PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

Fundamentos de la publicidad.

- **Denominación del Programa de Formación:** Técnico en integración de contenidos digitales.
- **Código del Programa de Formación:** 2504883.
- **Nombre del Proyecto Formativo:** Realización de piezas gráficas digitales y audiovisuales para fortalecer la identidad institucional de las instituciones educativas articuladas con la media técnica del SENA del programa de integración de contenidos digitales.
- **Fase del Proyecto:** Fase de Análisis.
- **Actividad de Proyecto Formativo:** Definir los elementos visuales y conceptuales que mejor representen la identidad única de cada institución educativa (IED) incluyendo su historia, valores, cultura y visión.
- **Competencia:** 220501102 - Integrar elementos multimedia de acuerdo con técnicas y herramientas de producción digital.
- **Resultados de Aprendizaje:** 584305 - Elaborar el storyboard teniendo en cuenta las características del guion de la estrategia digital.
- **Duración de la Guía de Aprendizajes:** 80 Horas en total.
    - ✔ 80% Trabajo presencial: 64 horas presenciales.
    - ✔ 20% Trabajo autónomo: 16 horas desescolarizadas.

2. PRESENTACIÓN

- Motivar hacia la actividad de aprendizaje en consideración a las fortalezas que aportará en el desarrollo de habilidades y destrezas.
- Guiar y organizar el aprendizaje de manera que se oriente al desarrollo integral del aprendiz
- Motivar a la acción, al trabajo autónomo sistemático y organizado.
- Relacionar conocimientos previos con nuevos conceptos para la construcción significativa de los mismos.
- Promover el aprendizaje colaborativo y el crecimiento integral del grupo.

Estimado(a) aprendiz, bienvenido(a) a la primera guía de aprendizaje de este programa. Antes de adentrarnos en el tema central de esta guía *(La creación de guiones, considerada el corazón creativo de una pieza audiovisual publicitaria)*, es fundamental comprender qué son los fundamentos de la publicidad y por qué son esenciales en cualquier estrategia publicitaria o entregable.

Los fundamentos de la publicidad no solo son herramientas conceptuales, sino pilares que aseguran que cualquier esfuerzo publicitario tenga un propósito claro, un impacto tangible y una dirección estratégica. A continuación, irá conociendo cuáles son los fundamentos de la publicidad que debe tener en cuenta a la hora de idear una evidencia publicitaria que tenga una estrategia clara con los resultados deseados.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- **Descripción de la(s) Actividad(es)**

3.1. Actividades de reflexión inicial:

Objetivo: Comprender los fundamentos de la publicidad a través de la identificación, análisis y creación de mensajes publicitarios efectivos. *Para mayor guía revisa el material de apoyo del aprendiz, carpeta 3.1 fase análisis, guía 1.* Allí encontrarás ejemplos de piezas publicitarias con las que podrás tener inspiración para elaborar la siguiente actividad.

Descripción de la actividad: **"Conociendo la importancia de los fundamentos publicitarios".**

✔ Materiales necesarios:

- Revistas, periódicos o anuncios impresos.
- Dispositivos con acceso a internet para buscar anuncios digitales.
- Papel, marcadores y otros materiales de escritura o dibujo.

 Fase 1: Analizar un anuncio publicitario:

1. **Elige un anuncio:** Cada aprendiz (o equipo) selecciona un anuncio (puede ser impreso o digital).
2. **Desarmar el anuncio:** Analicen y respondan en grupo o individualmente:
   - ¿Cuál es el objetivo del anuncio? (informar, persuadir, recordar)
   - ¿Quién es el público objetivo?
   - ¿Qué mensaje transmite?
   - ¿Qué recursos visuales, emocionales o creativos utilizan para captar la atención?
   - ¿Qué valor del producto o servicio destaca?

 Fase 2: Crear un anuncio propio:

1. **Definir los fundamentos publicitarios:**

   - Producto o servicio: Cada aprendiz o grupo elige uno (puede ser real o ficticio).
   - Público objetivo: ¿Quién lo usaría y por qué?
   - Mensaje clave: ¿Qué idea principal quieres comunicar?
   - Diferenciador: ¿Por qué este producto es especial?

2. **Diseñar el anuncio:**

   - Utiliza dibujos, collages o herramientas digitales para crear el anuncio.
   - Incluye elementos clave como el eslogan, imágenes y colores.

 Fase 3: Presentación y retroalimentación:

1. Cada aprendiz o grupo presenta su anuncio y lo sustentan a su instructor(a) y compañeros.

2. Los demás analizan cómo se aplican los fundamentos y se realiza un debate activo entre todo el curso:

   - ¿Es claro el mensaje?
   - ¿Conecta con el público objetivo?
   - ¿Es creativo y memorable?
   - ¿Cumple con el fin publicitario para el que fue elaborado?

Para esta actividad debes entregar tu evidencia la cual será el anuncio publicitario. Posteriormente guarda en el portafolio del aprendiz con el nombre **1_ANUNCIO_PUBLICITARIO_3.1.** Lo anterior, dentro de la carpeta 3.1 en la Fase de Análisis guía 1.

Ambiente requerido: Aula convencional que cuenta con 35 sillas, conexión a internet y medio de proyección.

Estrategias o técnicas didácticas activas: Retroalimentación continua, tarea reflexiva, ensayos y trabajos de investigación.

Materiales de formación: Estudio del proceso de elaboración mediante un medio visual.

ARCHIVO: Análisis de un anuncio publicitario de Coca-Cola_Quiero sentir tu sabor".

Material de apoyo: Estudios, videos y recursos complementarios.

Evidencias de aprendizaje: ANUNCIO PUBLICITARIO**,** nómbralo ***1_ANUNCIO_PUBLICITARIO_3.1*** *y súbelo a tu portafolio.*

Duración de la actividad: 15 horas.

3.2 Contextualización e identificación de conocimientos:

Objeto: Ahora que ya tienes claro cuál es el objetivo de una pieza publicitaria (Audiovisual o gráfica), vamos a realizar la construcción de nuestros **guiones**, con el fin de poder construir una idea estratégica para realizar engagement dentro del público.

Los guiones son fundamentales en una película porque sirven como la base estructural y creativa que guía todo el proceso de producción. Son el plano detallado que permite a los involucrados en el proyecto trabajar de manera conjunta para convertir la idea en un producto final coherente y efectivo.

Debemos tener claro que antes de iniciar con la construcción de nuestros guiones hay conceptos claves que son vitales para poder comprender estos insumos. Estos son: **Los planos, ángulos y movimientos de cámara.** Son herramientas fundamentales en la producción audiovisual ya que determinan cómo se cuenta la historia visualmente, influyen en la percepción del espectador y transmiten emociones y significados de manera más efectiva.

3.2.1 Descripción de la actividad: *"Tipos de planos, ángulos y movimientos de cámara"*

1. Investiga cuales son los tipos de ángulos y planos de cámara que hay en el cine. Para ello podrá visualizar el siguiente material de apoyo del aprendiz:
   - ✔ https://www.youtube.com/watch?v=S5MH3srlu28&t=2s&ab_channel=KikeArnaiz
   - ✔ https://www.youtube.com/watch?v=0qf1svMgbrw&ab_channel=Aprendercine.com

2. **Concepto de Planos:** Determinan cuánto del escenario o del personaje se muestra, guiando la atención del espectador hacia elementos clave. Por ejemplo:
   - Un plano detalle resalta algo específico, como la expresión facial de un personaje o un objeto importante.
   - Un plano general establece el contexto o la ambientación.

3. **Concepto de Ángulos:** Influyen en cómo se percibe una escena. Un ángulo cenital puede hacer que un personaje se vea pequeño e indefenso, mientras que un ángulo contrapicado lo muestra poderoso o intimidante.

4. **Concepto de Movimientos de cámara:** añaden dinamismo y permiten explorar la narrativa con mayor fluidez. Un viaje puede seguir a un personaje, mientras que un zoom puede enfatizar un detalle importante.

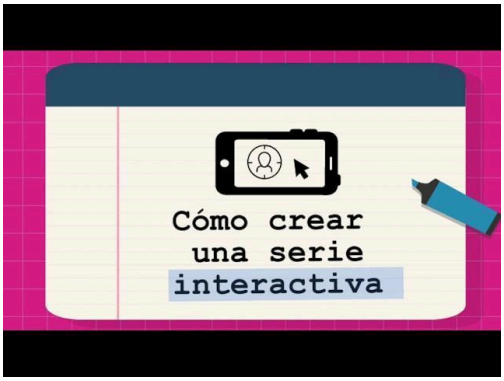
Después de analizar los tipos de ángulos, planos y movimientos de cámara, elabora tu primer guion interactivo siguiendo las indicaciones de la siguiente actividad

3.2.2 Descripción de la actividad: *"Construyendo un Guion Interactivo".*

Un guion interactivo organiza la narrativa interactiva de manera flexible, contemplando diferentes rutas o posibilidades basadas en las decisiones del usuario. Este tipo de guion integra múltiples

resultados, caminos alternativos y puntos de interacción que determinan la experiencia del usuario.

Elementos del guion interactivo:



1. **Historia base**: La trama principal que actúa como esqueleto de la narrativa.
2. **Ramas o bifurcaciones**: Opciones que guían al usuario hacia diferentes caminos narrativos o finales.
3. **Puntos de decisión**: Momentos clave donde el usuario toma decisiones que afectan el curso de la historia.
4. **Eventos condicionados**: Escenarios que dependen de elecciones previas o del estado actual de la narrativa.
5. **Personajes interactivos**: Personajes con los que el usuario puede interactuar y que pueden reaccionar de diferentes maneras según las decisiones tomadas.
6. **Feedback visual y sonoro**: Respuestas inmediatas al usuario en función de sus elecciones (diálogos, sonidos, imágenes o animaciones).
7. **Mapas narrativos**: Representaciones gráficas que muestran las diferentes rutas y opciones disponibles.
8. **Objetivos del usuario**: Metas o misiones que motivan la participación en la experiencia interactiva.

Características del guion interactivo:

1. **No linealidad**: La narrativa no sigue un camino único, sino que presenta múltiples alternativas.
2. **Interactividad**: El usuario influye en la narrativa, ya sea mediante elecciones, acciones o exploración.
3. **Flexibilidad**: Debe prever varios escenarios posibles sin perder coherencia narrativa.
4. **Inmersión**: Diseñado para captar la atención del usuario y hacerlo sentir parte de la historia.
5. **Adaptabilidad**: Incluye múltiples finales, rutas narrativas y respuestas personalizadas.

A continuación, podremos visualizar los siguientes videos para mayor claridad el cual encontrarás de igual forma en el material del aprendiz carpeta fase de análisis, 3.2 guion interactivo, guía 1:

- ✔ https://www.youtube.com/watch?v=18BFUwxJ2tM&ab_channel=saberTVer
- ✔ https://www.youtube.com/watch?v=arEmcMfXTNU&ab_channel=alvaroodemii

Luego de tener las bases claras, los conceptos y las características de qué es un guion interactivo y cómo construirlo por favor deberá construir su propio guion interactivo, creando una historia, con tus propios personajes, escenarios, e ideas. Posteriormente, luego de realizar la creación de tu primer guion en esta guía, por favor guárdalo en el portafolio del aprendiz con el nombre **01_GUION_INTERACTIVO_3.2.2**

Ambiente requerido: Aula convencional que cuenta con 35 sillas, conexión a internet y medio de proyección.

Estrategias o técnicas didácticas activas: Retroalimentación continua, tareas de integración, discusiones en clase.

Materiales de formación: Guías de estudio y libros de texto.

Archivo PDF: TIPOS_DE_PLANOS_Y_ANGULOS

Material de apoyo: Estudios de caso, explicaciones adicionales y ejemplos.

video 15 movimientos de cámara cinematográficos

Evidencia de aprendizaje: GUION INTERACTIVO**,** nómbralo ***01_*** **GUION_INTERACTIVO_*3.2.2*** *y súbelo a tu portafolio.*

Duración de la actividad: 20 horas.

3.3 Actividades de apropiación:

Objeto: Luego de haber comprendido el lenguaje audiovisual de la importancia de los planos, ángulos y movimientos de cámara, y de haber construido tu guion interactivo, ahora realizaremos nuestro **guion multiplataforma.** El guion multiplataforma es la base para narrativas transmedia, donde una historia se fragmenta y se distribuye estratégicamente en distintos medios, aprovechando las fortalezas de cada uno para enriquecer la experiencia del usuario. En lugar de replicar la misma narrativa en cada plataforma, adapta su contenido para brindar piezas únicas e interconectadas que forman un todo más amplio.

La diferencia entre un guion interactivo y un guion multiplataforma radica principalmente en el propósito, estructura y el modo de interacción con los lectores. Aunque ambos exploran nuevas formas de narrativa más allá del formato lineal, sus objetivos y enfoques son distintos.

3.3.1 Descripción de la actividad: *"Aprendiendo a construir un guion multiplataforma o multimedia"*

Inicialmente vamos a comprender los elementos, formatos y las características que componen un guion multiplataforma:

Elementos del guion multiplataforma o multimedia:

1. **Historia central**: La narrativa principal que sirve como hilo conductor y conecta los distintos contenidos en las plataformas.
2. **Nodos narrativos**: Fragmentos de la historia diseñados específicamente para cada plataforma, que expanden, complementan o reinterpretan la narrativa.
3. **Personajes y universos**: Elementos recurrentes que mantienen la cohesión narrativa entre plataformas.
4. **Estrategias de interacción**: Momentos o mecanismos para involucrar al público (participación en redes sociales, juegos interactivos, votaciones).
5. **Conexiones entre plataformas**: Formas en las que el público descubre y accede a las distintas partes de la historia.
6. **Puntos de entrada**: Varias formas de acercarse a la narrativa sin necesidad de consumirla de manera lineal.

Formatos del guion multiplataforma:

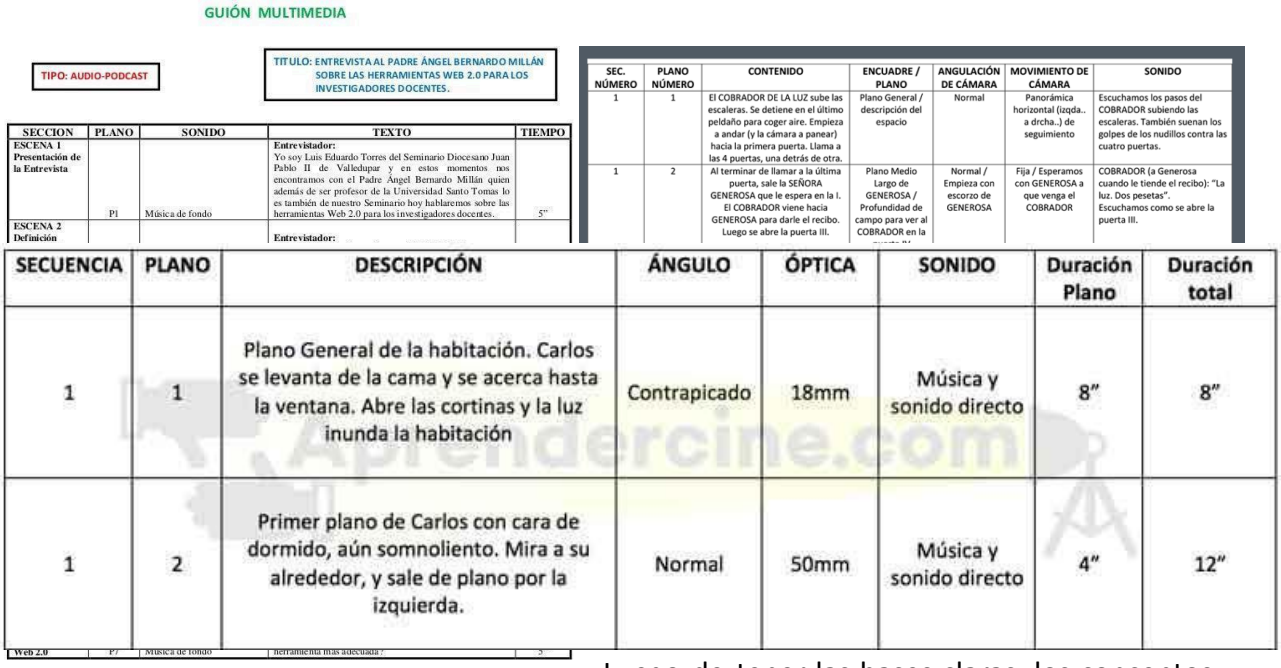
1. **Narrativa lineal con expansión**: La historia principal se narra en un medio y las plataformas secundarias ofrecen contenido adicional.
   - Ejemplo: Serie en televisión con contenido exclusivo en redes sociales.
2. **Narrativa fragmentada**: La historia se distribuye en partes interdependientes entre plataformas.
   - Ejemplo: Un videojuego complementa la trama de una película.
3. **Narrativa interactiva transmedia**: Permite que la audiencia decida cómo explorar la narrativa entre plataformas.
   - Ejemplo: Realidad aumentada conectada a eventos en vivo y aplicaciones móviles.
4. **Documentos y mapas narrativos**: Diagramas o softwares como Trello y Celtx que detallan cómo se despliega la narrativa en cada plataforma.

Características del guion multiplataforma:

1. **Cohesión narrativa**: Aunque los fragmentos se distribuyen en diferentes medios, deben mantener una continuidad en tono, personajes y temática.

2. **Adaptabilidad**: Se diseña contenido que explota las fortalezas de cada plataforma (ejemplo: imágenes en Instagram, videos largos en YouTube, historias interactivas en videojuegos).
3. **Interactividad**: Algunos formatos permiten a la audiencia participar y moldear el desarrollo de la narrativa.
4. **Inmersión**: Las plataformas se integran para crear una experiencia envolvente que atrae a diferentes tipos de usuarios.
5. **Acceso múltiple**: Ofrece diversas formas de entrar en la historia, sin necesidad de consumir todo el contenido para comprender el núcleo de la narrativa.

A continuación, se comparte el material del aprendiz en el siguiente video https://www.youtube.com/watch?v=3_SzBAtbAx0&t=79s&ab_channel=Cr%C3%B3nicaZ el cual encontrarás en la carpeta de la fase análisis, guía 1 carpeta 3.3.



GUIÓN MULTIMEDIA

TIPO: AUDIO-PODCAST

TITULO: ENTREVISTA AL PADRE ÁNGEL BERNARDO MILLÁN SOBRE LAS HERRAMIENTAS WEB 2.0 PARA LOS INVESTIGADORES DOCENTES.

SECCION	PLANO	SONIDO	TEXTO	TIEMPO
ESCENA 1 Presentación de la Entrevista	P1	Música de fondo	Entrevistador: Yo soy Luis Eduardo Torres del Seminario Diocesano Juan Pablo II de Valledupar y en estos momentos nos encontramos con el Padre Ángel Bernardo Millán quien además de ser profesor de la Universidad Santo Tomas lo es también de nuestro Seminario hoy hablaremos sobre las herramientas Web 2.0 para los investigadores docentes.	5"
ESCENA 2 Definición			Entrevistador:	
Web 2.0	P1	Música de fondo	herramienta mas adecuada?	5"

SEC. NÚMERO	PLANO NÚMERO	CONTENIDO	ENCUADRE / PLANO	ANGULACIÓN DE CÁMARA	MOVIMIENTO DE CÁMARA	SONIDO
1	1	El COBRADOR DE LA LUZ sube las escaleras. Se detiene en el último peldaño para coger aire. Empieza a andar (y la cámara a panear) hacia la primera puerta. Llama a las 4 puertas, una detrás de otra.	Plano General / descripción del espacio	Normal	Panorámica horizontal (izqda.. a drcha..) de seguimiento	Escuchamos los pasos del COBRADOR subiendo las escaleras. También suenan los golpes de los nudillos contra las cuatro puertas.
1	2	Al terminar de llamar a la última puerta, sale la SEÑORA GENEROSA que le espera en la I. El COBRADOR viene hacia GENEROSA para darle el recibo. Luego se abre la puerta III.	Plano Medio Largo de GENEROSA / Profundidad de campo para ver al COBRADOR en la	Normal / Empieza con escorzo de GENEROSA	Fija / Esperamos con GENEROSA a que venga el COBRADOR	COBRADOR (a Generosa cuando le tiende el recibo): "La luz. Dos pesetas". Escuchamos como se abre la puerta III.

SECUENCIA	PLANO	DESCRIPCIÓN	ÁNGULO	ÓPTICA	SONIDO	Duración Plano	Duración total
1	1	Plano General de la habitación. Carlos se levanta de la cama y se acerca hasta la ventana. Abre las cortinas y la luz inunda la habitación	Contrapicado	18mm	Música y sonido directo	8"	8"
1	2	Primer plano de Carlos con cara de dormido, aún somnoliento. Mira a su alrededor, y sale de plano por la izquierda.	Normal	50mm	Música y sonido directo	4"	12"

Luego de tener las bases claras, los conceptos y las características de qué es un guion multiplataforma o multimedia y cómo construirlo por favor deberá construir su propio guion multiplataforma, creando una historia, con tus propios personajes, escenarios, e ideas. Posteriormente, luego de realizar la creación de tu primer guion en esta guía, por favor guárdalo en el portafolio del aprendiz con el nombre **01_GUION_MULTIPLATAFORMA_3.3.1**

3.3.2 Descripción de la actividad: *"Construye tu storyboard de tu spot publicitario".*

Luego de comprender y realizar los guiones antes solicitados, es momento de crear nuestro storyboard el cual es un guion gráfico. Para esto debe aplicar los conocimientos adquiridos en los puntos anteriores de esta guía, con relación a ángulos, planos y movimientos de cámara permitan crear un estilo y un buen ritmo visual para la historia. Para mayor ayuda del

aprendiz, se comparte el siguiente material del aprendiz para que pueda visualizar con mayor claridad lo que se pretende en este ejercicio: https://miro.com/es/storyboard/que-es-storyboard/

Posteriormente sube tu storyboard en el portafolio del aprendiz con el nombre **01_STORYBOARD_3.3.2.** Lo anterior, dentro de la carpeta 3.3 en la Fase de Análisis guía 1.

¡Anímate a escribir tu película en lenguaje audiovisual

Ambiente requerido: Aula convencional que cuenta con 35 sillas, conexión a internet y medio de proyección.

Estrategias o técnicas didácticas activas: Retroalimentación continua, tareas de integración, discusiones en clase.

Materiales de formación: Guías de estudio y libros de texto.

Material de apoyo: Estudios de caso, explicaciones adicionales y ejemplos.

Archivo PDF: manual creación de un guion literario

Evidencia de aprendizaje: Crea una CARPETA nómbrala **1_GUIONES 3.3**, dentro de ella guarda las siguientes evidencias:

Guion multimedia "literario-técnico": **01_GUION_MULTIPLATAFORMA_3.3.1**
Storyboard: 01_STORYBOARD_3.3.2

Duración de la actividad: 20 horas.

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento:

Objeto: En este momento que ya tienes los guiones necesarios para llevar a cabo una pieza

audiovisual ya sea en vídeo o animación, es importante comprender la importancia y realización del arte para el mismo; para esto se debe tener en cuenta la **escenografía, ambientes, fondos, personajes y objeto**s, junto con todas sus características y requerimientos de acuerdo con la temática del proyecto, contribuyendo a la narrativa visual de nuestra producción.

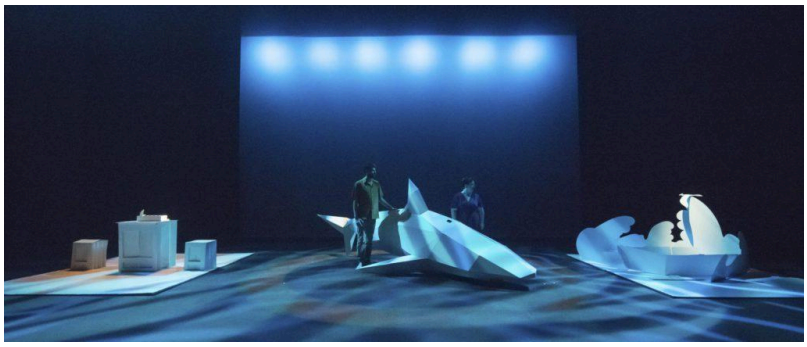
3.4.1 Conceptos e Introducción al Arte en Vídeo o Animación

1. Primero debemos comprender a que se refiere cada elemento de la narrativa visual, e investigar y profundizar sobre estos en una producción visual o animada:

- **Escenografía**: La escenografía es el entorno físico en el que se desarrolla la acción de una historia. Un diseño de escenografía efectivo ayuda a situar al espectador en un lugar específico y crea el contexto necesario para comprender la narrativa. Además, puede reflejar la época, el estado emocional de los personajes, y establecer el tono general del vídeo.

- **Ambientes:** El ambiente se refiere a la atmósfera emocional que se crea a través de la combinación de elementos visuales, sonoros y narrativos. Un ambiente bien diseñado puede provocar distintas emociones en el espectador, como alegría, tristeza o tensión. La

iluminación, los colores y la música son herramientas que se utilizan para crear una atmósfera que complemente la historia.



- **Diseño de Personajes:** Los personajes son el corazón de la mayoría de las narrativas. Su diseño debe ser coherente con la historia y permitir que los espectadores se identifiquen con ellos. Esto incluye sus rasgos físicos, vestimenta y comportamientos. El diseño de personajes ayuda a transmitir su personalidad, habilidades y motivaciones, así como su evolución a lo largo de la historia.
- **Selección de Objetos:** Los objetos presentes en una escena no solo sirven un propósito práctico, sino que también pueden simbolizar ideas y emociones. La selección cuidadosa de objetos puede añadir profundidad a una narrativa, reforzar el carácter de los personajes o hacer alusión a temas clave de la historia. Por ejemplo, un objeto familiar puede evocar recuerdos o sentimientos, creando una conexión emocional con el público.

cada uno de estos elementos juega un papel crucial en la construcción de un relato poderoso y evocador. Juntos, la escenografía, los ambientes, el diseño de personajes y la selección de objetos forman un todo cohesivo que puede transformar una simple narrativa en una experiencia visual rica y significativa. Estos aspectos no solo atraen la atención del espectador, sino que también contribuyen a la inmersión y conexión emocional con la historia.

2. Podrás explorar como se diseña un entorno para un vídeo y la importancia del diseño de la producción, centrado en como el diseño de ambientes en la animación complementa la historia:

   ✔ The Art of Production Design with Gal Gadot - YouTube
   https://youtu.be/FUwhvzddy60?si=BaY9TP1VW59UjMO8

   ✔ CGI Animation Breakdowns : "ELF" Shot progression - by Alaa Aldeen Afifah - YouTube
   https://youtu.be/ePsEu35CRbE?si=t45d4NibdrCHQliP

   ✔ Minions | Stuart Shot Progression | Animation Breakdown | Illumination | 3D Animation Internships - YouTube
   https://youtu.be/GCdIzpFX4lU?si=Xn7k23ng3hMQWLnT

✔ Animation Breakdown: Visual Style and Environment Design
https://youtu.be/wdPbiy-8BRo

Después de ver los vídeos analiza los estilos; que elementos notaste en la escenografía, el diseño de los personajes y como los objetos y ambientes contribuyen a la historia.

3.4.2 Descripción de la actividad: *"Arte como apoyo la narrativa visual"*

Estructurar el arte para los guiones creados, ayudaran a organizar y estructurar la narrativa visual y la atmósfera al momento de ejecutar la producción y post producción que se realizara.

1. **Materiales requeridos:**
   - Hojas para Bocetos
   - Lápices, bolígrafos, colores, marcadores
   - Computador e internet
   - Software de creación de imágenes

2. **Creación de un diagrama:**
   Con apoyo de imágenes de referencia vas a ilustrar y describir en un diagrama de manera gráfica y detallada los siguientes elementos para los guiones que creaste en las actividades anteriores:
   - **Escenografía:** Describir cómo será el lugar o lugares donde ocurre la historia.
   - **Ambientes:** ¿Qué tipo de atmósfera quieres crear? (ej. alegre, sombrío, misterioso)
   - **Fondos:** ¿Qué detalles visuales estarán en el fondo?
   - **Personajes:** Descripción breve de los personajes y cómo su apariencia refleja su personalidad. (ej. Nombre, aspectos físicos, personalidad)
   - **Objetos:** Elementos importantes que estarán en la escena y su relevancia para la historia.

3. **Definición de Medios Digitales:**
   Teniendo lo anterior es importante precisar que tipo de medio digital será el óptimo para la realización de esta producción:
   - Tipo: Vídeo, Animación, Sonoviso, Stop Motion, Mixto.
   - Plataforma: Redes sociales, Televisión, Web, Computadora, Múltiple.
   - Multimedia: Vídeo, Comercial, Spot, Reel, Historia.
   - Formato: Vertical, Horizontal, Cuadrado, Adaptable.

Luego de tener las bases claras, los conceptos y las características de la narrativa visual y los medios digitales, por favor deberá construir su propio diagrama, basado en los guiones creados para tu proyecto, contemplando tus propios elementos e ideas para crear el arte.

Posteriormente, luego de realizar la creación de tu diagrama de arte para la narrativa visual incluyendo la definición de medios digitales, por favor guárdalo en el portafolio del aprendiz con el nombre **01_ARTE_NARRATIVO_VISUAL_3.4**

Ambiente requerido: Aula convencional que cuenta con 35 sillas, conexión a internet y medio de proyección.

Estrategias o técnicas didácticas activas: Retroalimentación continua, tareas de integración, discusiones en clase.

Materiales de formación: Guías de estudio y libros de texto.

Material de apoyo: Estudios de caso, explicaciones adicionales y ejemplos.

Evidencias de aprendizaje: DIAGRAMA DE ARTE**,** nómbralo ***01_ARTE_NARRATIVO_VISUAL_3.4*** *y súbelo a tu portafolio.*

Duración de la actividad: 25 horas.

4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Ejecución	Implementar la estrategia digital de acuerdo a la matriz dofa realizada a la mi pyme.	**ESTRUCTURA DE GUIONES AUDIOVISUALES**	**Guion literario y técnico Spot Publicitario** **Storyboard Publicitario**	Identifica los elementos del guión para la construcción del storyboard Aplica el lenguaje audiovisual al storyboard con base en el guión. Elabora el storyboard para establecer la estructura técnica y navegación de la estrategia digital.	**LISTA DE CHEQUEO**

