

# Nextmedia Lab: Impacto e Influencia en la Era del Algoritmo

DIRECCIÓN ACADÉMICA:  
XIMENA DÍAZ ALARCÓN

PROGRAMA  
ABIERTO

DURACIÓN  
8 CLASES DE 3 HORAS

MODALIDAD  
PRESENCIAL

Vivimos en la era del algoritmo, donde los medios dejaron de ser lugares para mirar y se convirtieron en espacios para **participar, crear y pertenecer**. Este taller propone sumergirse en el ecosistema digital actual —redes, streaming, influencers, comunidades y nuevas economías creativas— para entender cómo se construye hoy la atención, el deseo y la relevancia cultural. A través de experiencias prácticas, análisis de casos reales y ejercicios colaborativos, los participantes explorarán cómo narrar, producir y proyectarse en un mundo donde las marcas, los creadores y las audiencias se mezclan. Es una experiencia para quienes quieren **entender la lógica del presente y diseñar el futuro de los medios digitales**.

## PLAN DE ESTUDIOS

### CLASE 1 | BIENVENIDOS AL ECOSISTEMA ALGORÍTMICO

---

#### Ejes:

- › De los medios masivos al ecosistema multiplataforma.
- › Cómo el algoritmo redefine atención, deseo y relevancia.
- › Nuevos hábitos culturales de las generaciones Z y Alpha: hiperconexión, autenticidad, *multitasking* y entretenimiento líquido.
- › *Streaming* como forma de socialización: Twitch, Spotify, Kick, YouTube Live, TikTok Live.

**Workshop:** “Mi día digital”: cada participante mapea sus consumos de contenido y reflexiona sobre sus rituales de conexión.

**Output:** mapa de pantallas y emociones digitales.

### CLASE 2 | CULTURA DEL CONTENIDO: *STORYTELLING*, FORMATOS Y ESTÉTICA VIRAL

---

#### Ejes:

- › Qué hace que un contenido funcione hoy: ritmo, estructura, autenticidad, humor, emoción.
- › Nuevas estéticas: *glitch*, *low-fi*, *coquette*, *fandom remix*, *AI aesthetics*.
- › El *storytelling* algorítmico: del guion clásico al loop infinito.
- › Formatos de pauta: *reels ads*, *shorts*, *spark ads*, *live shopping*, *branded entertainment*.

**Workshop:** análisis de campañas virales y creación de un *microstory* con estructura *hook-build-payoff*.

**Ejemplos:** Netflix x Domelipa, Spotify Wrapped, Durex x Twitch *streamers*.

### CLASE 3 | STREAMING Y ENTRETENIMIENTO EXPANDIDO

---

#### Ejes:

- › Twitch, YouTube Live, Kick, TikTok Live: nuevos escenarios del entretenimiento.
- › *Streamers* como productores, medios y marcas personales.
- › Modelos de monetización: suscripciones, donaciones, afiliados, colaboraciones, *drops*.
- › El fenómeno del *streaming* colectivo: “*co-watching*”, *gaming*, entrevistas, *IRL streams*.
- › Cómo las marcas entran (bien o mal) al mundo *streamer*.

**Workshop:** análisis en vivo de una transmisión (ritmos, interacción, *storytelling*, dinámica con la audiencia).

**Ejemplos:** Ibai, Spreen, Coscu, El Mariana, Olga en Twitch.

### CLASE 4 | CREATOR ECONOMY Y MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES

---

#### Ejes:

- › De *influencer* a emprendedor: la economía del creador.
- › Plataformas de ingresos: Patreon, OnlyFans, YouTube Partner, Twitch subs, TikTok Pulse.
- › Cómo se construye una marca personal: identidad, propósito y comunidad.
- › Marcas que crean como personas y personas que operan como marcas.

**Workshop:** armado de un “Creator Business Model Canvas” para un creador real o imaginario.

**Ejemplos:** MrBeast, Momo, Sasha Ferro, LuzuTV.

---

## CLASE 5 | INFLUENCER MARKETING Y MANAGEMENT PROFESIONAL

---

### Ejes:

- › Qué tiene y qué no tiene que hacer una marca con un *influencer*.
- › Cómo elegir creadores según propósito, tono y comunidad.
- › Relación marca-creador: cocreación, libertad y ética.
- › De la campaña al ecosistema: cómo sostener relaciones en el tiempo.
- › Claves de gestión profesional: *brief*, contrato, métricas, crisis y reputación.

