

# TALLER DE PRODUCCIÓN Y NARRATIVA TRANSMEDIA 1

**Carga horaria total:** 96h

Cada semana los y las estudiantes cursan 4 horas presenciales y 2 horas virtuales asincrónicas en el campus.

**Período:** 1er cuatrimestre

**Días y horarios de cursada:**

Martes de 18 a 20hs presencial

Jueves 18 a 20hs asincrónica en el campus

**Carreras para las que se dicta la unidad curricular:**

Tecnicatura en Comunicación Digital

**Integrantes del equipo docente:**

Emilce Martín  
Emiliano Esmoris  
Gonzalo Sierra  
Soledad Viladrich

**1-Ubicación de la materia en el programa:** *Taller de Producción y Narrativa Transmedia I* se ubica en el primer cuatrimestre de la Tecnicatura en Comunicación Digital. Funciona como una de las materias introductorias al campo de la producción y estructuración de narrativas en entornos digitales. Al encontrarse en el inicio del recorrido académico, no requiere conocimientos previos específicos, sino que busca brindar a los estudiantes herramientas fundamentales para comprender y desarrollar relatos que se desplieguen en múltiples plataformas de manera articulada. En este sentido los estudiantes cuentan con sus propias experiencias como consumidores de narrativas transmedia como conocimiento previo sobre el tema.

Esta materia dialoga estrechamente con otras unidades curriculares del primer año, como introducción a la comunicación digital, introducción a la cultura digital y Taller de lectura y escritura donde trabajarán herramientas específicas de narrativas. Su integración con estas asignaturas permite a los y las estudiantes abordar la construcción de relatos desde una perspectiva interdisciplinaria, entendiendo el rol de las audiencias, la interactividad y la convergencia de medios en los ecosistemas digitales contemporáneos.

Además, *Taller de Producción y Narrativa Transmedia I* se relaciona con campos de formación profesional más amplios, dado que el desarrollo de narrativas transmedia es una competencia clave en diversas áreas de la comunicación, el marketing, la producción de contenidos y el diseño de experiencias interactivas. Su presencia en el plan de estudios contribuye a la formación de profesionales capaces de crear y gestionar historias en entornos físicos y digitales de manera estratégica.

El propósito de su inclusión en el primer cuatrimestre es proporcionar a los y las estudiantes una base conceptual y práctica que les permita comprender desde el inicio de la carrera la importancia de las narrativas digitales y su impacto en los distintos ámbitos de la comunicación digital contemporánea. La materia promueve la integración interdisciplinaria, el enfoque práctico-profesional y el compromiso con problemáticas sociales, culturales y productivas.

**2-Fundamentos epistemológicos de la asignatura:** El *Taller de Narrativa Transmedia I* parte de **una concepción de la comunicación digital como una práctica social que construye sentidos colectivos y potencia el encuentro entre personas y comunidades.** Desde esta mirada, la comunicación no es solo una herramienta técnica, sino un espacio donde se generan vínculos, se gestionan interacciones y se construyen realidades compartidas.

En este contexto, la materia se entiende como una estrategia clave para amplificar voces, fortalecer identidades culturales y promover la participación en diferentes ámbitos, desde lo social y lo educativo hasta lo productivo. Los relatos digitales no solo entretienen o informan, sino que pueden ser vehículos para visibilizar

problemáticas, construir comunidad y generar impacto en el territorio.

La propuesta formativa del taller busca que los y las estudiantes comprendan el papel de la comunicación en la gestión de acuerdos y la construcción de lo común, promoviendo la colaboración y el pensamiento en red. A través del trabajo práctico y reflexivo, se fomenta la creación de estrategias comunicacionales que integren múltiples plataformas, tanto digitales como analógicas, siempre desde una perspectiva ética y responsable.

El taller asume que los relatos digitales no son meros productos técnicos, sino espacios de negociación simbólica donde se activan interacciones, se cuestionan hegemonías y se reconfiguran sentidos en red. Esta mirada se alinea con la idea de que la tecnología no es neutral: su uso está mediado por contextos políticos, culturales y éticos que demandan una reflexión crítica sobre su impacto en la vida cotidiana.

