

SEMINARIO AD-HOC 2018

Herramientas metodológicas para el estudio de la política y los medios en la Argentina

Carga horaria total: 48 horas, 16 encuentros de 3 horas semanales.

Profesora a cargo: Dra. Ana Slimovich

Equipo docente y funciones: Dr. Mariano Dagatti (JTP).

Horarios propuestos: Martes de 21 a 24 hs. / Lunes de 21 a 24 hs.

Cuatrimestre propuesto: Curso de verano 2018/Primer cuatrimestre 2018.

Fundamentación

El curso propone brindar herramientas metodológicas para indagar la relación entre política y medios de comunicación, con especial énfasis en la Argentina. Para ello, el programa toma en cuenta los estudios sobre la mediatización de la política (Verón, 2001 [1984]), sobre el fin de la hegemonía de los medios masivos (Carlón y Scolari, 2009), sobre los procesos de interrelación entre los medios masivos y los nuevos medios (Carlón, 2015, 2016), los distintos estudios globales acerca de los sistemas de medios y la conformación de la opinión pública en democracia; los distintos modos de abordaje del discurso kirchnerista y macrista, así como las aproximaciones al proceso de digitalización de la política contemporánea. Toma herramientas del dispositivo analítico de la circulación hipermediática contemporánea (Carlón, 2015, 2016) para abordar los discursos políticos en su interrelación entre los medios masivos y los medios con base en internet. También tiene en cuenta las herramientas derivadas del análisis del discurso y los distintos estudios globales acerca de la conformación de la opinión.

La cuestión de la mediatización de la política reviste una importancia central, en vistas de indagar el nuevo espacio público entramado por las redes simbólicas de los medios. Por otro lado, la expansión de los medios con base en internet, los modos de confluencia con los medios tradicionales de comunicación y los modos de circulación hipermediatizada ameritan una aproximación a los estudios recientes sobre el sistema mediático bajo el cual se insertan los discursos políticos contemporáneos argentinos. En este sentido, desarrollaremos la metodología que se deriva del modelo analítico de la circulación contemporánea (Carlón, 2016, 2016): el modo de graficar las relaciones hipermediáticas e intersistémicas de los discursos políticos contemporáneos en su relación con los medios masivos y las redes sociales.

En segundo término, evaluaremos los rasgos del proceso de mediatización cuando se genera la inserción en los nuevos medios. Los modos de la llamada “democracia digital”, “ciberdemocracia”, “ciberpolítica” dan cuenta de la necesidad de abordar las transformaciones en los modos de hacer política producto del ensanchamiento del espacio público mediatizado. En esta unidad nos detendremos especialmente en los rasgos de los discursos políticos en redes sociales como Facebook y Twitter – y en su interrelación con la televisión-; así como en el rol de los internautas ciudadanos y los movimientos socio-políticos contemporáneos.

En un tercer bloque, se retomarán los antecedentes de los estudios sobre la “videopolítica”. “Democracia audiovisual” ha sido el término escogido por algunos autores para enfatizar la relevancia de la televisión en el diseño del paisaje político contemporáneo. La relación de los periodistas como intermediarios y la interfaz entre el discurso político y el discurso informativo será otro de los núcleos de la propuesta. Además, investigaremos la relación entre cultura política y estilos de liderazgos: populismo, popularidad, neopopulismo, postpopulismo son términos que permiten dimensionar la importancia de la mediatización en el lazo entre política y opinión pública. Las derivaciones culturales del ‘giro a la izquierda’ y la constitución de gobiernos latinoamericanos populistas constituyen otro núcleo de la propuesta. El propósito es indagar los nuevos imaginarios y representaciones de la política, así como la comunicación política y las políticas de comunicación de los nuevos gobiernos latinoamericanos. Por último, abordaremos el discurso político argentino contemporáneo a través de dos núcleos. Por un lado, la relación con los grupos mediáticos, y nos detendremos especialmente en el conflicto entre el gobierno kirchnerista y el sector agropecuario. Asimismo, atenderemos a las particularidades de los discursos kirchneristas y macristas en los 13 años de los gobiernos kirchneristas; y lo compararemos con los discursos de *Cambiamos*.

Objetivos generales y específicos del seminario:

En primer lugar, la propuesta de seminario tiene por objetivo general ofrecer una reflexión acerca del campo de la mediatización de lo político contemporáneo y ofrecer herramientas analíticas para su estudio. En segundo lugar, busca dar a conocer investigaciones en curso en el ámbito del discurso político contemporáneo en la Argentina que contribuyan, a su vez, a construir una mirada reflexiva sobre los procesos políticos en curso y sobre el rol de los periodistas y grandes grupos mediáticos. En tercer lugar, demostrar la relevancia de los estudios interdisciplinarios para dar cuenta de los procesos sociales. Por último, ofrecer casos de estudio que puedan ser utilizadas por los alumnos para la realización de una tesina que tenga por objeto la relación entre el campo de lo político y el nuevo sistema mediático.

Los objetivos específicos son:

- Ofrecer herramientas metodológicas para el estudio del discurso político contemporáneo y su relación con lo mediático.
- Aportar a una teoría de la mediatización de lo político en la Argentina.
- Brindar un panorama de los modos de abordaje del discurso político argentino contemporáneo.
- Ofrecer marcos teórico-metodológicos para el estudio de la política en los nuevos medios.
- Ofrecer marco teórico-metodológico para la indagación del discurso político argentino.
- Desarrollar producciones escritas de índole académica, con el propósito de favorecer un acercamiento a la investigación en ciencias sociales.
- Realizar un estado del arte de los estudios sobre la mediatización del discurso político, con especial consideración por aquellos que toman en cuenta el panorama político argentino de los últimos trece años como objeto de investigación.
- Alentar la producción de proyectos de tesina en el campo de las relaciones entre la política y los medios de comunicación.

-Alentar la producción de proyectos de tesina sobre discurso político argentino contemporáneo.

Contenidos desglosados por unidades, módulos o similares:

Unidad 1. Nuevo sistema mediático y dispositivo analítico de circulación hipermediática. Fin de la hegemonía de los medios masivos. Nuevo sistema mediático con base en internet. Interrelaciones redes sociales/medios masivos.

Bibliografía

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

---- (2016b). Apropiación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón. En E. Vizer y C. Vidales (Coords.), *Comunicación, campo(s) teorías y problemas. Una perspectiva Internacional* (pp. 125-153). Barcelona: Editorial Comunicación Social.

___ (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.

--- (2009). ¿Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era. En M. Carlón y A. Scolari (Eds.), *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. (pp. 159-187). Buenos Aires: La Crujía.

Carlón, Mario; Fraticelli, Damián; Slimovich, Ana y Jiménez, Martina, 2016. *TP.DOC. Documento teórico metodológico. Semiótica de redes*. Cátedra Carlón. Buenos Aires: Carrera de Ciencias de la comunicación. Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Disponible online: <http://semioticaderedes-carlon.com> [Fecha de acceso: 23/7/2016].

Verón, E. (2009). El fin de la historia de un mueble. En M. Carlón y A. Scolari (Eds.), *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. (pp. 229-248). Buenos Aires: La Crujía.

Unidad 2. Democracia digital. Nuevas formas de la democracia. Discursividades políticas en las redes sociales. Convergencia entre televisión y redes sociales en los acontecimientos políticos. Elecciones y nuevos medios.

Bibliografía

Berrocal Gonzalo, S.; Campos Dominguez, E. y Redondo García, M. (2012). Comunicación Política en Internet: La tendencia al “infoentretenimiento” político en YouTube. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico, Norteamérica*, 18. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/41037>

Carlón, M. (2012). En el ojo de la convergencia. Los discursos de los usuarios de Facebook durante la transmisión televisiva de la votación de la ley de matrimonio igualitario. En M. Carlón y A. Fausto Neto (Comps.), *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación* (pp. 173-194). Buenos Aires: La Crujía.

Cheresky, I. (2015). *El nuevo rostro de la democracia*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

- Gindin, I. (2015). Como presidenta, como militante y como ser humano: CFK en 140 caracteres. *LIS, Letra, Imagen, Sonido. Ciudad Mediatizada*, 13 (VII), 141-152. Recuperado de <http://www.revistalis.com.ar/index.php/lis/article/view/188>
- Lacalle, C. (2012). Elecciones catalanas y web 2.0. En M. Carlón y A. Fausto Neto (Comps.), *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación* (pp. 117-135). Buenos Aires: La Crujía.
- Slimovich, A. (2012a). El Facebook de los gobernantes. El caso de Cristina Fernández de Kirchner y de Mauricio Macri. En M. Carlón y A. Fausto Neto (Comps.), *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación* (pp. 137-154). Buenos Aires: La Crujía.
- (2016). Política y redes sociales en Argentina. El caso de los candidatos presidenciales en 2011 en Twitter. *Signo y Pensamiento*, 35(68), 86-100.
Recuperado de [http:// dx.doi.org/10.11144/Javeriana.syp35-68.prsa](http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.syp35-68.prsa)
- (2017). La ruta digital a la presidencia argentina. Un análisis político e hipermediático de los discursos de Mauricio Macri en las redes sociales. *Dixit*, 26, enero-junio (pp. 24-43). Recuperado de <https://revistas.ucu.edu.uy/index.php/revistadixit/article/view/1321/1369>
- Qués, M. E. (2013). *Medios y Política. Imágenes, discursos y sentidos*. Buenos Aires: Editorial Universitaria Rioplatense.
- Zugasti Azagra, R. (2015). *La interacción política en Twitter: el caso de @ppopular y @ahorapodemos durante la campaña para las Elecciones Europeas de 2014*. Revista Ámbitos, 28.

Unidad 3. Discursos kirchneristas. Relaciones entre el kirchnerismo y los medios de comunicación. Los discursos en cadena nacional de Cristina Fernández de Kirchner. El conflicto entre el kirchnerismo y el sector agropecuario. El conflicto entre el kirchnerismo y el Grupo Clarín.

Bibliografía

- Buisán, A., Salerno, P., Maizels, A. (2013). La construcción del nosotros y del ellos en los discursos de Cristina Fernández en el marco de la crisis con el sector agropecuario: democracia-golpismo, pueblo-oligarquía, pasado legitimador- pasado rechazado. Ponencia presentada en el *VI Coloquio de Investigadores en Estudios del Discurso y III Jornadas Internacionales sobre Discurso e Interdisciplina*. Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, junio de 2013.
- Cingolani, G. (2012). A midiatização da figura presidencial: espaços, estratégias e transições. En A. Fausto Neto; J. Mouchon; E. Verón (Orgs.), *Transformações da midiatização presidencial. Copos, relatos, negociações, resistências* (pp. 53-67). Sao Caetano do Sul: Difusao Editora.
- Dagatti, M. (2012). Análisis del discurso y ciencias sociales. Aportes para el estudio del discurso político en las sociedades contemporáneas: el caso del kirchnerismo. *Revista De signos y sentidos*, n. 13, julio de 2012, Universidad Nacional del Litoral, Ediciones, Santa Fe, Argentina.
- (2015). Refundar la patria. Los legados del primer kirchnerismo. En *Discurso y política en Sudamérica*. Buenos Aires: Biblos.
- de Diego, J. (2014). *¿Discurso político o politicidad de los discursos? Una propuesta para pensar la relación entre kirchnerismo y prensa*. En I. Gindin (coord.): *Kirchnerismo, mediatización e identidades políticas. Reflexiones en torno a la política, el periodismo y el discurso (2003-2008)*. (Pp. 12-31). Cuadernos de trabajo del Centro de Investigación en Mediatizaciones-UNR: Rosario. E-book.
- Montero, A. (2012). *Y al final un día volvimos. Los usos de la memoria en el discurso kirchnerista (2003-2007)*. Buenos Aires: Prometeo.

Sarlo, B. (2011). *La audacia y el cálculo. Kirchner 2003-2010*. Buenos Aires: Sudamericana.

Slimovich, A. y Cardoso, M. L. (2014). Insultar y argumentar en la web. Los comentarios sobre la constitucionalidad de la Ley de Medios. *Letra. Imagen. Sonido. L.I.S. Ciudad Mediatizada*, 6 (12), 107-120. Recuperado de <http://www.revistalis.com.ar/index.php/lis/article/view/172/170>

Vitale, M. A. y Maizels, A. (2011). El discurso de campaña electoral de Cristina Fernández de Kirchner (2007). Un caso de ethos híbrido no convergente. *Revista Linguagem em (Dis)curso*, v. 11, n 2, Universidade do Sul de Santa Catarina, Brasil, pp. 337-360.

Unidad 4. Discursos macristas. El discurso del PRO en la ciudad de Buenos Aires. El macrismo y las redes sociales. El discurso de *Cambiamos*.

Bibliografía

Fratlicelli, D. (2010). 2010. Desenmascarando al ciudadano (porteño). El humor político de Micky Vainilla en Peter Capusotto y sus videos. *Revista L.I.S Letra. Imagen. Sonido. Ciudad Mediatizada*, 5, 54-71

Natanson, J. (2015). Cultura, juventud y política en los años del kirchnerismo. En L. A. Quevedo (Comp.), *La cultura argentina hoy* (pp. 233-254). Buenos Aires: Siglo Veintiuno.

Slimovich, A. (2012b). Los internautas en campaña. Apuntes sobre las discursividades políticas en el Facebook de Mauricio Macri. *Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura*, 72. Recuperado de <http://www.revistatrampas.com.ar/2012/12/apuntes-sobre-las-discursividades.html>

Sznaider, B. (2015). De las ciencias sociales, del fenómeno macrista, de la comunicación y de otras yerbas. *Revista Sociales*, 87, FSOC-UBA.

Vommaro, G. Morresi, S. y Belloti, A. (2015). *Mundo Pro. Anatomía de un partido fabricado para ganar*. Buenos Aires: Planeta.

Unidad 5. Videopolítica de fin de siglo. Culturas políticas: los efectos políticos de los medios de comunicación. El discurso político: del foro al ágora electrónica. “Celebrity-land”, o cómo se construye el espectáculo político. El homo videns y la videopolítica. Mediatización de lo político.

Bibliografía

García Canclini, N. (comp.) (1995). *Cultura y pospolítica*. México: Consejo Nacional para las Cultura y las Artes.

Mangone, C. y J. Warley (eds.) (1994). *El discurso político. Del foro a la televisión*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

Sarlo, B. (1996). Siete hipótesis sobre videopolítica. En *Instantáneas. Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo*. Buenos Aires: Aírel, pp. 149-160.

Sartori, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. México: Taurus.

Verón, E. (1992). Interfaces. Sobre la democracia audiovisual avanzada. En *El nuevo espacio público* (pp. 124-139). Barcelona: Gedisa.

Verón, E. (1998). *Mediatización de lo político. Estrategias, actores y construcción de los colectivos*. En Gauthier, G., A. Gosselin, y J. Mouchon (comps.): *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa.

Unidad 6. Liderazgo político. Líderes de popularidad. La opinión pública en democracias industriales. La legitimidad democrática. Interpelaciones a los ciudadanos.

Bibliografía

- Balandier, G. (1994): *El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación*. Barcelona: Paidós.
- Cheresky, I. (2008). Poder presidencial y liderazgos de popularidad. En *Poder presidencial, opinión pública y exclusión social*. Buenos Aires: CLACSO-Manantial.
- Contursi, M. y Tufro, M. (2012). Interpelación, colectivos de identificación y exclusión. Transformaciones del discurso político en la Argentina actual. *Temas de Comunicación*, 25, Segundo semestre 2012, 105-122.
- Dagatti, M y Kratje, J. (2015). *Fotogenia electoral e identidades políticas. En torno a las piezas gráficas de las elecciones argentinas (2011-2015)*. Revista CES-Contexto, n.15, Universidad de Coimbra.
- D'Adamo, O., García Beaudoux, V. y Freidenberg, F. (2007): *Medios de Comunicación y Opinión Pública*. Madrid: McGraw-Hill.
- Debray, R. (1995). *El Estado seductor. Las revoluciones mediológicas del poder*. Buenos Aires: Manantial.
- Quiroga, H. (2006). La arquitectura del poder en un gobierno de la opinión pública. En Cheresky, I. (comp.). *La política después de los partidos*. Buenos Aires: Prometeo.
- Rosanvallon, P. (2009). *La legitimidad democrática. Imparcialidad, reflexividad, proximidad*. Buenos Aires: Manantial.

Unidad 7. Los medios y los políticos. El rol de los periodistas. Populismo en Latinoamérica y medios de comunicación. El rol del directo televisivo. El caso de Lula presidente. Casos de presidentes argentinos. Los tele-presidentes.

Bibliografía

- Carlón, M. (2012b). A midiatização da figura presidencial na Argentina da democracia: das bases institucionais a intemperie. En A. Fausto Neto; J. Mouchon; E. Verón (Orgs.), *Transformações da midiatização presidencial. Copos, relatos, negociações, resistências* (pp. 131-143). Sao Caetano do Sul: Difusao Editora.
- Escudero Chauvel, L. y García Rubio, C. (2007). (Coords.). *Democracias de opinión. Medios y comunicación política*. Buenos Aires: La Crujía.
- Fausto, Neto, C. y Verón, E. (Orgs.). (2003). *Lula Presidente - Televisão e política na campanha eleitoral*. Unisinos: Hacker Editores.
- Kitzberger, P. (2009). Las relaciones gobierno-prensa y el giro político en América Latina. En *Postdata*, pp. 157 – 182.
- Rincón, O. (ed.) (2008). *Los tele-presidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia*. Versión on-line: FES.
- Salerno, P. (2016) “Malvinas: los discursos de Cristina Fernández de Kirchner y los medios masivos de comunicación”. En prensa.
- Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma.

Metodología de Enseñanza:

La modalidad del seminario es presencial, con una carga total de 48 horas. Cada clase tendrá una extensión de 3 (tres) horas. Dos horas se dedicarán a la exposición teórica-metodológica y la última hora se centrará en la presentación de los proyectos de trabajo final de los estudiantes y de tesinas y en la devolución y guía por parte de los docentes. La propuesta busca articular la reflexión conceptual, el conocimiento de marcos teórico-metodológicos y la puesta en práctica de algunas de estas categorías operativas.

Las clases teóricas contarán con abundante material de análisis: textos de los discursos políticos, filmaciones de discursos públicos, afiches de campaña, capturas de pantalla de las redes sociales, videos de campaña extraídos de YouTube etc.; mientras que las clases prácticas tendrán ejercicios individuales y grupales de análisis, presentaciones orales, taller de escritura de géneros académicos. Así, las clases teóricas desarrollarán los contenidos teóricos e historiográficos del programa, se trabajará la bibliografía específica y el estado de la cuestión asimismo se propondrán distintas alternativas para las actividades prácticas, a partir de la discusión de las lecturas. En las clases prácticas se trabajará con distintos ejercicios orientados a la comprensión y aplicación de conceptos, el perfeccionamiento en el manejo de diferentes géneros académicos (presentaciones orales, trabajos prácticos, proyectos de tesina, etc.). Se busca generar las condiciones para que los estudiantes puedan plantearse la escritura de su tesina final de grado.

La metodología será teórico práctica, dado que habrá lecturas obligatorias y complementarias en función de los temas elegidos, con debate en clase y la presentación de trabajos específicos sobre temáticas vinculadas a la cursada. Se promoverá la investigación y el debate por parte de los estudiantes, a lo que se combinará la presentación teórica de los temas tratados. En tal sentido, si bien el seminario cuenta con objetivos y un plan de actividades acorde con los intereses de estudiantes que no estén interesados en delimitar su proyecto de tesina en relación con este tema, se ha diseñado un plan especialmente orientado a aquellos que sí lo prefieran. En tal caso el plan de actividades se orientará no sólo al cumplimiento de los objetivos comunes para todos los asistentes, sino especialmente a la elaboración del proyecto de tesina. Para unos y otros, el seminario propone un contacto intenso con los distintos recursos no sólo bibliográficos y temáticos, sino especialmente metodológicos orientados a un eficaz trabajo de investigación: bibliografías, modos de abordaje, categorías operativas, tratamiento de distintos tipos de soportes, etc.

El seminario prevé, además, como parte del debate interdisciplinar, la participación de especialistas invitados para problematizar distintos núcleos temáticos abordados.

Régimen de evaluación y promoción:

Este seminario permite la promoción directa. Para ello, los estudiantes deben tener una asistencia al 75 % de las clases, aprobación del trabajo final y del coloquio oral de presentación del trabajo.

En cuanto al trabajo práctico, el seminario brinda la posibilidad de que los estudiantes realicen: a) una monografía sobre alguna de las unidades desarrolladas en la cursada o b) un anteproyecto de tesina que comprenda fundamentación, breve estado de la cuestión, objetivos, hipótesis de trabajo, metodología, cronograma y bibliografía.