

**Universidad Nacional de Quilmes**  
**Escuela Universitaria de Artes**  
**Programa Regular – Cursos Presenciales**

|                            |                                                                        |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| <b>CARRERA/S:</b>          | Tecnicatura en Producción Digital y<br>Licenciatura en Artes Digitales |
| <b>AÑO:</b>                | 2020                                                                   |
| <b>ASIGNATURA:</b>         | Narrativa Transmedia                                                   |
| <b>DOCENTE:</b>            | Laura Mangifesta                                                       |
| <b>CARGA HORARIA:</b>      | 4 horas áulicas + 1 extra áulica                                       |
| <b>CRÉDITOS:</b>           | 10 créditos                                                            |
| <b>TIPO DE ASIGNATURA:</b> | Teórico- Práctica                                                      |

**PRESENTACION Y OBJETIVOS:**

La apropiación social de las tecnologías y la digitalización –entendida como un proceso histórico y cultural en el cual la conversión de imágenes, videos, música y textos en datos- amplió las posibilidades de producción de contenidos mediáticos protagonizados por lenguajes. Estos procesos propician una lógica de producción y distribución que está teniendo lugar en los mismos aparatos, en las compañías pero, fundamentalmente, en el cerebro de cada persona y en su interacción con otros individuos, en el marco de una cultura de la convergencia. La convergencia mediática transforma la manera en que construimos nuestra mitología personal y, en última instancia, la forma en la que le damos sentido a nuestra vida.

En relación con las prácticas posibles en Internet, la telefonía móvil y los videojuegos, la industria cultural desarrolla tecnologías que permiten la visualización de producciones audiovisuales en una diversa oferta de dispositivos protagonizados por pantallas. Allí, los viejos medios colonizan al nuevo, al tiempo que este despliega sus propios usos y narrativas. La ruptura con las lógicas televisivas, el universo del video breve y la ficción para internet ganan terreno.

En 2004 nació Facebook, en 2005 YouTube, en 2007 Twitter, en 2010 Instagram y en 2011 Twitch. Plataformas que mediante un nombre de usuario y contraseña, permiten publicar contenido doméstico y profesional en formatos de audiovisual, fotografías, textos para que puedan ser vistos por audiencias de todo el mundo. En este escenario de constante modificación proliferaron usos y apropiaciones de las tecnologías de la comunicación digital al tiempo que se fueron creando sus propias narrativas y formas expresivas. La planificación comunicacional y la creación de contenidos para estas redes sociales se convierten entonces en espacios de interés de profesionales de la comunicación y la producción digital. Empresas, celebridades, políticos y pequeños emprendimientos se hacen conocer y se pronuncian en las redes sociales. La potencia de la fotografía y del ciberactivismo requieren de una mirada renovada sobre los crecientes fenómenos comunicacionales.

El presente curso explora las diferencias entre las lógicas narrativas en la especificidad de creación de contenidos para las nuevas pantallas y sus usos y apropiaciones sociales. Se propone de allí generar competencias para comprender las dinámicas constantemente novedosas que plantean estos nuevos medios. Reflexionaremos sobre el fenómeno transmedia no solamente desde las narrativas,

