

## Programa - Producción Transmedial UNC

<b>Nombre del espacio curricular</b>	Producción Transmedial
<b>Tipo de actividad</b>	Curso Teórico - Práctico
<b>Docente/s Responsable/s</b>	Mg. Analía Martínez Fittipaldi - Lic. María Gisela Moreno
<b>Carga horaria</b>	30 hs.

### **Fundamentación**

El actual ecosistema mediático “cultural hipertecnológico y dinámico”, como lo llama Carlos Scolari (2014), nos propone un contexto cambiante en el que tanto los dispositivos como las plataformas y las aplicaciones quedan rápidamente obsoletos. En los entornos urbanos que habitamos, los dispositivos móviles y las pantallas con las que interactuamos han adquirido un rol primario en la vida cotidiana de individuos y comunidades.

En este contexto, las producciones periodísticas, o incluidas dentro del amplio espectro de la no-ficción, presentan complejidades propias de la hibridación de lenguajes, géneros y formatos, así como de las apropiaciones y consumos por parte de los usuarios.

Asimismo, las formas de producir narrativas también se vuelven complejas, atendiendo a las características de productos que ya no son pensados desde una lógica monomediática, así como a nuevos circuitos de distribución y participación de audiencias productoras. En este marco, Jenkins (2008) nos plantea un “proceso de convergencia”, el que entendemos como un proceso corporativo de arriba-abajo, así como de abajo-arriba, en el que los públicos son los protagonistas generadores de nuevas formas de cultura participativa que con su actuar convierten al consumo de medios en un proceso colectivo que modifica todos los aspectos de la vida.

El desarrollo de contenidos digitales nos invita a pensar creativamente las producciones de no-ficción, su comunicación y su distribución a partir del aprovechamiento de una multiplicidad de lenguajes, canales y pantallas conectadas, disponibles en el entorno para (re)crear y resignificar nuestras prácticas comerciales y mediáticas a partir de la experimentación y la innovación narrativa.

Será objeto de este curso poder reflexionar críticamente sobre el actual ecosistema de medios, los esquemas de producción no lineales y complejos, las nuevas ventanas de distribución en pos de ofrecer a los usuarios múltiples recorridos o exploraciones narrativas que los involucren e incentiven a la participación. En términos de Gaudenzi (2013), pensar sistemas vivos con capacidad de modificarse y adaptarse a las diversas evoluciones tecnológicas y las transformaciones culturales.

## **Objetivos**

### **Objetivo General:**

Se espera que los estudiantes puedan:

- Reflexionar sobre el actual ecosistema de medios, tipos de producciones mediáticas y sus circuitos de distribución.

### **Objetivos Específicos:**

Que los estudiantes sean capaces de:

- Diseñar la producción integral de un proyecto de no ficción multimedial, interactivo o transmedia, considerando sus etapas de desarrollo, ejecución y distribución.
- Diseñar estrategias de participación adaptadas a los públicos objetivos.

## **Metodología**

El curso es una combinación de instancias teóricas y prácticas. Se recuperarán los conocimientos de los estudiantes y su procedencia académica y/o profesional para incentivar la reflexión teórica, participación y producción tanto en las clases presenciales como en el aula virtual.

La propuesta se organiza en base a dos encuentros sincrónicos presenciales remotos, a realizarse los días:

- Viernes 10 de mayo de 9 a 16.
- Sábado 11 de mayo de 9 a 13.

Complementariamente, se realizará acompañamiento asincrónico de lecturas y actividades.

## **Contenidos**

### **UNIDAD 1**

#### **Ecosistema de medios, consumos y creación de contenidos multiplataforma**

El enfoque de la ecología de los medios. La cultura de la convergencia. La era de la movilidad. Nuevas formas de consumos culturales. Análisis de los consumos transmediáticos. Antecedentes y desarrollos narrativos transmediáticos en Argentina.

Bibliografía sugerida:

Amar, G. (2011). Homo Mobilis: la nueva era de la movilidad. La Crujía.

Canavilhas, J. (2011): El nuevo ecosistema mediático. Revista Index comunicación Vol.1 Núm.1.

Igarza, R. (2009). Burbujas de ocio. Nuevas Formas de Consumo Cultural. La Crujía.

Jenkins, H. (2008). Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Ediciones Paidós.

Jenkins, H. (2009). Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración. Ediciones Paidós.

Lévy, P. (2004). Inteligencia Colectiva. Por una antropología del ciberespacio. Ediciones Paidós.

Manovich, L. (2006). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital. Ediciones Paidós.

Scolari, C. (2020). *Cultura snack*. La Marca.

Scolari, C. (ed.) (2015). Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones. Gedisa.

Scolari, C. (2016). El translector. Lectura y narrativas transmedia en la nueva ecología de la comunicación. En J. A. Millán, La lectura en España. Informe 2017 (pp. 175-186). Federación de Gremios de Editores de España.

## **UNIDAD 2**

### **De la producción monomediática a la producción transmedia**

Narrativas transmedia, textualidades lineales y no lineales. Características del transmedia. Estructuras convergentes. Diferencias entre el diseño multimedia, crossmedia y transmedia. Diferentes potencialidades de medios, soportes y lenguajes. Diseño para todas las pantallas. Las puertas de acceso a la narrativa. Cómo construir narraciones no lineales y estrategias de participación. Llamadas a la acción y recompensas. Estructura lúdica transmedia. Nuevas formas narrativas en la red: fanfiction, webdocs, webseries, movisodios y producción colaborativa.