Finalmente, la propuesta se articula con un enfoque práctico, cuyo saber se genera mediante la experimentación reflexiva y el compromiso con lo real. Al simular dinámicas profesionales —como la elaboración de campañas transmedia para casos concretos—, se fomenta un aprendizaje situado que vincula teoría y praxis.

**3-Propósitos de enseñanza:** El *Taller de Producción y Narrativa Transmedia I* se fundamenta en una propuesta pedagógica que prioriza el aprendizaje experiencial, la reflexión crítica y la producción colaborativa de narrativas transmedia en entornos digitales. Su objetivo principal es que los y las estudiantes reconozcan, construyan y planifiquen estrategias narrativas transmedia, comprendiendo sus dinámicas, su impacto en las audiencias y su potencial en diversos ámbitos profesionales.

Para ello, se fomentará una dinámica de trabajo en taller, en la que los y las estudiantes experimenten de manera activa los procesos de creación de contenido, desde la conceptualización hasta la producción y difusión en entornos multiplataforma. Este enfoque propicia un aprendizaje situado y colectivo, donde la organización en equipos de trabajo colaborativos permitirá que los participantes asuman distintos roles en la generación de contenidos digitales, desarrollando así habilidades de gestión, planificación y producción de proyectos transmedia.

En este marco, se busca que los y las estudiantes desarrollen confianza en el trabajo en grupo y en el seno de la comisión, promoviendo la valoración de la diversidad de opiniones, la escucha activa y la co-construcción del conocimiento. Se estimulará el desarrollo de la creatividad, incentivando a los estudiantes a conectar con sus propias representaciones, discursos e imaginarios, y a transformarlos en propuestas narrativas significativas.

Asimismo, la enseñanza de la materia se orientará a la comprensión de la vida de los

contenidos en entornos transmedia, lo que implica el análisis de su circulación, apropiación y expansión por parte de las audiencias/usuarios/prosumidores. Se espera que los y las estudiantes comprendan el papel de los públicos en la configuración de las narrativas transmedia, y que sean capaces de planificar estrategias que integren sus intervenciones en el proceso de construcción del relato.

Para inspirar la producción de nuevas historias, se compartirán casos reales y actuales de narrativas transmedia, analizando su impacto y estructura a partir de referentes teóricos como Henry Jenkins, Carlos Scolari y Manuel Castells, entre otros. La aproximación a estos casos se complementará con debates guiados y ejercicios de aplicación que permitan a los estudiantes diseñar sus propias estrategias transmedia.

En consonancia con las exigencias del campo profesional, se acompañará el desarrollo y la adquisición de competencias digitales necesarias para la producción de narrativas transmedia, incluyendo el uso de software especializado, herramientas de gestión de contenido y plataformas de colaboración. En este sentido, las clases presenciales y virtuales se articulará de manera complementaria, promoviendo espacios de interacción que potencien tanto el trabajo en el aula como la actividad autónoma y en línea. Se procurará que las clases interpelen a los y las estudiantes a partir de sus intereses personales, al tiempo que favorezcan la construcción de intereses colectivos dentro del grupo.

Desde una perspectiva metodológica, se promoverán estrategias que favorezcan la participación activa, el trabajo en red y la distribución equitativa de roles, priorizando el uso de herramientas accesibles y de bajo costo para garantizar la equidad en el acceso a los recursos digitales. La enseñanza de la materia también se vinculará con problemáticas reales del campo profesional, estableciendo conexiones con actores externos —como comunicadores, diseñadores y representantes de organismos públicos o privados— a través de charlas, visitas y la presentación de casos concretos que permitan aplicar los conocimientos adquiridos en situaciones auténticas.

En este contexto, se estimulará el desarrollo de habilidades de gestión de proyectos y comunicación efectiva, promoviendo la planificación de tareas, la elaboración de briefs creativos y la simulación de entregas profesionales. Se implementarán instancias de autoevaluación y coevaluación para mejorar los procesos de producción, asegurando la construcción de conocimiento de manera colectiva y reflexiva.

Además, se fomentará una ética de la comunicación responsable y comprometida, analizando críticamente el impacto de la tecnología en la sociedad, los riesgos de la desinformación y la manipulación discursiva, así como la importancia de producir contenidos que promuevan la diversidad cultural y la sostenibilidad. En este sentido, se incorporarán debates éticos en las clases y se priorizan proyectos que aborden

problemáticas sociales, culturales, sanitarias, productivas.

Por último, el taller buscará construir una experiencia formativa común basada en la colaboración y la innovación, generando espacios de intercambio entre comisiones, promoviendo la visibilización de los trabajos estudiantiles y fomentando la participación en eventos académicos y comunitarios. De esta manera, se espera generar un sentido de pertenencia al taller como un espacio de creación colectiva, en el que los y las estudiantes puedan desarrollar competencias, consolidar su identidad profesional y fortalecer su capacidad de intervención en el ecosistema comunicacional contemporáneo.

#### **4-Objetivos de aprendizaje:**

Se espera que, a lo largo de la cursada, los y las estudiantes:

1. Comprendan el concepto de narrativas transmedia y su impacto en la comunicación contemporánea.
2. Reflexionen sobre el papel de las audiencias y la interacción en las narrativas transmedia y desarrollen propuestas de interpelación e involucramiento.
3. Reflexionen críticamente sobre el impacto social y ético de las narrativas transmedia.
4. Desarrollen habilidades prácticas en la producción y desarrollo de contenidos transmedia.
5. Incorporen habilidades de la cultura digital.
6. Vivencien el trabajo en equipo y funciones de una productora de contenidos, distribuyendo roles, habilidades y responsabilidades de manera equitativa.
7. Aprendan a trabajar con casos reales, a interpretar y elaborar un brief con demandas de clientes y desarrollar una estrategia transmedia a medida de un desafío concreto.
8. Aprendan a presentar y defender proyectos de manera clara y persuasiva, simulando entregas profesionales.
9. Construyan el espacio del aula como un lugar para ejercitar libremente la creatividad, compartir ideas, aprender de otros y otras, diseñar y potenciar proyectos comunes.

## 5-Contenidos y bibliografía:

### Unidad I: Introducción a las Narrativas Transmedia

Definición, características y elementos clave de las narrativas transmedia. Expansión de historias a través de múltiples plataformas. Breve historización: multimedia, cross-media, transmedia. Revisión de principios y dimensiones. Hipertextualidad, multimedialidad, interactividad. La convergencia de medios y su impacto en la comunicación digital. Aplicaciones en ficción, documentales y contenido interactivo. Usos, consumos y participación activa de las audiencias.

Bibliografía obligatoria:

Conferencia Magistral: Narrativas Transmedia. Carlos Alberto Scolari

<https://www.youtube.com/watch?v=wzTIGFcbGnI>

DarioSztajnsrajber (2015): "Mediamorfosis transmedia"

[Darío Sztajnszrajber - Mediamorfosis Transmedia 2015 - Español](#)

Scolari, C (2012): "Ecología de las interfaces"

Capítulo 1: "Las interfaces y los dispositivos"

Capítulo 3: "Ecología de los medios y la narrativa transmedia"

### Unidad II: Creación y Experimentación en Narrativa Transmedia

Producción y edición de narrativas en entornos digitales. Adaptación de historias a diferentes plataformas y formatos. Herramientas digitales para la creación de contenido interactivo. Trabajo en equipo y roles en proyectos colaborativos. Experimentación con plataformas visuales, sonoras y textuales. Diseño de experiencias inmersivas y dinámicas de participación. Entrevistas e investigación La audiencia como protagonista: participación, interacción y co-creación.

Bibliografía obligatoria:

Scolari, C. (2017). *Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Involved Audiences*

Capítulo 5: "Producción transmedia y las audiencias activas"

### Unidad III: Diseño y Presentación de Proyectos Transmedia

Diseño y planificación de un proyecto transmedia breve. Definición de la narrativa central y expansión a través de múltiples plataformas. Estrategias para la participación activa de la audiencia y la co-creación. Creación de prototipos interactivos y multimedia. Presentación y retroalimentación de los proyectos. Documentación del proceso de creación y justificación de las elecciones de plataformas y formatos.

Bibliografía Obligatoria:

Cuadernillos y tutoriales preparados por los docentes de la materia.

## 6-Exploratorio IA:

La implementación de la inteligencia artificial (IA) dentro de la materia Transmedia busca enriquecer, no solo la experiencia de aprendizaje de los estudiantes mediante la incorporación de herramientas y métodos innovadores, sino también la posibilidad de maquetar, experimentar y procesar información aprovechando las capacidades que ofrece actualmente la IA.

