



Departamento de Ciencias Sociales
Programa Regular – Curso Presencial

Carrera:	Licenciatura en Comunicación Social
Año:	2019
Curso:	Seminario y Taller de Nuevas Pantallas
Profesor:	Leonardo Murolo
Carga horaria semanal:	4 horas áulicas y 1 hora extra áulica
Horas de consulta extra clase:	Lunes de 17 a 18.
Créditos:	10 (diez)
Núcleo al que pertenece:	Orientada para Producción Periodística
Tipo de Asignatura:	Teórico-Práctica
Presentación y Objetivos:	

Presentación

La apropiación social de 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. De este modo, con una computadora y demás dispositivos como cámaras domésticas, teléfonos móviles, entre otros, los usuarios pueden convertirse en audiencias activas, sujetos comunicacionales que la literatura especializada denominaron prosumidores, consumidores de lenguajes mediáticos que a la vez los produce.

A principios de los años 90 se creó la World Wide Web (WWW) y con ello la posibilidad de conectar al mundo mediante un nuevo medio de comunicación. Esta posibilidad dinamizó el acceso a la cantidad de información y a las posibilidades de comunicación al incrementar el acervo de información disponible y reducir las barreras del espacio y del tiempo. En este escenario multimedia, toma protagonismo el lenguaje audiovisual como conductor de significados a nivel global.

En relación con la posibilidad de Internet, la telefonía móvil y los videojuegos, la industria cultural desarrolla tecnologías que permiten la visualización del lenguaje audiovisual de manera más difundida. Todos estos dispositivos son protagonizados por pantallas.

La proliferación de las computadoras en actividades ligadas a los ámbitos educativos y laborales también contrajo la alfabetización en el uso de diversos programas de reproducción, producción y edición de videos. De allí que no se torne una actividad lejana y compleja poder realizar contenidos propios.

En 2004 nació Facebook, en 2005 YouTube, en 2007 Twitter y en 2010 Instagram. Plataformas que mediante un nombre de usuario y contraseña, permiten publicar videos domésticos, fotografías, textos para que puedan ser vistos por el público 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.

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 digitales. En primera instancia propone una unidad teórica que propone debates asentada en autores clásicos alrededor de conceptos de base como tecnología, sociedad de la información, brecha digital, nativos digitales, prosumidor. Para pasar luego a leer las pantallas desde una perspectiva culturalista no determinista que ponga el foco en los usos y apropiaciones.

Se propone entonces el recorrido por el estudio de las siguientes nuevas pantallas: “la nueva-vieja pantalla” (TV Digital); “la pantalla pirata” (TV y cine en Internet); “la pantalla amateur” (espacios que alojan videos de usuarios de Internet); “las series web” (formatos creados específicamente para circulación por internet); “la pantalla móvil” (formatos para la telefonía móvil); “la pantalla lúdica” (cruce entre videojuegos y formatos audiovisuales).

Objetivos

- Reflexionar sobre los nuevos medios, usos y prácticas alrededor de las tecnologías de la comunicación contemporáneas.
- Comprender los desarrollos de las tecnologías de la comunicación en relación con la industria cultural y la educación.
- Desarrollar capacidades para la planificación de estrategias de intervención comunicacional en nuevas pantallas.
- Articular conocimientos para el análisis narrativo audiovisual para diferentes pantallas/soportres.
- Desarrollar y potenciar conocimientos, habilidades y creatividad para la realización de contenidos audiovisuales para nuevas pantallas.

Contenidos mínimos:

Las pantallas. ¿Qué son las Nuevas Pantallas? Nativos digitales y Brecha digital. Prosumidores, lectura lineal, lectura hipervincular y uso de los nuevos medios. Internet como medio esencial para las nuevas pantallas. La aparición de sitios de reproducción y descarga. Telefonía móvil y videojuegos. Hardwares y softwares de bolsillo. La aparición de las cámaras digitales, netbooks, teléfonos móviles, videojuegos y GPS. Lenguaje audiovisual para las nuevas pantallas. Plan de estudios 2013: Resolución CS 534/13.

Contenidos Temáticos o Unidades:

UNIDAD 1. *Conceptos principales. Debates clásicos en torno a las tecnologías.* 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. El “nuevo sensorium” en el pensamiento de Walter Benjamin. Las nuevas pantallas como tecnologías de la comunicación contemporáneas. Sociedad de la información y del conocimiento. Nativos digitales, brecha digital y el rol del Estado. Nuevas pantallas, comunicación y educación. Modelos 1 a 1 en las escuelas. Los casos *One Laptop Per Child*, *Plan Ceibal* y *Conectar Igualdad*. Prosumidores y usos de los nuevos medios.

