

Carrera	Especialización en Lenguaje y Comunicación Digital Fac. de Ciencias de la Comunicación y Facultad de Lenguas Universidad Nacional de Córdoba
Nombre de la materia	Apropiación tecno mediática e inclusión digital. Transformación en las narrativas comunicacionales.
Mes y año de cursada	Agosto 2025
Tipo de actividad	Curso Intensivo teórico-práctico
Eje	Analítico - Herramientas de producción
Modalidad de cursado	Presencialidad remota
Docentes responsables	Dra Mariela Parisi - Dra Vanina Ramé
Docente invitada	Lic. Eugenia Acosta
Carga horaria	30 horas

- Equipo docente

Dra. Mariela Parisi. Profesora Titular Narración Televisiva I (FCC. UNC). Investigadora Secyt UNC. Magíster en Comunicaciones Institucionales. Doctora en Semiótica (CEA. FCS. UNC) - marielaparis@unc.edu.ar

Dra. Vanina Ramé. Profesora asistente Taller de Medios de Comunicación Institucional y Narración Televisiva I (FCC. UNC). Investigadora Secyt UNC. Especialista en Educación y TIC. Doctora en Estudios Sociales de América Latina (CEA. FCS. UNC). Directora de Maestría en Comunicación Institucional Digital (FCC. UNC). vaninarame@unc.edu.ar

Lic. Eugenia Acosta. (Docente invitada). Profesora ayudante Narración Televisiva I (FCC. UNC). Investigadora Secyt UNC. Integrante del laboratorio Cúbica (Cipeco FCC) eugenia.acosta@unc.edu.ar

- Contenidos mínimos

Las narrativas audiovisuales y transmedia aplicadas a la comunicación corporativa. Creación de contenidos para construir relaciones de valor. La exaltación del éthos y la implicación de las audiencias. Análisis de casos en clave de narrativas y su potencialidad para la aplicación en la comunicación organizacional. Tecnologías de género, inclusión y derechos en las estrategias de las comunicaciones institucionales.

Transformaciones en el campo profesional de la comunicación: lo periodístico y las rutinas de producción. El ciberperiodismo y la construcción de identidades digitales en línea. Funciones de los blogs y sitios personales. Surgimiento del periodismo de autor 2.0. como nuevo género periodístico. Plataformas para la construcción de identidad online en el periodismo digital. Creación de contenido y distribución en redes sociales.

- Fundamentación de la propuesta

En este curso intensivo proponemos crear un espacio en donde se articulen la reflexión teórica, el análisis contextual y de casos específicos con la apropiación de herramientas y prácticas para la acción comunicativa.

Tomaremos algunos de los ejes problemáticos involucrados para identificar la incidencia de la comunicación digital en las prácticas profesionales de la comunicación.

Esperamos que los participantes no solamente actualicen saberes sobre posiciones teóricas y problemáticas específicas sino también que adquieran herramientas para pensar estratégicamente los usos de las tecnologías de la comunicación y las redes sociales en el campo del periodismo y la comunicación institucional.

- Objetivos

Que la/os estudiantes puedan

- Comprender el escenario de las transformaciones en el discurso y en las prácticas periodísticas e institucionales en el entorno digital.
- Identificar las características que asumen las narrativas digitales en los procesos de microsegmentación y posicionamiento de las organizaciones.
- Adquirir herramientas para la configuración de narrativas en soportes digitales tanto en el campo periodístico como en la comunicación institucional.
- Incorporar técnicas y recursos para la construcción de contenidos digitales en diferentes soportes.

- Contenidos

Eje 1: Transformaciones en las narrativas comunicacionales digitales

Cambio en los circuitos de producción, distribución y consumo de contenidos en la digitalidad. El *storytelling* como técnica de comunicación digital. La importancia de las emociones. Estructuración narrativa para construir historias. Construcción de relaciones de valor en la comunicación corporativa. Análisis de casos.

Eje 2: Transformaciones en el discurso y la práctica del periodismo digital

La reinención de las narrativas en el periodismo. Rupturas y continuidades. La construcción de identidades digitales en línea. El Periodismo de autor 2.0. como nuevo género periodístico.

