Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Ciencias Humanas
Departamento: Comunicación
Area: Area 3: Lenguajes y Discursos

(Programa del año 2022)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 17/05/2022 11:48:53)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
SEMIOTICA III	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2022	1° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
ROBLES RIDI, JULIAN AGUSTIN JE	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
LOBO, CLAUDIO TOMAS	Prof. Colaborador	SEC U EX	20 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	**Teóricas**	**Prácticas de Aula**	**Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.**	**Total**
4 Hs	2 Hs	2 Hs	Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
A - Teoria con prácticas de aula y campo	1º Cuatrimestre

Duración			
Desde	**Hasta**	**Cantidad de Semanas**	**Cantidad de Horas**
21/03/2022	24/06/2022	16	60

IV - Fundamentación

El presente programa se asume al interior del campo de la teoría de las mediatizaciones. Particularmente, este abordaje, sobre los modos de funcionamiento discursivo de los medios de comunicación, parte aquí de una mirada situada en la sociosemiótica como lugar de interrogación y análisis de la dimensión significante de las sociedades actuales. Se hace necesario precisar, sin pretensión de profundizar aquí, que esta indagación, parte de supuesto teóricos asentados en el último cuarto del siglo XX y que concibe los procesos de transformación de las sociedades industriales y posindustriales a partir de la ‘instalación’ de los medios masivos de comunicación y el gradual paso de las denominadas ‘sociedades mediáticas’ a las ‘sociedades mediatizadas’. Este proceso complejo puso en crisis el modelo representacional de la comunicación y el rol de medios como ‘reflejo’ del funcionamiento de estas sociedades, erigiendo a los medios masivos de comunicación como las ‘grandes usinas de producción del sentido’. Sin embargo, se asiste en la actualidad a un nuevo fenómeno que interpela al paradigma de la mediatización: la hipermediatización de las sociedades posindustriales. Es en este escenario actual en que se instala el debate acerca del ‘fin’ de los medios masivos de comunicación y el anuncio de la crisis del sistema de broadcasting. Esta crisis supuso además la transformación de los procesos de producción, circulación y reconocimiento del sentido dando lugar a la emergencia del fenómeno del posbroadcasting y el networking. La convergencia tecnológica, la consolidación de internet y las nuevas formas de interacción en las redes sociales se presentan hoy como los ejes más relevantes del nuevo paradigma de la comunicación: la mediatización. La circulación intersistémica y la emergencia de nuevos enunciadores suponen la consolidación de una circulación compleja de los medios masivos a las redes y de las redes a

los medios masivos. Este modelo de la circulación hipermediatizada es parte estructural de la cultura contemporánea dando lugar a la noción de ‘presentismo’. Este nuevo sistema de medios emergente convive con el tradicional en el marco de una cibercultura o cultura de la convergencia (Jenkins, 2006). Este ecosistema de medios (Scolari, 2015) da lugar a nuevos

escenarios comunicacionales en la era digital basados en la interactividad la digitalización y la reticularidad. Las nuevas lógicas de producción y consumo del sentido en las redes sociales (Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, entre otras) dan lugar al fenómeno de la interfaz producción-reconocimiento en la era de la digitalización. Este cambio en las condiciones de reconocimiento donde la pantalla se la asume como una superficie operatoria constituye el punto de partida para el análisis de este caso de circulación hipermediatizada. La asignatura Semiótica III se ubica en el 3º año de la carrera Licenciatura en Comunicación Social y constituye un cuerpo de insumos teóricos/conceptuales para que el estudiante pueda dar cuenta de la complejidad del funcionamiento discursivo en el actual escenario de mediatización. Por lo anteriormente expuesto, se propone
como opción pedagógica privilegiada, por un lado, la lectura y reflexión sobre los textos fundantes en torno a las problemáticas abordadas desde las cuales se procura fomentar la capacidad crítica y el desarrollo autónomo del trabajo intelectual de los estudiantes. Y por el otro lado, se propone una dinámica de análisis de múltiples discursividades, dispositivos y plataformas partiendo de los insumos que se aportan en este espacio curricular que les permita analizar las lógicas de producción, circulación y consumo en las sociedades hipermediatizadas.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

