

PARANÁ, 18 de junio de 2025

VISTO el DOCU-FCEDU-UER: 953/2025, iniciado por el Dr. Mariano Jesús DAGATTI, y

CONSIDERANDO:

Que mediante el mismo propone la implementación, durante el segundo cuatrimestre del presente año lectivo, del módulo “Comunicación digital y estrategias para la hiperconectividad”, como oferta académica de la cátedra “Problemas Contemporáneos de la Comunicación” de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social.

Que dicha propuesta apuesta a que el estudiantado pueda conocer y comprender nociones, dinámicas y aspectos fundamentales de la comunicación digital, entendida como uno de los pliegues fundamentales del ecosistema mediático contemporáneo.

Que tomó intervención Secretaría Académica y Coordinación de Carrera, acordando con la pertinencia y relevancia de la propuesta.

Que este Cuerpo es competente para resolver sobre el particular

Por ello,

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Aprobar, por los motivos expuestos ut supra, la implementación -durante el segundo cuatrimestre del presente ciclo lectivo- del módulo “Comunicación digital y estrategias para la hiperconectividad” como propuesta académica de la cátedra “Problemas Contemporáneos de la Comunicación” de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social, cuyo programa obra como anexo único de la presente.

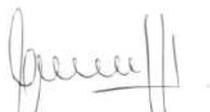
ARTÍCULO 2º.- Precisar que el desarrollo del módulo aludido en el artículo precedente, estará a ///

/// cargo del Dr. Mariano Jesús DAGATTI, la Lic. Elisa DELUCA, y la Lic. Nadia GAITÁN.

ARTÍCULO 3º.- Especificar que la efectiva implementación de las propuestas para la asignatura “Problemas Contemporáneos de la Comunicación” de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social, quedará sujeta a la inscripción de OCHO (8) estudiantes como mínimo.

ARTÍCULO 4º.- Regístrese, comuníquese, publíquese en el Digesto Electrónico de la Universidad y, cumplido, archívese.

RESOLUCIÓN “C.D.” Nº **161/25**



Prof. Mariana Edith CAPP
Jefe División Consejo Directivo

Dra. Aixa BOEYKENS
Decana

Documento ORIGINAL firmado digitalmente

RESOLUCIÓN “C.D.” Nº 161/25

ANEXO ÚNICO

**Seminario de Problemas Contemporáneos de la Comunicación:
“Comunicación digital y estrategias para la hiperconectividad”**

Carrera: Licenciatura en Comunicación Social (plan 1998) | Tronco común de 4º año

Tipo de materia: Seminario optativo

Duración: Cuatrimestral

Cuatrimestre: Segundo cuatrimestre 2025

Equipo docente: Dr. Mariano Jesús DAGATTI, la Lic. Elisa DELUCA, y la Lic. Nadia GAITÁN.

I. FUNDAMENTACIÓN

A lo largo del siglo XXI, el ecosistema mediático ha cambiado como consecuencia de mutaciones tecnológicas y socioculturales de largo alcance (Verón, 2013; van Dijck, 2016; Terranova, 2022). El desarrollo de Internet y de diferentes plataformas mediáticas, así como el uso creciente de dispositivos móviles –desde celulares hasta notebooks y tablets– modificaron las condiciones de producción, circulación y reconocimiento de textos, sobre todo respecto del rol de las personas usuarias, que pueden participar interactivamente de formas más o menos dedicadas, sea *likeando* un posteo, *retuiteando* un tuit o como productores de contenido (Jenkins, 2008).

La mutación del ecosistema mediático se caracteriza por la convergencia entre industrias culturales, usuarios y contenidos que circulan a través de múltiples plataformas, (Jenkins, 2006), así como el paso del sistema masivo de “uno a muchos” a formas de intercambio más horizontales, basadas en el *peer to peer*, la cultura colaborativa y las “multitudes inteligentes” (Carlón y Scolari, 2009). Verón (2013) habla al respecto de “la revolución del acceso”: la posibilidad de los actores individuales de desarrollar nuevas prácticas de consumo y de mediatizar su comportamiento y producir contenidos que circulan en el sistema híbrido de medios, hasta alcanzar incluso visibilidad en el sistema de medios masivos, como la televisión, la prensa o la radio (Carlón, 2015). Las lógicas de la convergencia y la emergente sociabilidad mediada por plataformas se erigieron como condiciones de posibilidad para que los grupos humanos desarrollen actividades que antes les eran ajenas, e instauraron formas de comportamiento propias de la época. Estos procesos, junto al fenómeno “transmedia” (Scolari, 2013), multimodal, de “plataformización” (Berry, 2011; Acuña y Calogueria, 2012; Scrnicek, 2018) iniciaron una dinámica que transformó en gran medida la forma //

/// que adoptan los lazos socio-culturales y a las maneras de percibir e intervenir en el entorno.

Estudiar Comunicación Social en este entorno implica una consideración acerca de una nueva etapa de mediatización de las sociedades actuales, que algunos autores denominan de “hipermediatización” (Carlón, 2012) o de “hipermediación” (Scolari, 2008). La brevedad, la fugacidad, la fragmentación, la viralidad, la remixabilidad, la transmedialidad son, según Scolari (2020), características de las formas mediáticas contemporáneas. A ello se suma que los usuarios consumen, eligen e interpretan los contenidos y las tecnologías según su clase social, género, ocupación y edad. Couldry et al. (2007) señalan al respecto que es fácil advertir el gradual desplazamiento de los medios de comunicación de masas en favor de los medios denominados “conectivos” (Van Dijck, 2016), la fragmentación gradual de los públicos o audiencias, la multiplicación de las producciones y la mayor autonomía de las agendas mediáticas dentro de los hogares.

El seminario se encuadra en el 4° año de la carrera y se orienta a la actualización de problemas y teorías propias del campo interdisciplinario de la Comunicación Social, para aportar a la formación profesional del estudiantado. De forma que está en permanente diálogo con los contenidos de otras asignaturas, como Semiótica, Teorías de la Comunicación y Comunicación y Cultura. Atendiendo a esta inscripción curricular, se propone promover el estudio de la comunicación digital, desde el campo interdisciplinario de las ciencias del sentido (semiótica, análisis del discurso, retórica), con el propósito de ofrecer marcos de referencia para comprender este nuevo pliegue de la mediatización y de convivir con las experiencias transmediáticas y las nuevas dinámicas de comunicación.

II. OBJETIVOS

II.I. Objetivo general

El seminario apuesta a que el estudiantado pueda conocer y comprender nociones, dinámicas y aspectos fundamentales de la comunicación digital, entendida como uno de los pliegues fundamentales del ecosistema mediático contemporáneo. En este marco, sus líneas de trabajo se orientan *grosso modo* en dos direcciones complementarias: por un lado, comprender críticamente nociones y fundamentos de la comunicación digital interactiva y transmedia; por el otro, explorar las potencialidades comunicativas de los soportes y plataformas vigentes, con especial énfasis en la innovación narrativa y tecnológica, así como en el diseño de experiencias de usuario.

II. I. Objetivos específicos

- Aproximarse al estudio de los fenómenos contemporáneos de la comunicación digital, desde una mirada que no desconozca la historia de la mediatización y los procesos de remediación que la ///

/// caracterizan.

- Explorar las potencialidades comunicativas de los nuevos soportes y las plataformas emergentes, con especial énfasis en la innovación narrativa y tecnológica, en la transmedialidad y en el diseño de experiencias de usuario.
- Dialogar en torno a nodos problemáticos de la comunicación digital, con base en bibliografía clásica y contemporánea de referencia.
- Propiciar un espacio de intercambio que contribuya a la formación de analistas críticos de la sociedad contemporánea, así como al vínculo con otros campos de estudio, con el objetivo de favorecer a la construcción, al desarrollo y a la actualización de saberes.
- Aportar herramientas teórico-prácticas para el diseño, el análisis y la creación de espacios comunicacionales, contenidos digitales y proyectos transmedia, destinados a diferentes áreas institucionales o de inserción profesional: informativas, educativas, culturales, económicas, entre otros.

