

DOCUMENTO TEÓRICO METODOLÓGICO (TP.DOC)

CÁTEDRA SEMIÓTICA DE REDES

Carrera de Ciencias de la Comunicación

Facultad de Ciencias Sociales - Universidad de Buenos Aires

OBJETO DE INVESTIGACIÓN:

NUEVAS CONDICIONES DE CIRCULACIÓN DISCURSIVA

Titular: Mario Carlón

Adjunto: Damián Fraticelli

Jefe de Trabajos Prácticos: Ana Slimovich

Ayudante: Rocío Rovner

2017

I. PRIMERA PARTE: MARCO TEÓRICO GENERAL¹

I.1. OBJETIVOS DEL DOCUMENTO

El Documento Teórico Metodológico de la Cátedra Semiótica de Redes se propone brindar a los alumnos y a la comunidad académica que lo consulten los lineamientos de investigación de la asignatura. Brinda elementos del marco general que serán utilizados para el diseño de la investigación y organiza las actividades del año. Fue preparado especialmente para los alumnos. Sin embargo, como la materia tiene una política abierta hacia otras cátedras y grupos de investigación, se da a conocer con la intención de que sea libremente apropiado por aquellos que se interesen en él.²

I.2. OBJETOS DE ESTUDIO

El objeto general de estudio de la asignatura son las *nuevas condiciones de circulación* discursiva en las que se despliega la cultura contemporánea, más allá de sus manifestaciones moderna y posmoderna en sentido antropológico, es decir, como un fenómeno general, no circunscripto a un área de la producción cultural. Este documento establece un diagnóstico de la situación en la que se encuentra actualmente el sistema mediático y de las condiciones en que se desarrolla la comunicación. Y determina también cómo debe llevarse a cabo la investigación que los alumnos realizarán en los trabajos prácticos.

¹ Este documento que presentamos es una versión corregida y ampliada de Carlón, Fraticelli, Slimovich, Jiménez (2016) Documento Teórico metodológico (TP.DOC), Cátedra semiótica de redes.

² Todos los grupos de investigación y cátedras interesados en dialogar con Semiótica de Redes a partir de esta propuesta de trabajo pueden comunicarse a: semioticaderedes@gmail.com
El sitio web de la cátedra es <http://www.semioticaderedes-carlon.com>

I.3. LA ERA CONTEMPORÁNEA: UNA SOCIEDAD HIPERMEDIATIZADA

Nos encontramos en una era en la que los medios masivos han entrado en crisis y en la que ha emergido un nuevo sistema mediático con base en Internet. En la década del ochenta Eliseo Verón (1984) distinguió una sociedad mediática (moderna) de una sociedad mediatizada (posmoderna). En la sociedad mediática los medios pusieron en juego una estrategia del orden de la representación e intentaron funcionar como “espejos” de lo real: quisieron representar lo que acontecía en la vida social. En una sociedad mediatizada los medios masivos asumieron su capacidad para construir los acontecimientos y, por ende, la realidad como fenómeno compartido. Y los distintos actores sociales (desde los presidentes al Papa, desde los grandes partidos políticos a las pequeñas organizaciones civiles) empezaron a planificar sus acciones en función de la presencia de esos medios.

Ambas eras se caracterizaron por la presencia de un solo sistema de medios: el de los medios masivos. Hoy asistimos a la expansión de un *nuevo sistema de medios con base en Internet (Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, etcétera)* que se apoya en la digitalización, la convergencia y interactividad. La presencia de estos dos sistemas caracteriza a la sociedad contemporánea hipermediatizada en lo que es una nueva fase de la mediatización de la vida social, en la que producto del ascenso de los sujetos en la historia de la mediatización todos pueden publicar lo que desean a través de medios “personales” en las redes sociales. Por supuesto que esta posibilidad no es gratis: a cambio, se ha perdido privacidad e intimidad, los algoritmos nos persiguen como consumidores y estamos expuestos a una sociedad de control y de vigilancia veinticuatro horas. En este contexto, el análisis no puede concentrarse sólo de lo que acontece en las redes. Debe atender a la relación entre ambos sistemas de mediatización.

I.4. LA COMUNICACIÓN CONTEMPORÁNEA

Si en las eras moderna y posmoderna la comunicación se establecía en sentido descendente (desde "arriba hacia abajo"), desde los medios e instituciones a los colectivos e individuos, hoy el escenario ha cambiado y la comunicación no tiene ya sólo una dirección sino que es también horizontal (entre "pares") y desde "abajo hacia arriba" (ascendente).