El principal objetivo es que los estudiantes se familiaricen con los principios de la IA y apliquen estos conocimientos en un entorno colaborativo, simulando el funcionamiento de una productora de contenidos.

Los estudiantes asumirán roles específicos, como productor, guionista, diseñador y analista de datos, permitiéndoles abordar proyectos desde diversas perspectivas. A través de actividades prácticas y exploratorias, irán conociendo cómo se utiliza la IA para la creación y personalización de contenidos en plataformas digitales, así como su impacto en la narración y el consumo cultural.

Mediante la investigación, la creación colectiva y el uso de herramientas automatizadas, los estudiantes desarrollarán proyectos transmedia que integren la IA en cada etapa de producción. Esta metodología no solo fomenta el aprendizaje activo y colaborativo, sino que también prepara a los estudiantes para enfrentar los desafíos y oportunidades que la IA presenta en la industria de los medios.

- **Algoritmos y recomendaciones:** El objetivo es poder debatir sobre la construcción de burbujas de información, y el comportamiento de las plataformas a partir de la data extraída de los usuarios. Como es importante poder recurrir a distintas fuentes para generar diversidad y poder salir del propio punto de vista.
- **Generación de Contenido:** Experimentar con la creación automatizada de contenido y discutir su calidad y utilidad. Experimentar distintos formatos de creación, Audio, Texto, Imagen y Video.
- **Role Play en Producción:** Los estudiantes asumen diferentes roles en un equipo de producción (guionista, productor, diseñador, etc.) y deben utilizar herramientas específicas de IA para cumplir con sus responsabilidades en un proyecto corto. El objetivo es poder fomentar la colaboración y la integración de

IA en diversas funciones del proceso creativo.

- **Ética y IA:** Investigar y discutir los desafíos éticos asociados con el uso de IA en la creación de contenidos, como la propiedad intelectual y el sesgo en los algoritmos. Derechos de autor y generación de contenidos.
- **IA como herramienta:** Beneficios de la IA, para generar estrategias de contenido, planificación, ordenar procesos, asistente de guión, corregir y mejorar textos. El objetivo principal es poder reconocer la IA como una herramienta que necesita tener un input de contenido y la generación de promteo.

## 7-Propuesta metodológica:

La materia se estructura en un formato teórico-práctico, donde los y las estudiantes no solo adquieren conocimientos sobre las narrativas transmedia, sino que los aplican directamente en proyectos reales. A lo largo de las clases, los y las estudiantes trabajarán en equipos, simulando una productora de contenidos, para desarrollar un proyecto transmedia integral utilizando múltiples plataformas y formatos narrativos, lo que les permitirá estar preparados para el campo profesional.

Cada clase comienza con estímulos disparadores que promueven la reflexión y el análisis sobre ejemplos de narrativas transmedia reales. A partir de estos ejemplos, los y las estudiantes construyen su comprensión de los elementos clave de las narrativas transmedia, como las estrategias de comunicación, la integración de diferentes formatos y plataformas, y el uso de tecnologías emergentes. Estos conceptos se profundizan a través de actividades prácticas, como la creación de guiones, diseño de piezas interactivas y el uso de herramientas digitales para la producción de contenido.

En las primeras clases, los y las estudiantes investigarán diferentes narrativas transmedia a través de redes y formatos, proponiendo un caso identificado y completando un documento con las estrategias e interacciones transmedia que encuentran en su investigación.

Además, a lo largo del proceso de desarrollo del proyecto, los y las estudiantes participarán en simulaciones de entrevistas, donde aprenderán a relevar información clave sobre el desarrollo de sus piezas comunicacionales. Estas entrevistas les permitirán profundizar en el análisis de las necesidades y objetivos del proyecto, aplicando lo aprendido sobre estrategias transmedia en un contexto práctico y de la vida real.

El trabajo en equipo es fundamental en la materia, ya que los y las estudiantes asumen diferentes roles dentro de una productora de contenidos digitales. Cada grupo organiza sus tareas para cubrir diversas áreas de la producción transmedia, como la creación de piezas audiovisuales, la escritura de guiones, el diseño de experiencias interactivas y la



curaduría de contenido. Además, los y las estudiantes integrarán herramientas de inteligencia artificial en el desarrollo de los materiales, utilizando la IA de manera creativa para optimizar la producción y enriquecer la estrategia narrativa.