III. EJES TEMÁTICOS

Módulo 1 | Panorama general de la comunicación digital

Mediatización y ecología de medios. ¿Cómo pensar una teoría de la mediatización para la sociedad del siglo XXI? Digitalización, interacción, transmediación, plataformización. De los hipermedios a las hipermediaciones. La comunicación (digital) contemporánea. La cultura de la convergencia, la cultura de la conectividad, la cultura participativa y la cultura de la red. Introducción a los formatos narrativos contemporáneos: ¿qué son las narrativas transmedia?

Bibliografía básica

- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós. [Fragmentos escogidos]
- Scolari, Carlos (2008). “De los nuevos medios a las hipermediaciones”, en *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa, pp. 273-293.
- Scolari, Carlos (2010) “Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico”. *Quaderns del CAC*, 34, vol. XIII (1), p. 17-25.
- Scolari, Carlos (2013). “¿Cómo se producen las narrativas transmedia?”, en *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto, pp. 61-78.
- Lovato, Anahí (2018). “Narrativas transmedia. Hacia una definición”, en *El guión transmedia: una propuesta metodológica para contar con todos los medios. Análisis y sistematización del ///*

/// proceso creativo para narrativas transmedia en el campo de la no ficción. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Rosario]. <https://rehip.unr.edu.ar/handle/2133/21468>

Bibliografía complementaria

Berry, David (2011). *The computational turn: thinking about the digital humanities*. Culture Machine Vol. 12. <https://sro.sussex.ac.uk/id/eprint/49813/>

Carlón, Mario (2016). “Las nociones de la teoría de la mediatización, revisitadas en el nuevo contexto teórico y discursivo contemporáneo”, en Torres, A. y M. Pérez Balbi (eds.): *Visualidad y dispositivo(s): arte y técnica desde una perspectiva cultural*. Los Polvorines: Universidad Nacional de General Sarmiento, pp. 13-24.

Carlón, Mario (2020). “Del poder de los enunciadores al poder de la circulación de sentido. Enunciadores hipermediáticos, análisis espacial y procesos de la circulación”, en *Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada*. San Luis: Nueva Editorial Universitaria.

Mcluhan, Marshall (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press. [Fragmentos escogidos]

Rifkin, Jeremy. (2000). *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós. [Fragmentos escogidos]

Srnicek, Nick (2018). *Capitalismo de plataformas*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Caja Negra Editora. [Fragmentos escogidos]

Van Dijck, José (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: S. XXI Editores. [Fragmentos escogidos]

Verón, Eliseo (2013). “La revolución del acceso”, en *La semiosis social 2. Ideas, momentos e interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, pp. 277-287.

Módulo 2 | Narrativas transmedia y construcción de un guión

Storytelling. Estructuras y formas narrativas. Transmedia Brainstorming. Estrategias de co-creación multiplataforma. Nuevas ventanas, nuevas posibilidades (Second Screens). Espacios colaborativos de herramientas para la creación de contenidos en plataformas digitales. Experiencias integradoras. Guión transmedia: principios de la escritura y producción transmedia multiplataforma. Ejes de las narrativas transmedia: la historia, las experiencias, las plataformas y la ejecución.

Bibliografía básica

Fernández Castrillo, Carolina (2013) “Prácticas transmedia en la era del prosumidor: Hacia una definición del Contenido Generado por el Usuario” (CGU) en *Cuadernos de Información y ///*

///Comunicación, vol. 19. Enero-diciembre, 2014, pp. 53-67.

<https://www.redalyc.org/pdf/935/93530573004.pdf>

Gosciola, Vicente (2014). Narrativa transmídia: conceituação e origens. In Campalans, C., Renó, D. & Gosciola, V. (editores.) Narrativa transmedia: entre teorías y prácticas. Bogotá: Editorial UOC. [Versión traducida al español].

