



**Secretaría de Estudios Avanzados
Subsecretaría de Doctorado**

Programa de Seminario de Doctorado

Año: 2017

**Nombre del seminario: ¿CÓMO INSERTAR LA INVESTIGACIÓN
SOBRE MEDIATIZACIONES EN PROYECTOS QUE LAS
INCLUYEN?**

Nombre del Profesor: Dr. José Luis Fernández

**Área temática sugerida: Metodología, Análisis del discurso,
comunicación, semiótica**

1. Fundamentación (específica de la propuesta y relevancia en relación con el programa de doctorado)

La experiencia muestra que hay muchos proyectos de investigación y de tesis que incluyen la presencia de las mediatizaciones, sean masivas, interindividuales o plataformas/redes. Una conclusión de esa experiencia es que, una vez que no se incluye en lo metodológico y lo conceptual desde el principio lo mediático, esa presencia queda como *agregada, emparchada*. El resultado es que en el momento de las conclusiones resulta difícil articular los diferentes niveles de análisis.

Este Seminario se propone para presentar propuestas metodológicas y resultados de investigación, desde diversas perspectivas convergentes, aunque con un sesgo sociosemiótico, sobre las mediatizaciones en su desarrollo histórico hasta la actualidad.

Se hará el esfuerzo de vincular los contenidos, por un lado, con los diferentes proyectos de investigación que desarrollan los doctorandos y, por el otro, con problemáticas más generales dentro del campo del análisis cultural y sociológico. Ello permitirá contribuir a

los diferentes desarrollos de investigación que realicen los doctorandos que cursen el seminario.

Los proyectos de los doctorandos se relacionarán según convenga con casos de mediatizaciones de lo informativo, lo ficcional y lo musical porque, como se ve claramente en la actualidad, esos campos se han visto, no sólo muchas veces constituidos, sino también transformados, al ritmo del desarrollo de las mediatizaciones desde fines del siglo XIX.

La sociosemiótica de las mediatizaciones se ha construido progresivamente en relación y en conflicto con otros enfoques sobre la vida discursiva, mediática y genéricamente cultural. Nuestra perspectiva trata de articular la especificidad de los discursos con los modos en que la sociedad los denomina, clasifica e interpreta.

Desde nuestro punto de vista, todo discurso mediatizado está en relación con otros discursos y desde esas relaciones genera gran parte de su producción de sentido, pero también sabemos que aún en los intercambios discursivos cara a cara cada vez más se registra la presencia de los dispositivos técnicos de las mediatizaciones construyendo modalizaciones espaciales, temporales, o espacio-temporales, con diferentes maneras de presentación o representación de los cuerpos que interactúan.

Además, las posiciones diferenciadas de emisión y recepción, propias del broadcasting, se ven alteradas por las múltiples intervenciones de los receptores en las nuevas mediatizaciones que se convierten en emisiones. Si antes no era fácil, en las nuevas mediatizaciones se han agregado nuevas complejidades que requieren nuevas propuestas metodológicas, nuevas maneras de comprender la *interacción* en los sistemas de intercambio mediáticos.

2. Objetivos

- Enfocar la importancia del área de las mediatizaciones en cada uno de los proyectos que presenten los cursantes.
- A partir de ello, presentar metodologías para su estudio, tanto respecto de sus discursos, como de sus usos, audiencias, interacciones y efectos.

- Enfocar las mediatizaciones de lo informativo, lo ficcional y lo musical como campos de desenvolvimiento sociocultural de las mediatizaciones.
- Desarrollar para los temas presentados períodos de las mediatizaciones, desde las intervenciones en cara a cara, hasta el *broadcasting* y el *networking*.
- Discutir la necesidad y el alcance de las mediatizaciones para la comprensión de la vida sociocultural.
- Exponer acerca de las características específicas de los resultados de las mediatizaciones y proceso de constitución del actual sistema de medios en la sociedad.
- Estimular la aplicación de metodologías específicas para su aplicación por los doctorandos.
- Generar monografías de aplicación de la problemática expuesta, sea sobre objetos nuevos, sea sobre aquellos que ya vienen estudiando los doctorandos.

