



Curso Académico: 2021/22

32662 - Redes, Medios y Nuevos Desafíos Teóricos

Información del Plan Docente

Curso Académico: 2021/22

Centro académico: 801 - Centro Másteres del Departamento de Comunicación

Estudio: 1014 - Máster Universitario en Investigación en Comunicación

Asignatura: 32662 - Redes, Medios y Nuevos Desafíos Teóricos

Créditos: 5.0

Curso: 1

Idiomas de docencia:

Teoría: Grupo 1: Castellano

Profesorado: Carlos Alberto Scolari

Periodo de Impartición: Segundo trimestre

Presentación

Esta asignatura, perteneciente a la materia “Teoría e investigación en comunicación” se propone analizar el pasaje de las teorías de la comunicación centradas en el *broadcasting* a las teorías centradas en el *networking*. En este contexto, se trabajará la emergencia de nuevos conceptos, hipótesis y enfoques desarrollados a partir de la llegada de la World Wide Web, desde la nueva economía política de la comunicación en red y el trabajo digital hasta la semiótica de las interacciones o la narratología transmedia, pasando por los enfoques sociológicos o antropológicos que analizan la sociedad-red, las plataformas y las nuevas prácticas comunicativas (culturas colaborativas, contenidos generados por usuarios, etc.). La asignatura dará relevancia a miradas teóricas integradoras, como las teorías eco-evolutivas del cambio mediático o la teoría de las mediatizaciones. Asimismo, la asignatura prestará particular atención a los cambios teóricos y científicos producidos por la difusión de las redes sociales, las nuevas plataformas y la comunicación móvil.

Competencias asociadas

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- Distinguir las principales teorías, enfoques y metodologías en comunicación.
- Operar de manera específica o integrada con datos de metodologías cualitativas y cuantitativas utilizadas en el campo de la comunicación.
- Realizar tareas propias de un grupo de investigación en comunicación académico en todas sus fases.

- Argumentar y aplicar la escritura académica en el ámbito de la comunicación en distintos formatos.
- Evaluar la dimensión ética de la investigación en comunicación y aplicar guías para garantizar una investigación que cumpla los criterios éticos.
- Utilizar los canales de difusión de la investigación en comunicación, a públicos especializados y no especializados, usando todos los lenguajes y formatos disponibles.
- Aplicar las teorías, metodologías y conceptos clave de la investigación en comunicación para sustentar también la toma de decisiones en la práctica profesional.
- Evaluar con argumentos científicos la certeza de las conclusiones propias y ajenas, a través de la participación en discusiones y seminarios del ámbito de la comunicación.

COMPETENCIAS PROPIAS

- Identificar y aplicar las nuevas teorías de la comunicación, sobre todo aquellas desarrolladas desde la emergencia de la World Wide Web.
- Identificar las nuevas metodologías de investigación en comunicación, tanto cualitativas como cuantitativas o mixtas, y su relación con las diferentes teorías.
- Reconocer y aplicar con precisión el vocabulario teórico y los conceptos analíticos vinculados a cada enfoque en particular.
- Planear y producir el marco teórico más adecuado para una investigación.
- Planear y producir un texto científico en formato escrito (proyecto, artículo o informe) o gráfico (póster).

Resultados del aprendizaje

-

Objetivos de Desarrollo Sostenible

-

Prerrequisitos

-

Contenidos

1. Las transformaciones de la ecología mediática: del *broadcasting* al *networking*
2. Nuevas miradas teóricas: sociología de las redes y teorías del actor-red
3. Nuevas miradas teóricas: ecología y evolución de los medios
4. Nuevas miradas teóricas: economía política de la comunicación en red y el trabajo digital
5. Nuevas miradas teóricas: teorías de las mediatizaciones
6. Nuevas miradas teóricas: narratología y culturas colaborativas
7. Nuevas miradas teóricas: teoría de las interfaces
8. La construcción de marcos teóricos
9. La creación teórica

Metodología docente

MD1 - Método expositivo o lección magistral: transmitir conocimientos y activar los procesos cognitivos del estudiante mediante un aprendizaje unidireccional

MD2 - Estudio de caso: Los estudiantes analizarán estudios de caso de investigaciones en las que se aplican los procedimientos trabajados en la asignatura.