Hayes, Gary (2011): Cómo escribir una biblio transmedia [en línea].

<http://guionactualidad.uab.cat/wpcontent/uploads/2013/01/Como-escribir-una-Biblia-Transmedia.pdf>.

Lovato, Anahí (2016). “Guión transmedia en narrativas de no ficción”, en Irigaray, F. y Renó, D. (comps.) (2016). *Transmediaciones. Creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas*. Editorial La Crujía. Buenos Aires.

Lovato, Anahí (2018). El guión transmedia: una propuesta metodológica para contar con todos los medios. Análisis y sistematización del proceso creativo para narrativas transmedia en el campo de la no ficción. Capítulo 3, 5 y 6. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Rosario]. <https://rehip.unr.edu.ar/handle/2133/21468>

Bibliografía complementaria

Acuña, Fernando y Caloguerea, Alejandro (2012). *Guía para la producción y distribución de contenidos transmedia para múltiples plataformas*. Santiago de Chile: Facultad de Comunicaciones. Capítulo 3, pp. 63-101.

<http://catedratransmedia.com.ar/wp-content/uploads/2018/05/LibroTransmedia.pdf>

Fernando Irigaray y Anahí Lovato (eds) (2015). “Del periodismo multimedia al periodismo transmedia” en *Producciones transmedia de no ficción*. UNR Editora.

Field, Syd (1996). *El manual del guionista*. Madrid: Plot editoriales. [Fragmentos escogidos].

McKee, Robert (2011). *El guión*. Barcelona: Editorial Alba. [Fragmentos escogidos].

Mordecki, Daniel (2012). *Miro y entiendo. Guía práctica de usabilidad web*. Editorial de la Universidad ORT, Uruguay.

Pattern, Robert (2015). *Getting Started with Transmedia Storytelling. A practical guide for beginners*. New York: Create Space. [Fragmentos escogidos].

Rodríguez Cano, César (2022) *Hipermétodos. Repertorios de la investigación social en entornos digitales*. Ciudad de México: UAM.

Módulo 3 | Lenguajes contemporáneos

La remediación: inmediatez, hipermediación y más allá... El lenguaje de los medios en la era de la ///

/// conectividad. Interfaces culturales: de la imprenta al celular. La remediación audiovisual: lo fotográfico, lo cinematográfico, lo televisivo, las redes sociales digitales con preponderancia de contenidos audiovisuales (Instagram, Tik Tok, Twitch).

Bibliografía básica

Manovich, Lev (2006). “¿Qué son los nuevos medios?”, en *El lenguaje de los nuevos medios. La imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós, pp. 63 - 103.

Manovich, Lev (2006 [2001]). “¿Qué es el cine?”, en *El lenguaje de los nuevos medios. La imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós, pp. 359 - 407.

Murolo, Leonardo (2021). “Maratonear, spoilear y filtrar: el rol de las audiencias ante el audiovisual digital”. En del Pizzo, I. y Murolo, L. (2022). *Cultura Pop: Resignificaciones y celebraciones de la industria cultural en el siglo XXI*. Buenos Aires: Prometeo.

Verón, Eliseo (2008). “El fin de la historia de un mueble”, en Scolari, C. y Carlón, M. *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía, pp. 229-248.

Scolari, Carlos (2021) “Cultura snack en diez píldoras”, en *Cultura snack*. Buenos Aires: La Marca Editora, pp. 157-178.

Bibliografía complementaria

Gutiérrez Lozano, Juan y Cuartero, Antonio (2020). “El auge de Twitch: nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil”. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, vol. 50. pp. 159-175.

Carlón, Mario (2004). “Metatelevisión: un giro metadiscursivo en la televisión argentina”, en *deSignis*, 7-8, pp. 147-158.

Carlón, Mario (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*. Buenos Aires: La Crujía, pp. 125-145.

