible. Barcelona: Acantilado.

PANOFSKY, E. (2005). Estudios sobre iconología. Madrid: Akal.

SEGER, L. (2000). Cómo crear personajes inolvidables. Barcelona: Rialp.

SCOLARI, C. (2013). Narrativas transmedias. Cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto.