

Cronograma de clases - Comisión 2 (Jueves 10.30 a 13 hs)

Clase	Fecha	Contenidos	Bibliografía
1	24/3	Feriado nacional	
2	31/3	Presentación de la materia. Unidad 1. Lo digital como espacio de producción de sentido.	Roberto Igarza. (2009). <i>Burbujas de ocio: nuevas formas de consumo cultural</i> . Buenos Aires, La Crujía. Introducción: páginas 11-16. Link . Jódar Marín, Juan Ángel. (2010). <i>La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales</i> . Razón y Palabra, núm. 71. Universidad de los Hemisferios Quito, Ecuador. Link .
3	7/4	Unidad 1. La circulación de contenidos en la era de la información. Concepto de convergencia mediática. La disputa por la atención.	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 .
4	14/4	Feriado nacional	
5	21/4	Unidad 1. Cultura en red y rol de los usuarios. Contenidos generados por los usuarios y fenómenos digitales.	Bibliografía: Bracuto Verona, Guadalupe. (2020). <i>La producción de sentido en la era digital: el meme como herramienta de producción de sentido y análisis social</i> . Instituto de Arte Americano (FADU/UBA). Link .
6	28/4	Unidad 2. Concepto de narrativas transmedia y principales oportunidades. Diferencias entre	Scolari, Carlos A. (2014). <i>Hacia dónde vamos. Tendencias digitales en el mundo de la cultura</i> . Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en

		Multimedia, cross-media y transmedia.	la era digital. Anuario AC/E de la cultura digital. Link . Liuzzi, Álvaro. (2014). <i>Hacia una comunicación Transmedia</i> . "Transmedia Historytelling: De Documentales Interactivos y Géneros Híbridos". UNR Editora. Capítulo 6: páginas 65-87. Link .
7	5/5	Unidad 2. Los 7 principios transmedia. Tipos: periodístico, producto cultural o del sistema productivo. Aplicaciones.	Juego interactivo. Taller de Producción y Edición Transmedia 1. (2021). <i>La vuelta al mundo Transmedia: Los 7 principios transmedia</i> . Link .
8	12/5	Unidad 2. Experiencias de comunicación digital: formatos, medios y plataformas. El rol de los usuarios. Consigna trabajo Práctico n°2.	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 .
9	19/5	Unidad 2. Clase de cierre. Exposición de trabajos e intercambio colectivo.	
10	26/5	Unidad 3. Consigna de Trabajo Final. Concepto de estrategia y comunicación estratégica.	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 .
11	2/6	Unidad 3. Definición de grupos para trabajo final y elección de temática (por equipos). Definiciones clave para pensar una estrategia transmedia.	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 .
12	9/6	Unidad 3. El rol del comunicador en la construcción de relatos. Definición de objetivos y tácticas.	Barrios Rubio, Andrés. (2014). <i>El comunicador en el entorno digital</i> . Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, Colombia. Link .
13	16/6	Unidad 4. El guión transmedia. Elección de soportes y plataformas.	
14	23/6	Unidad 4. Construcción de narrativa y piezas comunicacionales.	Documento de Cátedra. Taller de Producción y Edición Transmedia I. <i>Storytelling transmedia: una forma diferente de contar historias</i> . Link (clase 2 -Drive).
15	30/6	Presentación de proyectos.	
16	7/7	Presentación de proyectos.	
17	14/7	Recuperación de contenidos.	