El modelo de análisis comunicacional de la Cátedra Semiótica de Redes ha sido diseñado para estudiar procesos *descendentes*, *horizontales* y *ascendentes*. Y, mucho más, para estudiar los *cambios de escala en la mediatización* y *cambios en la dirección en la comunicación* que se producen en el desarrollo de cualquier fenómeno comunicacional: desde una campaña publicitaria o política de una gran marca o partido político al proyecto de un enunciador *amateur* desconocido que un día aparece en una red social (por ejemplo, *Facebook*), crece en la red merced a que incrementa su cantidad de seguidores y luego despierta el interés de grandes editoriales, marcas o medios de comunicación masiva.

Como la comunicación "descendente" masiva ha sido muy estudiada y es muy conocida, comenzaremos por ejemplificar en este documento con el análisis que hemos realizado de un proyecto emergente creado por un enunciador *amateur* llamado *Chicas bondi* surgido "desde abajo", desde las redes sociales, que alcanzó reconocimiento de los medios masivos y luego fue denunciado ante el Centro de Protección de Datos Personales de la Ciudad de Buenos Aires por una organización

feminista, *Hollaback Buenos Aires*³. Es el primer ejemplo que fue analizado con este modelo analítico (Carlón 2016).

Luego nos detendremos en el video que fue conocido internacionalmente como *Trololo*. La interpretación televisiva de un barítono ruso realizada en 1976 de la que se realizaron cientos de parodias tras haber sido subida a *YouTube*⁴. Su apropiación "horizontal" fue reconocida por los medios masivos introduciendo en la industria al desconocido personaje. Se trata de un caso de comunicación "descendente" que vuelve a "ascender" luego de una prolifera circulación "horizontal". De ambos fenómenos, sólo señalaremos algunos momentos de su desarrollo, aquellos que pueden aplicarse al estudio de otros casos de comunicación ascendente, que son los que nos brindan una de las claves que estábamos necesitando para avanzar en el estudio de la comunicación contemporánea. Nos detendremos principalmente en las figuras que ilustran cómo graficar momentos puntuales de relación inter-sistémica entre el sistema de medios masivos y el de "nuevos medios". La intención de la Cátedra es actualizar este documento a medida que los estudios de circulación discursiva se sigan desarrollando en el ámbito nacional y en el extranjero.

II. SEGUNDA PARTE: TRABAJO PRÁCTICO

Se exponen aquí los lineamientos para realizar el trabajo práctico que deberán realizar. En las comisiones los alumnos formarán grupos de 4 a 6 integrantes. Cada grupo trabajará a lo largo del año en el estudio de un caso de acuerdo a

³ Un análisis detallado de la circulación ascendente de *Chicas bondi* fue publicado en Carlón (2015). Y la primera exposición introduciendo gráficos de circulación con una mayor explicitación de los fundamentos del modelo teórico y analítico puede encontrarse en Carlón (2016).

⁴ El análisis de la circulación de *Trololo* con esta metodología fue realizado especialmente para este documento por Mario Carlón y Damián Fraticelli. Fraticelli (2012) ya había realizado un abordaje sobre las parodias del video en *YouTube*. El análisis que presentamos constituye una forma de poner a prueba el dispositivo analítico en un caso que ya se había estudiado.

lineamientos expuestos en este documento y a los presupuestos teóricos que serán explicados en teóricos y prácticos durante el año de cursada.

II.1. DETERMINACIÓN DEL OBJETO

Cada grupo debe elegir un caso a estudiar que debe ser un ejemplo de circulación contemporánea. Al decir esto nos referimos, por ejemplo, a un caso que circula por los dos sistemas mediáticos: de los medios masivos a las redes y de las redes a los medios masivos.

II.2. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

El análisis de la circulación de cada caso en particular tiene un objetivo: construir una línea de tiempo que grafique la circulación discursiva del objeto de estudio elegido y poner en juego un análisis que explique los cambios de sentido que a lo largo de la circulación se fueron produciendo. Cada caso es un ejemplo de las nuevas condiciones en las que está configurando la cultura contemporánea y el análisis de cada caso es un aporte al conocimiento del desarrollo de la cultura en que estamos viviendo.

II.3. METODOLOGÍA

II.3.1. Corpus y línea de tiempo

Las primeras tareas que los alumnos deben realizar luego de determinar el objeto de estudio es recopilar y delimitar el corpus a estudiar y comenzar a graficar la *línea de tiempo* del caso elegido como objeto de estudio. La línea de tiempo debe graficar el desarrollo diacrónico de la circulación: desde el momento en que el objeto de estudio tomó vida pública hasta el momento en que culminó el

análisis. La línea de tiempo no puede graficarse el primer día de trabajo: es un resultado de la investigación a lo largo año. Pero sí debe comenzar a pensarse en ella desde su inicio.