Bibliografía sugerida:

Gaudenzi, S. (2013). The Living Documentary: From Representing Reality to Co-creating Reality in Digital Interactive Documentary. PhD thesis Goldsmiths (Centre for Cultural Studies). University of London.

Gifreu-Castells, A. (2016). El ámbito de la no ficción interactiva y transmedia. Aproximación a cuatro formas de expresión narrativa. *Opción*, 32(9), 871-891.

Gosciola, V. (2012). *Narrativas transmedia. Entre teorías y prácticas*. Bogotá, Colombia: Editorial Universidad del Rosario.

Irigaray, F. (2016). Documental transmedia: narrativas espaciales y relatos expandidos. En Irigaray, F. y Renó, D. (comps.) (2016): *Transmediaciones. Creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2015). *Cultura Transmedia: La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Gedisa.

Lovato, A. (2015). Del periodismo multimedia al periodismo transmedia. Guiones para pensar nuevas narrativas. En F. Irigaray & A. Lovato (Eds.), *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías* (pp. 33–52). Rosario, Argentina: UNR Editora.

Lovato, A. (2016). Guión transmedia en narrativas de no ficción. En F. Irigaray, y Reno, D. (comps.) (2016). *Transmediaciones. Creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas*. Buenos Aires: La Crujía.

Lovato, A. (2017). Guión y diseño de contenidos para la post convergencia. En Aparici, R. y García Marín, D. (coords.) (2017). *¡Sonríe, te están puntuando! Narrativa digital interactiva en la era de Black Mirror*.(pp. 165-180). España: Gedisa.

Renó, D. (2014). Formatos y técnicas para la producción de documentales transmedia. En F. Irigaray, & A. Lovato, *Hacia una comunicación transmedia* (pp. 134-146). UNR Editora.

Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.

### **UNIDAD 3**

#### **Planificación y diseño de producción de contenidos transmedia de no-ficción**

El proceso de diseño de producción transmedia. Desde el planteamiento de objetivos hasta la presentación final del producto.

Planificación y documentación para la producción. Requerimientos generales de un proyecto transmedia. Las características de las etapas de desarrollo de proyecto, la ejecución y los circuitos de distribución. Fuentes de financiamiento.

Bibliografía sugerida:

Acuña, F., & Calogueria, A. (2012). *Guía para la producción y distribución de contenidos transmedia para múltiples plataformas*. Facultad de Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica de Chile.

Fernández Manzano, E., & Linares Palomar, R. (2014). Estrategias de pitch para jornadas audiovisuales y proyectos transmedia. Editorial UOC.

Gambarato, R. (2013). Transmedia Project Design: Theoretical and Analytical Considerations [Proyectos de diseño transmedia: Consideraciones teóricas y analíticas]. Baltic Screen Media Review 2013 [Volume 1: Issue 1](#) DOI: <https://doi.org/10.1515/bsmr-2015-0006> | Published online: 05 Dec 2015

Giovagnoli, M. (2017). The Transmedia Way: A Storytellers, Communicators and Designers|| Guide to the Galaxy.[El camino transmedia: Una guía de narradores, comunicadores y diseñadores: Guía de la galaxia] Carnegie Mellon University: ETC Press.

Hayes, G. (2012). Cómo escribir una Biblia Transmedia. Una plantilla para productores multiplataforma. (E. Pradanos Grijalvo, Trad.).

Maestro, J. & Culell, P. (2015). Nacidos para contar. Escribir y producir para Tv y Cine. Buenos Aires: Grijalbo.

Pratten, R. (2015). Getting Started with Transmedia Storytelling. A practical guide for beginners [Introducción a la narración transmedia. Una guía práctica para principiantes]. 2da edición.

### **Modalidad de seguimiento y evaluación**

Durante el dictado del curso se evaluará la apropiación conceptual a partir de aplicaciones prácticas y procedimentales en el desarrollo de las actividades propuestas. La evaluación del proceso se desarrollará durante la elaboración del proyecto transmedial. Se considerarán la coordinación grupal y los aportes individuales para la presentación del proyecto. Para aprobar el curso los/las estudiantes presentarán una carpeta de desarrollo de un producto transmedia junto a un video pitch.

- Actividad 1: Reflexión, análisis e informe sobre producción interactiva o transmedia de no-ficción.
- Actividad 2: Avance de desarrollo de proyecto  
Incluye: Título, Sinopsis narrativa, Objetivos, Definición de públicos, Plataformas a utilizar.
- Actividad 3: Avance de desarrollo de proyecto con vistas a la ejecución  
Incluye: Cronograma de trabajo, Equipo técnico y Cronograma de lanzamiento / distribución.
- Trabajo Final: Desarrollo de proyecto transmedia y video pitch.

Fecha de entrega: 10 de junio de 2024.

Recuperatorio y correcciones: 1 de julio de 2024.

Equipamiento técnico: Se requerirá aula con PC (1:1), cañón proyector, sonido y conexión a Internet.