

UNIDAD 1:

Periodismo. Desde el bautismo docto español (1690) del periodismo hasta los augurios apocalípticos sobre su fin(al). Problemas contemporáneos sobre la caracterización de la sociedad como de “información”, “comunicación”, “conocimiento” e “incertidumbre”. Periodismo y sociedad globalizada. Caracterizaciones del fenómeno de la globalización: realidades y leyendas. Variables de “noticiabilidad” en el campo social.

Periodismo, ¿neoperiodismo o espectáculo?

Los profesionales de las ciencias sociales como fuente.

Las nuevas tecnologías en la mutación de la función periodística. La prensa gráfica y sus técnicas para el abordaje de los temas políticos y económicos en la sociedad de la información.

Nuevas tecnologías mediáticas, viejos problemas filosóficos. La palabra, la opinión y la imagen.

La distancia crítica frente a la “velocidad” e instantaneidad.

Calidad abundante de “transparencia” informativa o abundancia desinformativa. ¿Piedra libre para el engaño? De lo verdadero a lo interesante.

Revisión de caso: los efectos del Watergate. El periodismo de denuncia. El periódico como tercero ajeno, cómplice o protagonista. Credibilidad y ventas.

Los contratos con los lectores y su vigencia.

UNIDAD 2:

Los periodistas. Del hecho como protagonista del relato, al relator como protagonista de los hechos. Tendencias epocales. Borramientos de límites.

Técnica y poética: sentidos complementarios.

La sociedad entendida periodísticamente, como información general o clasificada. Los desafíos para los periodistas del Siglo XXI. La opinión vulgar o el relato codificado.

La rigurosidad perdida de los géneros. La rigurosidad profesional. El rol del editor en la selección temática. El periodismo gráfico ¿es o no literatura?

La “operación de prensa”. Temas de agenda: la corrupción, el terrorismo, la seguridad. Estudios de casos.

UNIDAD 3:

Economía Lo político y lo económico como secciones en la evolución de la prensa gráfica. Sus presupuestos y desplazamientos. La información del capitalismo industrial al capitalismo financiero. La macroeconomía y la microeconomía; una correspondencia difícil. La colaboración entre distintas áreas de trabajo.

Política y Economía internacional, límites y posibilidades. Orden y desorden neoliberales.

El renacimiento de la economía política. Las privatizaciones. La función del Estado. La presentación de los conflictos socio – económicos. Los “operadores” interesados como factores de presión sobre la estructura económica.

Caso: la crisis en la Argentina a finales del año 2001.

UNIDAD 4:

Política y periodismo especializado, la interpretación de los lenguajes específicos. La declinación de lo público y el elogio de lo privado. Origen y evolución de las esferas. Escándalos de la vida privada publicado. La sexualidad del político. Caso: Bill Clinton y Mónica Lewinsky. Los “hijos del poder” en la Argentina.

Las concepciones modernas. La hegemonía del pensamiento alemán en la definición del concepto de opinión pública. La sociología especulativa y la empírica. Jürgen Habermas y la perspectiva político valorativa. Elizabeth Nöelle-Neumann y la perspectiva psicosociológica. Niklas Luhmann y la perspectiva sistémica. Climas de opinión. Opinión pública vs. Sociología electoral. La muerte del “perro guardián”.

La Mass Communications Research. Política y comunicación o la dimensión comunicativa de la política. La nueva comunicación política. La comunicación política en la democracia mediática. La interacción entre políticos y profesionales de los medios. Lenguajes diferenciados entre políticos y periodistas.

El comienzo de la “videopolítica”. El candidato construye su imagen. Una mirada antropológica. La emergencia de la “consultora de comunicación”. Investigación social. Cómo se hace una campaña. Ejes y temas de campañas. El adversario político. Las infotácticas. Qué explica el éxito o el fracaso de una campaña.

Casos de la realidad argentina. Las fuentes políticas y su relación con los medios. Parlamento y cronistas acreditados. Des crédito de la política. El escándalo político. La vida privada.

Métodos para la investigación de mercados.

Políticos y partidos en la era de los medios de comunicación. Persuasión y retórica política.

Estudios de casos de escándalo político.

BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA

“LA TESIS DEL PERRO –GUARDIAN: REVISION DE UNA TEORÍA CLÁSICA” - por José Luís M. ALBERTOS – *Estudios sobre el mensaje periodístico* (1994) Universidad Complutense de Madrid
http://www.ucm.es/info/emp/Portad_0.htm

“ESTADO ACTUAL DE LA INVESTIGACION SOBRE LA TEORIA DE LOS GENEROS PERIODISTICOS” - Luisa SANTAMARÍA SUÁREZ: *Estudios sobre el mensaje periodístico* (1994) Universidad Complutense de Madrid
http://www.ucm.es/info/emp/Portad_0.htm

“DESINFORMACION: REVISION DE SU SIGNIFICADO. DEL ENGAÑO A LA FALTA DE RIGOR” - José Manuel RIVAS TROITIÑO: *Estudios sobre el mensaje periodístico* (1995) Universidad Complutense de Madrid
http://www.ucm.es/info/emp/Portad_0.htm

“TESIS DE TOBIAS PEUSER” (1690) – *Traducción castellana y notas, por Ángel Sierra de Cózar: Estudios sobre el mensaje periodístico* (1996) Universidad Complutense de Madrid
http://www.ucm.es/info/emp/Portad_0.htm

“EL PERIODISMO DEL SIGLO XXI: MAS ALLA DEL RUMOR Y POR ENCIMA DEL CAOS” - José Luís M. ALBERTOS – *Estudios sobre el mensaje periodístico* (1999) Universidad Complutense - de Madrid
http://www.ucm.es/info/emp/Portad_0.htm

LENGUAJE POLITICO, LENGUAJE DEL INFORMADOR Luís NUÑEZ LADEVÉZE – Estudios sobre el mensaje periodístico (1999) Universidad Complutense de Madrid
http://www.ucm.es/info/emp/Portad_0.htm

“LA LENGUA EN EL PERIODISMO DIGITAL” - Alberto HERNANDO GARCÍA-CERVIGÓN – *Estudios sobre el mensaje periodístico* (2003) Universidad Complutense de Madrid
http://www.ucm.es/info/emp/Portad_0.htm

“DESINFORMACION TRAS EL 11-S” - Dr. Pedro PANIAGUA – *Estudios sobre el mensaje periodístico* (2002) – Universidad Complutense de Madrid
http://www.ucm.es/info/emp/Portad_0.htm

“EL PERIODISTA EN EL UMBRA DEL SIGLO XXI” - Dr. Enrique DE AGUINAGA – *Estudios sobre el mensaje periodístico* (2002) – Estudios sobre el mensaje periodístico (2002) – Universidad Complutense de Madrid
http://www.ucm.es/info/emp/Portad_0.htm

“EL PAPEL DE LA INFORMACION DE CONSUMO EN LA RESTAURACION DEL PERIODISMO” José Manuel RIVAS TROITINO – *Estudios sobre el mensaje periodístico* (2003) – Universidad Complutense de Madrid
http://www.ucm.es/info/emp/Portad_0.htm

“LOS ENEMIGOS DEL PERIODISMO DE INVESTIGACION” - Javier CHICOTE LERENA – *Estudios sobre el mensaje periodístico* (2006) – Estudios sobre el mensaje periodístico (2006) – Universidad Complutense de Madrid
http://www.ucm.es/info/emp/Portad_0.htm

“LA CRISIS DE IDENTIDAD DEL PERIODISTA Y LA ETICA PROFESIONAL” - Juan Carlos SUÁREZ VILLEGAS – *Estudios sobre el mensaje periodístico* (2009) – Universidad Complutense de Madrid
http://www.ucm.es/info/emp/Portad_0.htm

“Estudios cualitativos en comunicación: ver lo macrosocial desde lo micro” - Roberto Von Sprecher – *Estudios sobre el mensaje periodístico* (2009) – Universidad Complutense de Madrid
http://www.ucm.es/info/emp/Portad_0.htm

“Posibilidades y límites del escándalo político como una forma de control social” - Autores: Fernando Jiménez Sánchez
Localización: Reis: Revista española de investigaciones sociológicas
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=767508>

“El escándalo político” – John B. Thompson
Por Guillermo López García
<http://www.lapaginadefinitiva.com/2006/08/30/el-escandalo-politico-john-b-thompson/>

“La campaña electoral vista desde la perspectiva de la propaganda de ataque y el rumor”
Dr. Iván Abreu Sojo ©
Profesor de la Universidad Central de Venezuela (Caracas)
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/02civan.htm>

“El rumor, como herramienta de la comunicación política”

Lic. Johnny Vargas D. ©

MBA y doctorando en la Universidad de La Laguna (programa impartido en Costa Rica)

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/02dvargas.htm>

“Las nuevas tecnologías en la información y comunicación: ¿para bien o para mal?”