Otro aspecto clave del curso es la construcción de un repositorio común de ideas transmedia. Los y las estudiantes compartirán una carpeta con las presentaciones realizadas a lo largo del curso, creando un repositorio colaborativo que irá creciendo cada año.

A lo largo del curso, los y las estudiantes irán avanzando en la creación de su proyecto transmedia, recibiendo retroalimentación constante para mejorar y enriquecer sus trabajos.

La materia culmina con la entrega de un proyecto completo que incluye una serie de piezas transmedia (audiovisuales, interactivas, textuales y una pieza de audio), junto con la presentación de un pitch de su propuesta, en el que deberán exponer sus decisiones creativas y estratégicas. Este ejercicio les permitirá aplicar todo lo aprendido, presentando su proyecto de manera profesional, como si estuvieran lanzando una propuesta en el ámbito laboral.

### **8-Vinculación con el campo profesional de referencia:**

La vinculación con el campo profesional será un eje central de la propuesta, ya que buscamos que los y las estudiantes se aproximen a las realidades y desafíos del mundo laboral. La propuesta del taller se plantea como una simulación de una productora real, con el objetivo de acercar a los y las estudiantes a las dinámicas, desafíos y prácticas del campo profesional de la narrativa transmedia. Este enfoque busca que experimenten de manera práctica los procesos de creación, producción y gestión de contenidos, mientras desarrollan habilidades que serán esenciales en su futuro desempeño laboral.

Vamos a trabajar con casos reales, propuestos por los y las estudiantes y sugeridos por el equipo docente y de la tecnicatura, creados en el aula.

Los casos se alejarán de los “como si” y serán desafíos comunicacionales concretos que se investigarán, se realizará un brief, se chequeará con el cliente/contraparte la comprensión de la misión/objetivo y a partir del cual se elaborará una estrategia de narrativa transmedia como estrategia de comunicación digital para lograr algún objetivo.

Las propuestas y narrativas se revisarán en la reunión de la productora de cada cohorte así se instala una dinámica que es el círculo de reflexión y enriquecimiento mutuo de las propuestas. Uno para todos y todos para uno.

Organizaremos entrevistas con referentes de la industria, quienes compartirán sus experiencias y conocimientos con los estudiantes. Estos encuentros permitirán que los participantes escuchen de primera mano sobre las preocupaciones actuales de los profesionales, los retos que enfrentan en el día a día y las innovaciones que están transformando el campo de la narrativa transmedia. Además promoveremos la participación de los y las estudiantes en las actividades de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo REDCOM 2025.

### **9-Evaluación de los aprendizajes:**

**Condiciones de regularidad:** aprobación con 4 de los parciales o recuperatorios. Presencialidad del 75% y entrega de trabajos individuales y grupales obligatorios que serán indicados en cada clase.

**Condiciones de promoción:** se promociona con 7 o más de 7 en los parciales o sus recuperatorios y haya entregado los trabajos individuales y grupales obligatorios que serán indicados en cada clase. Solo se puede un 6 en uno de los parciales.

### **Condiciones de aprobación:**

Los y las estudiantes que obtengan entre 4 y 6 pueden dar recuperatorio.

Además necesitarán haber cumplido con las siguientes instancias:

1. Evaluación del trabajo grupal entre pares. Los y las estudiantes desarrollarán una rúbrica para autoevaluar las formas de colaboración y trabajo en grupo de la productora. De esta forma cada estudiante será evaluado por sus pares.
2. Tener evaluada la carpeta de presentación del proyecto transmedia grupal en una carpeta con visuales, textos, y estrategias. En esta carpeta los docentes evaluarán: contenido del trabajo final, estética de la presentación, pertinencia de la estrategia respecto del brief, etc. También se evaluará el pitching.
3. Se evaluará el desarrollo de una pieza sonora, presentación de investigación de proyecto y el pitching individual/grupal.
4. Se evaluará el Trabajo final grupal transmedia.

