



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Ciencias Humanas
Departamento: Comunicación
Area: Area 9: Política e Instituciones

(Programa del año 2021)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
POLITICA Y COMUNICACION	LIC.EN PERIODISMO	013/09	2021	1° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
VILLAZON, MARIELA VANESA	Prof. Responsable	SEC F EX	20 Hs
ZANOTTI, JUAN MARTIN	Auxiliar de Práctico	A.1ra Semi	20 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
Hs	Hs	Hs	Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoría con prácticas de aula	1° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
05/04/2021	08/07/2021	15	60

IV - Fundamentación

La presente propuesta académica se dirige a los y las estudiantes de cuarto año de la Licenciatura en Periodismo (Ord.13/09 CS). Sus objetivos se inscriben en concordancia con los fundamentos del plan de estudio. En este sentido busca ofrecer herramientas teórico prácticas que contribuyan a la formación de los egresados y les permitan interpretar y analizar críticamente la realidad social. Así mismo promueve una formación que le permita al estudiante reflexionar y problematizar el papel que juega el periodismo y los medios de comunicación como constructores de la realidad social (Ord. 13/09 CS; Art.). En términos específicos, el equipo de la asignatura se propone trabajar para que los/las egresados/as sean capaces de generar conocimiento sobre el hacer cotidiano del Periodista y su impacto en la formación de opinión, teniendo como finalidad no solo describir la realidad, sino modificarla a partir del compromiso ético y socio político que la acción de los comunicadores supone (Ord. 13/09 CS; Art. 5).

En este contexto, el espacio curricular plantea como objeto de enseñanza, en el primer eje, las distintas conceptualizaciones respecto de la comunicación y la política a fin de que los/las estudiantes puedan reflexionar sobre los múltiples sentidos y perspectivas que se ponen en juego al momento de nombrar, conceptualizar y transitar los procesos comunicativos y políticos en el camino del quehacer periodístico. Del amplio espectro de recorridos teóricos que componen los estudios de Comunicación Social y Ciencia Política, se ofrece un recorte de perspectivas instrumentales y antropológicas que dan cuenta –aunque de manera acotada– la diversidad de enfoques presentes en ambos campos.

En el segundo eje, la materia aborda el encuentro de la comunicación y la política en el marco del espacio público. El objetivo es reflexionar críticamente sobre el enfoque hegemónico que asume esta relación a partir de una concepción técnico-instrumental, tanto de la comunicación como de la política. El espacio público, desde esta óptica, es el escenario por

excelencia donde se visibilizan las dimensiones políticas de la comunicación y la trama comunicativa de la política (Bonilla, 2003). Por su parte, y promoviendo la mirada crítica, se propone un acercamiento a las configuraciones del espacio público alentadas por las tecnologías de la comunicación contemporáneas y el análisis de sus implicancias para la socialidad y la política.

La materia invita, entonces, a debatir distintas perspectivas sobre el espacio público así como ampliar la mirada hacia la política y la comunicación en los márgenes, donde se construyen experiencias que disputan, resisten y proponen alternativas a los sentidos hegemónicos.

En síntesis, nuestro abordaje supone a los periodistas como sujetos políticos y comunicativos; entiende a la política como una “práctica que se sostiene en una “tensión irreductible”, a la vez que es generadora de orden, le es imposible eludir el momento del conflicto y la división social” (Rinesi, 2005) y considera necesario recuperar la dimensión humanista de la comunicación de cara al avance de su dimensión instrumental. Orientar en este camino la reflexión sobre la política, la comunicación y sus posibles encuentros implica recuperar la problemática del sujeto hacedor de la historia y constructor del mundo en que vivimos; restituir, en otras palabras, el lugar desde el cual otros procesos pueden construirse y pensarse.

A partir de estos supuestos la materia ofrece: herramientas teóricas originadas en la filosofía política y en la ciencia de la comunicación que sirvan de insumo para avanzar hacia el horizonte formativo del plan de estudio y un conjunto de experiencias comunicacionales y políticas “alternativas”, que provoquen al pensamiento y sean sustrato de producción de nuevos problemas y nociones.

