



Ministerio de Cultura y Educación  
 Universidad Nacional de San Luis  
 Facultad de Ciencias Humanas  
 Departamento: Comunicación

(Programa del año 2023)  
 (Programa en trámite de aprobación)  
 (Presentado el 04/05/2023 13:46:43)

Area: Area 3: Lenguajes y Discursos

### I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
SEMIOTICA III	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2023	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
RODRIGUEZ AMIEVA, JOSE MANUEL	Auxiliar de Práctico	A.1ra Exc	40 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
C - Teoria con prácticas de aula	1° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
13/03/2023	24/06/2023	15	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 significativa 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 3° año de la carrera Licenciatura en Comunicación Social y constituye un cuerpo de insumos teóricos/conceptuales para que lxs estudiantes puedan 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 lxs estudiantes. Y por 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 asesorsxs 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**

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 los 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 introduciendo 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 1 (un) Trabajo Práctico Evaluativo Integrador que comprenda los contenidos de las unidades del programa.

#### Guías de lectura

Se prevé la elaboración de 6 (seis) guías de lectura, 2 (dos) por cada unidad de contenido. Los objetivos de cada guía se especifican a continuación:

Guía N° 1: Caracterizar los nuevos procesos de mediatización en base al desarrollo de internet. Analizar críticamente la distinción entre conexión social y conectividad en las redes digitales. Conceptualizar y esquematizar temporalmente la circulación discursiva contemporánea.

Guía N° 2: Reconocer las implicaciones del presentismo en la cultura contemporánea. Identificar los nuevos enunciadores mediáticos y los nuevos tipos de actualidad. Esquematizar y operativizar el dispositivo analítico de la dimensión espacial de la circulación contemporánea.

Guía N° 3: Diferenciar entre el paradigma de la revolución digital y el de la convergencia mediática. Problematizar la noción de cultura participativa. Identificar y ejemplificar las narrativas transmedia y los fenómenos de propagabilidad y pegajosidad de contenidos mediáticos.

Guía N° 4: Introducir la noción de posverdad. Problematizar la incidencia de la circulación de fake news en la construcción discursiva de la realidad social.

Guía N° 5: Analizar la circulación de discursos políticos en redes sociales. Identificar la aparición en la discursividad política de micro-relatos y micro-argumentaciones multimediáticas. Caracterizar las modalidades de construcción de la figura del político y de sus destinatarios en los nuevos medios.

Guía N° 6: Conceptualizar el proceso de retoma discursiva. Examinar el fenómeno de los i-memes. Reconocer las operaciones satíricas-paródicas efectuadas en la producción memética sobre las figuras políticas.

#### Trabajo Evaluativo Integrador

La propuesta de la realización del Trabajo Práctico Evaluativo Integrador apunta a: 1) Abordar un fenómeno novedoso que interpela al paradigma de la mediatización: la hipermediatización de las sociedades posindustriales. 2) Problematizar el escenario que plantean las mediatizaciones, el cambio en las prácticas sociales y su articulación con las nociones de presentismo, era contemporánea y socialidad. 3) Problematizar la convergencia tecnológica, la consolidación de internet y las nuevas formas de interacción en las redes sociales que se presentan hoy como los ejes más relevantes del nuevo paradigma de la comunicación: la mediatización.

El Trabajo Práctico deberá dar cuenta de un fenómeno mediático en el cual se analicen las nuevas condiciones de circulación discursiva de las mediatizaciones actuales, valiéndose de insumos de las perspectivas teóricas incluidas en los contenidos de la materia, y optativamente, por otros instrumentos conceptuales pertinentes propuestos por cada estudiante. Para ello deberá monitorear algún fenómeno mediático donde articular los contenidos vistos con los saberes, intereses e inquietudes personales. A esto, se le suma la posibilidad de realizar un trabajo de corte netamente teórico donde, al menos, puedan vincular 2 (dos) unidades o ejes de los propuestos en la asignatura. En cuanto a la estructuración, el Trabajo Práctico deberá incluir una presentación, fundamentación, objetivos, metodología, marco teórico, análisis del corpus, conclusiones y bibliografía.

#### Clases de consulta

Para el seguimiento de la realización de las actividades prácticas la materia contará con clases de consulta donde se lleva adelante un acompañamiento personalizado del proceso de aprendizaje de los estudiantes. Se dedicarán las consultas particulares especialmente a la planificación y retroalimentación en las etapas de la elaboración del trabajo evaluativo/integrador. Los estudiantes contarán con espacios de consulta presenciales en el Box 85 del Cuarto Bloque de la Facultad de Ciencias Humanas y virtuales a través del Classroom de la asignatura.

## VIII - Régimen de Aprobación

La asignatura se adscribe a los regímenes de Promoción, Regularidad y Libre siendo los requisitos para cada condición los siguientes:

**Promoción sin Examen Final:** Esta modalidad permitirá la evaluación continua de los estudiantes basada en el análisis e interpretación de las producciones y el desempeño, como así también, en el proceso de aprendizaje seguido por el mismo. Incluye una instancia de evaluación final integradora en la que se evalúa la capacidad de los estudiantes de construir una visión integral de los contenidos estudiados.

Deberán presentar el 100 % de las guías de lectura en tiempo y forma. Aprobar con calificación de 7, 8, 9 o 10 el Trabajo Práctico Evaluativo 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 mantener dicha condición.

**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 las instancias de evaluaciones parciales con nota 4, 5 y no mayor a 6. En esta condición los y les estudiantes rendirán el examen final oral a programa abierto. Las instancias de evaluación parcial y de Trabajo Práctico 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 las, los y les estudiantes inscriptos en la asignatura, que durante el cursado no lograron cumplir alguno/s de los requisitos establecidos en los ítems anteriores. Para quienes 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 los estudiantes pueden optar para aprobar la asignatura.

Sobre el régimen de asistencia:

La asistencia se registrará por los mismos parámetros en todas las condiciones (excepto estudiantes "libres"). En el caso quienes aspiren a la promoción la asistencia será del 80 % a las clases prácticas.

En el caso de estudiantes que aspiren a la condición de regular la asistencia será del 60 % a las clases prácticas. Asimismo se contempla que las condiciones señaladas anteriormente se redefinan al interior de un proceso dialógico entre docentes y estudiantes atendiendo a situaciones particulares atendibles en el marco de un contrato 'académico'.

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. El Trabajo Práctico Evaluativo se entregará por correo electrónico o al classroom de la asignatura.

## IX - Bibliografía Básica

[1] UNIDAD I:

[2] Carlón, M. (2020). Tras los pasos de Verón... Un acercamiento a las nuevas condiciones de circulación del sentido en la era contemporánea. *Galaxia* (43), (pp.5-25)

[3] ----- (2018). Bajo el signo del presentismo: mediatización, cultura y sociedad contemporánea. En Jairo Ferreira et al (Orgs.). *Entre o que se diz o que se pensa: onda está a midiatização?* (pp.103-138). Santa María: FACOS-UFSM

[4] -----(2016) Nuevas condiciones de circulación discursiva. Resumen de la Cátedra Semiótica de las Redes, UBA.

[5] Van Dijk, J. (2016) "La producción de la socialidad en el marco de una cultura de la conectividad" en *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales* (pp. 18-46) 1º ed. Siglo Veintiuno Editores. Buenos Aires.

[6] Verón, E. (2012) "La mediatización, ayer y hoy" en Mario Carlón y Antonio Fausto Neto (comps.), *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación* (pp.9-15). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

[7] Verón, E. (2000) "El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica" en *El cuerpo de las imágenes* (pp. 13-25). Buenos Aires. Grupo Editorial Norma.

[8] UNIDAD II

[9] Jenkins, H. (2008) "Introducción: Adoración en el altar de la convergencia. Un nuevo paradigma para comprender el cambio Mediático" en *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Título original: *Convergence Culture* (originalmente publicado en inglés, en 2006, por New York University Press, Nueva York). (pp. 13-34) Traducción de Pablo Hermida Lazcano. Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Barcelona.

[10] Jenkins, Ford y Green (2013) "Introducción" en *Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en*

red (pp. 23-66) Gedisa. Barcelona.

[11] Scolari, C. (2014) Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. (pp. 71-81) en Anuario AC/E de Cultura Digital 2014, Hacia dónde vamos: tendencias digitales en el mundo de la cultura. España.

[12] ----- (2013) "Prólogo" en Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red (pp. 9-13) Gedisa. Barcelona.

[13] Nogues, G. (2019) "Capítulo 1: La era de la posverdad", "Capítulo 10: El humo entra en tus ojos. Tabaco, industria y manipulación", "Capítulo 11: Sugar, sugar. Azúcar, complejidad y confusión" y "Capítulo 13: La fábrica de posverdad. Información, control y adulteración" en Pensar con otros. Una guía de supervivencia en tiempos de posverdad. (pp. 26-41;251-267; 268-277; 290-300) 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

[16] memes". Actas del 14° Congreso Mundial de Semiótica de la International Association of SemioticsStudies / Association Internationale 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. (pp. 19-36)

[17] 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. (pp. 147-172) La Crujía. Argentina.

[19] Gómez García, I (2014). Del meme al imeme. Trascendiendo la dimensión lúdica. (pp. 1-9) Entretexos, Universidad Iberoamericana León.

