

Cronograma de clases - Comisión 1 (Lunes 10.30 a 13hs)

#	Fecha	Contenidos	Bibliografía
1	31/3	Presentación de la materia y estructura de cursada. Contenidos mínimos y trabajo final de aprobación. Lo digital como espacio de producción de sentido.	
2	7/4	Unidad 1 <i>Creator economy</i> y convergencia mediática.	Roberto Igarza. (2009). <i>Burbujas de ocio: nuevas formas de consumo cultural</i> . Buenos Aires, La Crujía. Introducción: páginas 11-16. Link . Henry Jenkins. (2008). <i>Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación</i> . "Introducción: «Adoración en el altar de la convergencia» Un nuevo paradigma para comprender el cambio mediático". Link .
3	14/4	Unidad 1 Comunicación de algoritmos, burbujas de contenido y ecosistemas narrativos dinámicos	Bruns, A. (2022). Filtro burbuja. Revista Latinoamericana de Economía Y Sociedad Digital. https://doi.org/10.53857/ndhq9707 . Link . Marc Barbeta-Viñas. (2023) La plataformización del consumo: algoritmos y desimbolización. Revista Española de Sociología. DOI: 10.22325/fes/res.2023.172. Link .
4	21/4	Unidad 1 Inteligencia artificial y automatización en la producción de contenidos.	Es lo que AI, Anfibia (Artículo). Link . Lévy, Pierre. (1999). <i>¿Qué es lo virtual?</i> Editorial Paidós. Link .
5	28/4	Cierre de unidad Actividad integradora.	
6	5/5	Unidad 2 Ecosistema de medios digitales y expansión de narrativas. Los 7 principios transmedia.	Scolari, Carlos A. (2014). <i>Hacia dónde vamos. Tendencias digitales en el mundo de la cultura</i> . Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. Anuario AC/E de la cultura digital. Link . Ruiz Moreno, Sandra. (2014). <i>Hacia una comunicación Transmedia</i> . "Las características de las narrativas transmedia naturalmente apropiadas a las necesidades comunicativas de las comunidades".

			UNR Editora. Capítulo 8: páginas 97-115. Link .
7	12/5	Unidad 2 Proyectos transmedia. Composición, estructura, actores. El rol del comunicador digital en la producción en clave transmedia.	Scolari, Carlos A. (2013). <i>Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan. ¿Cómo se producen las narrativas transmedia?</i> . Link .
8	19/5	Unidad 2 Tendencias de contenido y desafíos de la producción digital. Construcción de comunidades digitales.	Juan Ruocco. (2023). Memes de internet: ¿Qué es un meme?. <i>¿La democracia en peligro?</i> Editorial Paidós. Link .
9	26/5	Cierre de unidad Actividad integradora.	
10	2/6	Unidad 3 Consigna de Trabajo Final. Concepto de estrategia y comunicación estratégica. Definición de grupos para trabajo final y elección de temática por equipos. Definiciones clave para pensar una experiencia transmedia.	Saavedra-Bautista, Cuervo-Gómez y Mejía-Ortega. (2017). <i>Producción de contenidos transmedia, una estrategia innovadora</i> . Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Tunja, Colombia. Link . Guía para la producción y distribución de contenidos transmedia para múltiples plataformas. “Cómo crear contenidos transmedia”. Capítulo 3, páginas 63-104. Facultad de Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica de Chile Link . Barrios Rubio, Andrés. (2014). <i>El comunicador en el entorno digital</i> . Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, Colombia. Link .
11	9/6	Unidad 3 Definiciones generales de campaña: reconocimiento de escenario, objetivos y audiencia. Primer acercamiento a acciones de comunicación.	
12	16/6	Unidad 3 Creación de User Persona y propuesta de valor para la campaña.	

		Concepto creativo.	
13	23/6	Unidad 3 Expansión de narrativas y diagrama de usuario. Elección de medios y plataformas, tácticas del usuario y estrategia de la industria.	
14	30/6	Unidad 4 Brief de campaña y presentación de proyectos. Clase de consulta.	
15	7/7	Presentación de proyectos y votación de la mejor propuesta.	
16	14/7	Presentación de proyectos y votación de la mejor propuesta. Cierre de cursada. Recuperación de contenidos.	