

Carrera de Ciencias de la Comunicación

Facultad de Ciencias Sociales

Universidad de Buenos Aires

## Teorías sobre el Periodismo

### **Presentación de la materia, organización de la cursada y programa para el segundo cuatrimestre de 2021**

#### 1) Personal docente

**Profesor Adjunto a cargo:** Marcelo Pereyra

**Jefa de Trabajos Prácticos:** Julieta Casini

**Equipo:** Anabella Messina- Rosario Sánchez- Belén Urquiza-Mariana Turiaci

#### 2) De qué trata la materia

Teorías sobre el Periodismo tiene como eje de trabajo y unidad de análisis a la noticia, en tanto que elemento básico y principal de la tarea informativa. De la noticia se estudian distintas concepciones teóricas acerca de su producción, distribución, consumo y recepción. También sus significados a través del tiempo y en distintos soportes técnicos. Por eso el programa comienza con algunas referencias a los orígenes y la evolución de la noticia en la prensa gráfica moderna y el surgimiento de la prensa de lectorado popular, para luego dar cuenta de la irrupción de los otros soportes informativos (radio, televisión y digital), como así también de los profundos cambios en el ecosistema mediático que produjeron la convergencia tecnológica, la globalización económica, la fusión de las industrias del entretenimiento y la información y la conformación de poderosos conglomerados multimediáticos.

Al estudiar de la producción de la noticia la asignatura describe los mecanismos de selección, clasificación y jerarquización de la información. Esto es, la elección de acontecimientos noticiables

(estudios de *gatekeeping*) y la transformación de esos acontecimientos en noticias (estudios de *newsmaking*), lo que, a su vez, comprende las rutinas productivas, y el análisis del producto final de todo ese trabajo, la noticia. En el producto noticioso propiamente dicho se estudian, en los distintos estilos periodísticos, sus modalidades enunciativas y estrategias de verosimilización (contrato de lectura) y su diseño (texto y paratexto) e ilustración (fotografías e infografías en prensa papel y digital, e imagen y sonido en soportes audiovisuales). Todo ello teniendo especialmente presentes los nuevos soportes informativos, en particular las ediciones digitales de los diarios y las redes sociales. La asignatura se ocupa también de las fuentes informativas, de su valor en el *newsmaking*, de su papel en la conformación de las agendas mediáticas, y de los efectos que produce en la información política la fuerte representación de las fuentes del poder. El examen de la construcción de la noticia –en cualquiera de sus formatos y soportes- comprende además su problematización como dispositivo de conocimiento de la realidad. En este sentido, se discute acerca de la objetividad y subjetividad en la tarea periodística.

En la segunda parte del programa se trabajan las relaciones entre los productos periodísticos y sus públicos consumidores, comenzando por los efectos de los mensajes sobre los receptores. Para ello se examinan el concepto de marco interpretativo -teoría del *framing*- y los efectos de agenda mediática -hipótesis de *agenda setting* y sus posteriores reformulaciones y actualizaciones: *agenda building*, *agenda priming*, *agenda cutting* y *attribute agenda setting*-. Finalmente, entendiendo que los mensajes periodísticos –especialmente los de contenido político- no son neutros y que, a sabiendas o no, están cargados de una intencionalidad editorial, se estudian los conceptos de comunicación política y opinión pública en el contexto de las interrelaciones entre las agendas sociales, políticas y mediáticas.

### 3) Organización de la cursada

La cursada virtual de esta materia se asienta en la plena utilización del campus virtual, en tanto que vía de comunicación entre alumnos y docentes y como depositario de recursos didácticos. Cada comisión tiene su aula virtual y hay una tercera aula para el material de teóricos.

Los alumnos encontrarán en el campus absolutamente toda la información que necesitan para cursar la materia. Por ello es esencial que estén en contacto permanente con sus docentes y atentos durante la cursada a las

novedades que se vayan informando, ya que no habrá ninguna comunicación por fuera del campus virtual.

De acuerdo con el programa que se expone más abajo, los contenidos antes mencionados se desarrollan en las clases teóricas y prácticas de manera paralela pero diferenciada, ya que ciertos temas se ven solamente en prácticos y otros solamente en teóricos.

Las clases de prácticos son vía zoom, o similar, una vez por semana en el horario de cada comisión. Las clases teóricas consisten en un audio y un punteo (resumen) que se suben semanalmente al aula de teóricos. Asimismo cada quince días habrá un foro de debate con el titular de la cátedra. En dicho foro se aclararán dudas sobre los contenidos de la materia y se discutirán temáticas y coberturas periodísticas de la coyuntura. Se comunicará oportunamente el día y hora del foro y su fecha de comienzo.

Por sus características y contenidos, la materia requiere de un intercambio permanente entre docentes y alumnos. Los textos de la bibliografía obligatoria se proponen para ser discutidos de manera abierta. Al mismo tiempo la cursada demanda por parte de los alumnos un conocimiento amplio de la información producida cotidianamente por la prensa gráfica, televisiva y digital.

## **EVALUACIONES:**

La evaluación de los alumnos será permanente y progresiva, de manera que sus notas finales no serán sólo el resultado de una evaluación puntual, sino también de todo el recorrido que hayan hecho durante la cursada.

Al final de cada una de las tres primeras unidades se pedirá un informe y/o se indicará alguna actividad. Y al final de la cursada se tomará un parcial integrador. Para aprobar la materia es necesario tener como mínimo 7 (siete) como nota promedio de los tres informes/actividades y 7 (siete) como mínimo en el parcial evaluador.