II.3.2. Fases: cambios de escala en la mediatización y cambios de dirección comunicacional

La circulación contemporánea no es sólo inter-sistémica: se desarrolla por fases. Cada fase constituye un punto encuentro entre dos sistemas de mediatización, el de los medios masivos y el de los nuevos medios. En cada fase se producen cambios de sentido que se desarrollan, como mínimo, en dos niveles: un cambio de escala en la mediatización y una complejización comunicacional (que a veces va acompañada de un cambio de dirección comunicacional: por ejemplo, un proceso ascendente, suma una dirección descendente). Los grupos deben distinguir en el desarrollo del caso que están estudiando distintas fases que caracterizan la circulación, que deben ser graficadas en la línea de tiempo. Ejemplificamos lo que estamos señalando con el caso *Chicas bondi*.

Primera fase

El proyecto se dio a conocer a través de la publicación de una serie de fotografías tomadas en distintas líneas de ómnibus de la ciudad de Buenos Aires a chicas jóvenes en la red social *Facebook*. Ilustramos este primer momento de la siguiente forma:

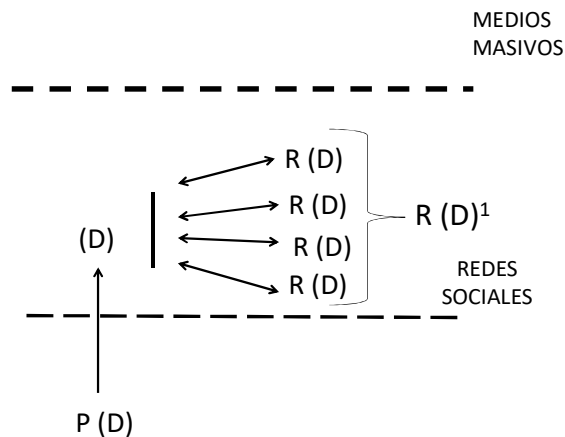


Figura 1

En la figura (D) es el discurso con el que *Chicas bondi* se da a conocer. Es el primer conjunto de fotografías publicadas en *Facebook*. P (D) son sus condiciones de producción. Al situar a (D) arriba de la línea punteada y a P (D) debajo de ella se está poniendo en evidencia que la dirección comunicacional es ascendente. (D) genera distintos reconocimientos: algunos amigos del enunciador brindaron un "Me gusta", otros realizaron comentarios. La barra introducida entre (D) y los discursos R (D) destaca la diferencia entre producción y reconocimiento, el proceso mismo de circulación. Llamamos a esta primera instancia de circulación de *Chicas bondi* R (D)¹.

Subfase

Dentro de la primera fase, identificamos una subfase que significa un ascenso en las redes sociales del enunciador debido a un aumento en la escala de distribución. El día 17 de marzo de 2011 "Calu" Rivero, una conocida actriz, "retuitea" una foto de *Chicas bondi*. A partir de aquí crece el número de seguidores. Es posible graficarnos este proceso llamando (D¹) al conjunto de fotos publicadas por *Chicas bondi* hasta el 17 de marzo de 2011, (D²) al retuit de Calu

Rivero y (D³) a las fotos posteriores publicadas por *Chicas bondi* luego de su repercusión en las redes. Los discursos que aparecen luego de D³ muestran los intercambios que *Chicas bondi* siguió teniendo con sus seguidores (nuevos y viejos). La dirección, ligeramente descendente, ilustra que la relación ya no es la inicial: *Chicas bondi* se ha consolidado como enunciador y ya no es un par de un simple poseedor de un perfil o cuenta en las redes.