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Angulación: Inclinación del eje de la cámara respecto al sujeto que ha de ser captado.
Angulo contrapicado: Cuando la cámara se sitúa por debajo del sujeto.
Ángulo normal o neutro: Cuando el eje del objetivo está a la altura del sujeto, paralelo al suelo.
Ángulo oblicuo o aberrante: Cuando el eje de la cámara se inclina a derecha o izquierda. Vertical. **Ángulo picado.** Cuando la cámara se sitúa por encima del sujeto.
Argumento o trama. Desarrollo de un tema por medio de la acción que se narra.
Atmósfera. Se denomina atmósfera al espacio de influencia de una película, al ambiente favorable o adverso que se pretende crear en determinadas escenas. En el cine la atmósfera se planifica con cuidado con el fin de lograr la comunicación interactiva entre lo que hay en la pantalla y el espectador. Para ello, toda la trastienda del cine se vuelve operativa, los decorados, la música, los movimientos de cámara, el ritmo, la puesta en escena, los sonidos ambientales.
Autor, Cine de… Es el realizado por directores que se caracterizan por algún estilo o cualidad, y que controlan todo el proceso cinematográfico, incluida postproducción.
Banda sonora. Puede ser óptica, que se registra haciendo incidir un rayo luminoso que varía de intensidad con la variación de timbre y velocidad de sonido sobre una película virgen, magnética, cuando está adherida a la película en una banda estrechísima, o es una cinta de 35 ms., que se proyecta en doble banda.

Físicamente es la tira óptica o magnética impresa a la izquierda de los fotogramas que almacena todos los sonidos. Figuradamente es el conjunto de sonidos del film: voz, música, efectos sonoros...y silencio. De forma incorrecta se llama así a la música de la película para su venta en disco.
Clímax: Momento crucial situado en el tercer acto, cuya existencia culmina el curso dramático de la acción y provoca la resolución de la trama. Suele producirse en el momento de mayor conflicto para el protagonista y, en la mayoría de los casos, a través de una decisión seguida de una acción, le conduce a la consecución o no consecución definitiva de su meta dramática, por medio de una confrontación final con las fuerzas antagonistas. Habitualmente es el vehículo estructural que provee respuesta a la cuestión dramática que el público se ha ido planteando a lo largo de la historia. El clímax debería también resolver todas las subtramas contenidas en La historia, pendientes de resolución. Normalmente suele dar al público lo que espera, pero no en la forma que lo espera, subrayando el mensaje de la película. Cenit de un desarrollo dramático determinado. Según esta definición se puede hablar del “clímax” de una escena, de una secuencia o de la historia en general.
Comedia. Género destinado a provocar risa y diversión.
Complicaciones: barreras dramáticas que obstaculizan el progreso del protagonista hacia su meta.
Concepto (logline): argumento básico de un guion descrito en unas pocas palabras que recogen su esencia, en tiempo presente. Los seguidores estrictos de la ortodoxia no permiten más de cinco líneas.

Conflicto: encuentro enfrentado de acciones, metas, emociones y deseos que tienen lugar en la historia. Conflicto externo: conflicto dramático de un personaje con alguien o algo de su entorno.
Conflicto interno: conflicto dramático de un personaje consigo mismo por coexistencia de dos líneas de pensamiento, emoción o acción opuestas entre sí.
Consecuente: contenido dramático que adquiere sentido y relevancia especial gracias a que alguno de sus elementos se ha sembrado como antecedente de poca significación dramática en un periodo anterior. Se le conoce también como pay-off.
Continuidad/raccord/racor. En el guion es la construcción absolutamente detallada de la historia redactada de manera literaria, escena por escena y con sus diálogos. En el rodaje es coherencia entre los elementos de un plano y los de los siguientes. Al rodarse las películas frecuentemente en desorden cronológico (ya que se filma atendiendo a campos de luz, decorados, intensidad de las secuencias, climatología o compromisos de disponibilidad de actores, medios o personal técnico), el cuidado de la continuidad es esencial para evitar rupturas en la fluidez de la acción o el diálogo, así como discrepancias en los detalles, grandes o pequeños.
Copyright: derecho de propiedad intelectual, y símbolo usado para denotarla, especialmente en los países anglosajones. Se simboliza con ©, el año de creación de la obra y el nombre de quien ostenta el derecho (que no tiene necesariamente por qué ser su creador). En Estados Unidos e Inglaterra existen diversos servicios online para registrar el copyright de obras audiovisuales y guiones.
Corte. Es la forma directa de efectuar la transición entre dos planos. Se llama también cambio de plano por corte simple.

Cortometraje. Película de una duración menor a 30 minutos.
Courier 12: La fuente más común – junto a la Courier New 12- que se usa internacionalmente para la escritura de guiones.
Crisis: punto en la acción dramática donde todo se detiene al alcanzar el punto más bajo; es una pausa dramática que inicia el último tramo hasta el clímax de la historia. Ante la “crisis” el protagonista se muestra tal y como realmente es y su reacción a ella es la que suele conducir al clímax.
Crédito. (Por rótulos, títulos). Anglicismo innecesario que se refiere a los títulos que anteceden o siguen a una película, en la que se citan todos los datos de realización de la misma. A veces se les denomina, en redundancia, títulos de crédito. Tienen una gran importancia para conocer lo que hay tras una película. Algunos directores se han esmerado en presentarlos de forma cinematográfica convirtiéndolos en verdaderas obras clásicas.
Cuadro. Zona delimitada por los cuatro bordes de la pantalla.
Decorados. Espacios artificiales de diversos materiales y en especial de cartón-piedra y madera que simulan lugares reales. Durante mucho tiempo los directores los preferían, debido a la facilidad para el control de la luz y para el movimiento de la cámara. A partir de los movimientos cinematográficos europeos tras la II guerra Mundial, los escenarios naturales, -rodar en las calles, por ejemplo- se hicieron cada vez más comunes.

Desarrollo: nombre que recibe el segundo acto de la estructura clásica, que tiene una duración aproximada del 50% del tiempo de la historia y se caracteriza por presentar una serie de complicaciones progresivas en el camino del protagonista hacia su meta dramática. En las historias de final feliz, el desarrollo suele culminar en un punto de crisis que da paso al tercer acto.

Descripción: detalle de lo que vemos en la película, especialmente acciones y aspectos visuales de las localizaciones, personajes o vestuario. Se describe siempre en tiempo presente y sólo se debe plasmar lo que se puede ver en la película. Es inadecuado describir sensaciones, pensamientos, acciones por venir, acciones pasadas, justificaciones, explicaciones y conceptos etéreos más allá de lo visible en ese mismo instante.

Desenlace: Es el momento final de un film, en el que se resuelve el relato, feliz, trágicamente o con final abierto a varias posibilidades.