1. Conocer los planteos fundacionales en torno al fenómeno de la mediatización.
2. Reconocer la problemática de la producción, circulación y consumo del sentido en relación con los modos de funcionamiento discursivo del sistema intersistémico de medios.
3. Abordar conceptualmente los estadios de las sociedades mediáticas, mediatizadas e hipermediatizadas.
4. Comprender el desplazamiento de la lógica del broadcasting al networking y la crisis de los medios masivos de comunicación.
5. Fomentar el análisis de los fenómenos discursivos de las actuales sociedades hipermediatizadas.
6. Ejercitar la capacidad de distanciamiento y reflexión crítica.
7. Ofrecer marcos conceptuales y metodológicos que faciliten dominios de aplicación práctica en el rol de futuras/os asesores comunicacionales en un escenario de hipermediatización.

VI - Contenidos

UNIDAD N° I

El fenómeno de la mediatización: sociedades mediáticas-sociedades mediatizadas. La interpelación del modelo representacional de los medios como ‘reflejo’ del funcionamiento social. El fin de los medios masivos de comunicación y el anuncio de la crisis del sistema de broadcasting. El fenómeno de la hipermediatización y la transformación de los procesos de producción, circulación y reconocimiento del sentido. La emergencia del networking. La circulación intersistémica y la emergencia de nuevos enunciadores. De los medios masivos a las redes y de las redes a los medios masivos. El modelo de la circulación hipermediatizada. Cultura contemporánea y presentismo. La crisis de la noción de actualidad del sistema tradicional de medios.

UNIDAD N° II

Cibercultura-cultura de la convergencia-cultura transmedia-cultura de la conectividad. Nuevo ecosistema de medios. Nuevos escenarios comunicacionales en la era digital: interactividad, digitalización y reticularidad. Narrativas transmedias y multiplataformas. Proceso de convergencia de medios, flujo de contenidos y cultura participativa. La convergencia tecnológica y las nuevas formas de interacción en las redes sociales. La emergencia de nuevas lógicas narrativas: storytelling, microrelatos y microblogging. La emergencia de una nueva subjetividad y nuevos
consumos culturales digitales. Las fakenews y la noción de posverdad.

UNIDAD N° III:

Nuevas lógicas de producción y consumo del sentido en las redes sociales: el fenómeno de la circulación. Nuevos usos sociales y políticos de las redes. La consolidación de un nuevo sistema de medios. Los fenómenos de Facebook, Youtube, Instagram y Twitter. Youtubers e Influencers. El e-meme, características, usos sociales, significados y reinterpretación. Retomas discursivas La interfaz producción-reconocimiento en la era de la digitalización. La crisis de los conceptos de ‘lector modelo’ de Eco y ‘contrato de lectura’ de Verón. El cambio en las condiciones de reconocimiento: la pantalla como una superficie operatoria. Análisis de casos de circulación y producción de narrativas transmedias.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Las clases teórico-prácticas se instrumentarán en relación directa con los contenidos del programa, con el propósito de

abordar los ejes problemáticos de cada unidad. En dichas clases se reforzará el trabajo basado en las lecturas de les estudiantes para su posterior análisis, discusión, y
reflexión a partir de lecturas guiadas y análisis de la producción, circulación y consumo de discursos. Las guías se irán elaborando a medida que se trabajen los textos pensados para cada unidad como así también a los ejes de debate que puedan surgir en clase. Además de las guías de lectura que va a implicar cada texto de la bibliografía básica, se planificará al menos un (1) Trabajo Práctico Evaluativo/Integrador que comprenda los contenidos de las unidades del programa.