**10-Evaluación de la enseñanza:** Evaluaremos la enseñanza con una encuesta general donde se podrá opinar de contenidos, formatos, estrategias de enseñanza y sobre los y las docentes

### 11-Propuesta de extensión:

A lo largo de este documento venimos planteando la importancia de la relación con la sociedad, pensar una propuesta de extensión desde la materia nos lleva a poner esto en acto relacionando los conocimientos que las y los estudiantes adquieren en el aula a problemáticas reales de la comunidad, fortaleciendo el compromiso social de las y los futuras y futuros profesionales .

La extensión en esta materia se propone a partir de la selección de casos reales. Promoveremos el contacto con contrapartes con las que se pueda desarrollar propuestas o desafíos comunicacionales concretos que necesitarán una narrativa transmedia para reposicionarse en el entorno de la comunicación digital de la zona/provincia/el país

### 12-Propuesta de investigación:

Los y las estudiantes investigarán las narrativas transmedia en distintos ámbitos, explorando su presencia en la web, en la coyuntura actual, así como en el teatro, la literatura y otros medios. También analizarán a la contraparte o cliente para el cual desarrollarán su narrativa transmedia, indagando en sus necesidades, intereses y en el objetivo comunicacional que se busca alcanzar. Además, profundizarán en las posibilidades de financiamiento para proyectos transmedia, investigando fondos y recursos disponibles que apoyen este tipo de desarrollos.

### 13-Cronograma de trabajo:

| Sema<br>na | Fecha  |        | Presencial                                                                                                        | Virtual                                                   |
|------------|--------|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
|            | Martes | Jueves |                                                                                                                   |                                                           |
| 1          | 08/04  | 10/04  |                                                                                                                   | Presentación virtual y Padlet                             |
| 2          | 15/04  | 17/04  | Aproximación a las características transmedia, roles en producción y estructura dramática<br><br>Jueves: Virtual. | Primera entrega Individual: Ficha de narrativa transmedia |

|    |       |       |                                                                                                                                   |                                                                                                        |
|----|-------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3  | 22/04 | 24/04 | Profundización de las características transmedia, roles en producción y estructura dramática.<br><br>Caso: El pibe de los cajones | Análisis de material audiovisual                                                                       |
| 4  | 29/04 | 01/05 | Narrativas sonoras.<br>Jueves: Virtual.                                                                                           | Segunda entrega Actividad Individual: Diseño de pieza sonora                                           |
| 5  | 06/05 | 08/05 | Ética y responsabilidad                                                                                                           | Noticias falsas. Obtención de datos. Desinformación                                                    |
| 6  | 13/05 | 15/05 | Presentación de casos.<br>Indagación del caso.                                                                                    | <b>PRIMER PARCIAL:</b> entrega de guión individual + entregas de actividad 1 y 2<br><br>(primera nota) |
| 7  | 20/05 | 22/05 | Formación de equipos.<br>Definición de roles de producción. Elección de guión.                                                    | Recuperatorio<br><br>Presentación del equipo (nombre, proyecto, etc.)                                  |
| 8  | 27/05 | 29/05 | Proceso de investigación de un proyecto transmedia<br><br>Design Thinking                                                         | Diseño de propuesta en relación a la detección de necesidades.                                         |
| 9  | 03/06 | 05/06 | Brief<br><br>Diseño digital para la presentación de proyectos                                                                     | Primera entrega grupal: avance de biblia de proyecto                                                   |
| 10 | 10/06 | 12/06 | Financiamiento y gestión de proyectos. Visita.                                                                                    | Perfil de proyecto y mapeo de fondos afinesº                                                           |
| 11 | 17/06 | 19/06 | Narrativas interactivas                                                                                                           | Usabilidad y accesibilidad                                                                             |
| 12 | 24/06 | 26/06 | Evaluación y métrica, audiencias.Experiencias de usuario.                                                                         | <b>SEGUNDO PARCIAL:</b> Entrega final Grupal (Biblia completa)                                         |
| 13 | 01/07 | 03/07 | Presentación de Proyectos<br>Segunda entrega grupal: Pitching                                                                     | Recuperatorio del segundo parcial                                                                      |

|    |       |       |                                                                     |                                      |
|----|-------|-------|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| 14 | 08/07 | 10/07 | Presentación de<br>Proyectos<br>Segunda entrega grupal:<br>Pitching | Recuperatorio del segundo<br>parcial |
| 15 | 15/07 | 17/07 | Devolución y cierre                                                 | Devolución y cierre. Notas finales   |