DÍA: luz diurna que el guion indica que hay en el exterior mientras transcurre la escena, en contraposición a otros tipos de alternativa, como AMANECER, ATARDECER o NOCHE. En el guion, viene indicado en el encabezamiento de la escena, en mayúsculas, tras la localización y antecedido por uno o dos guiones. Se refleja en el encabezamiento de escena tanto si estamos en el exterior como en el interior. Ejemplo: INT. OFICINA –DÍA.

Diálogo: frases habladas por los personajes. A diferencia de otros formatos, en guion viene escrito con unos márgenes mayores al resto de las descripciones de la película, en el centro y debajo del nombre, en mayúscula, del personaje que lo emite.

Diálogos en off: aquellos que se expresan como pensamiento de los personajes, son pronunciados fuera de cuadro o forman parte de una narración. Se indican con la palabra OFF entre paréntesis y al lado del personaje que los pronuncia.

Director/directora: responsable creativo del film. Es su función dirigir la puesta en escena a partir de un guion técnico en el que debe tener gran responsabilidad y libertad. Debe también supervisar el montaje, aunque no siempre los responsables de producción les permiten total libertad. Muchos directores aspiran también a producir con el fin de tener la libertad plena.

Doblaje. Aplicar la voz en los diálogos tras el rodaje, y montaje, del film. Se utiliza para poner en el idioma de los espectadores lo que se había rodado o producido en otro idioma.

Documental. Según Grierson, es un tratamiento creativo con imágenes reales. Es muy relativa la definición pues en el género documental, para presentar algo como real, se utilizan en la mayoría de las ocasiones unas grandes dosis de truco y manipulación.

Duración: tiempo estimado que dura la obra. En el formato estándar se suele calcular a página por minuto, realizando pequeños ajustes en función del supuesto ritmo de rodaje y de la pericia del guionista para extenderse de forma adecuada en la descripción de la acción –guardando la equivalencia con su tiempo en escena, y no extenderse innecesariamente en otros detalles de poca presencia escénica. En formato no estándar, se debe recurrir a la pericia de quien lo estima.

Edición: Se llama así al montaje cuando se hace en vídeo o sistemas informáticos. En sentido amplio, editar es montar.

Edición Digital: Montaje elaborado mediante equipos informáticos, ya sea basado en

hardware o software.

Efectos especiales (FX). Todo el cine está repleto de efectos especiales, ya sean difíciles o complicados, aunque generalmente se les asigna más a los que son peligrosos o complicados. Lo que sí es característico de ellos es que siempre responden a técnicas de trabajo, algunas muy sofisticadas. Pueden ser mecánicos, sonoros, físicos, químicos, cinéticos... La lluvia, la niebla, los terremotos, el fuego, los cristales GtrFuPcI-aF-d1o35s, V0la1 nieve la sangre falsa, etc.

Eje de cámara: Recta imaginaria definida por la orientación de la cámara, que se extiende desde ésta al objeto filmado.

Encabezado de escena: indicaciones de inicio de escena que señalan si una escena es interior o exterior, la localización o lugar donde sucede, y la luz o momento del día (amanecer, día, atardecer o noche). Usualmente, incluye el número de escena y todas estas variables se escriben en mayúsculas. Ejemplo: 21 INT. GARAJE ROBERTO – DÍA Cuando la localización es parte de un conjunto mayor, se establece primero el conjunto mayor y después el menor. Ejemplo: INT. CASA DE SARA. COCINA – DÍA.

Encuadre. Es la selección del campo abarcado por el objetivo en el que se tiene en cuenta el tipo de plano, el ángulo, la altura, y la línea de corte de los sujetos y/u objetos dentro del cuadro, y su precisa colocación en cada sector, para lograr la armonía de la composición y la fluidez narrativa con que se habrá de montar posteriormente. Es decir, la forma de organizar la toma. Es uno de los momentos más delicados e importantes de la filmación ya que en él se tiene en cuenta el tipo de plano, la colocación de objetos y actores, la ubicación de la cámara y todos los puntos de vista que se requerirán para iniciar la toma.

Escaleta: lista de escenas del guion con breve descripción de estas, que marca la progresión dramática de la obra. Una escaleta completa lleva todas las escenas del guion, si bien en ocasiones se utilizan escaletas intermedias, que llevan únicamente los grandes bloques de secuencias. Una escaleta muy detallada en su descripción puede ser origen de un tratamiento secuenciado.

Escena: unidad básica del guion formada por una serie de planos que forman una acción dramática dentro de la trama y que normalmente mantienen constantes la unidad espacial y temporal.

Estructura: orden y forma en que se presenta lo que pasa en una historia. Se considera el esqueleto del guion, que en la historia cinematográfica tradicional se ajusta a un primer acto de planteamiento con un incidente clave o detonante, un segundo acto de desarrollo usualmente acabado en crisis, y un acto de desenlace con un clímax y resolución, siendo el protagonista el epicentro de la historia. Existen, asimismo, estructuras alternativas.

EXT./INT.: Abreviatura de exterior/interior, significando que la escena tiene lugar tanto en el exterior como en el interior de una estancia sin romper la unidad dramática. Es el caso de las escenas que empiezan en cualquier exterior de un edificio o construcción y, sin producirse un corte, se nos lleva hasta el interior, usualmente siguiendo a un personaje. A veces, se escribe para indicar que los planos de un vehículo se rodarán desde fuera y desde dentro del mismo. Establecimiento: sinónimo de planteamiento.

Film editor: (Ang.) Nomenclatura que recibe el montador en lengua inglesa.

Fondo: algo que tiene lugar en un segundo plano de importancia y sirve para complementar el elemento de importancia principal. Se puede hablar de “acción de fondo”, “luz de fondo”, música de fondo”, “sonido de fondo”. En audio, “fondo” significa acompañamiento sonoro.
Formato de guion: Normas convenidas para escribir un guion.
Formato estándar: formato de guion diseñado para facilitar los cálculos de preproducción. Sus características fundamentales son las siguientes: las descripciones de acción y personajes se realizan a lo ancho de la página en márgenes cortos, y los diálogos se ubican en el centro de la página en márgenes amplios y antecedidos por el nombre del personaje que habla (en la línea anterior) escrito en mayúsculas y con margen casi en el centro de la página; la mecanografía es a un espacio, excepto en el paso de diálogos a descripción, que tiene doble espacio, y en el paso a una nueva escena o secuencia, que tiene tres espacios; los títulos de las escenas o encabezados van en mayúsculas. El formato de guion estándar se escribe en Courier 12 o Courier New 12 y se calcula, grosso modo, que cada página de guion corresponde a un minuto de película. Por otra parte, las descripciones se escriben en presente, exponiendo sólo aquello que puede ver el público, sin explicaciones adicionales, y omitiendo instrucciones de cámara. Los programas informáticos exclusivos de formato de guion controlan con detalle las variables del formato estándar, facilitando, así, la tarea al guionista.
Fotograma. Cada una de las imágenes que se suceden en una película cinematográfica rodada en celuloide. Es el elemento más pequeño de la película.
Frame: (Ang.) Equivalente del fotograma en soporte magnético (cinta de vídeo, donde la imagen está codificada electrónicamente). Un segundo de vídeo está compuesto de diversos números de frames, según la norma de grabación. En la norma PAL, utilizada en la mayoría de los países europeos, un segundo contiene 25 frames. En la norma NTSC, estándar norteamericano, un segundo contiene aproximadamente 30 frames.
Free cinema. En Gran Bretaña, es el equivalente al «cinema verité» en Francia. El «free cinema» Se encuadra dentro de una estética contestataria, insatisfecha con la sociedad en que vive, crítica para con su sociedad puritana y clasista; plantea las inadaptaciones sociales que ocasiona la vida en las grandes ciudades
Fuera de campo. Acción o diálogo que oímos, pero no vemos ya que tiene lugar fuera del campo visual o capo de la cámara.
Película. Es la cinta que se proyecta. Ha sido con el tiempo de diversos materiales. La más conocida en sus primeros cincuenta años fue la de celuloide. Actualmente se hacen de triacetato de celulosa, que no se inflama. Es sus bordes tiene unas perforaciones que sirven para el arrastre en el proyector. Los formatos de la película son muy variados, pero los más comunes han sido los de 16 mm., y 35 mm. El de 70 mm se hizo muy común en la década de 1960, hasta el presente. En cine familiar y amateur se ha trabajado mucho con
8 mm.
Plan de rodaje. Se llama a un documento gráfico, normalmente en forma de tablero, que indica a los participantes en el rodaje, en un calendario, el número de planos, escenas o secuencias a rodar por día, la participación de actores y figurantes y los requerimientos de todo orden que deben estar disponibles para cada jornada de trabajo.
Plano. Es lo filmado de una sola vez. No obstante, plano también se llama el espacio que

recoge la filmación en relación con la figura humana: plano general, plano entero, plano americano, plano medio, primer plano, plano detalle.
Plano-secuencia. Secuencia filmada en continuidad, sin corte entre planos, en la que la cámara se desplaza de acuerdo con una meticulosa planificación.
Planteamiento. Siguiendo la terminología de la literatura, es la parte inicial de la trama en la que se presentan los personajes y el conflicto que se va a desarrollar.
Productor. Es quien aporta (o gestiona la búsqueda) el dinero para la película. A veces se convierte en productor ejecutivo, cuando debe controlar el presupuesto, hacer los contratos, conseguir los permisos de rodaje, procurar la comida y alojamiento del equipo.
Raccord (Racor). Es la coherencia entre unas secuencias y otras. En gramática equivale al papel que hace la concordancia. Si una actriz lleva un vestido roto en una secuencia debe mantenerse así mientras dure esa situación. Lo contrario se llama «falta de raccord».
Realizador. A veces sinónimo de director. Se le llama sobre todo cuando se ocupa sólo de la puesta en escena y del rodaje.
Ritmo. Es el movimiento que se imprime a la acción en una película y se consigue adecuando la duración de cada plano y los recursos sonoros, icónicos y expresivos que se utilizan. El ritmo puede lograrse con planos de corta duración y numerosos, en un ritmo rápido, con planos de larga duración y muy poco numerosos, en un ritmo lento, planos cada vez más breves, o cada vez más largos (in crescendo), o sin norma fija, con cambios bruscos. Los sonidos y la música pueden apoyar el ritmo de las imágenes.
Script. Se llama así al secretario de rodaje. Realiza una función muy importante y de gran responsabilidad en el desarrollo de la película. Una de sus más relevantes tareas es la de lograr que haya continuidad entre las escenas, dejando claramente constancia de cualquier detalle que vaya a ser continuado en la secuencia posterior, aunque medien entre ellas días o espacios de tiempo muy amplios, con el fin de evitar incoherencias de rodaje y faltas de racor.
Secuencia. Es una acción un tanto complicada en la que se mezclan escenas, planos, lugares. No tienen por qué coincidir en ella en tiempo fílmico y el real. Poseen una unidad de acción, un ritmo determinado y contenido en sí misma.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Construya o cite documentos de apoyo para el desarrollo de la guía, según lo establecido en la guía de desarrollo curricular. (**BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA).**

- Cortez, B. (2020). Curso online de Adobe Premiere desde cero. Crehana. https://www.crehana.com/co/cursos-online-postproduccion/adobe-premiere-desde-cero/
- Ugarte Ortega, G. (22 de marzo de 2019). ¿Cómo crear e implementar una estrategia de vídeo marketing paso a paso?. Semrush. https://es.semrush.com/blog/estrategia-de-video-marketing/

- Ace Gate, C. (20 Octubre 2020). Flujo de trabajo para editar video: cómo hacerlo correctamente. Cat. https://cat.com.mx/flujo-de-trabajo-para-editar-video-como-hacerlo-correctamente/
- Jiménez, R. (13 de octubre de 2020). 10 Primeros pasos para editar con Adobe Premiere. Runbenguo. https://www.runbenguo.com/tutoblogs/tutorial-adobe-premiere/
- Adobe. (2 de noviembre de 2021). Adición y gestión de medios en Proyectos de equipo. Adobe. https://helpx.adobe.com/es/team-projects/using/add-and-manage-media.html

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	• **ANGIE PAOLA GALINDO CALAO.** • **ORLANDO JAVIER BERMUDEZ VELOZA**	**INSTRUCTORES**	**ARTICULACIÓN CON LA MEDIA CGMLTI - SENA**	**10/12/2024**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	**Angie Galindo y Orlando Bermudez**	**Instructores**	**Articulación**	**Dic 2024**	