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| sino desde las mediaciones, los usos, las prácticas y la construcción de sentido alrededor de los medios digitales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>CONTENIDOS MÍNIMOS:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p>Plan de estudios 2015: Resolución CS 460/15 - Elaboración de relatos que se articulan en múltiples medios. Cross-media, multimodalidad, multiplataforma o narrativa aumentada. Diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y medios (cine, cómic, televisión, videojuegos, teatro, etc.).</p> <p>Formatos. Ficción transmedia, periodismo transmedia, documental transmedia. Medios. Mercados. Experiencias.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>CONTENIDOS TEMÁTICOS O UNIDADES:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <p><b>UNIDAD 1. Una mirada culturalista de las tecnologías frente a los determinismos.</b><br/> Conceptos hegemónicos de los estudios de las tecnologías en el campo de la comunicación (Sociedad de la información, nativos digitales, brecha digital, prosumidores). La mirada culturalista de Raymond Williams: el análisis de las tecnologías desde los usos. Las posturas de Roger Silverstone y David Morley: apropiación, objetización, incorporación y conversión. La digitalización como proceso cultural e histórico. La contemporaneidad mediática y el rol de las audiencias: inteligencia colectiva, convergencia cultural y piratas de textos en la teoría de Henry Jenkins.</p> <p><b>UNIDAD 2. Nuevos medios: narración y narrativas.</b><br/> Qué es una narrativa. La narración en las culturas mediáticas según Omar Rincón. Relato vs. Historia. Estructuras de la narración: viaje del héroe (monomito de Campbell), estructura de tres actos. Formas de la comunicación digital interactiva: interactividad, digitalización, multimedialidad, hipertextualidad. Narrativas transmedia: origen del concepto y casos de estudio. Las características de la transmedialidad. La propagabilidad del contenido en una cultura transmedia según Henry Jenkins. Diferencia entre narrativas transmedia y cross-media.</p> <p><b>UNIDAD 3. Usos y narrativas del lenguaje audiovisual para nuevas pantallas.</b><br/> La pantalla pirata: la apropiación de contenido de material de la industria cultural protegido por derechos de autor. La legalización de las prácticas piratas y el triunfo de modelos de negocios: los casos de Netflix y Spotify. Un desplazamiento conceptual: de la grilla, prime time, rating y zapping al maratón, spoiler y filtrado. Las series web: los comienzos y su consolidación como identidad audiovisual propia y como industria cultural. La pantalla amateur: la aparición de YouTube y los formatos creados por los usuarios para Internet. El tutorial, el youtuber, el fanvideo, el trailer falso.</p> <p><b>UNIDAD 4. Redes sociales virtuales: usos y narrativas.</b><br/> Planificación comunicacional para redes sociales virtuales: Facebook, Twitter, Instagram y sus aplicabilidades. Las dos migraciones: de Facebook a Instagram y de YouTube a Twitch. La presentación de la persona en la virtualidad: intimidad y construcción de identidad digital. Los usos de Twitter: narrativas propias y casos de ciberactivismo. Desinformación: posverdad y fake news.</p> |
| <b>MODALIDAD DE EVALUACIÓN:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Según el régimen de estudio vigente aprobado por la Universidad Nacional de Quilmes según <b>Resolución (CS): 201/18. Capítulo II: Evaluación y Acreditación</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><a href="http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/5bbb4416f0cdd.pdf">http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/5bbb4416f0cdd.pdf</a></p> <p>La materia Narrativa transmedia propone trabajar a partir de una modalidad teórico-práctica. En cada clase habrá una lectura propuesta para debatir en el aula, por lo cual la asistencia y participación es un requisito importante para la aprobación del curso.</p> <p>Asimismo, se realizarán tres trabajos prácticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• el primero se trata de un texto individual de análisis y crítica que articule los conceptos más relevantes de las primeras unidades con el visionado de una serie.</li> <li>• el segundo trabajo trata de una planificación comunicacional en redes sociales para una institución, organización, proyecto o persona propuesto por los/as estudiantes. Se espera una presentación oral grupal que se sostenga en material visual: PowerPoint, Prezi, video, fotografías, etc.</li> <li>• el tercer trabajo es realizativo grupal: se sugiere la planificación de una propuesta transmedia que incluya la producción de un ciclo audiovisual web (4 capítulos de 5 minutos de duración) y que considere, por lo menos, dos acciones complementarias en distintos medios.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <p style="text-align: center;"><b>BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA:</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <p><b>UNIDAD 1</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jenkins, Henry (2008) “Introducción: Adoración en el altar de la convergencia: un nuevo paradigma para comprender el cambio mediático”. En <i>Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación</i>. Barcelona: Paidós.</li> <li>• Silverstone, R., Morley, David y Hirsch, E. (1996) “Tecnologías de la información y la comunicación y economía moral de la familia”. En Silverstone, R. y Hirsch, E. (Eds.) <i>Los efectos de la nueva comunicación. El consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia</i>. Barcelona: Bosch. Pp.45.</li> <li>• Williams, Raymond (2011) (1973) “La tecnología y la sociedad”. En <i>Televisión. Tecnología y forma cultural</i>. Buenos Aires: Paidós.</li> </ul> <p><b>UNIDAD 2</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jenkins, Henry (2015) “Diseñar pensando en la propagabilidad”. En <i>Cultura transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red</i>. Barcelona: Gedisa Editorial.</li> <li>• Jenkins, Henry (2010) “Capas de significado. Los vídeos musicales de los fans y la poética de la piratería”. En <i>Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión</i>. Madrid: Paidós Comunicación.</li> <li>• Rincón, Omar (2006) “La narración mediática”. En <i>Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento</i>. Barcelona: Gedisa Editorial.</li> <li>• Scolari, Carlos (2013) <i>Narrativa transmedia. Cuando todos los medios cuentan</i>. Barcelona: Planeta.</li> </ul> <p><b>UNIDAD 3</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Murolo, Leonardo (2020) <i>Las series web en la Argentina</i>. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes Editorial.</li> <li>• Murolo, Norberto Leonardo y Lacorte, Natalia (2015) “De los bloopers a los youtubers. Diez años de Youtube en la cultura digital”. En <i>Question</i>, [S.l.], v. 1, n. 45, p. 15-29, mar. 2015. ISSN 1669-6581. Disponible en: <a href="http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2407">perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2407</a></li> <li>• Varela, Mirta (2014) “Él miraba televisión, you tube. La dinámica del cambio en los medios”. En Carlón Mario y Scolari, Carlos A. (eds.) (2014) <i>El fin de los medios masivos</i>. Buenos Aires: La Crujía.</li> </ul> |

