



Ministerio de Cultura y Educación  
Universidad Nacional de San Luis  
Facultad de Ciencias Humanas  
Departamento: Comunicación  
Area: Area 7:Estrategias de Producción

(Programa del año 2025)  
(Programa en trámite de aprobación)  
(Presentado el 14/03/2026 12:41:01)

### I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
() OPTATIVO: GUIÓN PARA NARRATIVAS TRANSMEDIA	LIC. EN COMUNICACIÓN SOCIAL	09/07	2025	2° cuatrimestre

### II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
---------	---------	-------	------------

### III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
4 Hs	Hs	Hs	Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoría con prácticas de aula	2° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
02/08/2025	18/11/2025	15	60

### IV - Fundamentación

La presente propuesta tiende a la necesidad de actualizar los contenidos de los programas de las carreras de comunicación y periodismo a lo que se ha dado en llamar “nuevos medios”, específicamente los relacionados con los lenguajes transmediales.

A saber del ecosistema de comunicación digital en la actualidad, los y las egresados/as de carreras de comunicación atienden en sus formas de consumo a los nuevos formatos audiovisuales, y en este espacio se propone la instrumentación de técnicas, herramientas y lenguajes narrativos que permitan contenerlos en el proceso de construcción de productos comunicacionales, como así también en la práctica periodística contemporánea.

La generación de formatos audiovisuales derivados en propuestas industriales, sean aquellas que el mercado ha modelado interna o externamente desde los inicios de la actividad cinemática, transitando el nacimiento y la expansión de la televisión, y en consonancia con los nuevos medios, plataformas de distribución y usuarios; resulta una realidad programática de evolución constante. La necesidad de analizar la variedad de nuevos formatos, dentro del ámbito académico y en el sector productivo, deriva en una instancia directa de atender a las nuevas formas de pensar y producir las creaciones contemporáneas.

En un modelado para la generación de productos industriales, desde el efecto normativo iniciado desde los orígenes del cine y la televisión, la narración audiovisual ha desarrollado un basamento en el guionado y la planificación de los materiales descriptivos. Esta concepción de narrativa lineal, clásica y de canal único, que aún resulta pródiga en determinadas creaciones cinematográficas, resulta exigua contra una variedad de propuestas audiovisuales que propone desde hace más de dos décadas la industria del entretenimiento.

La búsqueda de concebir nuevos modelos narrativos, acordes a los nuevos hábitos y formatos de consumo de los espectadores/usuarios, despierta en la necesidad de impactar en nuevos públicos, sean aquellos surgidos en la era de internet,

dispositivos móviles (tablets, smartphones, ordenadores portátiles) y con las habilidades para generar e interactuar con los productos audiovisuales y sus derivaciones. Estas herramientas permiten pensar egresados licenciados/as de las carreras de comunicación y periodismo desde un paradigma multitasking, donde tengan habilidades (skills) para construir discursos en diferentes medios digitales.

Atendiendo las competencias de lectura y consumo de los materiales mediáticos, los nuevos públicos se encuentran avezados en el visionado e interacción con las diferentes plataformas de distribución y participación de los productos audiovisuales. Del mismo modo, las nuevas generaciones de usuarios participantes, desde el surgimiento del siglo XXI, se han apropiado de los lenguajes y habilidades propios de la era digital. Con esto, el alfabetismo en nuevos medios se define en una modalidad permanente y urgente, basada en las nuevas estructuras y formas del lenguaje y los medios digitales, y las derivaciones del mercado en nuevas plataformas y distribución, en busca de la participación e interacción, el consumo alternado en diferentes canales, y la posibilidad expansiva del relato. Estas características permiten y/o posibilitan, el desarrollo de lo que Henry Jenkins ha denominado narrativas transmedia.

Concebidas como un nuevo paradigma de producción, supuestas en los modelos disruptivos de generación y consumo de materiales audiovisuales, las narrativas transmediales suponen un paradigma de gran alcance, abierto y no excluyente de producciones clásicas o concebidas para un solo medio de distribución. El presente curso optativo permite a el/la estudiante el conocimiento y práctica sobre las narrativas transmediales, teniendo como temas centrales el concepto de estas formas narrativas, y dos formatos que forman parte del ecosistema digital que las componen, sean los documentales web (webdoc) y el podcast. El trayecto diseñado supone la introducción en la temática, y una primera aproximación a herramientas digitales para la construcción/colaboración/diseño de narrativas transmedia, pertinentes en el marco de la comunicación, el periodismo, y la producción de contenidos para medios, los cuales conforman el ecosistema cultural digital.

## V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Es el propósito del curso, que los/las estudiantes logren:

- Introducirse en el estudio de las narrativas transmedia.

- Orientar el proceso enseñanza-aprendizaje hacia el desarrollo de la capacidad de abordar de forma crítica una mirada sobre la producción transmedial.
- Relacionar la producción de narrativas transmediales de diferentes espacios curriculares, en un saber técnico-metodológico que permita una comunicación digital interactiva.

- Ofrecer una mirada crítica, dinámica e inclusiva en el estudio de la producción transmedial de ficción, documental y el periodismo disruptivo.

Son objetivos del curso:

- Desarrollar la actitud crítica en el visionado de los formatos digitales.
- Desarrollar la creatividad personal para el diseño de productos transmedia, con especificidad del web doc y el podcast.

- Alentar la escritura crítica dentro de la producción de realizaciones transmedia.
- Incentivar el trabajo grupal y las relaciones sociales, intrínsecas en las materias creativo- artísticas.

## VI - Contenidos

### UNIDAD 1: Introducción a la comunicación transmedia

Objetivos Generales:

- Introducir a estudiantes en las características de la comunicación digital interactiva.
- Definir el concepto de transmedia dentro de las producciones culturales

Contenidos: Características y modelos de la comunicación digital interactiva. La producción de contenidos en un contexto convergente. Modelos disruptivos de producción y consumo. Áreas y medios de comunicación digital interactiva. Productos y plataformas. Conceptos de prosumidores y translectores: contenidos adaptados para audiencias móviles y multipantalla. Nuevas formas de consumo, de distribución y de producción de los productos digitales.

Unidad 2: Las narrativas transmedia

Objetivos Generales:

- Introducir a estudiantes en las características del transmedia storytelling.
- Desarrollar las características generales y el diseño de las producciones transmediales.

Contenidos: Definición de las narrativas transmedia. Principios de las narrativas transmedia, según Henry Jenkins.

Diferencias entre formatos cross-media y transmedia Contar una historia en múltiples plataformas. Mundos e interfaces.

Lenguajes convergentes. Participación del público/translectores/prosumidores. Diseño de las historias. Mapas de diseño.

Experiencia de usuario/a. Personajes, espacios, locaciones, plataformas. Recursos narrativos. La expansión en el territorio. El

guión transmedia.

Unidad 3: Documental Web (Web doc)

Objetivos Generales:

- Introducir a estudiantes en las características y modelos de documental web. -Analizar las etapas de producción de documentales web.

-Diseñar estrategias narrativas en las producciones de documentales transmedia.

Contenidos: Características del documental web. Diseño y recorridos posibles. La ruptura de la linealidad. La generación de materiales. Guión del web doc. Investigación y desarrollo. Modelos visuales. Generación del punto de vista. Interacción en los documentales web. Experiencias de usuario. Características de la producción del web doc.

## VII - Plan de Trabajos Prácticos

### TRABAJO PRÁCTICO 1

Idea y tema para desarrollo de una producción transmedia

Entrega: Clase 3 – Setiembre 2024

### TRABAJO PRÁCTICO 2

Guión web Doc

Entrega: Clase 6 – Setiembre 2024

### TRABAJO PRÁCTICO FINAL

Diseño narrativa transmedia

Entrega Clase 14. Recuperatorio Clase 15. Noviembre 2024

## VIII - Regimen de Aprobación

-La modalidad de aprobación refiere a lo normado en la Ord. C.S. N°13/03 sobre el Régimen Académico de la UNSL.

-El espacio es de carácter promocional, contemplando una nota mínima de 7 (siete) de promedio de prácticos, con el 70% mínimo de asistencia a clases. Se sostendrán dos recuperatorio para todas las instancias evaluativas”. (Ord. CS 32/14 RECUPERATORIOS).

-Para regularizar un curso los/las estudiantes deberán cumplir con los siguientes requisitos:

Asistencia a las clases teóricas, prácticas, teórico-prácticas, laboratorios, trabajos de campo y toda otra modalidad referida al desarrollo del curso. Los porcentajes de asistencia serán fijados por el responsable del curso, atendiendo a las características del mismo y según las normativas vigentes en cada Facultad.

Con la aprobación del 100% de las evaluaciones parciales, si las hubiere de acuerdo a la modalidad de cada Facultad. Cada Parcial tendrá al menos una recuperación y no más de dos. Las condiciones para la aprobación serán establecidas por el responsable del curso, atendiendo a las disposiciones que se establezcan en las respectivas Facultades.

Con la aprobación del 100% de los trabajos prácticos. Las condiciones para la aprobación serán establecidas por el responsable del curso, atendiendo a las disposiciones que se establezcan en las respectivas Facultades.

Para los/las estudiantes que trabajen y las otras categorías de regímenes especiales, se normará por las Ordenanzas C.S. N° 26/97 y 15/00. Toda otra

causal no contemplada en los apartados precedentes, será resuelta por el Consejo Directivo de cada Facultad.

Los/las estudiantes que hayan cumplido con los requisitos de regularización establecidos en un curso, mantendrán su condición de regular por el término de 2 (dos) años a partir de la finalización de su cursado. Vencido el plazo establecido podrá optar por: rendir en carácter de libre, (siempre que esta condición esté contemplada en el régimen de aprobación del programa correspondiente) o cursar nuevamente.

Los/las estudiantes que no logren aprobar el curso en cuatro (4) exámenes finales, perderán la condición de alumno regular en el mismo.

- Son estudiantes libres de un curso aquellos que, estando en condiciones de cursar la asignatura, taller, seminario etc.: no se inscribieron

se inscribieron y no cursaron,

cursaron en condición de regulares pero no cumplieron con los requisitos establecidos en el programa para obtener la regularidad

habiendo adquirido la condición de regular, se les venció el período de regularidad que indica el Artículo 24°.

- Cualquier alumno podrá rendir examen final en calidad de libre siempre que: Cumpla con las normativas vigentes respecto

al plan de correlatividades. Haya registrado inscripción anual en la carrera.

El curso no se encuentre encuadrado en aquellos que cada Facultad determine por resolución, que no admite estudiantes libres.

Se establece para la Universidad Nacional de San Luis el siguiente Régimen de Aprobación: Régimen de Aprobación por Examen Final y Régimen de Promoción sin Examen Final. La modalidad de promoción para los estudiantes, deberá ajustarse a los contenidos y metodologías con que se dicta el curso, y a las condiciones necesarias para su desarrollo.

