



PROGRAMA

El agotamiento del contrato industrial de comunicación: textos fuera de control

**Fake news, posverdad, desinformación, infodemia: una crisis con demasiados
nombres y ningún diagnóstico**

Docente: Mag. Daniel Mazzone

Objetivos del curso

Objetivo general:

Explorar y postular pautas generales para nuevos contratos posibles de Comunicación, capaces de consensuar los intereses de medios, plataformas, audiencias e instituciones en el nuevo ecosistema

Objetivos específicos:

- 1) identificar los problemas generados en las áreas e industrias de la Comunicación a partir de las irregularidades en la circulación de textos;
- 2) Identificar las formas y procedimientos mediante los cuales las plataformas, por acción u omisión, afectan los procesos comunicacionales (Facebook Live, microsegmentación publicitaria, publicidad programática, etc.).
- 3) Estar en condiciones de explicar los problemas actuales de la Comunicación y sus posibles soluciones;
- 4) Preguntarse por las razones que condujeron a fijar el plano del abordaje de esta crisis en lo instrumental (diferentes formas del fact-checking, por ejemplo, consecuente con el diagnóstico de que se trataba de un problema de “noticias falsas”) sin haber definido un diagnóstico orientador sobre el problema a enfrentar e hipotéticamente resolver.

Contenidos

Unidad 1: Antecedentes. La formación del ecosistema industrial de medios y la conformación de la sociedad industrial o mediática. Significación de que la Sociología haya descripto la sociedad industrial desconociendo los medios. Las tesis de John Thompson

Unidad 2: Del contrato inicial de comunicación de la sociedad mediática a la crisis por agotamiento del contrato en la sociedad de plataformas. Dimensiones de la crisis (Educación, Publicidad, Cine, Periodismo, Política, etc).



Unidad 3: ¿Hacia un nuevo contrato de comunicación? La situación actual y sus perspectivas. El día que dejamos de entender cómo se producen y circulan los contenidos.

Unidad 4: Cierre para cada uno de los trabajos finales desarrollados durante el curso. Exposición y fundamentación teórica del material observado.

Metodología

Curso teórico práctico. Desde la primera clase se instará a seleccionar un objeto de observación, acerca del cual se deberá informar a medida que progrese el curso. La modalidad de la cursada combinará instancias expositivas con trabajos grupales que registren los avances de la observación acumulada. La elección de objetos debe aportar aspectos del curso que permitan abordar y comprender diferentes dimensiones de la crisis estudiada.

El marco de selección de objetos de observación es amplio:

- Un tipo de objeto que ponga en evidencia la insuficiencia de los medios para dar cuenta y/o controlar el flujo textual. Por ejemplo, agentes que utilizan modalidades algorítmicas para distribuir contenidos. Las plataformas cuando venden publicidad o cuando organizan los resultados de las búsquedas que realizan los usuarios.
- Otros ejemplos: sobre los múltiples problemas generados en la circulación desbordada de textos: la crisis abierta por Netflix y otras plataformas con la industria cinematográfica tradicional; Spotify y la industria discográfica; la industria de la Publicidad y el aviso de Pepsi en 2017 y su crisis en las redes sociales, que obligó a su eliminación en 24 hs.

Evaluación de aprendizajes

(obligatoria para que se pueda certificar como de posgrado)

- 1) Encuesta previa para establecer los intereses y perfiles de los asistentes.
- 2) Configuración de equipos de trabajo para seleccionar objetos de observación e interacción entre ellos a lo largo del curso.
- 3) Trabajo Final que puede presentarse en dos modalidades diferentes:
 - Trabajo monográfico que sintetice las observaciones realizadas por el grupo.
 - Presentación de un proyecto de investigación o de Tesis que proyecte las observaciones realizadas durante el curso hacia una propuesta de mayor calado



Bibliografía

Unidad 1:

Briggs, A. Y Burke, P. (2006) De Gutenberg a Internet, una historia social de los medios de comunicación. Taurus, México.

Thompson, J. (1998) Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Paidós, España.

Mazzone, D. (2016) El diario entre dos temporalidades: de la periodicidad a la simultaneidad. Revista Inmediaciones N. 11 Universidad ORT

Hjarvard, S. (2016) Mediatización: reencuadrando el análisis de los efectos de los medios. Revista Inmediaciones N. 11 Universidad ORT.

Scolari, C. (editor) (2015) Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones

Unidad 2:

Landow, G. (2009) Hipertexto 3.0 – Cap. 8: Política del hipertexto ¿quién controla el texto? Pp. 392-456

Castells, M. (1999) La era de la información. La sociedad red Vol. 1. Prólogo: la red y el yo, pp. 27-54. Cap. 1: La Revolución de la tecnología de la información, pp. 55-92. Cap. 6: El espacio de los flujos, pp.409-462.

Mazzone, D. (2018) Máquinas de mentir, “noticias falsas” y “posverdad”. Crujía, Buenos Aires.

Mazzone, D. (2018) De los medios a las plataformas. Del control del gatekeeping a la conversación descontrolada. Revista Contratexto. Universidad de Lima, Perú, pp. 121-143.

Unidad 3:

Charaudeau, P. (2003) El discurso de la información. La construcción del espejo social. Gedisa, España.

Fernández, J. (2016). Plataformas mediáticas y niveles de análisis. Revista Inmediaciones, Universidad ORT, pp. 71-96.

Strate, L. (2015). (Scolari editor) Estudiar los medios como medios: McLuhan y el enfoque de la ecología de los medios, pp. 147-163.

Van Dijck, J (2016) La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales. Siglo XXI, Argentina.

Harari, Y. (2017). 21 lecciones para el siglo XXI. cap. 3, los macrodatos están observándote (pp. 65-95)

Unidad 4:

Cada estudiante seleccionará su bibliografía para esta unidad en función del objeto de estudio elegido.