MD3 - Resolución de ejercicios y problemas: ejercitar, ensayar y poner en práctica los conocimientos previos

MD5 - Aprendizaje cooperativo: fomentar conocimientos activos y significativos de manera cooperativa.

MD6 - Clases invertidas: transferencia de determinados procesos de aprendizaje fuera del aula para luego, hacer actividades vinculadas al tema, en el aula.

Evaluación

SE1 Exposición oral

SE4 Evaluación entre iguales o coevaluación

SE5 Evaluación de proyectos y ejercicios

Para aprobar la asignatura el alumnado deberá aprobar las tres partes que se divide la evaluación:

- Exposición oral y presentación de un póster dedicado a un autor, teoría o escuela de pensamiento (trabajo individual o en parejas): 40% (aprobación: 20/40)
- Redacción de un texto teórico destinado a un público no especializado (trabajo individual): 20% (aprobación: 10/20)
- Trabajo final de análisis comparativo donde se confronten autores o teorías (trabajo individual o en parejas): 40% (aprobación: 40/20)

Bibliografía y recursos de información

Lecturas obligatorias

1. Las transformaciones de la ecología mediática: del *broadcasting* al *networking*

Scolari, C.A. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa. Capítulos 2 y 3.

Waisbord, S. (2019). *Communication: A post-discipline*, Hoboken, NJ, John Wiley & Sons. Capítulos 1 y 3.

2. Nuevas miradas teóricas: sociología de las redes y teorías del actor-red

Domènech, M. y Tirado, F. J. (1998). Claves para la lectura de textos simétricos. En: M. Domènech y F. J. Tirado (ed.). *Sociología Simétrica*. Barcelona: Gedisa.

Law, J. (1998). Del poder y sus tácticas. Un enfoque desde la sociología de la ciencia. En: M. Domènech y F. J. Tirado (ed.). *Sociología Simétrica*. Barcelona: Gedisa.

3. Nuevas miradas teóricas: ecología y evolución de los medios

Scolari, C.A. (2013). Media evolution: emergence, dominance, survival, and extinction in the media ecology. *International Journal of Communication* 7: 1418-1441.

Scolari C.A. (2015). Introducción. En: *Ecología de los medios*. Barcelona: Gedisa.

4. Nuevas miradas teóricas: economía política de la comunicación en red y el trabajo digital

Trottier, D. and Fuchs, C. (2014). Theorising social media, politics and state. An introduction. En: D Trottier y C. Fuchs (eds.) *Social media, politics and the state. Protests, revolutions, riots, crime and policing in the age of Facebook, Twitter and YouTube*. Nueva

York: Routledge.

Srnicek, N. (2017). The challenges of platform capitalism. Understanding the logic of a new business model. *Juncture* 23(4): 254-257.

5. Nuevas miradas teóricas: teorías de las mediatizaciones

Scolari, C.A. y Rodríguez-Amat, J.R. (2018). A Latin American Approach to Mediatization: Specificities and Contributions to a Global Discussion About How the Media Shape Contemporary Societies. *Communication Theory* 28(2): 131-154.

Verón, E. (1995). *La mediatización*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

6. Nuevas miradas teóricas: narratología y culturas colaborativas

Jenkins, H. (2004). The Cultural Logic of Media Convergence. *International Journal of Cultural Studies* 7(1): 33-43.

7. Nuevas miradas teóricas: teoría de las interfaces

Scolari, C.A. (2021). ¿Cómo analizar una interfaz? En: C.A. Scolari, *Las leyes de la interfaz*. 2ª edición. Barcelona: Gedisa.

