

Cronograma de clases - Comisión 1 (Martes 18 a 20.30hs)

Clase	Fecha	Contenidos	Bibliografía
1	28/3	Presentación de la materia y estructura de cursada. Contenidos mínimos.	
2	4/4	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	11/4	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	18/4	Unidad 1. Cultura en red y rol de los usuarios. Contenidos generados por los usuarios y fenómenos digitales. Consigna de Trabajo Práctico n°1.	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 .
5	25/4	Unidad 1. Cierre. Puesta en común de trabajos e	

		intercambio.	
6	2/5	<p>Unidad 2. Concepto de narrativas transmedia y principales oportunidades. Diferencias entre Multimedia, cross-media y transmedia.</p>	<p>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.</p> <p>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.</p>
7	9/5	<p>Unidad 2. Los 7 principios transmedia. Tipos: periodístico, producto cultural o del sistema productivo. Aplicaciones.</p> <p>Juego interactivo. Taller de Producción y Edición Transmedia 1. (2021). <i>La vuelta al mundo Transmedia: Los 7 principios transmedia</i>. Link.</p>	
8	16/5	<p>Unidad 2. <i>Storytelling</i>. Trabajo Práctico n°2 (trabajo en clase).</p>	<p>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.</p>
9	23/5	<p>Unidad 2. Cierre. Finalización de Trabajo Práctico n°2 e intercambio colectivo.</p>	

10	30/5	<p>Unidad 3. Consigna de Trabajo Final. Concepto de estrategia y comunicación estratégica.</p> <p>Definición de grupos para trabajo final y elección de temática (por equipos). Definiciones clave para pensar una experiencia transmedia.</p>	<p>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.</p> <p>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.</p>
11	6/6	<p>Unidad 3. El rol del comunicador en la construcción de relatos. Definición de objetivos y tácticas. Organización de proyecto. Audiencias y plataformas. Participación del usuario.</p>	<p>Barrios Rubio, Andrés. (2014). <i>El comunicador en el entorno digital</i>. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, Colombia. Link.</p>
12	13/6	<p>Unidad 4. Elección de soportes y plataformas, user journey diagram. Construcción de narrativa y piezas comunicacionales.</p>	
13	20/6	Feriado	
14	27/6	Presentación de proyectos.	
15	4/7	Presentación de proyectos.	
16	11/7	Recuperación de contenidos.	