# Producción de sentido en entornos digitales

## Fundamentación del curso

En la sociedad contemporánea es indudable la importancia que tienen los medios digitales de comunicación y su centralidad tanto social como cultural.
Tanto a nivel nacional como regional se han estudiado los usos de las tecnologías digitales (entornos educativos, interacción social, consumo, etc.), las políticas vinculadas a éstas y su apropiación de parte de los usuarios. Sin embargo, al menos en el ámbito académico latinoamericano, son menos los estudios realizados sobre el impacto de las tecnologías digitales en los mecanismos de producción y circulación de sentido, las nuevas formas de creación, la hibridación de géneros discursivos en múltiples formatos y en la configuración de la subjetividad contemporánea.

## Objetivos del curso

- Problematizar las tecnologías digitales como factores relevantes en la producción y circulación de sentido en la sociedad contemporánea teniendo como referencia un marco de experiencias locales.
- Fomentar la reflexión en torno a los mecanismos de producción de sentido y cómo ésta se ve afectada por los medios digitales, en su materialidad y en su especificidad simbólica así como en sus circunstancias de recepción o reconocimiento.
- Generar un espacio de discusión e intercambio sobre la producción de sentido en entornos digitales, combinando enfoques clásicos con propuestas críticas emergentes, atendiendo a la dinámica problematicidad del campo.

## Docentes

Fernando Rius
Joaquín Moreira Alonso
Laura Sandoval

## Destinatarios

Egresados, docentes y estudiantes avanzados de Licenciatura en Comunicación y de las áreas social, artística y tecnológica.
Profesionales y realizadores de áreas de la comunicación y la tecnología digital.

## Contenidos temáticos del curso

### 1. Introducción al curso, entornos digitales

*1.1. Contexto y producción de sentido*
El contexto como elemento semiótico y su relevancia en los estudios de comunicación.
La noción de contexto en las teorías del signo.
Contexto y entornos digitales.

**2. Los medios y objetos digitales y el problema de la autoría**

*2.1. Características de los medios y los objetos digitales*
Definición técnica y semiótica de objeto digital.
Características de los medios digitales, representación numérica, modularidad, automatización, variabilidad, transcodificación.
Características del objeto digital y consecuencias semióticas y culturales.

*2.2. El cambio de paradigma semiótico y cultural en los objetos culturales*
El problema de la autoría en los objetos digitales.
El remix y la cultura read/write.

**3. La web y la cultura participativa**

*3.1. Del memex a la Web 2.0*
Origen de la web, Bush, Nelson, Berners-Lee.
La web como espacio semiótico y la lógica del hipervínculo.
La web 2.0, la cultura participativa y la emergencia de los usuarios.

*3.2. Producción de textos en la web participativa*
Formatos orientados a usuarios, blogging, foros, wikis, redes.
Literaturas en internet, *creepypasta*, literatura en blogs y redes sociales, *fanfics*.

**4. Templatización y memes**

*4.1. La "web como plataforma" como espacio preformateado*
La separación entre forma y contenido en la web participativa.
La contenidización de la actividad y la estandarización del diseño.
La templatización semiótica.

*4.2. Memes, template y sentido*
El meme como objeto característico de la web 2.0.
Humor, arquetipo y referencia, clave de la producción de sentido en el meme.
El meme como saber expresivo, la reflexión acerca del template.

**5. Video digital y el video en la era digital**

*5.1. Nueva audiovisualidad*
El video digital, acceso aleatorio, edición, composición y superposición.
Modos del video digital, POV, Video 360, VR y AR.
Video de usuarios, la cultura YouTube, streaming de video juego, videos de redes sociales.

*5.2. Lo digital impacta en la TV y el cine*
La tecnología digital cinematográfica y su impacto en el sentido, animación 3D, CGI e hiperrealismo.
TV On demand, cambio en la forma de producir televisión.
El *broadcasting* en internet, universos expandidos.

**6. Videojuegos, acción inmersiva y narración interactiva**

*6.1. Narración en un entorno interactivo*
Emergente y progresivo, dos formas de articular la acción y el sentido en los videojuegos.
Historia y formas de la narración.
Formas de la emergencia.

*6.2 Videojuegos, interfaz y relación hermenéutica*
Interfaz, interacción, mecánicas y dinámicas.
El tiempo y el espacio en los videojuegos, el jugador dentro del espacio semiótico del juego.
De la guerra del hiperrealismo a la heterogeneidad del la era de los *indie games*.

**7. Internet, individuo y comunidad, acción social y márgenes de la red**

*7.1. Usuario, comunidades y antagonismos*
Conformación de comunidades y espacios colectivos.
Comunidades destructivas y violencia virtual, *for the lulz* y *kill all normies.*

*7.2. Paseo por el inframundo digital*
*Trolling* y *lulz*, de acoso y racismo a *trollear* a Microsoft y Google y potenciar a Trump.
Las esquinas oscuras de la web, *deep web*, *darknet*, 4chan.
Pornografía, violencia y crimen.