8. La construcción de marcos teóricos

Swedberg, R. (2014). *The Art of Social Theory*. Princeton, NJ: Princeton University Press. Capítulos 2 y 3.

9. La creación teórica

Swedberg, R. (2014). *The Art of Social Theory*. Princeton, NJ: Princeton University Press. Capítulos 4 y 5.

Bibliografía básica

Couldry, N. & Hepp, A. (2016). *The Mediated Construction of Reality: Society, Culture, Mediatization*. Cambridge: Polity.

Fuchs, C. (2017). *Social Media: A Critical Introduction*. London: Sage.

Gray, J. (2010). *Show Sold Separately: Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts*. New York: NYU Press.

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires: Manantial.

Levinson, P. (2003). *The Soft Edge: A Natural History and Future of the Information Revolution*. New York: Routledge.

Logan, R. K. (2014). *What is Information? Propagating organization in the biosphere, symbolosphere, technosphere and econosphere*. Toronto: OCAD.

Manovich, L. (2013). *Software Takes Command*. New York: Bloomsbury.

Manovich, L. (2020). *Cultural Analytics*. Cambridge: The MIT Press

Meyrowitz, J. (1994). Medium Theory. En: D. Crowley y D. Mitchell (ed.) *Communication Theory Today*. Stanford, CA: Stanford University Press, pp. 50-77.

Parikka, J. (2012). *What is Media Archaeology?* Cambridge, UK: Polity Press.

Poell, T., Nieborg D., van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4).

Postman, N. (1998). *Five things we need to know about technological change*. Conference in Denver, CO, 1998.

Scolari, C.A. (2004). *Hacer clic*. Barcelona: Gedisa.

Scolari, C.A. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.

- Scolari, C.A. (2013), Media evolution: emergence, dominance, survival, and extinction in the media ecology. *International Journal of Communication* 7: 1418-1441.
- Scolari C.A. (2015). *Ecología de los medios*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C.A. (2021). *Las leyes de la interfaz*. 2º edición. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C.A. y Rapa, F. (2019). *Media Evolution*. Buenos Aires: La Marca.
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Swedberg, R. (2014). *The Art of Social Theory*. Princeton, NJ: Princeton University Press
- Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity*. Oxford: Oxford University Press.
- Van Dijck, J., Poell, T. y de Waal, M. (2018). *The Platform Society*. New York: Oxford University Press.
- Verón, E. (1995). *La mediatización*, Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Waisbord, S., *Communication: A post-discipline*, Hoboken, NJ, John Wiley & Sons, 2019.

Bibliografía complementaria

- Boyd, D. and Crawford, K. (2011). *Six Provocations for Big Data*. Comunicación presentada en el Oxford Internet Institute's "A Decade in Internet Time: Symposium on the Dynamics of the Internet and Society" on September 21, 2011.
- Carlón, M. (2015). La concepción evolutiva en el desarrollo de la ecología de los medios y en la teoría de la mediatización: ¿la hora de una teoría general?, *Palabra Clave*, 18:4.
- Helmond, A. (2015). The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. *Social Media + Society* 1(2).
- Manovich, L. (2017). Analítica cultural. *Revista de Occidente*, 434-435.
- Scolari, C.A. (2009). Mapping conversations about new media: the theoretical field of digital communication. *New Media & Society* 11:943 – 964.
- Scolari, C.A. (2013). *Narrativas transmedia*. Barcelona: Deusto.
- Scolari, C.A., Fernández, J.L. y Rodríguez-Amat, J.R. (ed.) (2021). *Mediatization(s): Theoretical Conversations between Europe and Latin America*. Bristol: Intellect.
- Valdettaro, S. (ed.) (2011). *Interfaces y pantallas: análisis de dispositivos de comunicación*. Rosario: CIM y UNR Editora
- Zielinski, S. (2008). *Deep time of the media: Toward an archaeology of hearing and seeing by technical means*. Cambridge, MA: The MIT Press.