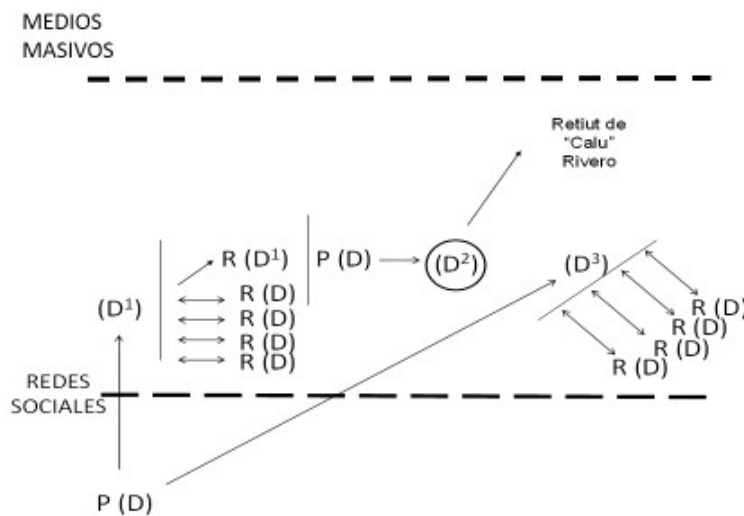


Figura 2

Segunda y tercera fases

La figura 3 ilustra un momento más extenso de la línea de tiempo de *Chicas bondi*. Contiene la primera fase, la subfase y las dos siguientes. En la segunda fase *Chicas bondi* es objeto de notas por parte de los medios de comunicación masiva (*La Nación*, *Inrockuptibles*, *Suplemento No de Página 12*, *Revista Brando*, etcétera). Las líneas punteadas muestran que hay aquí un proceso inter-sistémico en dos direcciones. En esta segunda fase *Chicas bondi* asciende porque se da a conocer en medios de comunicación masiva y los medios de comunicación masiva descenden, como pescadores, para dar cuenta de contenidos que están

alcanzando relevancia social en las redes sociales. Las fotografías publicadas por *Chicas bondi* en la red son condición de producción de las notas de los medios masivos. Y muchos lectores de los medios masivos, que desconocían *Chicas bondi*, toman conocimiento de la existencia del proyecto (algunos, probablemente, comienzan a seguirlo). En la tercera fase, tras la publicación en los medios masivos, *Chicas bondi* sigue publicando fotografías, y asume más plenamente una dimensión comunicacional descendente con los que antes eran sus "pares" en las redes: el proyecto se ha consagrado mediáticamente (proceso complejo, que seguramente debe haber generado también resistencias).

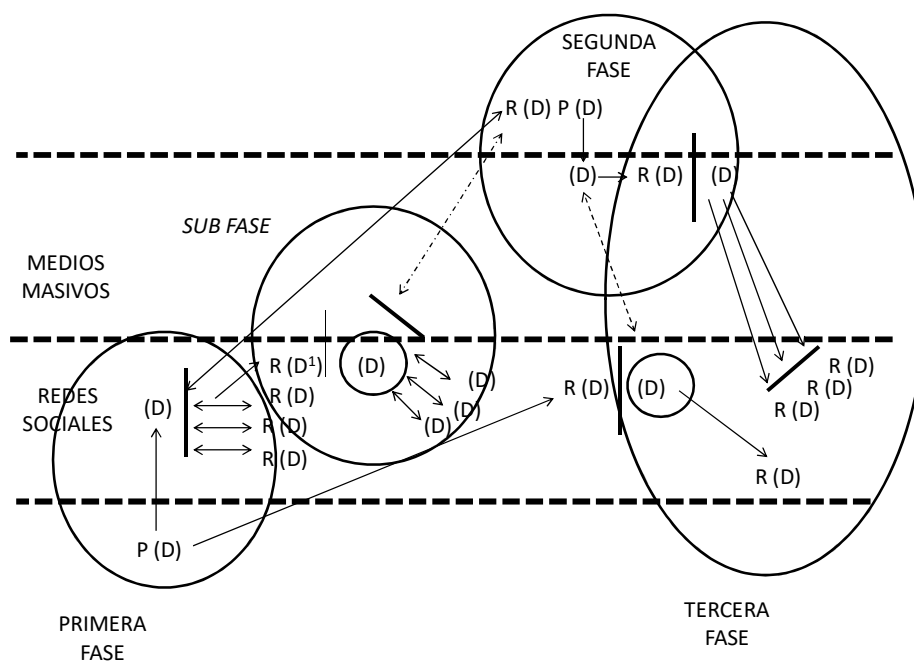


Figura 3

III. LA FOTOGRAFÍA EN LA CIRCULACIÓN CONTEMPORÁNEA

Las conclusiones a las que arribó el análisis de *Chicas bondi* son múltiples y se desarrollan en distintos niveles. Aquí nos detendremos brevemente sólo en dos aspectos: la dimensión fotográfica (mediática) y la comunicacional.

III.1. La dimensión mediática

En cada momento histórico conviven distintas capas de tiempo. En nuestra época perduran rasgos de la modernidad y de la posmodernidad. En el caso de *Chicas bondi* las fotografías que dieron conocer al proyecto pusieron en juego estrategias de la era moderna de la fotografía: la imagen como "arte" (por su dimensión estética, formal) y como documento (registro). Es una estrategia de una sociedad mediática, basada en la representación y en la autonomía de la imagen.

A partir de cierto momento (luego de las notas en los medios de comunicación masiva) *Chicas bondi* es contratado por Levi's para homenajear el aniversario del Levi's 501. Entonces publica fotografías tomadas con modelos en los ómnibus. Son fotografías producidas con una estrategia más post-moderna: son puestas en escena, asistimos a la construcción del acontecimiento.

Pero ambos desarrollos, moderno y posmoderno, son contemporáneos: son fotografías digitales sometidas a las condiciones de circulación inter-sistémica que a través de las figuras presentadas acabamos de describir.

III.2. La dimensión comunicacional

Chicas bondi es un proyecto emergente, característico de nuestra época. Surge en las redes sociales y “asciende” hasta lograr el reconocimiento de los medios de comunicación masiva. El sólo hecho de que sea inter-sistémico evidencia que pertenece a otro momento de la historia de la mediatización, ni moderno ni posmoderno. En este marco, el hecho de que haya sido generado por un usuario desconocido y que, además, sea ascendente, lo convierte en un caso emblemático de la nueva circulación contemporánea. Pero no es sólo ascendente: en cada fase se produce una complexificación de la dimensión comunicacional. Luego del retuit de Calu Rivero y de la cobertura de los medios de comunicación masiva, se afirma como pequeño enunciador *broadcast*. Es un enunciador semejante a muchos otros que se asentaron en las redes en estos años, como *Chinise Backstreet Boys* en el origen y los *Youtubers* en estos años, pero ese *broadcast* ya no es el de los medios masivos, porque no puede (ni pretende) controlar la circulación discursiva ni programar la vida social.

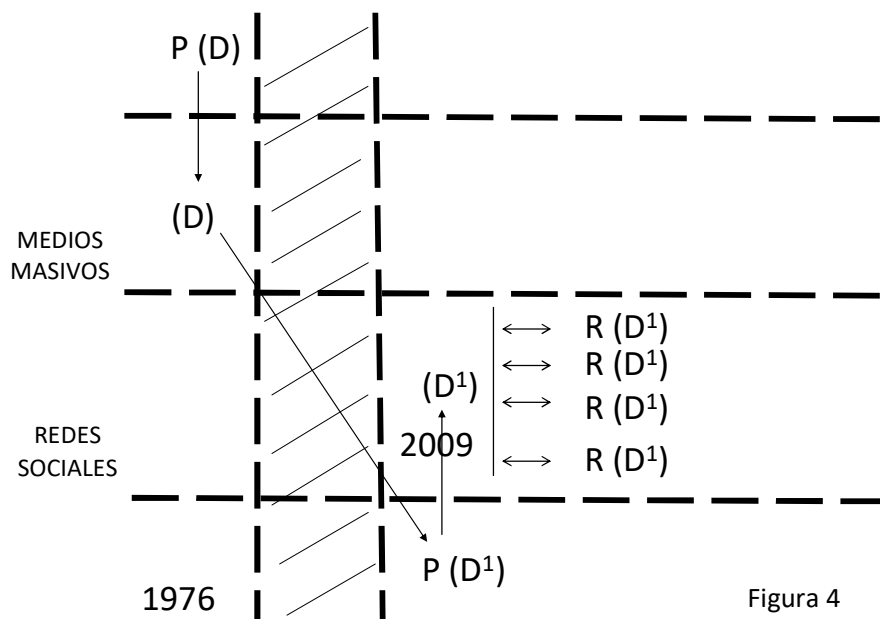
IV. UN CASO DE COMUNICACIÓN DESCENDENTE/ASCENDENTE

Tal como lo adelantamos, con el fin de mostrar cómo se grafica un caso de comunicación con direccionalidad descendente/ascendente expondremos brevemente lo sucedido con el video Trololo. En 1976, el barítono ruso Eduard Anatolyevich Jil interpreta en televisión una versión vocalizada de la canción norteamericana “I’m very glad because I’m finally back home”. Treinta y tres años después, el 26 de noviembre de 2009, el usuario de YouTube RealPapaPit sube a la plataforma de Internet la grabación de la interpretación sin edición. En poco tiempo, el video se hace viral y proliferan parodias del mismo realizadas por los internautas. Se hacen remixes (que aceleran, ralentizan, multiplican, etc. la imagen y/o el sonido), overdubs (que reemplazan la cabeza del cantante por la de íconos de la cultura como Darth Vader), imitaciones paródicas actuadas por los

propios internautas, etcétera. El 3 de marzo del 2010, la circulación cambia de escala y el video y algunas de sus parodias son presentadas en el programa norteamericano *The Colbert Report*. A partir de aquel momento, se multiplican exponencialmente los reconocimientos paródicos y no paródicos del video tanto en Internet como en los medios masivos a nivel mundial. La televisión hace sus propias parodias del video con artistas de la envergadura de Christoph Waltz, ganador del premio Oscar en 2009, y transmite las parodias subidas a YouTube. Ante tal repercusión, Eduard Anatolyevich Jil, con setenta y cinco años y retirado de su carrera, realiza una gira por Europa. Y, dos años después, su muerte es una noticia internacional. A nivel local, por ejemplo, el humorista gráfico Liniers parodia el video en una tira cómica publicada en La Nación homenajeando al cantante. Si se atiende a la circulación, es extremadamente compleja en su desarrollo diacrónico. Nos concentramos aquí en dos momentos: su "renacimiento" en YouTube luego de treinta y tres años en el olvido y la consagración de esta reaparición nuevamente en los medios masivos.

Primera fase

Luego de 33 años, la grabación del barítono, típico discurso "descendente" desde los medios masivos, inicia el 26 de noviembre del 2009 su camino "ascendente" en YouTube, donde se realizan reconocimientos paródicos y no paródicos y se expande por Internet.



(D) es la interpretación del barítono en la televisión. P (D) son sus condiciones de producción (el lenguaje televisivo y cinematográfico, la interpretación musical, etcétera). Es la primera fase de la circulación discursiva. Treinta y tres años después, luego de haber estado prácticamente en hibernación, la grabación del barítono “asciende” desde abajo, desde las redes sociales, al aparecer en *YouTube*, lo cual es representado como D¹. P (D¹) inferior representa las condiciones de producción, entre las que se encuentra la interpretación original y otras más como la cultura del remix. R (D¹) son los reconocimientos y nuevos discursos, las producciones paródicas y no paródicas que se dan de manera horizontal en la red.

Segunda y tercera fases

Luego de la primera fase, en la que se da una relación inter-sistema descendente, comienza la segunda fase, en la que la relación inter-sistema

ascendente completa un proceso en la circulación dado que otra vez intervienen los medios masivos, y luego, en la tercera fase, vuelve a descender a las redes sociales. El 3 de marzo del 2010, el programa *The Colbert Report* presenta *Trololo* en la televisión produciéndose reconocimientos paródicos y no paródicos del video en los medios masivos y en las redes sociales en una cantidad exponencial. Estos últimos son a su vez recogidos por la televisión dándose una nueva relación inter-sistema con dirección descendente. Graficamos aquí sólo la llegada a la televisión y los procesos de reconocimiento que se dan en las redes.

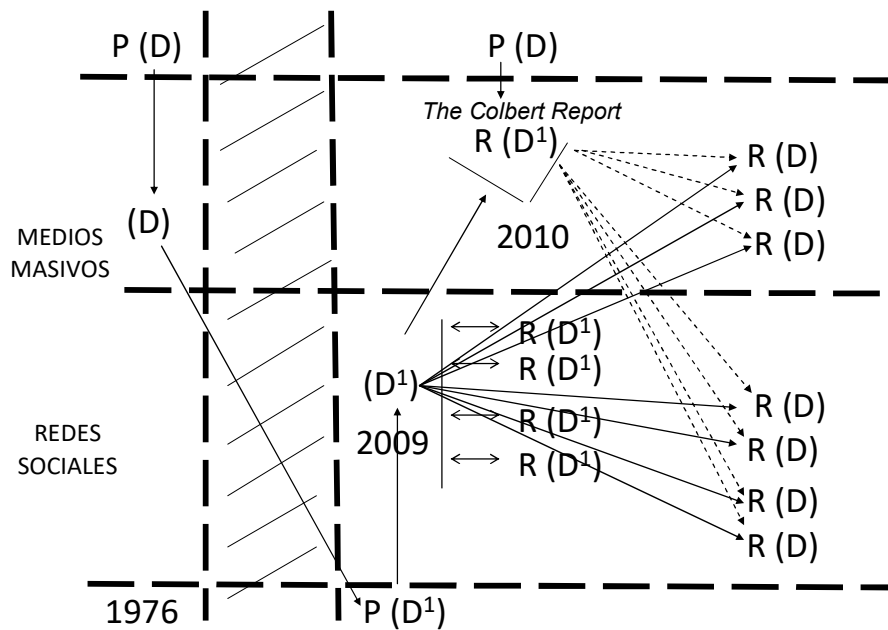


Figura 5

V. DIMENSIÓN ESPACIAL Y ENUNCIADORES MEDIATICOS

El dispositivo analítico de la Cátedra Semiótica de Redes también incluye la posibilidad de analizar la circulación desde otro ángulo: la dimensión espacial. Llamamos así a este análisis no porque la dimensión espacial está ausente en los

gráficos presentados (de hecho, la disposición de los medios masivos “arriba” y de los nuevos medios “abajo” es por supuesto espacial) sino porque privilegian la dimensión temporal de la circulación: por eso se parte de una línea de tiempo y se identifican fases.