Koldobsky, Daniela (2014), “Videos musicales y YouTube: escuchar, ver y hablar de música”, en Fernández, J. L. (coord.). *Postbroacasting. Innovación en la industria musical*. Buenos Aires: La Crujía, pp. 81-94.

Levinson, Paul (2012). *New new media*. New York: Pinguim. [Fragmentos escogidos, traducidos al español]

Manovich, Lev (2013). *Software takes command*. New York/London: Bloomsbury. [Fragmentos escogidos, traducidos al español].

Varela, Mirta (2014) “Él miraba televisión, you tube. La dinámica del cambio en los medios”, en ///

/// Carlón, M. y Scolari, C. (eds.) *El fin de los medios masivos*. Buenos Aires: La Crujía.

Zelcer, Mariano (2021). *Devenires de lo fotográfico: imágenes digitales en los dispositivos contemporáneos*. Buenos Aires: Teseo. [Fragmentos escogidos]

IV. MODALIDAD DE TRABAJO

Los encuentros serán semanales y tendrán una extensión de dos horas. Se desarrollarán bajo la modalidad de taller, desde un abordaje teórico y práctico. Los contenidos serán desarrollados a lo largo de trece encuentros virtuales y estarán organizados en tres ejes temáticos con bibliografía básica y complementaria.

En cada clase se brindará una introducción conceptual de la unidad a trabajar, en la que se pondrán en diálogo teorías, autores y problematizaciones. Se hará una presentación expositiva y dialogada, con el soporte de las TIC y la incorporación de materiales didácticos de diversos formatos. La mayor parte del tiempo estará dedicado al desarrollo de actividades teórico-prácticas grupales e individuales, que permitan la internalización y la apropiación de los contenidos, que promuevan la reflexión, el desarrollo de habilidades y fortalezcan el trabajo colaborativo. Estas instancias tendrán lugar de manera sincrónica y asincrónica, en el contexto de los encuentros virtuales y bajo la modalidad de tareas.

También se hará uso de los recursos de interacción que ofrecen las aulas del campus EduVirtual para reforzar el intercambio entre estudiantes y/o docentes, habilitar espacio para consultas, compartir producciones y reforzar la propuesta del seminario en general. Se estimulará la participación del estudiantado, la conformación de grupos de lectura y la producción desde una mirada crítica.

La modalidad de trabajo se ajustará a los objetivos específicos de cada unidad temática. Asimismo, el programa y el cronograma de la asignatura establecen las líneas rectoras de los contenidos a desarrollar y de los plazos para hacerlo, que pueden exigir ajustes, desplazamientos o reorganización en función del recorrido. El seminario ofrece una comunicación abierta permanente y un espacio de consultas y escucha grupal.

V. ACTIVIDADES

Las clases supondrán un espacio de intercambio a fin de propiciar el debate, la comunicación, la problematización crítica y la construcción colectiva de nuevos conocimientos significativos. Se proponen estrategias de enseñanza que promuevan constantemente la participación activa del ///

/// estudiantado como sujeto artífice de su formación.

En cada encuentro se buscará establecer un diálogo enriquecedor a partir de las lecturas propuestas en el recorrido programático. Asimismo, para acompañar la interpretación y el análisis crítico de los materiales bibliográficos se propondrán actividades didácticas mediadas por plataformas y dispositivos, guías de lectura orientadoras y su puesta en práctica a partir de producciones orales –exposiciones, presentaciones– y escritas relacionados con las problemáticas abordadas. Desde un encuentro semanal a otro se invitará a la realización de actividades asincrónicas en el aula de EduVirtual, para acompañar la internalización de los contenidos, las lecturas y las reflexiones. Además, se compartirán experiencias de diseño y desarrollo de proyectos transmedia, para enriquecer el tránsito por los nudos críticos abordados.

La materia incluirá en su cronograma conferencias o charlas sobre temas específicos, a cargo de docentes y especialistas externos a la institución. Desde el equipo del seminario cátedra también se ofrecerán clases por fuera de programa, en función de las áreas de trabajo y en relación con acontecimientos o eventos que puedan resultar de especial relevancia para el grupo de estudiantes.