**Workshop:** simulación de agencia: armar propuesta de campaña entre marca e influencer con storytelling y plan de ejecución.

**Casos:** Polenta, Olga, YSY A, Red Bull Batalla.

## CLASE 6 | PAUTA DIGITAL Y ESTRATEGIAS DE VISIBILIDAD

---

### Ejes:

- › Cómo funciona la pauta digital hoy: *paid, owned, earned y shared*.
- › Plataformas principales: Meta Ads, TikTok Ads, YouTube Ads, Spotify Ads, Twitch Ads.
- › Novedades en formatos: *collab ads, spark ads, branded effects, in-stream podcast ads*.
- › Cómo equilibrar inversión y autenticidad.

**Workshop:** simulación de media plan digital con *storytelling* coherente entre piezas pagas y contenido orgánico.

**Ejemplos:** Coca-Cola Creations, Adidas Oasis, Burger King “Moldy Whopper”.

## CLASE 7 | COMUNIDADES, FANDOMS Y ECOSISTEMAS DE MARCA

---

### Ejes:

- › El poder de una comunidad: cómo se construye, sostiene y monetiza.
- › Fandoms como microculturas con códigos y rituales.
- › Marcas que activan fandoms: Taylor Nation, Lego, Polenta, Olga, Red Bull.
- › Cómo crear valor sin apropiarse de la cultura de la audiencia.

**Workshop:** diseño de un ecosistema de comunidad para un proyecto o marca.

**Output:** mapa de comunidad + tácticas de engagement.

**Bonus:** análisis de los casos Olga y Polenta como modelos de ecosistema cultural y negocio circular.

## CLASE 8 | FUTURO DE LOS MEDIOS DIGITALES: IA, AGENTES Y EXPERIENCIAS HÍBRIDAS

---

### Ejes:

- › Inteligencia artificial y el nuevo ciclo del contenido: personalización, automatización y riesgos.
- › Influencers virtuales y agentes digitales.
- › *Streaming* inmersivo, gamificación, realidad aumentada y narrativa interactiva.
- › Cómo diseñar futuros posibles en el entorno digital.

### Cierre:

Presentación de proyectos finales (campañas, estrategias o creadores).

*Feedback* grupal + debate sobre el futuro del entretenimiento y la cultura digital.

# MARKETING Y VENTAS

## AUDIENCIA

El curso está dirigido a profesionales, estudiantes y creadores interesados en comprender y actuar en el nuevo ecosistema mediático y cultural atravesado por los algoritmos, las plataformas y las comunidades digitales.

Está pensado para:

- Creadores de contenido, *streamers* e *influencers* que buscan profesionalizar su trabajo, fortalecer su identidad y expandir sus modelos de negocio.
- Profesionales de la comunicación, el marketing, la publicidad y los medios que deseen actualizar sus estrategias y lecturas sobre las dinámicas contemporáneas de atención, deseo y relevancia cultural.
- Emprendedores, gestores culturales y responsables de marca que quieran diseñar narrativas coherentes y sostenibles en entornos multiplataforma.
- Estudiantes y jóvenes profesionales de carreras vinculadas a la creatividad, la comunicación y la cultura digital que aspiren a proyectar su desarrollo en las industrias culturales del presente.

En definitiva, está orientado a quienes buscan entender la lógica cultural del presente y aprender a narrar, producir y proyectarse en un mundo donde los medios, las marcas y las audiencias se entrelazan.

## METODOLOGÍA

El curso adopta un enfoque inmersivo y experimental, que combina pensamiento crítico, análisis cultural y práctica aplicada para comprender y actuar en el ecosistema mediático actual. Más que enseñar herramientas, busca que los participantes experimenten la lógica algorítmica desde dentro: cómo se produce, distribuye y resignifica el contenido en redes, plataformas y comunidades. Cada clase articula teoría y *workshop*, con ejercicios colaborativos, análisis de casos y creación de proyectos propios, promoviendo una mirada estratégica, creativa y ética sobre la comunicación en la era digital.