VIII - Regimen de Aprobación

La asignatura se adscribe a los regímenes de Promoción sin examen, Regularidad y Libre siendo los requisitos para cada condición los siguientes:
Promoción: Presentar el 80 % de las guías de lectura en tiempo y forma. Aprobar con calificación de 7 o 10 el/los Trabajo/s Práctico/s Evaluativo/s en cualquiera de las instancias de evaluación. Aprobar la evaluación parcial con nota no inferior a 7 en cualquiera de las instancias de evaluación. En caso de aprobar alguna de las evaluaciones con nota menor a la exigida para la condición a la que se aspira, podrá acceder a las instancias de recuperación para acceder a la misma. En esta condición el alumno no rendirá el examen final oral a programa abierto ni la instancia del coloquio.
Regular: Presentar el 60 % de las guías de lectura en tiempo y forma. Aprobar con calificación de 4, 5 o 6 el/los Trabajo/s Práctico/s Evaluativo/s. Aprobar la instancia de evaluación parcial con nota 4, 5 y no mayor a 6. En esta condición el alumno rendirá el examen final oral a programa abierto. Las instancias de evaluaciones parciales y de Trabajos Prácticos podrán recuperarse de acuerdo a la normativa vigente.
Libre: de acuerdo con la Ord. CS 13/03 de Régimen Académico, incluimos bajo esta categoría a los alumnos inscriptos en la asignatura, que durante el cursado no lograron cumplir alguno/s de los requisitos establecidos en los ítems anteriores. Para los alumnos que se encuadren en esta última condición se preverá un sistema de contención y permanencia mediante un sistema semi-presencial e instancias de consultas que les permita abordar los contenidos previstos en el programa. La condición de libre se considera además como una opción que el estudiante puede optar para aprobar la asignatura.
Sobre el régimen de asistencia:
La asistencia será generalizada para cada condición (excepto los alumnos “libres”). En el caso de les estudiantes que aspiren a la promoción (con o sin examen) la asistencia será del 80 % a las clases prácticas (virtuales o presenciales).
En el caso de estudiantes que aspiren a la condición de regular la asistencia será del 60 % a las clases prácticas (virtuales o presenciales). En todas las evaluaciones, tanto orales como escritas, serán considerados no sólo los aspectos referidos a los contenidos específicos de la materia, sino también aquellos que se relacionan con la expresión: coherencia, orden de ideas, sintaxis, ortografía, etcétera. También se tendrá en cuenta en la evaluación de todas las actividades prácticas los tiempos estipulados para sus entregas.

IX - Bibliografía Básica

[1] -UNIDAD I:
[2] Carlón, M. (2019) Tras los pasos de Verón… Un acercamiento a las nuevas condiciones de circulación del sentido en
[3] la era contemporánea. Galáxia (São Paulo), núm. 43, pp. 5-25, 2020. Programa de Estudos Pós-graduados em Comunicação e
[4] Semiótica - PUC-SP
[5] ---------- (2018) Bajo el signo del presentismo: mediatización, cultura y sociedad contemporánea”. En: Organizacao
[6] Jairo Ferreira…[et al] Entre o que se diz o que se pensa: onda está a midiatizacao? Santa María FACOS. UFSM.
[7] ---------- (2016) Nuevas condiciones de circulación discursiva. Resumen de Cátedra. Cátedra Semiótica de las
[8] Redes, Universidad de Buenos Aires. Argentina
[9] Van Dijk, J. (2016) La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales. 1° ed. Siglo Veintiuno
[10] Editores. Buenos Aires.
[11] Verón, E. (2012) “La mediatización, ayer y hoy”. En: Carlón, M. y Fausto Neto, A. (comps.) Las políticas de los
[12] internautas. Nuevas formas de participación. Editorial La Crujía Ediciones Edición Buenos Aires.
[13] Verón, E. (2000) El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica en “El cuerpo de las imágenes”. Grupo
[14] Editorial Norma. Buenos Aires.
[15] -UNIDAD II
[16] Carlón, M. y Fausto, N. (2012) (comps.) Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación. Editorial La
[17] Crujía Ediciones. Buenos Aires.
[18] Jenkins, H. (2008) Convergence Culture La cultura de la convergencia de los medias de comunicación. Título