## IX - Bibliografía Básica

- [1] -FRANCO, G. (2008): Cómo escribir para la Web. Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción 'online'. Knight Center for Journalist. University of Texas. Austin (EE.UU), [en línea] url: [http://knightcenter.utexas.edu/Como\\_escribir\\_para\\_la\\_WEB.pdf](http://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf).
- [2] -GIFREU, A. (2011).El nuevo discurso de la no ficción interactiva y su aplicación para los dispositivos móviles. El caso del documental multimedia interactivo, en Revista Geminis N°1 (2), Mobilidade: tendências e desafios na era digital. Universidade Federal de São Carlos, São Paulo, [en línea] url: <http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/50>.
- [3] -Amado Suárez, Adriana (2007) Periodismo de calidad. Debates y desafíos. La crujía, FOPEA, Buenos Aires, Argentina.
- [4] -Jenkins, Henry, Ford, Sam y Green, Joshua (2015) Cultura transmedia. España, Gedisa. .
- [5] -Izuzquiza, Francisco (2019) El gran cuaderno del podcasting. España, Ed. Kailas. -Scolari, Carlos (2013) Narrativas transmedia. España: Deusto. -Scolari, Carlos (2008) Hipermidiaciones. España: Gedisa.
- [6] -Cebrián Herreros, Mariano (1994) "Información Radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación". Capítulo 14: "Montaje Radiofónica de la información ".
- [7] -IRIGARAY, F. (2013).Narrativas hipermedias en el webperiodismo. DocuMedia: punto de encuentro entre el documentalismo social, el periodismo de investigación y la narrativa digital interactiva, en IRIGARAY, F., CEBALLOS, D. y MANNA, M. (eds.) (2013): Webperiodismo en un ecosistema líquido. 1a ed. – Rosario. Laborde Libros Editor, [en línea] url: <http://hdl.handle.net/2133/2315>.

## X - Bibliografía Complementaria

- [1] -Caminos, Alfredo (2021) Mucho más que un guión. Serialidad televisiva y adaptación cinematográfica. Editorial Brujas.
- [2] -Scolari, Carlos (2015) Ecología de los medios. España: Gedisa. -Billorou, Oscar (1992). Las Comunicaciones de Marketing: Publicidad, Promoción, Merchandising, Relaciones Públicas y Difusión Periodística.
- [3] -Belch & Belch (2004). Publicidad y Promoción. Perspectiva de la Comunicación de marketing integral. Sexta edición. México. Mc Graw Hill.
- [4] -¿Qué es la televisión? Bethencourt, Tomás. Primera edición, año 1991. Editorial Granada E y D S.A.
- [5] -El guión. Robert Mc Kee. Editorial Ariel. Primera Edición, 2002. Barcelona, España.
- [6] -Comparato, Doc. De la creación al guión. Instituto Oficial de Radio Televisión Española. Barcelona, España. Primera Edición: 1988. Segunda Edición: 1992, 1993.
- [7] -IRIGARAY, F. (2016): DocuMedia: Documentales multimedia interactivos en la periferia. El caso Calles Perdidas. En L. Luchessi, & L. Videla (comps.), Desafíos del periodismo en la sociedad del conocimiento (págs. 65-78). Viedma: Editorial UNRN.
- [8] -MANOVICH, L. (2007): El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital. Ed. Paidós. Barcelona.
- [9] - GIFREU, A. (febrero 2013). El documental interactivo: estado de desarrollo actual, en Revista Obra Digital Vol. 4, N° 1. Universitat de Vic. Vic, [en línea] url: <http://revistesdigitals.uvic.cat/index.php/obradigital/article/view/3>.
- [10] -LOVATO. A. (2013).Cómo hicimos DocuMedia Calles Perdidas, documental multimedia interactivo, en Pampa y la vía. Rosario, [en línea] url: <http://desdepampaylavia.blogspot.com.ar/2013/06/como-hicimos-documedia-calles-perdidas.html>.

## XI - Resumen de Objetivos

Generar Visión Crítica. Análisis específico de contenidos y escritura transmedia. Diseñar Creativamente. Generar formatos colaborativos transmediales

## **XII - Resumen del Programa**

Introducción a la comunicación transmedia. Características y modelos de la comunicación digital interactiva. La producción de contenidos en un contexto convergente. Modelos disruptivos de producción y consumo. Productos y plataformas. Contar una historia en múltiples plataformas. Mundos e interfaces. Lenguajes convergentes. El guión transmedia. Características del documental web. Diseño y recorridos posibles.

## **XIII - Imprevistos**

--

## **XIV - Otros**

--

<b>ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA</b>	
	<b>Profesor Responsable</b>
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	