## CUERPO DE PROFESORES

**Ximena Díaz Alarcón.** Máster en Antropología Social y Política (FLACSO). Máster Integral en Negocios Digitales (UdeSA), doctoranda en Sociología (UCA). CEO y cofundadora de Youniversal. Elegida Leading Women Argentina por Ad Age y Adlatina. | **Ramiro Fernández.** Máster en Strategic Storytelling, Columbia University, y en Online Publishing, Stanford University. Es periodista y especialista en *storytelling* y medios digitales. Fundador y Chief Storyteller en The Chemical Pitch Company & Youniversal. | **Juan Marengo.** CEO y fundador de Be Influencers, agencia líder en marketing de influencia con presencia en Argentina, México, Perú y Reino Unido. Es director del Programa de Marca Personal en la UTDT y miembro de la Comisión Directiva de Interact. | **Laura Marajofsky.** Periodista, consultora creativa y formadora en comunicación con foco en género y gastronomía. Fundadora del Mapa de Barmaids & Afines, plataforma regional de visibilización y empoderamiento femenino en la hospitalidad, y creadora del podcast COMANDA. | **Isabel Yumatle.** Diseña la estrategia de comunicación creativa y multiplataforma de OLGA, donde dirige las áreas de gráfica, redes, video y audiencias. | **Sofía Company.** Lic. en Economía Empresarial y MBA, UTDT. En DF Entertainment coordina todo lo que sucede en el Lollapalooza fuera del escenario. Cofundadora de Nuda Lab, un proyecto de *upcycling* y educación en moda sostenible. | **María Eugenia Piaggio.** Bajo su liderazgo, CATCH se ha convertido en una agencia de comunicación digital referente para conectar con las generaciones más jóvenes. Hoy en día, cuenta con oficinas en Argentina, Chile, México y Colombia. | **Gonzalo Vidal Meyrelles.** Fundador de Prójimo, la primera agencia-escuela de publicidad con sede en la Villa La Cava, y de Suená Eh!, sello discográfico y productor de música urbana. *Speaker* internacional y jurado en festivales como Cannes, El Ojo y FIAP. | **Silvina Seiguer.** Partner y directora de Negocios & Innovación en AGENS. Especialista en reputación corporativa, *storytelling* digital y estrategias con propósito. Integra creatividad y estrategia para generar impacto y conexión emocional entre marcas y audiencias. | **Jessica Natalia Jalife.** CEO y cofundadora de Jalife Brothers, agencia pionera en marketing y *management* de influencers. Su enfoque combina creatividad, estrategia y trabajo en equipo bajo cuatro pilares: jugar, aprender, construir y disfrutar. | **Juana Tormey.** Creadora y host de CACHETADA, un proyecto audiovisual que combina curiosidad, pensamiento crítico y sensibilidad. A través de conversaciones con referentes de distintos ámbitos, busca desafiar ideas establecidas e inspirar la reflexión. | **Guadalupe Cano.** Socia y directora de Visual Latina, agencia internacional de *shopper* marketing con presencia en Latinoamérica, EE. UU., Europa, Asia y Middle East. Ha sido reconocida como Women to Watch 2019 (AdAge-Adlatina) y Executive of the Year 2020 (P2PI). | **Axel Escudero.** Comunicador, emprendedor y estratega. Más de 25 años de trayectoria profesional gestionando la comunicación corporativa y estrategias de PR para marcas icónicas. Fundó y lidera pulpo latam, una consultora boutique de comunicación integral con mirada estratégica y sentir latino. | **Juan Frenkel.** Economista, UBA y periodista, TEA. Co-founder de TENT Creator Summit, y co-founder y director estratégico de Happy Together Studio, empresa especializada en comunicación, *storytelling*, contenidos y estrategia para marcas y organizaciones.

## Informes

☎ (+54 911) 6178 6201

📞 (+54 11) 5169 7342 | 7311 | 7346

✉ admisiones\_negocios@utdt.edu