#### UNIDAD 4

- Aparici, Roberto y García Marín, David (2019) “La posverdad: el software de nuestra era” En *La posverdad: Una cartografía de los medios, las redes y la política*. Barcelona: Gedisa.
- Gravante, Tomasso (2012) “Ciberactivismo y apropiación social. Un estudio de caso: la insurgencia popular de Oaxaca”. En *Sociedade e Cultura*, vol. 15, núm. 1, enero-junio, 2012, pp. 51-60, Universidade Federal de Goiás, Goiania, Brasil.
- Karrera, Iñaki y Garmendia, Maialén (2018) “Sexting: qué sabemos y qué nos queda por aprender”. En Jiménez, Estefanía; Garmendia, Maialén y Casado, Miguel Ángel (2018) *Entre selfies y whatsapps. Oportunidades y riesgos para la infancia y la adolescencia conectada*. Barcelona: Gedisa.
- Winocur, Rosalía (2012) “Transformaciones en el espacio público y privado. La intimidad de los jóvenes en las redes sociales.” En *Telos*, núm. 91, Fundesco, Madrid, pp. 79-88.

#### BIBLIOGRAFIA DE CONSULTA:

- Bhaskar, M. (2017) *Curaduría. El poder de la selección en un mundo de excesos*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Casseti, Franceso y di Chio, Federico (1991) “El análisis de la narración” En *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- Gifreu-Castells, Arnau (2016) “Inmersión en narrativas interactivas y transmedia” en *Transmediaciones. Creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas* Comp. Fernando Irigaray. La Crujía.
- Doueih, Milad (2010) *La gran conversión digital*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Jenkins, Henry; Mizuko, Ito y boyd, danah (2016) *Participatory Culture in a Network Era*. Cambridge: Polity Press.
- Martín-Barbero, Jesús (2009) “El cambio en la percepción de los jóvenes. Socialidades, tecnicidades y subjetividades”. En Morduchowicz, Roxana, *Los jóvenes y las pantallas: nuevas formas de sociabilidad*. Barcelona: Gedisa.
- Murolo, Norberto Leonardo. (2009) “Nuevas pantallas frente al concepto de televisión. Un recorrido por usos y formatos” En *Razón y Palabra, Primera Revista Latinoamericana Especializada en Comunicación, México, N° 69 “Deporte, Cultura y Comunicación”*. ISSN: 1605-4806. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx>
- Murolo, Norberto Leonardo (2016) “La pantalla pirata. Usos y apropiaciones del audiovisual en internet por parte de jóvenes”. En *Revista Divulgatio*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- Renó, Denis (2007) “YouTube, el mediador de la cultura popular en el ciberespacio”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. Disponible en: [http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis\\_Reno.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis_Reno.htm)
- Rodríguez Gallardo, Adolfo (2006) *La brecha digital y sus determinantes*. México: UNAM – Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas.
- Scolari, Carlos (2008), *Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa.
- Sibilia, P. (2017) *La intimidad como espectáculo*. Colombia: Fondo de Cultura Económica.
- Urresti, Marcelo (2008) “Ciberculturas juveniles: vida cotidiana subjetividad y pertenencia entre los jóvenes ante el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información”. En *Ciberculturas juveniles*. Buenos Aires, La Crujía.
- Van Dijk, José (2016) “Twitter, la paradoja entre “seguir” y “marcar tendencia””. En *La cultura de la conectividad*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Volkov, Natalia (2003) “La brecha digital, un concepto social con cuatro dimensiones”. En

*Boletín de Política Informática*, Núm. 6.

- Williams, Raymond (1992) *Historia de la comunicación. Vol. II. De la imprenta a nuestros días*. Barcelona: Editorial Bosch.
- Winocur, Rosalía (2006) “Internet en la vida cotidiana de los jóvenes”. En Universidad Nacional Autónoma de México, *Revista Mexicana de Sociología* 68, núm. 3 (julio – septiembre 2006): 551 – 580. México, D. F.



***Ileana Matiasich***

***Firma y Aclaración:***  
Director de carrera



**Laura Mangifesta**

***Firma y Aclaración:***  
Docente