Eje 3: Transformaciones en las narrativas de la comunicación institucional digital

Transformación de las narrativas organizacionales en la era conectada. Paradigma combinado: para la interacción y del cambio social. Comunicación y sostenibilidad. Propósito. Audiencias, participación, narrativas organizacionales. Fidelización. Segmentación. Técnicas de medición. *Storytelling* organizacional.

- Metodología

Los encuentros presenciales en modalidad remota (20hs reloj) se complementan y articulan con diferentes tipos de actividades no presenciales (10 horas reloj). Así, la propuesta académica del seminario se estructura de acuerdo a las siguientes instancias:

- *Encuentros teórico-prácticos*, en los cuales se realiza la presentación de los contenidos estructurados en ejes conceptuales y desarrollo de las diferentes categorías que orientan el trabajo de reflexión y discusión grupal. Asimismo, se prevé que los estudiantes resuelven situaciones problemáticas que les permitan aprehender los conceptos incorporados a partir del uso y la aplicación de las técnicas trabajadas.

- *No presenciales*: Ejercicio de elaboración y presentación de un análisis de caso, diseño de estrategias y tácticas de comunicación digital; ejercicios y resolución de consignas orientadas a la producción del Trabajo Evaluativo con el que se obtiene la aprobación final del curso.

- Cronograma de clases

Clases con presencialidad remota

Clase 1: viernes 08/08 (18 a 22hs)

Eje 1: Introducción a las narrativas comunicacionales digitales

Clase 2: sábado 09/08 (9 a 13hs)

Eje 1: Introducción a las narrativas comunicacionales digitales

Clase 3: viernes 22/08 (18 a 22hs)

Eje 2: Transformaciones en el discurso y la práctica del periodismo digital

Clase 4: sábado 23/08 (9 a 13hs)

Eje 3: Transformaciones en las narrativas de la comunicación institucional digital

Clase con presencialidad híbrida

Clase 5: viernes 29/08 (18 a 22hs)

- Clases con presencialidad remota

Clase 1: viernes 08/08 (18 a 22hs)

Presentación del seminario, dinámica de cursado y evaluación.

Mentimeter: Expectativas acerca del curso.

Eje 1: Introducción a las narrativas comunicacionales digitales

Creación de contenidos digitales en la comunicación corporativa. El *storytelling* como técnica de comunicación digital. La importancia de las emociones. Análisis de casos.

Clase 2: sábado 09/08 (9 a 13hs)

Eje 1: Introducción a las narrativas comunicacionales digitales

Construcción de relaciones de valor en la comunicación institucional digital. Estructuración narrativa para construir historias.

Actividad áulica: Ejercicio grupal de análisis de caso y diseño de tácticas de comunicación digital.

Clase 3: viernes 22/08 (18 a 22hs)

Eje 2: Transformaciones en el discurso y la práctica del periodismo digital

La reinención de las narrativas. Rupturas y continuidades. La construcción de identidades digitales en línea. El Periodismo de autor 2.0. como nuevo género periodístico. Estrategias periodísticas. Ejemplos. Casos.

Clase 4: sábado 23/08 (9 a 13hs)

Eje 3: Transformaciones en las narrativas de la comunicación institucional digital

Transformación de las narrativas organizacionales en la era conectada. Paradigma combinado: para la interacción y del cambio social. Propósito. Audiencias, participación, narrativas organizacionales. Fidelización. Segmentación. Técnicas de medición. Storytelling organizacional.

Actividad áulica: Ejercicio grupal de análisis y deconstrucción.

Actividad presencial (híbrida)

Clase 5: viernes 29/08 (18 a 22hs)

Casos de Narrativas por el cambio social. Comunicación y sostenibilidad. Tendencias de la comunicación institucional digital. Presentación de bocetos de TEV por parte de los estudiantes y devoluciones docentes. Evaluación del seminario.

- Modalidad de Evaluación

Para la aprobación del curso los estudiantes deberán realizar un trabajo individual o grupal que respete alguna de las siguientes opciones:

Opción 1: elaborar un ensayo cuyo tema aborde algunos de los contenidos desarrollados en el programa e incorpore las categorías de análisis a un caso específico. Su estructura deberá contener: introducción, desarrollo, conclusiones y bibliografía. Características formales de presentación: extensión de 10 a 15 páginas; Interlineado 1.5; Tipografía *Arial* o *Time New Roman* cuerpo 12; márgenes de 2.5; citación según normas APA.

