

Resumen del Programa de “Comunicación Política y nuevas Tecnologías de la Información”.

Objetivo General

La propuesta intenta abrir un campo de sensibilización y reflexión sobre la comunicación política pensándola desde la política y no sólo desde el conjunto de instrumentos o técnicas que la integran.

Pensar la comunicación política desde la política supone pensarla como instrumento de lucha hegemónica. Es decir, como estrategia para remover capas sedimentadas de sentido común e instalar nuevos horizontes simbólicos, nuevos modos de ver y de sentir los procesos sociales, económicos y culturales.

Se trata, por lo tanto, de rescatar la reflexión sobre la comunicación política de varias de sus reducciones usuales:

- La que restringe la comunicación a pensar la emisión, sin introducir como parte inescindible del proceso comunicacional a la recepción y el movimiento de diálogo e intercambio que esta despliega. Se trata de un modelo comunicacional exclusivamente vertical descendente que no contempla de modo destacado las dinámicas de semiosis social que todo proceso de intercambio comunicacional lleva implícito.
- La que circunscribe la comunicación a un conjunto de técnicas externas de construcción de mensajes y sus procedimientos de producción retórica ya sea gráfica, audiovisual o digital. En estos casos se piensa la comunicación en términos exclusivos de distribución de los mensajes, suponiendo que la eficacia de estos depende exclusivamente de sus aptitudes para circular.

- La que parcela la comunicación en los soportes que se utilizan: en estos casos, la comunicación se reduce al manejo de redes u otros soportes de circulación.

Saltando sobre estas tres reducciones proponemos pensar la comunicación como un proceso global que incluye a la emisión, a las retóricas, a los lenguajes y al manejo de los soportes, pero que también incluye el estudio de las estrategias hegemónicas del neoliberalismo comunicacional – en sus versiones específicamente políticas y mediáticas - , a los campos de sentidos que este instala y a la definición de estrategias discursivas y de posicionamiento propias para construir discursos con productividad comunicacional para circular con éxito en esos verdaderos campos minados.

Objetivos específicos

Proponemos definir los campos simbólicos en disputa en los medios hegemónicos, los aparatos comunicacionales en pugna, y las diversas estrategias de respuesta. En el interior de estos, ubicaremos la descripción de la posición de la emisión y la recepción, las retóricas, los estilos y el uso de soportes comunicacionales en cada uno de los campos de las prácticas comunicacionales estudiados.

Sinopsis de clases

Kirchnerismo

Clase a cargo de Daniel Rosso

El modelo comunicacional en el Populismo. La construcción dominante del Prodestinatario en oposición al Contradestinatario. ¿ Cómo resolver la construcción del Paradestinatario ?. La emisión vertical descendente: el eje horizontal de la diferencia y el eje vertical de la equivalencia en Laclau. Verón contra Laclau. El pasaje del antagonismo a lo adversativo en Mouffé. La disputa

de los lenguajes: la autonomía de la política y de sus alianzas conceptuales contra lenguajes mediáticos aliados al entretenimiento. Discusión sobre que hacen los medios con la política y que hace la política con los medios: Landi, Casullo, Sarlo y Marita Matta. Grandes luces y algunas sombras en la comunicación del kirchnerismo. ¿ Qué reivindicar y que mejorar para volver ?

Bibliografía:

- “La Razón Populista” – Ernesto Laclau. Fondo de Cultura Económica
 - “Agonística” – Chantal Mouffe. Fondo de Cultura Económica.
 - “Política y Comunicación” – Héctor Szmucner. María Cristina Mata – Compiladores. Editorial Catálogos.
 - “El cuerpo de las Imágenes” – Eliseo Verón.
 - “Máquinas de captura. Los medios concentrados en tiempos del kirchnerismo.” – Daniel Rosso. Editorial Colihue.
-
- Macrismo

Clase a cargo de Daniel Rosso

El gran invento del macrismo: el antagonismo al antagonismo. Los modos consensuales de la tradición del laborismo inglés y Anthony Giddens, la comunidad ideal de diálogo de Habermas y el consensualismo de Arendt. Todo esto sin que Macri se entere. Las concepciones de Durán Barba. Las estenografías de la recepción. Un modelo aconflictual que, sin embargo, monopoliza el conflicto. La provisión nacional de razón frente a la locura kirchnerista. ¿ Cómo discutir con los desilusionados del Macrismo para volver ?.

- “La ciudad como proveedora de razón”. Daniel Rosso. En “Letra, imagen y sonido”. Ciudad mediatizada. Número 14 .
- “Cambiamos. Mauricio Macri Presidente. Día a día, la campaña por dentro.” – Hernán Iglesias Illa. Editorial Sudamericana

- “Mundo Pro. Anatomía de un partido fabricado para ganar. Gabriel Vommaro, Sergio Morresi, Alejandro Bellotti. Espejo de la Argentina. Planeta.
 - “El arte de ganar”. “Cómo usar el ataque en campañas electorales exitosas” –Jaime Durán Barba, Santiago Nieto. Editorial Debate.
- El ascenso del movimiento obrero

Clase a cargo de Daniel Rosso, Susana Martins y Teresita Vargas.

La destitución enunciativa de los trabajadores. Las paritarias simbólicas diarias en los medios hegemónicos que le sustraen valor a la identidad de los trabajadores y sus representaciones sindicales. La construcción de los simulacros: la sobreinstalación de algunos atributos negativos y la extensión de los mismos a toda la identidad de los dirigentes. Deslegitimación de los conflictos. ¿ Cómo pasar de presentar en las escenas mediáticas argumentos críticos y de lucha a agregar a los mismos una oferta de un mundo al cual incorporarse tan atrayente como las fiestas macristas con globos y bailes ?

- “Comunicacao sindical. Falando para milhoes. Claudio Santiago Vito Gianotti. Editorial Vozes. Río de Janeiro.
 - “El poder de los medios. Seis intelectuales en busca de definiciones.” Ivan Schuliaquer. Capital Intelectual.
 - “Trabajadores y comunicación. Paolo Rocca y los contenidos del consenso macrista.” Daniel Rosso. Revista Hamartia.
- Una discusión sobre el sistema concentrado de medios donde tiene lugar la disputa y la reorganización de los medios comunitarios.

Clase a cargo de Luis Lázaro y Gonzalo Carvajal.

El problema de escenarios donde los medios hegemónicos están fuertemente concentrados y los medios comunitarios altamente dispersos. Estado actual de la ley de servicios de comunicación audiovisual. Que quedó en pie y que ha sido desmantelado. Estrategias del macrismo en ese campo. Estrategias propias.

- “La cocina de la ley”. Néstor Busso y Diego Jaimes. FARCO. Foro Argentino de Radios Comunitarias.
 - “La batalla de la comunicación”. Luis Lázzaro. Editorial Colihue.
 - “De la concentración a la convergencia”. Martín Becerra. Paidós.
-
- Experiencias políticas – comunicacionales para aprender: Podemos en España, Siriza en Grecia, Evo Morales en Bolivia. Síntesis final.

Clase a cargo de Daniel Rosso

Podemos: su disputa en el interior del sistema de medios hegemónicos. Su postura de discutir dentro de la hegemonía neoliberal y no sólo cuestionarla desde el exterior. Su radicalidad democrática en términos comunicacionales. La fallida experiencia de Siriza: errores de los cuales aprender. Evo Morales y García Linera y algunos esbozos de sus modos de comunicar. Cierre con una síntesis final.

- “Podemos y el despertar de la sensibilidad colectiva”. Luciana Cadahia. En Debates y Combates Número 8.
- “Conversaciones con Juan Carlos Monedero”. Ramón Lobo. Colección Libros urgentes. Turpial.
- “Podemos. La fuerza política que está cambiando España. Pablo Iglesias en diálogo con Jacobo Rivero.
- “El año que soñamos peligrosamente”. Slavoj Žižek. Akal Pensamiento Crítico.
- “La espada de Damocles. La crisis en Grecia y el destino de Europa.” Petros Markaris. Ensayo Tusquets Editores.

- “Socialismo comunitario. Un horizonte de época”. Alvaro García Linera.
Ediciones Luxemburg.

En total son cinco clases de aproximadamente tres horas y media.