## 4) Programa

### Unidad I- *Noticia, noticiabilidad, retóricas y condiciones de producción*

**a- CONSTRUCCIÓN DE LA NOTICIA.** La teoría sobre el periodismo en el marco de las teorías sobre la comunicación, la información y los medios. Circuitos de producción y circulación de la información periodística.

Empresas mediáticas y condiciones de producción. Medios y democracia.

Acontecimiento, noticia, noticiabilidad. La noticia y los procesos de consenso y hegemonía para la información. La construcción social de la realidad.

**b- MODALIDADES DISCURSIVAS.** Contrato de lectura y modalidades discursivas, relación con los criterios de noticiabilidad y la serialización temática. Modos de apelación al público y lógicas de la argumentación. Primicias, alertas y transmisiones en vivo. Lenguajes verbales, audiovisuales, digitales, interactivos.

Hiperinformación y desinformación: la complejidad y complicidad del lenguaje en el valor de *commodity* de la noticia actual.

**c- EL RELATO DE LA REALIDAD.** La noticia, entre lo factual y lo simbólico. La verosimilitud y la relación tiempo- noticia. De las retóricas del fotoperiodismo a las estrategias de la cámara televisiva. Transformaciones, reiteraciones y emergencias en la prensa digital y en internet. Su impacto en los medios informativos tradicionales.

### Unidad II- *Las fuentes, el fotoperiodismo, el periodismo digital*

**a- FUENTES Y NEGOCIACIONES.** Tipología y construcción de las fuentes informativas. Epistemología y valor político de las fuentes. La construcción de la legitimación del texto y del trabajo periodístico. Crisis del modelo tradicional de la fuente informativa en el periodismo.

**b- RUTINAS PERIODÍSTICAS.** Construcción de la agenda y rutinas de la labor periodística. Etnografía del trabajo productivo, estudiando los modos y las posibilidades de la profesión de periodista.

Discusiones sobre la objetividad: entre la epistemología de la noticia y los consensos culturales.

**c- PERIODISMO Y MITO.** La tarea de informar, entre las lógicas del mercado y la necesidad de saberes y de culturas en el periodismo. Orígenes y transformaciones de la prensa gráfica, relaciones con la literatura, la crónica y la historia. Evolución del ecosistema mediático en los siglos XX y XXI. Periodismo digital, redes sociales:

nuevas formas de producir y de consumir la noticia. Reformulaciones y emergencias en las agendas de la prensa digital, la gráfica y la televisión.

### Unidad III- ***Efectos de las agendas. Consumo y recepción de la información.***

a- **AGENDA Y ENCUADRE.** La relación noticia- público: la agenda informativa de los medios. Contextos sociopolíticos de las teorías de los efectos de los medios. La teoría del establecimiento de agenda. Sus orígenes y evolución teórica. Fases, críticas y reformulaciones. La teoría del encuadre y otros estudios relacionados.

b- **EFFECTOS DE AGENDA** - Estudios de los efectos de la información de los medios sobre los públicos: de la hipótesis de *agenda setting* a la hipótesis de *agenda-building*.

c- **CONSUMO Y RECEPCIÓN DE LA INFORMACIÓN.** De la Escuela de Frankfurt a la recepción activa. La teoría culturológica y la etnografía de audiencias. Consumo, recepción y uso de productos culturales: los procesos de construcción de sentido.

### Unidad IV- ***Los modos de la comunicación política. La formación de la opinión pública.***

a- **COMUNICACIÓN POLÍTICA-** Historia política y definiciones. Lo político en la comunicación y lo comunicacional en la política. Las reducciones del *marketing* político. Contextos y actores de la comunicación política. El periodismo en la consolidación de representaciones hegemónicas sobre la realidad. Los imaginarios sociales y su relación con la producción informativa. Los medios como organizadores el espacio simbólico social.

b- **LA OPINIÓN PÚBLICA-** Origen y discusiones en torno al concepto. La relación de las agendas periodísticas con las agendas públicas, ciudadanas y políticas. La opinión pública como un resultado de los efectos de agenda y/o como producción colectiva de consensos.

**Marcelo Pereyra, Profesor Adjunto a cargo.**

Septiembre, 2020.

## ***En recuerdo de Aníbal Ford (1934-2009)***

Esta cátedra fue diseñada originalmente en 1994 por Aníbal Ford, quien desde ese momento fue su Profesor Titular. Ford fue uno de los pioneros en los estudios de comunicación y cultura en Argentina y en América Latina. Su figura y su pensamiento nos siguen señalando, como integrantes de esta cátedra, el rumbo de la reflexión, de la pregunta constante y de la innovación.

Su bibliografía como investigador incluye *Medios de comunicación y cultura popular*, en colaboración con Eduardo Romano y Jorge Rivera, (1985); *Desde la orilla de la ciencia: Ensayos sobre identidad, cultura y territorio* (1987); *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis* (1994); *La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea* (1999) y *Resto del mundo. Nuevas mediaciones en las agendas críticas internacionales* (2005).

Fue también periodista y ejerció la dirección de revistas culturales como *Crisis*. Ideó y publicó la revista digital *Alambre*, que sacó dos números (2008 y 2009), junto con un equipo de colaboradores, entre ellos Julieta Casini y Anabella Messina, y en cuyo comité asesor figuraron Jesús Martín-Barbero, Rossanna Reguillo, George Yúdice; Juan Sasturain, Héctor Schmucler, entre otros.



Hasta siempre, Aníbal

*El equipo docente de Teorías sobre el Periodismo*