3. Contenidos (divididos en unidades temáticas)

Unidad 1. Las mediatizaciones como fenómeno social y cultural

Presentación de las mediatizaciones en los proyectos de los cursantes. Discusión general y justificación de la importancia en cada caso de las mediatizaciones y sus relaciones con la construcción de lo social y la producción cultural. El estudio de las mediatizaciones desde las ciencias sociales. Enfoques generales de las disciplinas.

Unidad 2. Historia y mediatizaciones

Modos de situar y estudiar los cambios en las mediatizaciones y sus períodos. Sistemas de intercambio y componentes materiales. Series de lo social, series de lo discursivo, series de las mediatizaciones.

Unidad 3. El enfoque sociosemiótico

Dispositivos técnicos, géneros y estilos y sus interacciones. Parecidos y diferencias entre mediatizaciones *broadcasting* y mediatizaciones *networking*. Movilidad y medios locativos.

Unidad 4. El estudio de los discursos mediáticos en intersección de disciplinas: las cualitativas y las cuantitativas.

Operaciones de construcción. Dispositivos y modalizaciones. Construcciones de propuestas de intercambio. Qué permanece y qué cambia en *chats*, *posteos*, *comments*, *megusteos* y *faveos*. La cuestión del *remix* y sus variables.

Unidad 5. De las audiencias a los *networkers*

La tradición en el estudio de las audiencias. De lo enunciativo al interaccionismo simbólico y el *framing*. Estudios cualitativos y cuantitativos. Etnografía y Netnografía. Estudios sobre muestras y sobre bases de datos. *Data mining* y *big data*.

4. Metodología de trabajo

Cursado presencial, con la incorporación de formato de taller de investigación a partir de la mitad de la cursada. Reuniones de cuatro horas.

Luego de la primera reunión, en la que se constituirá el grupo como equipo de trabajo sobre diversos temas y mediatizaciones, el esquema general de trabajo en cada reunión será el siguiente:

- Exposición de la problemática general puesta en juego.
- Exposición de un caso y sus bordes, según el cronograma indicado.
- A partir de la Clase 5, los cursantes deberán ir presentando sus propuestas de monografía, clave en la evaluación final.

5. Cronograma de clases

Clase 1

Cada cursante presenta su enfoque de las mediatizaciones en su tema de investigación. Se abre la construcción del espacio teórico necesario para que las mediatizaciones no sean un fenómeno transparente para las ciencias sociales. Nociones de sociedad, comunidad, red, cultura antropológica y cultura selectiva. Globalización y localización. Lo territorial y lo virtual. Utopismo y mixtopías. Las escenas de intercambio discursivo construidas por las teorías.

Clase 2

Primer esfuerzo metodológico: la ruptura de la transparencia. De lo *micro* a lo *macro*. Observación e interpretación. Los modelos metodológicos como problemas de construcción de objetos de estudio. Mediatización y mediatizaciones. Mediatización y *cara a cara*. Sistemas *broadcasting* y *networking*. El *postbroadcasting*.

Clase 3

El problema de la materialidad de las mediatizaciones: dispositivos técnicos, dispositivo, artefactos, medios, plataformas, redes. Los nativos y sus categorías de denominación para su vida mediática: lenguajes, géneros, estilos, transposiciones. Platonismo y cavernas. Los cursantes discuten sus objetos de trabajo respecto de las mediatizaciones que los atraviesan o constituyen.

Clase 4

Lo semiohistórico: cada mediatización como articulación de diversas series con recorridos histórico parcialmente independientes. El *estilo de época* como motor y como resultado de cada mediatización, su aparición, sus transformaciones y su estado actual. Conceptos alternativos al de *estilo de época*.

Los cursantes presentan sus títulos y *abstracts* de sus monografías.

Clase 5

Los objetos de estudio como encrucijada sociosemiótica: mediatizaciones, transposiciones entre ellas, géneros y estilos en el diseño cultural en que un objeto mediatizado vive y se desenvuelve. Introducción al análisis de lo discursivo mediático: texturas, estructuraciones, organizaciones materiales y formales.

Discusión sociosemiótica de las propuestas presentadas por los cursantes.

Clase 6

La noción de operación. Operaciones discursivas y operaciones de análisis. Figuras y tematizaciones. Construcciones, referenciaciones e inserciones. El adentro y el afuera del objeto de estudio. Introducción a lo enunciativo. Incorporación al contenido de los trabajos de los cursantes de la perspectiva mediática. Análisis de las mediatizaciones y análisis del discurso. El *estilo discursivo* como dimensión clave del análisis discursivo.

Los cursantes presentan operaciones distintivas sobre sus objetos.

Clase 7

El enfoque etnográfico en la investigación de las mediatizaciones. Lo enunciativo, lo interactivo y el *framing*. Del *broadcasting* al *networking*. Etnografía de la acción y de los objetos y etnografía de redes. Interacciones y vínculos: la discusión sobre dispositivos técnicos y artefactos. Interaccionismo directo e interaccionismo simbólico. Interacción en los medios masivos intersticiales (medios de sonido y gráfica en vía pública) y en las plataformas en *networking*. Movilidad: producción, ubicuidad y traslación.

Cada objeto del grupo es ubicado en su escena de intercambio principal y alternativas.

Clase 8:

Los enfoques cuantitativos: estudios de muestras y estudios de *big data*. Grillas para *broadcasting* y grillas para *networking*. Estilo de vida y estilo discursivo como categorías analíticas a incluir en los estudios cuantitativos de segmentación.

Revisión de los casos de los cursantes como problemas cuali-cuantitativos.

6. Evaluación

Es requisito indispensable cumplir con el 75 % de asistencia a las clases.

La aprobación se producirá por la presentación de un trabajo monográfico que se irá diseñando en el transcurso del trabajo presencial.

La monografía podrá referirse a:

- La manifestación de problemas de dispositivos y redes en la actualidad y su aporte a la construcción discursiva, en el marco de las líneas de investigación en las que ya estén investigando los cursantes.
- Análisis de casos de mediatización aplicando metodologías de análisis del discurso o semiohistórico al corpus seleccionado.
- Propuesta de rediseño del área de mediatización en el propio proceso de investigación.

La monografía deberá incluir una presentación, objetivos, metodología y muestra sobre la que se va a aplicar, descripción del corpus seleccionado y conclusiones basadas en esa descripción.

Deberá estar escrita en Word, formato de papel A4, tener una extensión de alrededor de 10 páginas, incluyendo al final la bibliografía utilizada que, obligatoriamente, deberá haber sido en parte propuesta por el seminario y en parte aportada por el cursante.

7. Bibliografía (obligatoria para los estudiantes y de referencia)

La bibliografía se ajustará de acuerdo a los objetos de estudio de cada cursante y durante el curso se propondrá bibliografía individualizada.

Obligatoria

Bateson, G. 1976 (1972) “Estilo, gracia e información en el arte primitivo” y “Doble vínculo”, en: *Pasos hacia una ecología de la mente*. Buenos Aires: Carlos Lohlé.

Bowler, G. M. Jr “Netnography: A Method Specifically Designed to Study Cultures and Communities Online. En: *The Qualitative Report*, Volume 15 Number 5 September 2010 1270-1275. <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR15-5/kozinet.pdf>

Carlón, M. (2004) “Sobre la desatención del dispositivo. Estudios culturales”. En: *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos*. Buenos Aires: La Crujía.

Cukier, K. y Viktor M. S., 2012. *Big data. La revolución de los datos masivos* (extracto). Madrid: Turner [online] Accesible: http://www.turnerlibros.com/media/Ou1/Extractos/extracto_bigdata_TURNER.pdf

Fernández, J.L., (1995). "Estilo discursivo y planeamiento comunicacional". *Oficios Terrestres*, 1. La Plata: Fac. de Periodismo y Comunicación Social - UNLP.

Fernández, J. L. (2012). *La captura de la audiencia radiofónica*. Buenos Aires: Líber Editores.

Fernández, J. L. (2008). “Modos de producción de la novedad discursiva”. En: Fernández, J. L. *La construcción de lo radiofónico* (Director). Buenos Aires: La Crujía.

Fernández, J. L. (2014). “Mediatizaciones del sonido en las redes. El límite Vorterix”. En: Rovetto, F. y Reviglio, M.C. (comps.) (2014) *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones*, Rosario: UNR Editora. E-Book. ISBN 978-987-702-072-4. P. 190-206. <http://www.cim.unr.edu.ar/archivos/cuadernodelcim2.pdf>

Hanneman, R. A. “Los datos de las redes sociales”. Cap. I. de *Introducción a los métodos del análisis de redes sociales* [online]. Accesible en: <http://wizard.ucr.edu/~rhannema/networks/text/textindex.html> [Bajado el 10-06-14].

Igarza, R. (2009). “Movilidad y consumo de contenidos”. En *Burbujas de ocio*. Buenos Aires: La Crujía.

Joseph, I., (1988). “El extranjero traductor”. En: *El transeúnte y el espacio urbano*. Barcelona: Gedisa.

Kweon, S., Hwang, K. y Jo, D. (2011) "Time and Space Perception on Media Platforms". En: *Proceedings of the Media Ecology Association*, Volume 12, 2011 25-48. http://www.media-ecology.org/publications/MEA_proceedings/v12/8_time.pdf

Lévi-Strauss, C., (1970). "Una sociedad indígena y su estilo". En: *Tristes trópicos*. Buenos Aires: Eudeba.

Logan R y Scolari, C., (2014). "El surgimiento de la comunicación móvil en el ecosistema mediático". En: *L.I.S. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada*, Nº 11. Buenos Aires: Fernández y Equipo UBACyT S094-FCS-UBA.

López Cano, Rubén. (2010). "La vida en copias: breve cartografía del reciclaje musical" en *LIS*. Nro 5, Año III, Buenos Aires: Fernández y Equipo UBACyT S094-FCS-UBA 2010. <http://semioticafernandez.com.ar/wp-content/uploads/2012/03/14-LIS5-ReciclajeMusicalDigital-RLC.pdf>

Marcinkowsky, F. (2014) *Mediatization of Politics*. In: *Javnost-the public*. Vol. 21. Nro. 2. Ljubljana: Routledge - European Institute for Communication and Culture. <http://www.arrs.gov.si/>.

Mauss, M. (1967). "2. Métodos de observación" y "3. Morfología social". En: *Manual de Etnografía*. Madrid, Istmo, 1967.

Neto, A. F. y Valdetaro, S. (coordinadores). (2010). *Mediatización, Sociedad y Sentido*. Materiales del Coloquio del Proyecto "Mediatización, sociedad y sentido: aproximaciones comparativas de modelos brasileños y argentinos", Programa de Cooperación Científico-Tecnológico. MINCYT-CAPES 2009-2010. Cod. BR/08/21. Departamento de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Política y RRII. UNR. Rosario – Agosto 2010. ISBN (versión impresa) 978-950-673-835-8. Versión digital en: <http://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/1500/Mediatizaci%C3%B3n%20y%20sentido.pdf?sequence=1>

Orozco Gómez, G. 2002 (coordinador) *Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América Latina*. Buenos Aires: Norma.

Rivoir, A. L. (1999). “Redes sociales: ¿Instrumento metodológico o categoría sociológica?”
En: http://www.e-socrates.org/pluginfile.php/28342/mod_resource/content/0/ana-l-rivoir-redes-sociales_1_.pdf.

Rudder, Ch. (2016). *Dataclismo*. E-book. Aguilar.

Scolari, C. (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.

Scolari, C. A. (2013). “¿Cómo se producen las narrativas transmedia?”. En: *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

Scolari, C. A. (2010). “Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico”. En: *Quaderns del CAC 34, vol. XIII (1) - junio 2010 (17-25)*.

Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Traversa, O. (2009). “Dispositivo-enunciación: en torno a sus modos de articularse”. En: *Figuraciones Nro 6. Estéticas de la vida cotidiana*. Buenos Aires: IUNA. Crítica de Artes.
<http://www.revistafiguraciones.com.ar/numeroactual/recorrido.php?idn=6&idr=48#texto>.
Última consulta: 12-04-2015.

Valdettaro, S. (2008). “Algunas consideraciones acerca de las estrategias del contacto: del papel a la in-mediación de las interfaces”. En: *L.I.S. Letra, imagen, sonido. Ciudad mediatizada I*. Buenos Aires, UBACyT, 1er. Semestre 2008.