[20] Sarasqueta, G. Técnicas de la comunicación política ante la era de la infoxicación y la interrupción : del storytelling al storydoing [en línea]. Comunicación y Hombre. 2021, 17. Doi: 10.32466/eufv-cyh.2021.17.648.(pp. 73-84). Disponible en: <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/11379>

[21] Slimovich, A. (2017) "Todo tiempo pasado fue mejor". Convergencia, divergencia y circulación de los discursos

[22] políticos argentinos en las redes sociales; Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Miscelánea. Seminario de Estudios de la Significación; Tópicos del Seminario,38; Julio-diciembre 2017; (pp. 189-212)

[23] ----- (2016) "La digitalización de la política y la vuelta de lo televisivo. El caso de los candidatos argentinos [24] en Facebook" en Revista de Comunicación. Perú: Universidad de Piura. (pp. 111-127)

## X - Bibliografía Complementaria

[1] Andacht, F (S/r) "No podríamos vivir un instante sin signos". Entrevista.

[2] Calvo, E. y Aruguete, N (2021) Fake news, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales. Siglo Veintiuno Editores. Argentina.

[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 Crujía. Argentina.

[4] -----Carlón, M. y Fausto, N. (2012) (comps.) Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación. Editorial La Crujía Ediciones. Buenos Aires.

[5] ----- 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.

[6] Eco, Umberto "TV: la transparencia perdida" en La Estrategia de la ilusión. Bs. As. , Lumen, 1992. pp. 201 a 223.

[7] Fernández, JL. (2021) Vidas Mediáticas. Entre lo masivo y lo individual. La Crujía. Buenos Aires

[8] Kuklinski, H (2009) "El fin de los blogs. La evolución de la escritura colaborativa y las modas en internet" en El fin de los medios masivos El comienzo de un debate. (Carlón, M. y Scolari, C., Eds.). Buenos Aires: La Crujía.

[9] 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.

[10] Racioppe, B., Párraga, J. y Bruzzone, D. (2018). Narrativas en Internet. El caso de influencers en Instagram y YouTube: [11] entre el Mercado y las hegemonías alternativas. Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 4, N.º 2. Universidad Nacional de

[12] la Plata, Buenos Aires, Argentina.

[13] Rivera-Rogel, D., Benavides, A. V., & B-Flandoli, A. M. (2018) "Youtubers de Ecuador y Colombia y su aporte a la [14] educación" en III Congreso Internacional Competencias Mediáticas, Medellín, Colombia.

[15] Scolari, C. (2009) "This is the end. Las interminables discusiones sobre el fin de la televisión". En: Carlón y Scolari

[16] El Fin de los medios masivos. El comienzo de un debate. La Crujía. Buenos Aires.

- [17] ----- (2008) "De los nuevos medios a las hipermediaciones" en Hipermediaciones. Elementos para una teoría de [18] la Comunicación digital interactiva. Gedisa. España.
- [19] Slimovich, A (2020) Instagram y política. Mediatización y circulación en los perfiles de Cristina Fernández de Kirchner y Mauricio Macri. En Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación N°112. 177 – 204. Disponible en [20] [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/cuadernos/detalle\\_articulo.php?id\\_libro=840&id\\_articulo=17314](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/cuadernos/detalle_articulo.php?id_libro=840&id_articulo=17314)
- [21] -----(2012). El Facebook de los gobernantes. El caso de Cristina Fernández de Kirchner y de Mauricio Macri. En [22] M. Carlón y A. Fausto Neto (Comps.), Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación. Buenos Aires: La Crujía, pp. 137-154.
- [23] Crujía, pp. 137-154.
- [24] Valdetaro, S. (2015) Investigaciones sobre Mediatizaciones en "Epistemología de la Comunicación:una [25] introducción crítica". Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.
- [26] 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.
- [27] Verón, E (2009) "El fin de la historia de un mueble. En: Carlón y Scolari El Fin de los medios masivos. El comienzo [28] de un debate. La Crujía. Buenos Aires.
- [29] Verón, Eliseo, (1997), "Esquema para el análisis de la mediatización" en Diálogos, No. 48: 9-16.
- [30] <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/es 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. 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.

#### UNIDAD I:

Carlón, M. (2020). Tras los pasos de Verón... Un acercamiento a las nuevas condiciones de circulación del sentido en la era contemporánea. *Galaxia* (43), (pp.5-25)

----- (2018). Bajo el signo del presentismo: mediatización, cultura y sociedad contemporánea. En Jairo Ferreira et al (Orgs.). *Entre o que se diz o que se pensa: onda está a midiatiização?* (pp.103-138). Santa María: FACOS-UFSM

----- (2016) Nuevas condiciones de circulación discursiva. Resumen de la Cátedra Semiótica de las Redes, UBA.