¿En que reside entonces la especificidad de la dimensión espacial? Si el análisis temporal construye una “película” de la circulación, el espacial toma “fotos” de determinados momentos claves de la circulación, congela y dispone los elementos en la superficie.

Un ejemplo: retomado el análisis de *Chicas bondi*, es posible establecer dos gráficos desde este enfoque luego de un momento clave: en el que el Centro de Protección de Datos Personales (CPDP) dicta su fallo luego de la denuncia de *Hollaback Buenos Aires*.

Nuestra intención es ubicar el posicionamiento de los principales enunciadores mediáticos antes y después del fallo. Para llevar adelante esta tarea distinguimos, siguiendo a Verón, medios (M), instituciones, (I), colectivos (C) e individuos (IND). Y, para el caso *Chicas bondi* subdividimos medios en medios masivos (MM) y medios masivos digitales (MMD), y agregamos a cada medio su nombre. Diferenciamos, entre los colectivos, los colectivos sociales (CS) y los colectivos mediatizados (CM)⁵. Y en el de los individuos diferenciamos individuos profesionales (INDP) y *amateurs* (IA). Es una organización no definitiva, pero por el momento operativa:

⁵ Ahora bien, como a través del dispositivo analítico estudiamos la mediatización, siempre los encontramos mediatizados. Lo cual no quiere decir que en el análisis el vínculo entre lo social no mediatizado y la mediatización no deba ser privilegiada. Por ejemplo, en el caso de CHB, el colectivo se constituyó en la red (no en la vida social no mediatizada) pero luego de las muestras en las galerías de arte parte de los integrantes de ese colectivo se conoció entre sí (a veces es el revés: se constituyen los grupos en la vida social y luego se mediatizan).

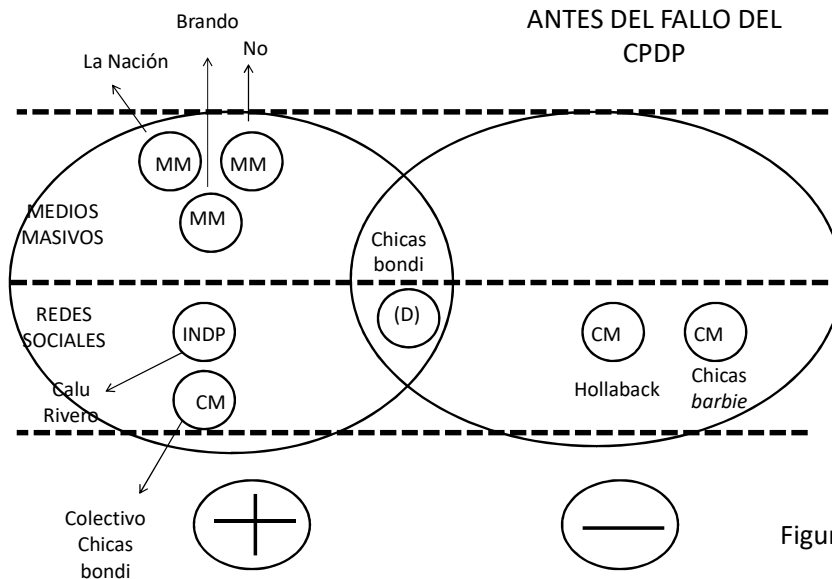
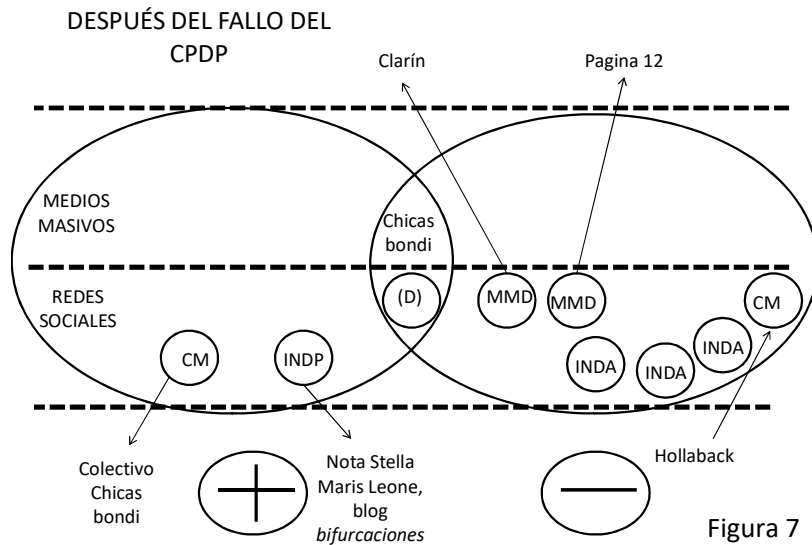