Para aprobar el seminario, cada participante deberá diseñar y planificar un proyecto de comunicación digital transmedia enfocado en un problema o necesidad comunicacional de una organización o ámbito de inserción del estudiante (laboral, educativo, artístico o proyecto personal). Esta producción constituye el Trabajo Final Integrador (TFI) y constará de tres instancias de construcción, respecto a las cuales se presentarán avances paulatinos en cumplimiento del cronograma establecido por el equipo del seminario. El tercer avance corresponde a la etapa final e implicará la entrega del trabajo total.

VI. EVALUACIÓN

La materia es promocional y las clases teóricas tienen carácter sincrónico con participación grupal plena. La asignatura se regulariza con la aprobación de un trabajo final integrador, que será entregado en la última semana de cursado. De esta forma, la nota del seminario resultará de un promedio de las pre-entregas y de la calificación final del trabajo. La participación en clase podrá, eventualmente, redondear favorablemente la nota promediada.

Para la evaluación de estudiantes regulares se establecen los siguientes criterios, en consonancia con el Reglamento Académico de la FCEDU-UNER (Res.CD N° 550/19).

Promocionar la materia está sujeto a:

- Aprobar la entrega final del trabajo integrador o su recuperatorio con una nota mínima de 7 ///

/// (SIETE).

- Entregar el CIEN POR CIENTO (100%) de los trabajos asignados, con aprobación del SETENTA Y CINCO POR CIENTO (75%) de estos o de su recuperatorio, con un promedio mínimo de 7 (SIETE).

Regularizar la materia está sujeto a:

- Aprobar la entrega final del trabajo integrador o su recuperatorio con una nota mínima de 6 (SEIS).
- Entregar el CIEN POR CIENTO (100%) de los trabajos asignados, con aprobación del SETENTA Y CINCO POR CIENTO (75%) de estos o de su recuperatorio, con un promedio mínimo de 7 (SIETE).

Quienes regularicen sin alcanzar la promoción deberán rendir un examen final con base en las revisiones realizadas al trabajo práctico integrador presentado. Para poder hacerlo, es condición habilitante –más allá de la regularización de la cursada– confirmar por correo electrónico la asistencia a la mesa de examen hasta 24 horas antes de la instancia evaluatoria.

Estudiantes en condición libre:

Quienes no cumplimenten las exigencias establecidas quedarán en condición de alumno libre. La condición de alumno regular se conserva por un plazo máximo de DOS Y MEDIO (2 y ½) años contados a partir del año y cuatrimestre en que finalice el cursado. Quien no apruebe la asignatura en este lapso perderá la condición de regular y podrá presentarse en condición de libre.

Quien esté en condición de libre deberá anotarse en la mesa de examen final. Esta instancia implica, en primer lugar y como requisito habilitante, entregar un trabajo práctico con 15 (quince) días de anticipación respecto a la fecha de examen. Las características y la consigna serán consensuadas en las sesiones de consulta destinadas a tal efecto. Una vez aprobada esa etapa, cada estudiante deberá presentarse a rendir un examen escrito con base en el programa vigente y –en caso de aprobar– luego pasará a una instancia oral que también comprende todos los contenidos de la materia.

VII. COMUNICACIÓN, ANUNCIOS Y DISPONIBILIDAD DE MATERIALES

Toda la bibliografía y los materiales de trabajo estarán disponibles en el campus de EduVirtual, que es la plataforma oficial de comunicación para la materia. En caso de trabajar con archivos de texto cuyo tamaño exceda el límite permitido por este sistema, se acordará con el curso la utilización de Google Drive.

Las clases teóricas quedarán grabadas en Meets y estarán a disposición de los estudiantes. ///

/// Habrá una clase de consulta en los prácticos de cada comisión antes de cada examen final.

Será responsabilidad de cada estudiante asegurarse de recibir en su casilla de correo electrónico o usuario de Campus Virtual todos los anuncios, materiales de estudio y consignas de evaluación correspondientes.
