

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

1-Denominación completa de la asignatura:

Fútbol y (medios de) Comunicación.

2-

Fundamentación:

Proponemos este seminario como espacio de discusión, debate y, fundamentalmente, como práctica de investigación enmarcada en una perspectiva comunicacional materialista y crítica. Es desde allí, y tomando como base los conocimientos ya adquiridos por los estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, que pretendemos abordar la íntima y compleja relación entre el fútbol y la comunicación de masas.

Partiendo de ver el modo en que las ciencias sociales han hecho del deporte en general y del fútbol en particular un objeto de estudio y de la comunicación como lugar desde donde mirar, profundizaremos en los orígenes del deporte moderno y de la industria cultural. A partir de allí se pondrá el foco en las transformaciones e imbricaciones de esa relación para destacar el papel jugado por los medios de comunicación, la prensa gráfica fundamentalmente, en la construcción de discursos y narrativas que le van a dar forma a la identidad nacional a comienzos del siglo XX. En el caso argentino, el “potrero” como lugar mítico y el “pibe” como figura central nos permitirán reflexionar sobre el peso de la industria de la cultura y de su capacidad de interpelación cuando asume el relevo del Estado como máquina constructora de relatos. Luego veremos cómo la televisión ocupó el centro no solo del paisaje mediático sino que, hasta finales del siglo XX, impuso sus gramáticas y tendencias al fútbol todo.

Finalmente veremos cómo las enormes transformaciones en las industrias culturales y las del deporte hipermercantilizado conviven desde hace casi dos décadas con la crisis económica general que tiene también su expresión en el campo del

periodismo deportivo, el cual muestra en la concentración mediática, la repetición de formatos, la flexibilización laboral, etc, sus principales características. Por ello es que proponemos pensar al “capitalismo de plataformas” como elemento a relacionar tanto con la “convergencia” de medios y las “narrativas transmediáticas” para analizar el presente de esos medios, sus construcciones de sentido en torno a la pelota.

3- Modalidad de la asignatura: Seminario

4- Carga horaria semanal: 4hs

5- Carga horaria total: 64hs

6- Metodología de enseñanza: Clases teórico-prácticas

7. Cuatrimestre de dictado: 2do de 2024

8. Objetivos generales y objetivos específicos

Objetivos Generales

Que al finalizar el seminario el/la estudiante pueda:

☑ desarrollar una perspectiva comunicacional crítica para el análisis del deporte y los medios de comunicación;

☑ conocer tradiciones, conceptos clave y metodologías para abordar al fútbol y a los medios como fenómenos complejos;

☑ realizar un proyecto de investigación propio que enmarque un trabajo práctico sobre alguno de los temas/problemas planteados.

9. Contenidos desglosados por unidades o módulos

Contenidos por Unidad

Unidad 1: El fútbol en las ciencias sociales y una aproximación a la perspectiva comunicacional.

a) El deporte como objeto. Perspectivas y modelos de análisis y abordajes.

Szasbon, Daniel (2011) “Fútbol y ciencias sociales: problemas e intersecciones. En Godio, Matías y Uliana, Santiago: Fútbol y sociedad. Prácticas locales e imaginarios globales. Eduntref, Argentina.

b) La perspectiva crítica: el deporte y la alienación corporal y social, la manipulación y el sometimiento. Principales características y posicionamiento de la sociología europea crítica de los sesenta en la relación al cuerpo y al deporte. Los aportes de las perspectivas eliasianas. La emoción y los factores psicológicos en el ocio y el deporte y su papel social cultural. La perspectiva de Pierre Bourdieu: orígenes del fútbol y del campo deportivo.

Bibliografía general y específica

Brohm, Jean-Marie: "20 tesis sobre el deporte", en AA.VV.: Materiales de sociología del deporte, Madrid, Genealogía del Poder/23, Ediciones de la Piqueta, 1994.

Brohm, Jean-Marie y Perelman Marc (2018) "La futbolización del fútbol: el porvenir de una pesadilla" en Brohm, Jean-Marie y Perelman Marc. El fútbol, una peste emocional. Machado Libros. Madrid.

Elias, Norbert y Dunning, Eric (1992): "La búsqueda de la emoción en el ocio", en Deporte y ocio en el proceso civilizatorio, México, FCE.

Elias, Norbert y Dunning, Eric (1992): "La génesis del deporte como problema sociológico", en Deporte y ocio en el proceso civilizatorio, México, FCE.

Bourdieu, Pierre (1994): "Deporte y clase social", en AA.VV.: Materiales de sociología del deporte, Madrid, Genealogía del Poder/23, Ediciones de la Piqueta.

c) El enfoque comunicacional. Un modo de analizar y teorizar sobre las prácticas y las representaciones del deporte. La comunicación como un lugar desde donde mirar. La vocación transdisciplinaria y su fertilidad para el estudio de los fenómenos deportivos. Las mediaciones desde la teoría: enfoques y aproximaciones y el fútbol como mediación.

Bibliografía general

Ford, Aníbal (1994). "Los medios: tráfico y accidentes transdisciplinarios". En Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis. Buenos Aires. Amorrortu.

Williams, R. (1980) "Del reflejo a la mediación". En Marxismo y literatura. Barcelona. Península.

Martín Barbero, Jesús (2002): "Introducción. Aventuras de un cartógrafo mestizo", en El oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura, Méjico: FCE. b. 9. 1.

Unidad 2. El fútbol y la comunicación (de masas). A) El nacimiento del deporte moderno y su exportación imperialista. Los procesos de difusión local. Problemáticas ¿propias? y su relación con los medios y la industria de la cultura. La prensa gráfica de la pelota. Narrativas y héroes de la nación: el "pibe" y el "potrero". Los medios como narradores de la patria. B) La nación en crisis y la TV al ataque. Transformaciones y continuidades por otros medios. El "pibe" de héroe a estrella en un mundo "global".

Bourdieu, Pierre (1994): "Deporte y clase social", en AA.VV.: Materiales de sociología del deporte, Madrid, Genealogía del Poder/23, Ediciones de la Piqueta.

Maase, Kaspar (2016) "Fútbol, Literatura barata y cine. En Diversión Ilimitada. El auge de la cultura de masas (1850- 1970).

Palma, Javier (2021): "Un juego de caballeros" (The english game): los obreros salen a la cancha. Inédito.

Archetti, Eduardo (1995) "Estilos y virtudes masculinas en El Gráfico: la creación del imaginario del fútbol argentino", Desarrollo Económico, vol. 35 nº139: (419- 442)

Villena Fiengo, Sergio (2000) "Imaginando la nación a través del fútbol: el discurso de la prensa costarricense sobre la hazaña mundialista de Italia '90" en Alabarces, P. (comp.), Peligro de gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina , CLACSO-ASDI, Buenos Aires.

Palma, Javier (2021): "El documental de Pelé: la leyenda de un genio necesario". (inédito)

Palma, Javier (2021): "The last dance": la serie sobre Michael Jordan y la negritud que vende. (inédito)

Garnham, N. (1991): La economía de la comunicación. El caso de la televisión. Revista Telos Nº 28 (p.p. 68-75)

Alabarces, Pablo (2002): Fútbol y Patria. El fútbol y las narrativas nacionales en la Argentina, Buenos Aires: Prometeo libros, (selección).

Santa Cruz, Eduardo (2003) "Fútbol y nacionalismo de mercado en el Chile actual". P. Alabarces (comp.), Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina, CLACSO-ASDI, BuenosAires.

Alain Ehrenberg (1992) Estadios sin dioses, en Revista de Occidente, ISSN 0034-8635, Nº 134-135, págs. 93-110.

Palma, Javier (2013) "El Yo, la máscara y la industria cultural. "Maravilla" Martínez o la construcción de un héroe". Ponencia presentada en el VI Congreso Panamericano de Comunicación. Córdoba. Argentina.

Unidad 3: El mundial de Qatar 2022. ¿Messi y el fin del "pibe"? Las nuevas hegemonías comunicacionales. Empresas y marcas en la era de la sociedad del (alto) rendimiento de la crisis. El periodismo deportivo actual. Transformaciones y tendencias de un campo concentrado y flexibilizado. Un mirada crítica a las "narrativas transmedias" y a la "convergencia".

Mangone, Carlos. (1998) Periodismo deportivo: la minucia cotidiana como determinación del campo" , en Alabarces, P., DiGiano, R. y Frydenberg, J. (comp.) Deporte y sociedad. Buenos Aires, Eudeba.

Mangone, Carlos (2002). Campo de los medios y del periodismo menos trabajo, más concentrado, muy flexibilizado. *Zigurat*, n° 1, págs.72-77.

Eco, Umberto (2013) “La cháchara deportiva” y “El mundial y sus pompas” en *La estrategia de la ilusión*. Sudamericana. Buenos Aires.

Baricco, Alesandro (2006) “Fútbol I” y “Fútbol II”. En *Los bárbaros. Ensayos sobre la mutación*. Anagrama, Barcelona.

Brohm, Jean-Marie y Perelman Marc (2018) “Aficionados al fútbol e intelectuales del césped”, en Brohm, Jean-Marie y Perelman Marc. *El fútbol, una peste emocional*. Machado Libros. Madrid.

Mastrini, Guillermo y Krakowiak, Fernando (2021): *Netflix en Argentina: expansión acelerada y producción local escasa*. *Comunicación y Sociedad*, 1-23. Disponible en: <https://doi.org/10.32870/cys.v2021.7915>

Scolari, Carlos (2013): *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Madrid. Centro Libros PAPF. Grupo Planeta.

Palma, Javier: (2020) “Apache” y la construcción del ídolo. Familia, meritocracia y marginalidad en la serie biográfica de Carlos Tévez.

Srnicek, Nick (2018) “La gran recesión” y “Capitalismo de plataformas”. En: *Capitalismo de Plataformas*. Caja Negra. Buenos Aires.

10. Bibliografía general y específica dentro de cada unidad (Ver 9)

11. Régimen de evaluación y promoción: deberán cumplir con el 75 % de asistencia. Para la promoción final deberán aprobar un trabajos prácticos.

12. Modalidad de aprobación: Promocionable

13. Docente a cargo y equipo docente.

Mag. Javier Palma DNI: 22788296