Opción 2: producir una narrativa de comunicación digital que apunte a resolver una problemática específica para un segmento de público determinado, utilizando las técnicas del *storytelling* y recursos digitales abordados en el curso. Anexar un informe que describa los aspectos relevantes utilizados en la construcción de la historia y su justificación.

- Criterios de evaluación

Cada una de las instancias arriba descritas, estará sujeta a un proceso de evaluación. Se tendrá en cuenta la participación y pertinencia de las intervenciones presenciales, la transferencia de conocimientos y de la reflexión autónoma, y la capacidad de

transferencia en un producto digital específico. De ese conjunto de evaluaciones surgirá una calificación final nominal, en la escala de 0-10, con la exigencia de aprobación del curso con un mínimo de 7 (siete) puntos.

Cronograma / Fechas importantes

Viernes 8/8/2025 - 18 a 22 hs- Clase remota vía plataforma Meet

Sábado 9/8/2025 - 9 a 13 hs - Clase remota vía plataforma Meet

Viernes 22/8/2025 - 18 a 22 hs- Clase remota vía plataforma Meet

Sábado 23/8/2025 - 9 a 13 hs - Clase remota vía plataforma Meet

Viernes 29/8/2025 - 18 a 22 hs- Clase con modalidad híbrida- presencial en Aula 17 Facultad de Lenguas

Fecha de entrega del Trabajo Evaluativo: **lunes 29/9/2025*

Fecha de entrega de la devolución: **miércoles 29/10/2025*

**Fecha de entrega del recuperatorio del TF y Fecha de entrega de la devolución recuperatorio TF: en fechas a acordar con el equipo docente y el equipo directivo de la carrera.*

- Bibliografía

Eje 1

Peirone, F. (2017) "Mostrarse, la nueva intimidad". Anfibia.<https://www.revistaanfibia.com/mostrarse-la-nueva-intimidad/>

Parisi, Mariela (2023) Narrativas audiovisuales: De la Idea al Guion. Ferreyra editor. Córdoba. Libro: Narración Televisiva I Cap 2 (Pp 35-42) y Cap. 3 (Pp 57-70) [Narrativas audiovisuales Digital.pdf](#)

Eje 2

Parisi, M. L. (2024). Periodismo de autor 2.0: visibilidad y autorrepresentación política. Perspectivas De La Comunicación, 17. <https://doi.org/10.56754/07184867.2024.3573>

Parisi, M (2022): "Periodismo de autor 2.0: hibridación del género y narrativas del yo", (33-51Pp de 173) en el libro COMUNICACIÓN DIGITAL – PERSPECTIVAS INTERDISCIPLINARIAS (Coord. Pino Arboleda, MC y Zapata Cárdenas, MI), ISBN 978-958-5180-39-0, Sello Editorial Universidad de Medellín, Colombia.

Eje 3

Aced, C. (2013) Relaciones Públicas 2.0. Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital. Ed. UOC. <https://openaccess.uoc.edu/server/api/core/bitstreams/af159e85-5574-4e49-9564-9c2b545f5bdf/content> Relaciones públicas 20 - Cristica Aced.pdf

Atarrama-Rojas, T., Robledo-Dioses, K. y López-Hermida, A. (2022). Storytelling corporativo: una revisión crítica de los enfoques de investigación y la metodología en la literatura académica del 2011 al 2020. Palabra Clave, 25(2), e2522. <https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.2.2> Storytelling corporativo.pdf

Casas Gutiérrez, W. Poveda Celis, J. La era de la microsegmentación. Universidad Libre Bogotá D.C. [Microsegmentacion.pdf](#)

San Juan, E. (2024). La IA en la gestión de la comunicación corporativa. EAE Business School. [EAE-Informe-AI-Comunicacion-Enrique-San-Juan.pdf](#)

Dra. Vanina Ramé

Dra. Mariela Parisi