UNIDAD 2. *Las Pantallas.* La televisión digital como Vieja-Nueva pantalla. Normas de TV Digital en el mundo. El ISeg: televisión digital para el teléfono móvil. El caso argentino. Surgimiento de la World Wide Web. La Pantalla Pirata: la aparición de sitios de reproducción, descarga y apropiación de material de la industria cultural protegido

por derechos de autor. Los casos argentinos: Cuevana y Taringa. El triunfo de modelos de negocios: los casos de Netflix y Spotify.

UNIDAD 3. Lenguaje audiovisual para las NP. Diferencias narrativas del lenguaje audiovisual en cine, televisión y nuevas pantallas. Los cambios conceptuales del video bajo demanda y los nuevos consumos: televisión, grilla, rating, zapping, maratón, spoiler, filtrado. 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. Canon vs. fandom. La Pantalla Ficcional: las series web. Casos argentinos: los comienzos, FWTV, UN3, CINE.AR PLAY. Festivales y concursos para fomento de ficción en Internet. Las narrativas transmedia: concepto y ejemplos.

UNIDAD 4. Telefonía móvil, redes sociales virtuales y videojuegos. La Pantalla Móvil: usos y narrativas de la telefonía móvil. El uso del celular como dispositivo para controlar la incertidumbre, usos de vigilancia y control. La Pantalla Social: la aparición de redes sociales virtuales. Facebook, Twitter, Instagram y sus aplicabilidades. Los formatos para las redes sociales virtuales: posteo, emoticones, kinésica, memes, video breve, hashtag. Ciberactivismo, periodismo, fake news y posverdad. Una vuelta a la fotografía: de los orígenes a la selfie como narrativa de las redes sociales virtuales. La Pantalla Lúdica: generaciones de videojuegos y usos sociales. La estética de videoclip y la estética de videojuego. Las correspondencias entre los videojuegos y el audiovisual.

Bibliografía Obligatoria:

UNIDAD 1

- Benjamin, Walter (1936) “La obra de arte en la época de su reproductividad técnica”, en *Conceptos de Filosofía de la Historia*. La Plata: Terramar.
- García, Felipe; Portillo, Javier; Romo, Jesús; Benito, Manuel (¿?) *Nativos digitales y modelos de aprendizaje*. Universidad de País VASCO / Eukasal Herriki Unibertsitatea (UPV/EHU). Disponible en línea: <http://ftp.informatik.rwth-aachen.de/Publications/CEUR-WS/Vol-318/Garcia.pdf>
- Jenkins, Henry (2008) “Introducción: Adoración en el altar de la convergencia: un nuevo paradigma para comprender el cambio mediático”. En *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- 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.
- Rodríguez Gallardo, Adolfo (2006) *La brecha digital y sus determinantes*. México: UNAM – Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas.
- Silverstone, Roger; Hirsch, Eric y Morley, David (1996) “Tecnologías de la información y de la comunicación y la economía moral de la familia”. En Silverstone, Roger y Hirsch, Eric (Eds.) *Los efectos de la nueva comunicación. El consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia*. Barcelona: Bosch. Pp.45.
- Williams, Raymond (2011) (1973) “La tecnología y la sociedad”. En *Televisión. Tecnología y forma cultural*. Buenos Aires: Paidós.

UNIDAD 2

- Alfonso, Alfredo (2014) “Televisión Digital Abierta en Argentina en debate”. En

Nicolosi, Alejandra Pía (compiladora), *La televisión en la década kirchnerista. Democracia audiovisual y batalla cultural*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

- Del Pino, Cristina y Aguad, Elsa (2012) “Redes sociales, social media, distribución y televisión: el nuevo usuario/espectador y los vientos de cambio. En León, Bienvenido (coordinador), *La televisión ante el desafío de Internet*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- 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.
- Material didáctico sobre los sitios Cuevana y Taringa. Dictámenes judiciales y notas periodísticas.
- Rincón, Omar (2006) “Narrativas televisivas”. En *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa Editorial.

UNIDAD 3

- De Cicco, Juan “YouTube: el archivo audiovisual de la memoria colectiva”. Universidad de Palermo. Disponible en: <http://www.palermo.edu/ingenieria/downloads/pdfwebc&T8/8CyT06.pdf>
- Jenkins, Henry (2010) “Capas de significado. Los vídeos musicales de los fans y La poética de la piratería”. En *Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión*. Madrid: Paidós Comunicación.
- Moreno Acosta, Adriana Marcela (2010) “De la habitación al estrellato, celebridades youtuberas: Gary Blosma & Numa Numa”. En *Memorias de las XIV Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*. Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en: http://www.redcomunicacion.org/memorias/pdf/2010momoreno_adriana.pdf
- Navarro Güerre, Héctor (2010) *Hibridación de contenidos y pantallas. Tendencias del consumo de contenidos audiovisuales e interactivos en España en el marco de la convergencia digital*. Disponible en: <http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos>
- Varela, Mirta (2014) “Él miraba televisión, you tube. La dinámica del cambio en los medios”. En Carlón Mario y Scolari, Carlos A. (eds.) (2014) *El fin de los medios masivos*. Buenos Aires: La Crujía.

Videografía

Series Web

- *CINE.AR PLAY* <https://play.cine.ar>
- *FWTV*: <https://www.fwTV.tv>
- *UN3*: <http://un3.tv>

UNIDAD 4

- Ciuffoli, Clara y Lçopez, Guadalupe (2010) “Facebook como paradigma de la alfabetización digital en tiempos de barbarie cultural”. En Piscitelli, Alejandro; Adaime, Iván y Binder, Inés (compiladores) *El Proyecto Facebook y la Posuniversidad*. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje. Madrid: Ariel y Fundación Telefónica.
- De Olivera, Michel (2014) “A dicotomia fotográfica: imagens para lembrar; imagens para esquecer”. En *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu, PR – 2 a 5/9/2014*. Disponible en:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-0563-2.pdf>

- Ferraris, Sabrina (2008) “Comunidades virtuales lúdicas: jóvenes y videojuegos”. En Urresti, Marcelo (editor) *Ciberculturas juveniles*. Buenos Aires: La Crujía.
- Garmendia, Maialen y Karrera, Iñaki (2018) “Sexting: qué sabemos y qué nos queda por aprender”. En *Entre selfies y whatsapps. Oportunidades y riesgos para la infancia y la adolescencia conectada*. Barcelona: Gedisa.
- Jenkins, Henry (2009) “La guerra entre efectos y significados. Replanteamientos del debate sobre la violencia en los videojuegos”. En *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Rincón, Omar (2010) “El mejor medio de comunicación”. En *Página/12*. 28 de julio de 2010. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-150246-2010-07-28.html>
- SIBILIA, Paula (2008) *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- 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.
- Winocur, Rosalía (2008) “El móvil, artefacto ritual para controlar la incertidumbre”. En *Alambre*, N° 1, marzo. <http://www.revistaalambre.com/Articulos/ArticuloMuestra.asp?Id=15>

Bibliografía de consulta:

- Alfonso, Alfredo (2003) “La sociedad de la información: genealogía y presente. Conflictos y armonías suscitados por un imperativo central”. En Saintout, Florencia, *Abrir la comunicación*. La Plata: Ediciones de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.
- Castells, Manuel (1996) *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Dornateche Ruiz, Jon (2007) “Definición y Naturaleza del trailer cinematográfico”. En *Pensar la Publicidad*, vol. I, n° 2, 99-116, ISSN: 1887-8598.
- Dornateche Ruiz, Jon (2009) “El Jon trailer cinematográfico: historia de un género publicitario en EE. UU.”. En *Pensar la Publicidad*, vol. III, n° 1, 163-180, ISSN: 1887-8598, pags. 163-179.
- Doueihí, Milad (2010) *La gran conversión digital*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Esnaola Horacek, Graciela Alicia (2003) “Aprender a leer el mundo del siglo XXI a través de los videojuegos”. En *Etic@.net*, Número 1, Julio de 2003. Granada, España.
- Finquelievich, Susana y Alejandro Prince (2007): *El (involuntario) rol social de los cibercafés*. Disponible online en <http://www.oci.es/tic/rolcibercafes.pdf>
- Gil Pons, Eva (¿?) “La narrativa del tráiler cinematográfico”. Disponible en <http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/La%20narrativa%20del%20Trailer%20cinematogr%C3%A1fico.pdf>
- Gértrudix Barrio, Felipe; Durán Medina, José Francisco; Gramonal Arroyo, Roberto; Gálvez de la Cuesta, M^a del Carmen y García García, Francisco () “Una taxonomía del término “nativo digital”. Nuevas formas de relación y de comunicación”. Disponible en línea:



<http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos>

- Guarinos, Virginia y Lozano, Javier (2011) “Consideraciones narrativas sobre el falso trailer. El relato del relato que nunca existió. En *Razón y Palabra*, Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. Disponible en: www.razonypalabra.org.mx
- Islas, Octavio (2008) “El Prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad”. En *Palabra – Clave*, junio, año/vol. 11, número 001. Universidad de La Sabana, Bogotá, Colombia. Pp. 29 – 39.
- Jenkins, Henry (2008) “Photoshop para la democracia: La nueva relación entre política y cultura popular”. En *Convergence cultura. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Morduchowicz, Roxana (2008) *La Generación Multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires: Paidós.
- Morduchowicz, Roxana (2009) *Los jóvenes y las pantallas: nuevas formas de sociabilidad*. Barcelona: Gedisa.
- Moreno, Pedro Manuel (2003) “El videojuego: lecciones de la primera cultura multimedia”. En Bustamante, Enrique (coord.) *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. 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. (2010) “Post-zapping: transmite tú mismo. YouTube como la televisión posmoderna”. En *Razón y Palabra, Primera Revista Latinoamericana Especializada en Comunicación, “Estudios cinematográficos: revisiones teóricas y análisis”*, Número 71, México, ISSN: 1605-4806. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx>
- Murolo, Norberto Leonardo. (2011) “Pantallas, pantallas y más pantallas. Desasosiego en la cultura de la imagen”. En *Revista TELOS*. Número 86, Enero-Marzo. Fundación Telefónica. ISSN: 0213-084X, págs. 37-44. España. Disponible en http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/REVISTA/Perspectivas_86TELOS_PERSPECT_2/seccion=1236&idioma=es_ES&id=2011012709040001&activo=7.do
- Murolo, Norberto Leonardo. (2012) “Nuevas Pantallas: Un Desarrollo Conceptual”. En *Razón y Palabra. Primera Revista Digital en Iberoamérica Especializada en Comunicología, México*, ISSN: 1605-4806. Disponible en: www.razonypalabra.org
- Murolo, Norberto Leonardo y Lacorte, Natalia (2015) “De los bloopers a los youtubers. Diez años de Youtube en la cultura digital”. En *Question*, [S.l.], v. 1, n. 45, p. 15-29, mar. 2015. ISSN 1669-6581. Disponible en: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2407>
- Murolo, Norberto Leonardo (2015) “Escuchando música en el transporte público. Sobre usos de la telefonía móvil por parte de jóvenes”. En *Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. 38, n 2, 2015. Disponible en: <http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/2282>
- Murolo, Norberto Leonardo (Septiembre de 2015). “Del mito del Narciso a la selfie: una arqueología de los cuerpos codificados”. En *Palabra Clave*, 18(3), 676-700. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.3.3. Colombia: Universidad de La Sabana.



eISSN: 2027-534X - ISSN: 0122-8285. Disponible en:
<http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/4938>

- Negroponte, Nicholas (1995) *Being digital*. Barcelona: Ediciones B, S. A.
- Piscitelli, Alejandro; Adaime, Iván y Binder, Inés (compiladores) *El Proyecto Facebook y la Posuniversidad*. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje. Madrid: Ariel y Fundación Telefónica.
- Piscitelli, Alejandro (2009) *Nativos Digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*. Buenos Aires. Santillana.
- 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
- 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.
- 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 (x) "La computadora e Internet como estrategia de inclusión social en el imaginario de los pobres". En http://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_06/n6_art_winocur_rosalia.htm

Modalidad de dictado:

El "Seminario y Taller de Nuevas Pantallas" propone trabajar a partir de una modalidad teórico-práctica. Se expondrá y analizará bibliografía de contenido teórico acerca de las nuevas pantallas. Se prepararán por parte de los estudiantes presentaciones grupales de los textos propuestos, incentivando la investigación y la búsqueda de información. Se analizarán producciones audiovisuales destinadas a nuevas pantallas y se producirán contenidos audiovisuales para internet. Estos trabajos prácticos serán tanto de modo individual como grupal.

Actividades extra-áulicas obligatorias:

Evaluación:

Se tendrá en cuenta en el momento de la evaluación: la entrega de los trabajos prácticos en tiempo y forma, la participación crítica en el momento de análisis de las producciones propuestas en clase, las propias y la de los compañeros. Cumplimiento del 75% de asistencia a los encuentros. Los trabajos prácticos constan de dos producciones audiovisuales grupales: un tráiler falso y una serie web. El trabajo final será en formato de ensayo escrito sobre alguna de las temáticas tratadas en el transcurso de la materia.

N. L. M. R. O. B.
ANI 23018561