[19] original: Convergence Culture (originalmente publicado en inglés, en 2006, por New York Unívers ity Press, Nueva York).
[20] Traducciôn de Pablo Hermida Lazcano. Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Barcelona.
[21] Jenkins, Ford y Green (2012) La creación de contenido y valor en una cultura en red. Gedisa. Barcelona.
[22] Scolari, C. (2015) Ecología de medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones. Gedisa. Barcelona.
[23] Nogues, G. (2019) Pensar con otros. Una guía de supervivencia en tiempos de posverdad. El gato y la caja. Buenos
[24] Aires.
[25] -UNIDAD III
[26] Canedo, N, Urbanitsch, V Y Sierra, D (2020). "Llorando en el colón. Retomas discursivas del g-20 en los internet memes". Actas del 14° Congreso Mundial de Semiótica de la International Association of SemioticsStudies / AssociationInternationale de Sémiotique -IASS/AIS- organizado por la Asociación Argentina de Semiótica -AAS- y la Universidad Nacional de las Artes -UNA- Buenos Aires, 9-13 septiembre 2019.
[27] Carlón, M. (2016) "Ataque a los poderes, medios ´convergentes´ y giro antropocéntrico: el nuevo escenario con base en internet". En: Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y youtube. La Crujia. Argentina.
[28] Racioppe, B., Párraga, J. y Bruzzone, D. (2018). Narrativas en Internet. El caso de influencers en Instagram y YouTube: entre el Mercado y las hegemonías alternativas. Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 4, N.º 2. Universidad Nacional de la Plata, Buenos Aires, Argentina.
[29] Sarasqueta, G. (2021). Técnicas de la comunicación política ante la era de la infoxicación y la interrupción: del storytelling al storydoing. Comunicación Y Hombre, (17), 73-84. https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2021.17.648.73-84
[30] Slimovich, A. (2017) "Todo tiempo pasado fue mejor".Convergencia, divergencia y circulación de los discursos políticos argentinos en las redes sociales; Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Seminario de Estudios de la Significación; Tópicos del Seminario; 2; 38; 12-2017; 189-212.
[31] ---------- (2016) "La digitalización de la política y la vuelta de lo televisivo. El caso de los candidatos argentinos en Facebook" en Revista de Comunicación. Perú: Universidad de Piura.

X - Bibliografia Complementaria

[1] ANDACHT, F (S/r) "No podríamos vivir un instante sin signos". Entrevista.
[2] CARLÓN, M. (2009) "¿Autopsia de la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era". En: Carlón y Scolari El Fin de los medios masivos. El comienzo de un debate. La Crujía. Buenos Aires.
[3] CARLÓN, M. (2016) "Contrato fundacional, poder y mediatización: noticias desde el frente sobre la invasión a Youtube,campamento de los bárbaros" en Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y youtube.La Crujia. Argentina.
[4] ECO, Umberto "TV: la transparencia perdida" en La Estrategia de la ilusión. Bs. As. , Lumen, 1992. pp. 201 a 223.
[5] KUKLINSKI, H (2009) "El fin de los blogs. La evolución de la escritura colaborativa y las modas en internet" en El
[6] fin de los medios masivos El comienzo de un debate. (Carlón, M. y Scolari, C., Eds.). Buenos Aires: La Crujía.
[7] PÉREZ SALAZAR, G., AGUILAR EDWARDS, A, Y GUILLERMO ARCHILLA, M. (2014) "El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake". Argumentos, Año 27. (Número 75). Pág. 79 -100.
[8] Rivera-Rogel, D., Benavides, A. V., & B-Flandoli, A. M. (2018) "Youtubers de Ecuador y Colombia y su aporte a la educación" en III Congreso Internacional Competencias Mediáticas, Medellín, Colombia.
[9] SCOLARI, C. (2008) "De los nuevos medios a las hipermediaciones" en Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación digital interactiva. Gedisa. España.
[10] SCOLARI, C. (2009) "This is the end. Las interminables discusiones sobre el fin de la televisión". En: Carlón y Scolari El Fin de los medios masivos. El comienzo de un debate. La Crujía. Buenos Aires.
[11] Slimovich, A (2020) Instagram y política. Mediatización y circulación en los perfiles de Cristina Fernández de Kirchner
[12] y Mauricio Macri. En Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación Nº112. 177 – 204. Disponible en https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/cuadernos/detalle_articulo.php?id_libro=840&id_articulo=17314
[13] ----------(2012). El Facebook de los gobernantes. El caso de Cristina Fernández de Kirchner y de Mauricio Macri. En M. Carlón y A. Fausto Neto (Comps.), Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación. Buenos Aires: La Crujía, pp. 137-154.
[14] VALDETTARO, SANDRA. (2015) Investigaciones sobre Mediatizaciones en "Epistemología de la Comunicación:una introducción crítica". Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.
[15] VARELA, M (2009) "El miraba televisión, YouTube. La dinámica del cambio en los medios" en El fin de los medios