## Evaluación

Realización de un trabajo escrito de seis páginas (aprox.) donde se reflexione sobre algunos de los contenidos del curso u otros relacionados. El texto puede ser una sistematización de antecedentes, un informe o adelanto de investigación, un estudio de caso o una reflexión conceptual.

## Bibliografía


Arola, K. L. (2010) The Design of Web 2.0: The Rise of the Template, The Fall of Design. *Computers and Composition*, (27), pp. 4–14.

Barthes, R. (1980). *Mitologias*. México DF: Siglo XXI.

Barthes, R. (1993). *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós.

Bettetini, G. Colombo, F. (1995). *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Boyd, D. (2006) A Blogger's Blog: Exploring the Definition of a Medium. *Reconstruction*, 6 (4).

Bruns, A.; Burgess, J.; Hartley, J. (2013) *A Companion to new media dynamics*. London: Blackwell.

Coseriu, E. (1967). Sistema, norma y habla. *Teoría del lenguaje y lingüística general*. Madrid: Gredos.

Darley, A. (2002). *Cultura visual digital. Espectáculos y nuevos géneros en los medios de comunicación.* Barcelona: Paidós.

Eco, U. (2016) *De la estupidez a la locura*. Barcelona, Lumen.

Gabriel, M. (2015.) *Por qué el mundo no existe*. Barcelona: Pasado y presente.

Genette, G. (1989). *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Madrid: Taurus.

Harari, Y. (2016). *Homo Deus: Breve historia del mañana.* Barcelona: Debate

Hjelmslev, L. (1974). *Prolegómenos a una teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos.

Hunicke, R., Zubek, M. & LeBlanc, R. (2004). MDA: A Formal Approach to Game Design and Game Research. *Proceedings of the Challenges in Games AI Workshop, Nineteenth National Conference of Artificial Intelligence*.

Jakobson, R. (1967). Dos aspectos del lenguaje y dos tipos de trastornos afásicos. En R. Jakobson & M. Halle (Eds.), *Fundamentos del lenguaje* (pp. 97–143). Madrid: Ciencia Nueva.

Jansz, J. (2005). The Emotional Appeal of Violent Video Games for Adolescent Males. *Communication Theory*, 15(3), pp. 219–241.

Jullier, L. (2004). *La imagen digital. De la tecnología a la estética*. Buenos Aires: La marca.

Juul, J. (2002). The Open and the Closed: Game of emergence and games of progression. F. Mäyrä (Ed.), *Computer Games and Digital Cultures Conference Proceedings* (pp 323-329). Tampere: Tampere University Press.

Juza, M. (2013). Internet memes. Creation, distribution, social meaning. *Media Studies*, 4(55), 1–15.

Keogh, B. (2018). *A play of bodies : how we perceive videogames*. Cambridge: The MIT Press.

Knobel, M., & Lankshear, C. (2007). *A new literacies sampler*. New York: P. Lang.

Kulesz, O. (2017). *La cultura en el entorno digital*. París: UNESCO.

Lessig, L. (2008). *Remix. Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. London: Bloomsbury.

Mandiberg, M. (Ed.), *The Social Media Reader*. New York: New York University Press.

Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios*. Barcelona: Paidós.

Mattéi, J-F. (2013). *La puissance du simulacre: Dans le pas de Platon*. Paris: Bourin editeur.

McLuhan, M. (1993). *La aldea global*. Barcelona: Gedisa.

McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de Comunicación*. Barcelona: Paidós.

Milner, R. M. (2013). Hacking the Social: Internet Memes, Identity Antagonism, and the Logic of Lulz. *The Fibreculture Journal*, (22), pp 62-92.

Milner, R. M. (2016). *The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media*. Cambridge: The MIT Press.

Mitchell, W.J.T. (2017) *¿Qué quieren las imágenes?* Bilbao: Sans Soleil Ediciones.

Nagle, A (2017) *Kill all normies*. Winchester: Zero Books.

Perniola, M. *La sociedad de los simulacros*, (2011). Buenos Aires: Amorrortu.

Perriault, J. (2012). Jeux virtuels. Aspects sociocognitifs et sémiotiques. *Hermès* (62), pp 92-100.

Phillips, W. (2016). *This is why we can't have nice things: mapping the relationship between online trolling and mainstream culture*. Cambridge: The MIT Press.

Phillips, W. & Milner, R. (2017). The ambivalent Internet : mischief, oddity, and antagonism online. Malden: Polity.

Quéau, P. (1986). *Éloge de la simulation. De la vie des langages à la synthèse des images*. Paris: Editions du Champ Vallon.

Scolari, C. (ed.) (2013). *Homo Videoludens 2.0. De Pacman a la gamifcation*. Barcelona: Universitat de Barcelona.

Sicart, M. (2008). Defining Game Mechanics. *Game Studies: the international journal of computer game research*, 8(2).

Srnicek, Nick (2018). *Capitalismo de Plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra.

Turkle, S (2005). *The Second Self: Computers and the Human Spirit*. Cambridge: The MIT Press.

Verón, E. (1993). *La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.

del Villar, R; Scolari, C. A. (Cord.) (2004). *deSignis5: Corpus digitalis. Semióticas del mundo digital*. Barcelona: Gedisa.