Vassallo de Lopes, M. I. Redefiniendo a Recepção: convergência e transmediação. En: https://www.academia.edu/27660091/Redefiniendo_a_Recep%C3%A7%C3%A3o_Converg%C3%Aancia_e_Transmidia%C3%A7%C3%A3o

Verón, E., (2013). “Epistemología de los observadores”. En: *La semiosis social 2*: Buenos Aires: Paidós.

De referencia y como marco de discusión

Agamben, G. “El dispositivo”. Conferencia: <http://ayp.unia.es/r08/IMG/pdf/agamben-dispositivo.pdf>

Anguera, M. T. (1997). *Metodología de la observación en las ciencias humanas*. Madrid: Cátedra.

Bourdieu, P. [1979] (1998). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto* Madrid: Taurus.

Carlón, M. (2006). "Un marco para estudio de lo televisivo y lo cinematográfico: del Sistema de las Bellas Artes al Sistema Técnico Indicial". En: *De lo cinematográfico a lo televisivo*. Buenos Aires: La Crujía.

Eco, U. (1985). "Cultura de masas y 'niveles' de cultura", en *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen, (8va. Ed.).

García Fanlo, Luis (2011), "¿Qué es un dispositivo?", en en A Parte Rei. Revista de Filosofía, Número 74, Madrid, febrero de 2011, (publicación electrónica), ISSN 1137-8204. Disponible en <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/fanlo74.pdf>

Fernández, J. L. (2006). "Los límites de la crítica de los medios de sonido". En: La trama de la comunicación. Anuario 11. Sección con referato. Rosario: UNR Editora.

Foucault, M. 1989 (1975) *Vigilar y castigar*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Habermas, J., (1998). "Modernidad: un proyecto incompleto". Buenos Aires: *Punto de Vista No 21*. agosto de 1998.

Huysen, Andreas. (2002). "Introducción" y "La dialéctica oculta: vanguardia-tecnología-cultura de masas", en *Después de la gran división*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.

Koldobsky, D. "Videos musicales y You Tube: escuchar, ver y hablar de música". En: Fernández, J. L 2013. *Postbroadcasting. Innovación en la industria musical* (Coordinador). Buenos Aires: La Crujía.

Jenkins, H. (2006). "Adoración en el altar de la convergencia. Un nuevo paradigma para comprender el cambio mediático" y "La guerra de las galaxias de Quentin Tarantino? La creatividad popular se enfrenta con la industria mediática" en *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Koziner, N. S. (2013). “Antecedentes y fundamentos de la teoría del *framing* en comunicación”. En: Buenos Aires, *Austral Comunicación Volumen 2* número 1 (junio de 2013).

Kozinets, Ch. “Cultures and communities online”. Cap. 1. (2010). En: <http://books.google.com.ar/books?hl=es&lr=&id=QNDaeutR9v4C&oi=fnd&pg=PP1&dq=-Kozinets,+Ch.+%E2%80%9CCultures+and+communities+online%E2%80%9D&ots=w5uWpwnTWr&sig=XP3yf1IAUPAA2gnhc7UZO9Oxyxc#v=onepage&q=-%20Kozinets%2C%20Ch.%20%E2%80%9CCultures%20and%20communities%20online%E2%80%9D&f=false>

Lazarsfeld, P. F. y Kendall, P. L. 1948 *Radio listening in America*. Farmersville, Calif.: Pacific Book Supply Co.

Manovich, L., 2005 (2001). “La interfaz”. En: El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. Barcelona: Paidós.

McKinsey Global Institute *Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity*.

http://www.mckinsey.com/insights/business_technology/big_data_the_next_frontier_for_innovation

Miller, V. (2008). “New Media, Networking and Phatic Culture”. En: *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. Copyright © 2008 Sage Publications (London, Los Angeles, New Delhi, Singapore, and Washington DC) Vol 14(4): 387–400

Samaja, J. (1993). *Epistemología y metodología. Elementos para una teoría de la investigación*. Buenos Aires: Eudeba.

Traversa, O. (1994). "Mixtopías: las utopías de las sociedades mediáticas". En: Fortunati, V., Steimberg, O. y Volta, L. (comp.), *Utopías*. Buenos Aires: Corregidor.

Williams, R., 2001 (1958). “Prólogo a la edición de 1987” e “Introducción”. En: *Cultura y sociedad*. Buenos Aires: Nueva Visión.