masivos El comienzo de un debate. (Carlón, M. y Scolari, C., Eds.). Buenos Aires: La Crujía.
[16] VERÓN, E (2009) “El fin de la historia de un mueble. En: Carlón y Scolari El Fin de los medios masivos. El comienzo de un debate. La Crujía. Buenos Aires.
[17] VERÓN, Eliseo, (1997), "Esquema para el análisis de la mediatización" en Diálogos, No. 48: 9-16. http://eliseoveron.com/articulos/ (18.4.2015)

XI - Resumen de Objetivos

1. Conocer los planteos fundacionales en torno al fenómeno de la mediatización.
2. Reconocer la problemática de la producción, circulación y consumo del sentido en relación con los modos de funcionamiento discursivo del sistema intersistémico de medios.
3. Abordar conceptualmente los estadios de las sociedades mediáticas, mediatizadas e hipermediatizadas.
4. Comprender el desplazamiento de la lógica del broadcasting al networking y la crisis de los medios masivos de comunicación.
5. Fomentar el análisis de los fenómenos discursivos de las actuales sociedades mediatizadas.
6. Ejercitar la capacidad de distanciamiento y reflexión crítica
7. Ofrecer marcos conceptuales y metodológicos que faciliten dominios de aplicación práctica en el rol de futuras/os asesores comunicacionales en un escenario de hipermediatización

XII - Resumen del Programa

UNIDAD N° I
El fenómeno de la mediatización: sociedades mediáticas-sociedades mediatizadas. La interpelación del modelo representacional de los medios como ‘reflejo’ del funcionamiento social. El fin de los medios masivos de comunicación y el anuncio de la crisis del sistema de broadcasting. El fenómeno de la hipermediatización y la transformación de los procesos de producción, circulación y reconocimiento del sentido. La emergencia del networking. La circulación intersistémica y la emergencia de nuevos enunciadores. De los medios masivos a las redes y de las redes a los medios masivos. El modelo de la circulación hipermediatizada. Cultura contemporánea y presentismo. La crisis de la noción de actualidad del sistema tradicional de medios.
UNIDAD N° II
Cibercultura-cultura de la convergencia-cultura transmedia-cultura de la conectividad. Nuevo ecosistema de medios. Nuevos escenarios comunicacionales en la era digital: interactividad, digitalización y reticularidad. Narrativas transmedias y multiplataformas. Proceso de convergencia de medios, flujo de contenidos y cultura participativa. La convergencia tecnológica y las nuevas formas de interacción en las redes sociales. La emergencia de nuevas lógicas narrativas: storytelling, microrelatos y microblogging. Las nociones de CGU y CGP. La emergencia de una nueva subjetividad y nuevos consumos culturales digitales. Las fakenews y la noción de posverdad.
UNIDAD N° III:
Nuevas lógicas de producción y consumo del sentido en las redes sociales: el fenómeno de la circulación. Nuevos usos sociales y políticos de las redes. La consolidación de un nuevo sistema de medios. Los fenómenos de Facebook, Youtube, Instagram y Twitter. Youtubers e Influencers. El e-meme, características, usos sociales, significados y reinterpretación. Retomas discursivas La interfaz producción-reconocimiento en la era de la digitalización. La crisis de los conceptos de ‘lector modelo’ de Eco y ‘contrato de lectura’ de Verón. El cambio en las condiciones de reconocimiento: la pantalla como unasuperficie operatoria. Análisis de casos de circulación y producción de narrativas transmedias.
Regimen de Aprobación
La asignatura se adscribe a los regímenes de Promoción sin examen, Promoción con examen, Regularidad y Libre.
[1] UNIDAD I:
[2] Carlón, M. (2019) Tras los pasos de Verón… Un acercamiento a las nuevas condiciones de circulación del sentido en la era contemporánea. Galáxia (São Paulo), núm. 43, pp. 5-25, 2020. Programa de Estudos Pós-graduados em Comunicação e Semiótica - PUC-SP
[3](2018) Bajo el signo del presentismo: mediatización, cultura y sociedad contemporánea”. En: Organizacao Jairo Ferreira…[et al] Entre o que se diz o que se pensa: onda está a midiatizacao? Santa María FACOS. UFSM.
[4](2016) Nuevas condiciones de circulación discursiva. Resumen de Cátedra. Cátedra Semiótica de las Redes, Universidad de Buenos Aires. Argentina
[5] Van Dijk, J. (2016) La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales. 1° ed. Siglo Veintiuno Editores. Buenos Aires.