Figura 6

El gráfico 6 muestra la situación que gozaba *Chicas bondi* antes del fallo del CPDP: excepto los dos colectivos feministas, el proyecto poseía una valoración positiva de los medios, los colectivos de actores individuales (*amateurs*) y de *celebrities* como Calu Rivero. El gráfico siguiente muestra la situación luego del dictamen:



Este gráfico muestra cómo cambió para *Chicas bondi* su valoración social luego del dictamen: ninguno de los medios masivos que cubrieron las noticias realizó comentarios positivos, se concentraron en los aspectos negativos del contenido del fallo. Y se sumaron comentarios de tinte negativo por parte de enunciadores individuales en las redes. Sin embargo una artista de impronta feminista, Stella Maris Leone, que fue consultada por el blog *bifurcaciones*, consideró que el proyecto no era discriminatorio para las mujeres⁶.

⁶ Termina diciendo: "Quienes me leen saben de mi trabajo sobre la Violencia de Género, pero en esta oportunidad estoy en total desacuerdo con las organizaciones feministas: las fotos no son tomadas en espacios íntimos y no son exhibidas en actos o situaciones que podrían dañar su moral; es más, muchas chicas se buscan en la red para etiquetarse, otras piden que les saquen fotos, y la organización además borra todas aquellas que lo solicitan. Ahora bien, si las mujeres retratadas por Chicas Bondi autorizan la publicación, ¿qué es entonces lo que molesta? En lo personal lo único que lamento es que por mi edad quedo afuera del proyecto y a la espera de que alguien arme un proyecto Mujeres Bondi, a ver si por ahí tengo suerte de salir retratada". Disponible en: <http://www.bifurcaciones.cl/2015/04/chicas-bondi/>

VI. UN NUEVO CAMPO DE ESTUDIOS

El análisis que acabamos de presentar se detiene sólo en algunos de las cuestiones y problemas que enfrentan los nuevos estudios sobre circulación. La circulación contemporánea posee muchos aspectos específicos que aún resta por estudiarse. Los casos que a lo largo del año se estudiarán en la cátedra construirán importantes aportes para el objetivo que Semiótica de Redes se ha propuesto para este año: construir un mapeo de la circulación discursiva mediática de la cultura contemporánea.

Carlón, Fraticelli, Slimovich, Rovner

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Carlón, Mario (2017). "La cultura mediática contemporánea: otro motor, otra combustión (Segunda apropiación de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón: la dimensión espacial)" (en prensa).

___ (2016). "Una apropiación contemporánea de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón", en *Comunicación, campo(s) teorías y problemas. Una perspectiva Internacional*; en Vizer Eduardo y Carlos Vidales (coordinadores). Salamanca: Comunicación Social Ediciones.

___ (2015). "Público, privado e íntimo: el caso *Chicas bondi* y el conflicto entre derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea", "Dicotomía público/privado: estamos no camino certo?", Paulo César Castro (organizador). Maceió: EDUFAL.

___ (2014). "¿Del arte contemporáneo a una era contemporánea? *Efecto arte* y el nuevo valor del presente en la era de internet", en *Estado actual de las*

investigaciones sobre mediatizaciones; Rovetto, Florencia y Reviglio, María Cecilia (editoras). Rosario: UNR.

Fausto Neto, Antonio (2012). "Discursos periodísticos en el *diván de los internautas*", en *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación*, Carlón Mario y Fausto Neto, Antonio (compiladores). Buenos Aires: La Crujía.

Fraticelli, Damián (2012). "El arte de las parodias en *YouTube*. El caso *Trololo*", en *Colabor_arte*, Carlón Mario y Scolari Carlos (compiladores) Buenos Aires: La Crujía.

Jenkins, Henry (2008 [2006]). "En busca del unicornio de papel: *Matrix* y la narración transmediática", en *Convergence cultura. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Scolari Carlos A. y Fraticelli, Damián (2016). New media subjects in the media ecology: the case of spanish YouTubers. *European Journal of Communication* (en prensa).

Slimovich, Ana (2012). "El *Facebook* de los gobernantes. El caso de Cristina Fernández de Kirchner y Mauricio Macri", en *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación*. Carlón, Mario y Fauto Neto, Antonio (editores). Buenos Aires: La Crujía.

Verón, Eliseo (2013). "Lógicas sistémicas sociales y socioindividuales", en *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Gedisa.

— (1997) "Esquema para el análisis de la mediatización", en *Diálogos de la Comunicación*, N°48. Lima: Felafacs, p. 9-17.

— (1987). "El sentido como producción discursiva", en *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires: Gedisa.