En síntesis, nos proponemos desplegar un conjunto de estrategias que pongan en circulación la reflexión sobre sí mismo, el análisis de la realidad, el diálogo constructivo y el conocimiento sistemático para que cada uno de los sujetos en formación tenga elementos desde donde pensarse y fundar sus opciones como investigador y/o futuro trabajador de los medios de comunicación.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Promover la reflexión en torno a distintas concepciones de política y comunicación.

Analizar críticamente diferentes perspectivas teóricas que vinculan política y comunicación, distinguiendo sus problemáticas constitutivas.

Introducir a los estudiantes en el debate sobre el espacio público, sus actores y lógicas primordiales.

Inquirir sobre las nociones de comunicación y de política que se ponen en juego en las prácticas de comunicación alternativa.

Reflexionar sobre la relación política y comunicación a partir del análisis de experiencias que cuestionan y se despliegan al margen del espacio público hegemónico.

Problematizar las concepciones acerca del periodismo y el ser trabajador periodista en el contexto contemporáneo.

VI - Contenidos

EJE 1. APROXIMACIONES A LOS CONCEPTOS DE COMUNICACIÓN Y POLÍTICA. ENTRE POLISEMIAS Y TENSIONES.

1.a. Perspectivas de estudio en torno a la comunicación. Entre enfoques técnicos y la recuperación del sujeto. La concepción ontológico- moral de la comunicación.

1.b. Perspectivas de estudio sobre la política. Variaciones y permanencias en su abordaje histórico. Teorías conflictivistas. La distinción entre la política y lo político. Tensiones entre orden y ruptura.

EJE 2: EL ENCUENTRO DE LA COMUNICACIÓN Y LA POLÍTICA EN EL DEBATE DEL ESPACIO PÚBLICO.

2.a. El espacio público. Nociones y tensiones. Actores y lógicas hegemónicas. El modelo de comunicación política clásico. Transformaciones, cuestionamientos y matices en el abordaje.

2.b. La espectacularización del espacio público. La socialidad y la política en la cultura de la conectividad. La construcción técnica de la democracia. Las redes sociales: polarización y encuadres colectivos.

EJE 3: POLÍTICA Y COMUNICACIÓN EN LOS MÁRGENES

Resistencias al espacio público hegemónico. Los movimientos sociales y los medios alternativos como sujetos político-comunicativos. La cuestión de la desigualdad info-comunicacional.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Para trabajar el contenido del curso, y tal como la normativa lo prescribe, se propone una dinámica de alternancia entre clases teóricas y clases prácticas.

Estrategias a implementar en las instancias teóricas:

- Consignas disparadoras que viabilicen la emergencia de los conocimientos previos, preconceptos, saberes de experiencia vivida de los/as estudiantes a fin de articularlos y/o problematizarlos en función de los contenidos temáticos a tratar.
- Instancias de clases magistrales y/o de trabajos grupales que posibiliten la discusión sobre las perspectivas de los autores y la confrontación de los sentidos contruidos por los estudiantes.

Estrategias a implementar en las instancias de Trabajos Prácticos:

Para la realización de los mismos se promoverá la construcción de un espacio que intente superar la dicotomía teoría-práctica, a través de un proceso espiralado donde la teoría se resignifique en función de la práctica y la práctica pueda ser releída desde una puesta en tensión con la teoría. Con este fin los Trabajos Prácticos se basarán en el análisis de experiencias, de discursos mediáticos y de textos teóricos que – a partir de lecturas guiadas y compartidas – permitan construir categorías de análisis desde donde releer la información recogida de la realidad.

Se prevé la entrega obligatoria de un mínimo de cuatro Trabajos Prácticos, con ejercicios de análisis de la bibliografía y de producción propia sobre los contenidos relevantes de cada eje.

VIII - Regimen de Aprobación

La asignatura se adscribe al régimen de promocionalidad y regularidad. Para alcanzar ambas condiciones se requiere participación y compromiso con las actividades propuestas en el aula virtual o Classroom (guías de lecturas, trabajos áulicos, visionado y comentarios de audiovisuales, etc.) y en los espacios sincrónicos estipulados por el equipo de la asignatura.

Alumno/a regular:

Se considera alumno/a regular a quién cumpla con los siguientes requisitos:

Aprobar todos los trabajos prácticos con 5 (cinco) o más. Estos tendrán una instancia de recuperación ordinaria para todos los alumnos y una extraordinaria para quienes certifiquen su condición de trabajadores y madres de hijos menos de edad. Dándose estas condiciones los/as alumnos/as rendirán un examen final oral a programa abierto.

Alumno/a promocional:

Se considera alumno/a promocional a quién cumpla con los siguientes requisitos:

- Aprobar con 7 (siete o más) el 100% de los prácticos evaluativos.
- Los/as alumnos/as que cumplan con los requisitos para ser promovidos deberán realizar un coloquio como instancia integradora de los conocimientos.

Examen de alumno/a libre:

Aquellos/as alumnos/as que queden en esta condición deberán aprobar un Plan de Trabajos Prácticos proporcionado a tal efecto por la responsable de la cátedra quince días antes de la fecha del examen final. Cumplido esto rendirán el día estipulado un examen escrito y de aprobar quedarán habilitado/as para el examen oral.

IX - Bibliografía Básica

[1] EJE 1A

[2] Freire, P. (1973) ¿Comunicación o extensión? La concientización en el medio rural. Cap III a.-Extensión o educación (pp 73 a 84). Siglo XXI Editores, México.

[3] Schmucler, H. (2008). Triunfo y derrota de la comunicación. En: Revista Artefacto. Recuperado de http://www.revista-artefacto.com.ar/pdf_textos/6.pdf [Consulta: 31-3-2014].

[4] Schmucler, H. (1982). Un proyecto de comunicación/cultura. Schmucler, H. (1997) En: Memoria de la Comunicación, Biblos, Buenos Aires.

[5] Martín Barbero, J. (1987) “De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía”. Prólogo e Introducción. Editorial Gustavo Gili, Barcelona.

- [6] Caletti, S. (2002). "Siete tesis sobre comunicación y política". En: Revista digital Diálogos de la Comunicación, N° 63 (pp 36-49). Disponible en: http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/63-06SergioCaletti.pdf. [Consulta: 31-3-2014].
- [7] EJE 1B
- [8] La política en perspectiva (2017). Documento de cátedra
- [9] Maquiavelo, N. El príncipe, varias ediciones.
- [10] Mouffe, Ch. (2007). En torno a lo político. Introducción y Capítulo II (pp 9 a 40). Buenos Aires, FCE.
- [11] Rinesi, E. (2005). Política y tragedia: Hamlet, entre Maquiavelo y Hobbes. Buenos Aires, Colihue.
- [12] EJE 2A
- [13] Mata, M. C. (2002) "Comunicación, ciudadanía y poder. Pistas para pensar su articulación". En: Diálogos de la comunicación, Diálogos de la Comunicación N° 64, Felafacs, Lima.
- [14] Wolton, D. ([1989] 1998 2da. reimpresión) "La comunicación política: construcción de un modelo". En: Ferry J.M., Wolton, D. y otros. El nuevo espacio público. Gedisa, Barcelona.
- [15] Bonilla, J. (2003) "Revisitando el concepto de comunicación política: Apuntes para una discusión". En: Revista Mediaciones N° 3, Agosto-Diciembre.
- [16] EJE 2B
- [17] Van Dijck, J. (2016) La cultura de la conectividad. Cap I.- La producción de socialidad en el marco de una cultura de la conectividad (pp 18 a 46). Siglo XXI Editores, Buenos Aires.
- [18] Aruguete, N. & Calvo E. (2020) Fake news, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales. Introducción y Cap I, parte 1 (pp 9 a 54) Siglo XXI Editores, Buenos Aires.
- [19] EJE 3
- [20] Svampa, M. (2006) "Movimientos sociales y nuevo escenario regional: inflexiones del paradigma neoliberal en América Latina". En: Cuadernos de Socio-Historia, 19/20, La Plata. Disponible en: Http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.3612/pr.3612.pdf
- [21] Zibechi, R. (2007) "Los movimientos sociales como sujetos de la comunicación". En: América Latina en Movimiento, N° 426. Recuperado de: <http://alainet.org/images/alai426w.pdf>, [Consulta: 31-3-2014].
- [22] Vinelli, N. (2014) La televisión desde abajo. Historia, alternatividad y periodismo de contrainformación. Cap. II. Editorial Cooperativa el Río Suená: El Topo Blindado. Buenos Aires.
- [23] Monje D. & otros (2020) Otras plataformas. Tramas de una convergencia periférica en sectores populares, comunitarios, cooperativos y alternativos. Introducción y Cap. I. Lago Editora.
- [24] RICCAP (2019) Relevamiento de los servicios de comunicación audiovisual comunitarios, populares, alternativos, cooperativos y de pueblos originarios en Argentina. Disponible en <https://riccap.com.ar/wp-content/uploads/2020/12/RICCAP-Informe-Final.pdf> [Consulta: 19-04-21]

X - Bibliografía Complementaria

- [1] Pasquali, A. ([1974] 1990) (4ª ed.) "La comunicación: un modelo simplificado de definición. Elementos del proceso" En: Comprender la comunicación Caracas, Monte Ávila Latinoamericana.
- [2] Marc, E. y Picard, D. (1992). "Los modelos de comunicación". En: La interacción social. Cultura, instituciones y comunicación, Barcelona, Paidós.
- [3] Wolton, D. (2007) Pensar la Comunicación. Buenos Aires, Prometeo.
- [4] Borón, A. (1999). Introducción: La filosofía política clásica y la biblioteca de Borges. En Borón, A. (Comp.) La filosofía política clásica. De la antigüedad al Renacimiento (Buenos Aires: Clacso/Eudeba).
- [5] Luchessi, L. (2003). La imagen es todo, nada, nada. Ponencia en el Encuentro argentino de carreras de comunicación social: "Comunicación, Nuevas Ciudadanías, y Actores Sociales Emergentes en el escenario político actual"; 12-13/09, San Juan.
- [6] Mata, M. C. De la cultura masiva a la cultura mediática, en revista digital Diálogos de la Comunicación, N°56. Santiago de Cali. Recuperado http://cmappublic2.ihmc.us/rid=1131318757078_1471265778_1179/Marita%20Mata%20De%20la%20cultura%20masiva%20a%20la%20cult%20mediatica.pdf [Consulta: 31-3-2014]
- [7] Martínez, T. E. (1997). Periodismo y narración: desafíos para el siglo XXI. Conferencia original pronunciada ante la asamblea de la SIP el 26 de octubre de 1997. Publicado por la Fundación por un Nuevo Periodismo Iberoamericano (Cartagena). Recuperado de: http://www.bdp.org.ar/facultad/catedras/comsoc/redaccion1/2006/10/periodismo_y_narracion_desafio.php [Consulta 31-3-2014]

[8] Schmucler, H. (1997). ¿Existe el periodismo?. En Entel, A. (comp) Periodistas: entre el protagonismo y el riesgo. Paidós: Buenos Aires.

XI - Resumen de Objetivos

Promover la reflexión en torno a distintas concepciones de política y comunicación.

-Analizar críticamente diferentes perspectivas teóricas que vinculan política y comunicación, distinguiendo sus problemáticas constitutivas.

-Introducir a los estudiantes en el debate sobre el espacio público, sus actores y lógicas primordiales.

-Inquirir sobre las nociones de comunicación y de política que se ponen en juego en las prácticas de comunicación alternativa.

-Reflexionar sobre la relación política y comunicación a partir del análisis de experiencias que cuestionan y se despliegan al margen del espacio público hegemónico.

-Problematizar las concepciones acerca del periodismo y el ser trabajador periodista en el contexto contemporáneo.

XII - Resumen del Programa

XIII - Imprevistos

En función de la situación sanitaria que enfrenta la Argentina, se implementan mecanismos de acompañamiento y enseñanza no presenciales. En ese sentido se habilita un Classroom dentro del soporte de Google, el dictado de contenidos a través de la plataforma abierta Jitsi, la grabación de clases, y otros espacios de diálogo acordes a las necesidades y posibilidades de los y las estudiantes (Whatsapp, mails, etc.). En términos de objetivos y contenidos no se realizaron modificaciones sustantivas. Sí se realizaron recortes en el corpus bibliográfico que por otra parte, fue convertido en su totalidad al formato digital. Frente a cualquier imprevisto el equipo de cátedra actuará acorde a las normativas universitarias vigentes y velando por los derechos de los y las estudiantes.

Correos electrónicos del equipo de cátedra: politicaycomunicacionunsl@gmail.com, mvillazon@unsl.edu.ar y jmzanotti@unsl.edu.ar

XIV - Otros