[6] Verón, E. (2012) “La mediatización, ayer y hoy”. En: Carlón, M. y Fausto Neto, A. (comps.) Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación. Editorial La Crujía Ediciones Edición Buenos Aires.
[7] Verón, E. (2000) El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica en “El cuerpo de las imágenes”. Grupo Editorial Norma. Buenos Aires.
[8] UNIDAD II
[9] Carlón, M. y Fausto, N. (2012) (comps.) Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación. Editorial La Crujía Ediciones. Buenos Aires.
[10] Jenkins, H. (2008) Convergence Culture La cultura de la convergencia de los medias de comunicación. Título original: Convergence Culture (originalmente publicado en inglés, en 2006, por New York Uníversity Press, Nueva York). Traducciôn de Pablo Hermida Lazcano. Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Barcelona.
[11] Jenkins, Ford y Green (2012) La creación de contenido y valor en una cultura en red. Gedisa. Barcelona.
[12] Scolari, C. (2015) Ecología de medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones. Gedisa. Barcelona.
[13] Nogues, G. (2019) Pensar con otros. Una guía de supervivencia en tiempos de posverdad. El gato y la caja. Buenos Aires.
[14] UNIDAD III
[15] Canedo, N, Urbanitsch, V Y Sierra, D (2020). “Llorando en el colón. Retomas discursivas del g-20 en los internet memes”. Actas del 14° Congreso Mundial de Semiótica de la International Association of SemioticsStudies / AssociationInternationale de Sémiotique -IASS/AIS- organizado por la Asociación Argentina de Semiótica -AAS- y la Universidad Nacional de las Artes -UNA- Buenos Aires, 9-13 septiembre 2019.
[16] Carlón, M. (2016) “Ataque a los poderes, medios ´convergentes´ y giro antropocéntrico: el nuevo escenario con base en internet”. En: Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y youtube. La Crujia. Argentina.
[17] Racioppe, B., Párraga, J. y Bruzzone, D. (2018). Narrativas en Internet. El caso de influencers en Instagram y YouTube: entre el Mercado y las hegemonías alternativas. Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 4, N.º 2. Universidad Nacional de la Plata, Buenos Aires, Argentina.
Sarasqueta, G. (2021). Técnicas de la comunicación política ante la era de la infoxicación y la interrupción: del storytelling al storydoing. Comunicación Y Hombre, (17), 73-84. https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2021.17.648.73-84
[18] Slimovich, A. (2017) “Todo tiempo pasado fue mejor”. Convergencia, divergencia y circulación de los discursos políticos argentinos en las redes sociales; Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Seminario de Estudios de la Significación; Tópicos del Seminario; 2; 38; 12-2017; 189-212
[19](2016) “La digitalización de la política y la vuelta de lo televisivo. El caso de los candidatos argentinos en Facebook” en Revista de Comunicación. Perú: Universidad de Piura.

XIII - Imprevistos

Es pertinente aclarar que se tendrá en cuenta para el desarrollo de los contenidos propuestos, el cumplimiento de la cantidad de horas y clases previstas. El programa ha sido pensado para sostenerlo en un escenario de virtualidad hasta que las condiciones sanitarias e institucionales nos permitan a les docentes y estudiantes retornar a las aulas de la universidad. En ese sentido, brindamos clases en vivo y grabadas por las plataformas Classroom y Facebook para facilitar la participación, fortalecer la contención y humanizar la comunicación.
En caso de una reducción del crédito disponible, se acordará conjuntamente entre lxs estudiantes y el equipo de cátedra, una reprogramación de los mismos, garantizando la apropiación de contenidos mínimos. En ese sentido, se readecuarán las modalidades del dictado de la asignatura.

XIV - Otros

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA	
	Profesor Responsable
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	