

SEMINARIO AD-HOC 2020

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

Profesora a cargo: Dra. Ana Slimovich

Equipo docente: JTP: Lic. Magalí Bucasich y Ayudante: Lic. Mariana Gómez Triben

Horario: Martes de 10 a 13 hs. (clases sincrónicas no obligatorias)

Cuatrimestre propuesto: Segundo cuatrimestre 2020

Fundamentación

El curso propone brindar herramientas metodológicas y un marco teórico para indagar la relación entre la política y los medios en la Argentina. Para ello, el programa toma en cuenta los estudios sobre la mediatización de la política, tanto en cuanto a la teoría latinoamericana como a la europea, conceptualizaciones sobre el fin de la hegemonía de los medios masivos, los procesos de generación de redes sociales y la interrelación con lo masivo, los distintos estudios acerca de la conformación de la opinión pública en democracia; los modos de la democracia digital y los distintos modos de abordaje del discurso kirchnerista y macrista, así como las aproximaciones al proceso de digitalización de la política contemporánea y la relación con los medios masivos de comunicación. Tiene en cuenta las herramientas derivadas de la sociosemiótica, el análisis del discurso y los distintos estudios sobre la democracia digital, la opinión pública y los estudios sobre redes sociales.

La expansión de los espacios digitales y las redes sociales ameritan una aproximación a los estudios recientes sobre el sistema mediático bajo el cual se insertan los discursos políticos contemporáneos argentinos. Asimismo, la cuestión de la mediatización de la política reviste una importancia central, en vistas de indagar el nuevo espacio público ensanchado, teniendo en cuenta tanto los estudios pensados para los medios tradicionales de comunicación, como los estudios de la mediatización de la política contemporánea que suponen también la inserción de la política en las redes sociales y en interfaz con las lógicas y contenidos de lo masivo.

En segundo término, nos detendremos en los rasgos del proceso de mediatización cuando se genera la inserción en las redes sociales y se generan nuevas formas de la democracia. Relevaremos estudios acerca de la llamada “democracia digital”, “ciberdemocracia”, “ciberpolítica” que 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 , Twitter, Instagram y TikTok – en su interrelación en interfaz con las lógicas y contenidos de lo masivo y los periodistas-; así como en el rol de los colectivos de internautas ciudadanos. Mostraremos casos de convergencia y de interfaz en momentos de elecciones argentinas y también en años no

electorales. El objetivo es brindar herramientas metodológicas de estudio de las interfaces digitales de los discursos políticos en las redes sociales.

En un tercer bloque, se retomarán los antecedentes de los estudios sobre la mediatización de los discursos de los políticos argentinos. Por un lado, atenderemos a las particularidades de las discursividades del discurso kirchnerista en los 13 años de gobierno, tanto en medios tradicionales como en redes sociales; y lo compararemos con los discursos del PRO en la ciudad en ese mismo momento, así como los discursos de Cambiemos en las redes sociales, y las reacciones de los internautas. Por último, daremos cuenta de estudios sobre la mediatización de la figura de Alberto Fernández y sus discursos, en su primer año de gobierno y en el marco de la pandemia por COVID-19.

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 contemporánea.

- Brindar un panorama de los modos de abordaje del discurso político argentino contemporáneo.

- Ofrecer marcos teórico-metodológicos para el estudio de la política en las redes sociales.

- 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.

- Alentar la producción de proyectos de tesina en el campo de las relaciones entre la política, los medios de comunicación y las redes sociales.

Contenidos desglosados por unidades, módulos o similares:

Unidad 1. Mediatización de la política. Medios masivos, redes sociales y plataformas en el ecosistema actual. Mediatización de la política: perspectiva latinoamericana y europea. La mediatización contemporánea de lo político.

Bibliografía

Carlón, M. (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, M. (2016). 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.

Fernández, J. L. (2018). "Comprender las plataformas mediáticas". En: *Plataformas mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias* (pp. 29-62). Buenos Aires: La Crujía.

Fernández, M. (2014). Sobre la mediatización. Revisión conceptual y propuesta analítica. *La Trama de la Comunicación*, 18, 189-209. ISSN Digital 2314-2634. Recuperado de <http://www.latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/475/385>

Kaufmann, L. (2019). ¿El fin de las mediaciones? El rechazo de la deferencia en el espacio público contemporáneo. *Inmediaciones de la Comunicación 2019 - VOL. 14 / Nº 1 - ISSN 1510-5091 - ISSN 1688-8626 (en línea) - MONTEVIDEO (URUGUAY) - 181-194* DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1.2892> (pp. 181-194).

Koldobsky, D. (2016). "Mediatización de la música y memoria: de las partituras a los archivos de red". En: Cingolani, G. y Sznajder, B. (eds.) (2016). *Nuevas mediatizaciones, nuevos públicos*. Cuadernos del CIM. Rosario: UNR Editora.

Matassi M., Mitchelstein E. y Boczcowsky P. (2018). Cómo los usuarios jóvenes manejan múltiples plataformas: el papel de la creación de significado en los repertorios de redes sociales, *Journal of Computer-Mediated Communication*. Recuperado de <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmy012>

Slimovich, A. (2018). La mediatización contemporánea de lo político. Los discursos presidenciales en las redes sociales y la reacción ciudadana argentina. En M. Dagatti y V. Sargentini (Eds.), *Los pueblos de la democracia. Política y medios en el siglo XXI* (pp. 273-296). Buenos Aires: La Bicicleta Ediciones. ISBN: 978-987-46844-1-7

Verón, E. (2001). Mediatización de la política: discursos en conflicto, cruces y distinciones. Eliseo Verón entrevistado por María Elena Qués y Cecilia Sagol. *DeSignis*, 2, 367-377. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/designis/designis_a2002m4n2/designis_a2002n2p367.pdf

Unidad 2. Democracia digital. Nuevas formas de la democracia. Discursividades políticas en las redes sociales. Lógicas políticas y lógicas mediáticas. Convergencias y acontecimientos político-mediáticos. Elecciones y redes sociales. Interfaces digitales discursos informativos-periodísticos-políticos.

Bibliografía

Berrocal Gonzalo, S.; Campos Domínguez, 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.

Contursi, M.E. y Tufro, M. (2012). "Interpelación, colectivos de identificación y exclusión. Transformaciones del discurso político en la Argentina actual", *Temas de Comunicación*, Nro. 25, pp. 105-122. Recuperado de <http://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/temas/article/view/829/792>

Escudero Chauvel, L. (2018): “El pueblo de la Web. Enunciación digital y transformación de la esfera política” en M. Dagatti y V. Sargentini (Comps.). *Los pueblos de la democracia. Política y medios en el siglo XXI*. Buenos Aires: La bicicleta.

García Beaudoux, V.; D’Adamo, O. y Gavensky, M. (2018). ¿Qué información comparten candidatas y candidatos en Internet para conectar con los votantes?, *Más Poder Local*, Número 36, octubre, p. 37-41. Recuperado de <http://maspoderlocal.es/files/articulos/informacion-redes-sociales-candidatos-mpl36.pdf>

Innerarity, D. (2020). “Introducción” y “Democracia digital” en *Una teoría de la democracia compleja. Gobernar en el siglo XXI* (pp. 11-25 y pp. 389-424). Barcelona: Galaxia Gutenberg

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.

Slimovich, A. (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)

Verón, E. (2013). “Los cuerpos efímeros: de los panfletos a los papeles de noticias”. *La semiosis social*, 2. *Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.

Verón, E. (1987): “La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política”, en Verón, E. et. al., *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires: Hachette, pp. 11- 26.

Unidad 3. Discursos kirchneristas. La refundación kirchnerista: las tradiciones nacional y popular, democrática y latinoamericana. Los discursos en cadena nacional de Cristina Fernández de Kirchner. La despedida de Cristina Fernández. El kirchnerismo en las redes sociales. La reacción de los “internautas opositores”.

Bibliografía

Dagatti, M. (2014): “Refundar la patria. Los discursos públicos de Néstor Kirchner (2003-2005)”, en Narvaja de Arnoux, E. y Zaccari, V. (Eds.), *Discurso y política en Sudamérica*. Buenos Aires, Biblos.

Dagatti, M. (2017): “Volver al futuro. Las refundaciones discursivas de la Argentina contemporánea”, en revista *Pensamientos al margen*, n. 7.

Fernández, M. (2017). De la movilización ceremonial a la ceremonia partisana. Mediatización de la liturgia política en los gobiernos de Cristina Fernández de Kirchner en Argentina (2008- 2015). En 9º Congreso Latinoamericano de Ciencia Política, organizado por la Asociación Latinoamericana de Ciencia Política (ALACIP). Montevideo, 26 al 28 de julio de 2017.”

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>

Onofrio, M. P. (2017). *Escenificación, ethos y legitimidad política en los discursos de despedida de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner*. Tesina de grado de Carrera de Ciencias de la Comunicación, UBA (selección).

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>

Slimovich, A. (2018a). El macrismo y la oposición kirchnerista en las redes sociales en la campaña electoral de 2017. *Revista Científica Electrónica de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo de la Argentina*, 6, 6-31. ISSN: 2451-7836. Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revcom/article/view/4898>

Slimovich, A. (2016). La digitalización de lo político. Los candidatos en Facebook (2011). En “La interfaz entre lo político y lo informativo en la mediatización televisiva y las redes sociales en las campañas argentinas de 2009 y 2011”. Tesis de Doctorado de la Universidad de Buenos Aires en Ciencias Sociales (inédito).

Valdettaro, S. (2014). Cuerpo-presidencial- performático y Mediatización: entre la sobreexposición y el ocultamiento. En *F, Neto, N. Raimondo Anselmino e I. Gindin (Coords), Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones*. Rosario: UNR Editora (130-156).

Unidad 4. Discursos macristas. El discurso del PRO en la ciudad de Buenos Aires. El discurso de *Cambiamos* en las redes sociales. Los distintos tipos de “internautas ciudadanos”.

Bibliografía

Anunziata, R., Ariza, A. Fernanda y March, V. (2018). “Gobernar es estar cerca”. Las estrategias de proximidad en el uso de las redes sociales de Mauricio Macri y María Eugenia Vidal. En *Revista mexicana de opinión pública*, (24), 71-93. Recuperado de <https://dx.doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.24.61520>

Dagatti, M. y Onofrio P. (2018). Visiones políticas. El sistema imaginario de Cambiamos (Argentina, 2015-2018) En *Cuadernos.info*, N44, 79-98. Recuperado de <https://doi.org/10.7764/cdi.44.16287>

Montero, S. (2018). Gestionar la duda. La interpelación al paradedinatario en el discurso de Cambiamos (Argentina). *Revista Mexicana de Opinión Pública*. ISSN: 2448-4911. DOI: <http://dx.doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.25.61706>

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>

Slimovich, A. (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>

Slimovich, A. (2020). *Instagram y política. Mediatización y circulación en los perfiles de Cristina Fernández de Kirchner y Mauricio Macri*. En Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación N°112, Imagen e identidad política en América Latina. DOI: <https://doi.org/>

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

Vommaro, G. (2019). De la construcción partidaria al gobierno PRO-Cambiamos y los límites del “giro a la derecha” en Argentina. *Colombia internacional* (99): 91-120.

Unidad 5. Nuevos actores de la política contemporánea. El discurso de Alberto Fernández en su primer año de gobierno en las redes sociales. Interacciones de los discursos presidenciales con las lógicas de lo masivo. Nuevos actores de la política contemporánea.

Bibliografía

- Fernández, J.L. (2020). *Un presidente entre la pandemia y el postbroacasting*. Revista Question, Universidad Nacional de la Plata.
- Levi, Simona (2019) (Dir.). “Propaganda. Breve historia de las fake news, la manipulación informativa y la desinformación”. En *#FakeYou. Fake news y desinformación. Gobiernos, partidos políticos, mass media, corporaciones, grandes fortunas: monopolios de la manipulación informativa y recortes de la libertad de expresión*. Barcelona: Rayo verde.
- Casero- Ripollés, A. Viunnikoff-Benet (2020). “¿Qué hay en un like? Contenidos políticos en Facebook e Instagram en las elecciones autonómicas valencianas de 2019” En *Debats*, Volumen 134/1.
- Slimovich, A. y Saferstein, E. (2019b). Análisis sobre los modos digitales de difusión de las grandes editoriales en Argentina: libros de "coyuntura política". *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, Número 85, Año 21*, 165-188. ISSN: 1668-0227. Recuperado de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=775&id_articulo=16178

Metodología de Enseñanza:

Atendiendo a la excepcionalidad impuesta por la pandemia por COVID-19, y a los criterios, recomendaciones y disposiciones para las materias y seminarios enunciados por las autoridades de la Carrera de Ciencias de la Comunicación y de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, la modalidad de dictado de este seminario se realizará vía clases sincrónicas los martes de 10 a 13 hs, clases que no serán obligatorias ni para la promoción, ni para la condición de regular. Cada clase tendrá una extensión máxima de 3 (tres) horas. En el primer bloque se expondrán las discusiones teórica-metodológica y la última parte se centrará en la presentación de casos de estudio y en la presentación de los proyectos de trabajo final de los y las estudiantes 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.

En las clases se brindarán guías de lectura de los textos y se mostrarán casos con 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 las redes sociales, etc. Se busca generar las condiciones para que los estudiantes puedan plantearse la investigación para su tesina final de grado.

Régimen de evaluación y promoción:

Este seminario permite la promoción directa. La evaluación de los y las estudiantes que estén en condiciones de hacerlo se realizará de manera íntegramente virtual durante el desarrollo del cuatrimestre. Para promocionar los estudiantes deben aprobar un parcial domiciliario y un trabajo final, que también se entregará de modo virtual.

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