Van Dijk, J. (2016) "La producción de la socialidad en el marco de una cultura de la conectividad" en *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales* (pp. 18-46) 1º ed. Siglo Veintiuno Editores. Buenos Aires.

Verón, E. (2012) "La mediatización, ayer y hoy" en Mario Carlón y Antonio Fausto Neto (comps.), *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación* (pp.9-15). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Verón, E. (2000) "El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica" en *El cuerpo de las imágenes* (pp. 13-25). Buenos Aires. Grupo Editorial Norma.

#### UNIDAD II

Jenkins, H. (2008) "Introducción: Adoración en el altar de la convergencia. Un nuevo paradigma para comprender el cambio Mediático" en *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Título original: *Convergence Culture* (originalmente publicado en inglés, en 2006, por New York University Press, Nueva York). (pp. 13-34) Traducción de Pablo Hermida Lazcano. Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Barcelona.

Jenkins, Ford y Green (2013) "Introducción" en *Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red* (pp. 23-66) Gedisa. Barcelona.

Scolari, C. (2014) *Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital*. (pp. 71-81) en *Anuario AC/E de Cultura Digital 2014, Hacia dónde vamos: tendencias digitales en el mundo de la cultura*. España.

----- (2013) "Prólogo" en *Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red* (pp. 9-13) Gedisa. Barcelona.

Nogues, G. (2019) "Capítulo 1: La era de la posverdad", "Capítulo 10: El humo entra en tus ojos. Tabaco, industria y manipulación", "Capítulo 11: Sugar, sugar. Azúcar, complejidad y confusión" y "Capítulo 13: La fábrica de posverdad. Información, control y adulteración" en *Pensar con otros. Una guía de supervivencia en tiempos de posverdad*. (pp. 26-41;251-267; 268-277; 290-300) *El gato y la caja*. Buenos Aires.

#### UNIDAD III

Canedo, N, Urbanitsch, V Y Sierra, D (2020). "Llorando en el colón. Retomas discursivas del g-20 en los internet memes". *Actas del 14º Congreso Mundial de Semiótica de la International Association of Semiotics Studies / Association Internationale 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. (pp. 19-36)

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*. (pp. 147-172) La Crujía. Argentina.

Gómez García, I (2014). *Del meme al imeme. Trascendiendo la dimensión lúdica*. (pp. 1-9) *Entretexos*, Universidad Iberoamericana León.

Sarasqueta, G. *Técnicas de la comunicación política ante la era de la infoxicación y la interrupción : del storytelling al storydoing* [en línea]. *Comunicación y Hombre*. 2021, 17. Doi: 10.32466/eufv-cyh.2021.17.648.(pp. 73-84). Disponible en: <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/11379>

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. *Miscelánea. Seminario de Estudios de la Significación; Tópicos del Seminario*,38; Julio-diciembre 2017; (pp. 189-212)

----- (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. (pp. 111-127)

### **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 presencialidad.

En la asignatura contamos con la plataforma institucional en Classroom para facilitar la participación, fortalecer la contención y el vínculo. En ese sentido, ante escenarios de luchas docentes en donde se realicen paros, este sitio nos permite mantener una socialización fluida con lxs estudiantes.

### **XIV - Otros**

Plan de Desarrollo Institucional 2019-2030 de la Universidad Nacional de San Luis

Desde la asignatura nos posicionamos a favor de la promoción de políticas institucionales que favorezcan la formación internacional, intercultural y abierta de nuestrxs estudiantes y de lxs docentes/investigadores. En ese sentido, proponemos como actividades para este año, con el eje del aprendizaje colaborativo en línea, realizar al menos una Clase Espejo con alguna asignatura de Semiótica de Redes de alguna universidad nacional Argentina o de Latinoamérica. También, nos proponemos como desafío, realizar un encuentro entre estudiantes profesionales del campo de la comunicación de la provincia y de otros países para generar un encuentro de intercambio de conocimientos y experticia en el actual escenario de sociedades hipermediatizadas.

Disponibilidad de Bibliografía Digital y clases teóricas grabadas

Desde la asignatura, a través del sitio institucional de Classroom y Facebook, lxs estudiantes tendrán acceso a la totalidad de la bibliografía obligatoria, en formato digital. Además, cuentan con todas las clases teóricas grabadas en formato audiovisual, a disposición, para utilizarlas como refuerzo conceptual, en caso de que así lo consideren.

### **ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA**

**Profesor Responsable**

Firma:

Aclaración:

Fecha: