

HORAS DE CLASE				DOCENTE RESPONSABLE
TEÓRICAS		PRÁCTICAS		Lic. Denise Mariela NAVARRETE IBÁÑEZ
p/semana	p/cuatrim.	p/semana	p/cuatrim.	
4	64	-	-	

DESCRIPCIÓN:

La materia tiene como objetivos conocer y analizar las nuevas plataformas audiovisuales, no desde la perspectiva de sus marcos regulatorios o sus modelos de negocios; sino desde los nuevos procesos de producción, contenidos y prácticas sociales alrededor de las mismas. La aparición de Internet como nueva forma de mediación implica cambios en los procesos de socialización y de construcción de subjetividades.

Se abordarán las diferentes plataformas y la construcción de una identidad narrativa en ciernes, a través de diferentes géneros y formatos. Convergencia, hipermediación y narrativa transmedia son los protagonistas de la reconfiguración del campo audiovisual a través de las nuevas plataformas.

PROGRAMA SINTÉTICO:

UNIDAD TEMÁTICA I: Conceptos principales. Determinismo tecnológico y tecnología sintomática. Las pantallas. El nuevo *sensorium*.

UNIDAD TEMÁTICA II: Plataformas mediáticas. Conceptualización y caracterización. Nuevo ecosistema mediático: convergencia e hipermediación. La pantalla amateur.

UNIDAD TEMÁTICA III: Lenguaje audiovisual para las nuevas plataformas. La pantalla ficcional. La narrativa transmedia. El documental interactivo.

UNIDAD TEMÁTICA IV: La pantalla móvil. La pantalla social: redes sociales. Community Management.

PROGRAMA ANALÍTICO:**UNIDAD TEMÁTICA I:**

Conceptos principales. Determinismo tecnológico y Tecnología sintomática en el pensamiento de Raymond Williams. La postura de Marshall McLuhan: las extensiones del ser humano. Medios calientes y medios fríos. Las pantallas. El “nuevo sensorium” en el pensamiento de Walter Benjamin. Autores y propuestas contemporáneas.

UNIDAD TEMÁTICA II:

Plataformas mediáticas. Conceptualización y clasificación. Ecosistemas mediáticos como ecosistemas socioculturales. Los conceptos de convergencia e hipermediación en el nuevo ecosistema mediático. Internet como medio esencial para las nuevas pantallas. 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.

UNIDAD TEMÁTICA III:

Lenguaje audiovisual para las nuevas plataformas. Diferencias narrativas del lenguaje audiovisual en cine, televisión y nuevas pantallas. Los cambios conceptuales: televisión, canal, grilla, rating, páginas, aplicaciones, visualizaciones. La Pantalla Ficcional para las nuevas plataformas: Las series web y ejemplos. Las narrativas transmedia. Principios que las caracterizan y ejemplos. El documental interactivo como formato transmedia.

UNIDAD TEMÁTICA IV:

Telefonía móvil. Redes Sociales Virtuales. La Pantalla Móvil: usos y narrativas de la telefonía móvil. El 1Seg: televisión digital para el teléfono móvil. La Pantalla Social: la aparición de redes sociales virtuales. Facebook, Twitter, Instagram y sus aplicabilidades. El rol del Community Manager.

BIBLIOGRAFÍA

Aguado, J., Feijoo, C. Martínez, I. (2011). *Contenidos digitales y comunicación móvil: hacia la transformación de Internet*. Revista científica de la Asociación Mexicana del Derecho a la Información. Disponible en línea.

Albarello, Francisco (2019). *Lectura Transmedia. Leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas*. Editorial Ampersand, Comunicación. Buenos Aires. (Cap. 1)

Albornoz, Luis y García Leiva, Ma. Trinidad (compiladores), (2012). *La Televisión Digital Terrestre. Experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia*. Buenos Aires. Ed. La Crujía.

BeeTV (2010). *BeeTV*. Disponible en línea.

Benjamin, W. (1982). *Discursos interrumpidos*. Madrid, España: Taurus.

Fernández, José L. (2021). *Vidas mediáticas. Entre lo masivo y lo individual*. Buenos Aires. Ed. La Crujía.

Gifreu-Castels, Arnau et al (2019). *Aproximación al documental interactivo como formato nativo transmedia*. Revista Pasavento: revista de estudios hispánicos. Vol. 7 n. 2 (2019), pp. 275-302.

Universidad de Alcalá. España.

Gutiérrez Lozano, J. F., Cuartero, A. (2020). *El auge de Twitch: nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil*. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación 50. pp. 159-175. doi:10.12795/Ambitos2020.i50.11

Heredia-Ruiz, Verónica, Quirós-Ramírez, Ana Catalina, & Quiceno-Castañeda, Beatriz Eugenia. (2021). *Netflix: catálogo de contenido y flujo televisivo en tiempos de big data*. Revista de Comunicación, 20(1), 117-136. Disponible en el sitio web: <https://revistadecomunicacion.com/article/view/2149/1992>

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Madrid, España: Paidós. (Introducción).

Kogutek, Ariel (2017). *Community Manager: Cómo manejar una marca en redes sociales*. Buenos Aires. Editorial Perfil.

Martín-Barbero, J. (2010). *Jóvenes: entre la ciudad letrada y el mundo digital*. Ed. G. Lluch. *Las lecturas de los jóvenes. Un nuevo lector para un nuevo siglo* (pp. 39-58). Barcelona, España: Anthropos.

McLuhan, Marshall (2009). *El medio es el mensaje y Medios calientes y medios fríos*, en *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Buenos Aires: Paidós.

Morales Morante, Fernando (2011). *Migración hacia nuevas pantallas: transformaciones estéticas, narrativas en los productos de ficción para telefonía móvil y dispositivos personales en España*. Disponible en línea.

Murolo, N. L., & Lacorte, N. (2015). *De los bloopers a los youtubers. Diez años de Youtube en la cultura digital*. Question/Cuestión, 1(45), 15–29. Recuperado a partir de: <https://bit.ly/3yntI7N>

Novomisky, Sebastián (2020). *Netflix: el sueño es mi mayor enemigo*. La marca de la convergencia: doce ensayos en busca de una narrativa. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Libro digital, PDF.

Rodríguez Gallardo, Adolfo (2006). *La brecha digital y sus determinantes*. México: UNAM – Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas (p. 21-33).

Romero Chamorro, Sergio (2010). *Contenidos audiovisuales para distribución por el canal 1Seg de la nueva TV digital*. Disponible en el sitio web: <http://sergioromerochamorro.blogspot.com/p/documentos.html>

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación*. Digital Interactiva. Barcelona, España: Gedisa. (Cap. 2).

Scolari, Carlos (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Deusto (Introducción y Cap. 1).

Silverstone, R.; Hirsch, E. y Morley, D. (1996). *Tecnologías de la información y de la comunicación y la economía moral de la familia*. En Silverstone, R. y Hirsch, E. (Eds.) *Los efectos de la nueva comunicación. El consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia*. Barcelona: Bosch.

Sitio web oficial de Henry Jenkins. Disponible en: http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html

Sitio web sobre la comunicación digital interactiva. Disponible en el sitio web: www.hipermediaciones.com

Suárez Bonilla, Sofia (2014). *Gramáticas audiovisuales para plataformas celulares*. Disponible en el sitio web: <https://es.scribd.com/document/199441800/DOCENTE-Suarez-Bonilla-S-Gramaticas-Audiovisuales-para-plataformas-celulares>

Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI. (Cap. 1).

Varela, Mirta (2014). *Él miraba televisión, youtube. La dinámica de cambio en los medios*. En Carlón, Mario et al, *El fin de los medios masivos: el debate continúa* (p. 265-285). Buenos Aires. Ed. La Crujía.

Williams, Raymond (2011). *La tecnología y la sociedad* (capítulo 1), (1973) *Efectos de la tecnología y sus usos* (capítulo 5). En *Televisión. Tecnología y forma cultural*. Buenos Aires: Paidós.

NOTA: Teniendo en cuenta que el ecosistema de las Nuevas Plataformas Audiovisuales está en permanente desarrollo, se sugiere complementar la bibliografía con material audiovisual actualizado y disponible en el momento del dictado de la materia. Por esa razón, no se especifica en el presente Programa.

El presente Programa se ha elaborado bajo responsabilidad del/la, las/los docente/s cuyas firmas se exponen a continuación. Las autoridades de cada Facultad, y del Vicerrectorado del Área Académica o Dirección de Coordinación Educativa de esta Universidad, suscriben prestando conformidad.



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES
2022 - Año del bicentenario del Banco de la Provincia de Buenos Aires

Hoja Adicional de Firmas
Anexo de Firma Conjunta

Número:

Referencia: Creación Programa NUEVAS PLATAFORMAS AUDIOVISUALES

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 4 pagina/s.

