

Programa

1. Presentación del taller, conceptos y diferencia entre, logline, storyline, guión. Herramientas para presentación o pitch de un proyecto. Ecología de los medios y contenidos de usuarios. Estudio de casos. Ecosistema web y redes sociales.
2. Storytelling, multiplataforma y transmedia. Presentación de la premisa general del taller. Desarrollo de una página web y sus derivados de redes. Pitch de cada proyecto y planificación. Biblia transmedia y posibles arcos de personajes. Investigación y fuentes de recursos de inspiración.
3. Construcción del proyecto. Recursos para la elaboración de un guión, diseño o adaptación de personajes y entornos, diseño de guión gráfico (storyboard)
4. Dirección de arte y herramientas para la caracterización de personajes, desarrollo creativo: moodboard, paletas de color y texturas, vestuario y espacios
5. El sonido como elemento compositivo, su relación con la imagen y sus vinculaciones expresivas. Otras herramientas de comunicación audiovisual.

Bibliografía

- Aumont, J. (2002). Análisis del film (2ª ed.). Paidós.
- Chartier, R. (2019). Cultura escrita y textos en la red (Primera edición: mayo de 2019.). Gedisa Editorial.
- Jenkins, H. (2008). Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Paidós.
- Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología, evolución, tecnología. (2021). Gedisa Editorial.
- Scolari, C. A. (2015). Ecología de los medios: Entornos, evoluciones e interpretaciones. Gedisa.
- Scolari, C. A. (2016). Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan (2ª ed.). Deusto.
- Snyder, B. (2014). ¡Salva al gato!: El libro definitivo para la creación de un guión (2ª ed.). Alba.