Lic. Emilce Castillo Obando ©

Directora de Postgrados en Educación

Universidad Latina de Costa Rica

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/02hemilce.htm>

“Journalism and 'the words of power'”

Robert Fisk *

<http://www.saladeprensa.org/>

“Un oficio lleno de misterios”

Ryszard Kapuściński *

<http://www.saladeprensa.org/>

“Comunicación y poder”

Carlos A. Scolari *

<http://www.saladeprensa.org/>

“El oficio de periodista”

Juan Luis Cebrián *

<http://www.saladeprensa.org/>

“El problema de la verdad informativa:
una perspectiva filosófica iusinformativa”

Manuel de Santiago Freda *

<http://www.saladeprensa.org/>

BIBLIOGRAFIA DE REFERENCIA

MODERNIDAD Y POSMODERNIDAD: UNA OPTICA DESDE AMERICA LATINA, Roberto A. Follari, Cuadernos Rei Argentina S.A., grupo Aique, año 1990;

CRITICA DE LA INFORMACION, Scott Lash, Amorrortu/editores, año 2005;

SOBRE EL TIEMPO, Guido Indij (editor), la marca editora, año 2008;

EL CUERPO MEDIATICO, César Hazaki, Editorial Topía, año 2010;

LA CRISIS DEL LAZO SOCIAL, DURKHEIM, CIENTOS DE AÑOS DESPUES, Emilio de Ipola – compilador – Editorial Universitaria de Buenos Aires (EUDEBA), año 1998;

LOS CINCO SENTIDOS DEL PERIODISTA, (estar, ver, oír, compartir, pensar), Ryszard Kapuściński, Editorial Fondo de Cultura Económica, Fundación para un nuevo periodismo iberoamericano, año 2003;

GOOD NEWS, BAD NEWS, Edwin Diamond, The MIT Press, año 1978;

¿POR QUE LA FICCION?, Jean –Marie Schaeffer, editorial Lengua de Trapo, año 2002;

EL ESCANDALO POLITICO, Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación; John B. Thompson, Paidós colección Estado y Sociedad N° 94, año 2001;

LA GRAN CONVERSION DIGITAL, Milad Doueihi, Editorial Fondo de Cultura Económica, año 2010;

LA RESURRECCIÓN, HISTORIA DE LA POSCRISIS ARGENTINA, Eduardo Levy Yeyati, Diego Valenzuela, Editorial Sudamericana, año 2007;

CRISIS Y SALIDA DE LA CRISIS, Orden y desorden neoliberales, Gérard Duménil y Dominique Lévy, editorial Fondo de Cultura Económica, año 2007;

DECIDING WHAT'S NEWS, Herbert J. Gans, Vintage Books Editio, abril 1980;

LAS TERCERA CULTURA, MAS ALLA DE LA REVOLUCIÓN CIENTÍFICA, editada por John Brockman, Editorial Tusquets, Colección Metatemas 43, año 1996;

MASA Y PODER, Elías Canetti, Editorial Muchnik, año 1981

THE INTELLECTUAL AND THE MASSES, John Carey, Editorial faber and faber, año 1992;

NIKLAS LUHMANN, HACIA UN TEORÍA CIENTÍFICA DE LA SOCIEDAD, Editorial Anthropos (número especial), julio – octubre 1997;

PERIODISMO Y PSEUDOCOMUNICACION POLITICA, José Luis Dader, Ediciones Universidad de Navarra S.A. (EUNSA), Pamplona, año 1983;

FUNDAMENTOS PSICOSOCIALES DE LA INFORMACION, Luis Buceta Facorro, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A., año 1992;

EL TRABAJO INTELECTUAL, Jean Guilton, ediciones Criterio SRL., año 1955;

CONDUCCION POLÍTICA, General Juan Perón, Secretaría de Prensa y Difusión, año 1974;

EL ARTE DEL MOTOR, ACELERACION Y REALIDAD VIRTUAL, Editorial Manantial, 1996;

LOS GRUPOS DE PRESION, Jean Meynaud, Editorial Universitaria de Buenos Aires, año 1978;

DISCUTIR ALFONSIN, Roberto Gargarella, María Victoria Murillo, Mario Pecheny (comps.), Editorial XXI siglo veintiuno editores, año 2010;

TEORIA DE LA VERDAD EN EL SIGLO XX, Juan Antonio Nicolás y María José Frápolli (Editores), editorial Tecnos, año 1997;

EL PROBLEMA DEL CONOCIMIENTO, Alfred Jules Ayer, Editorial de la Universidad de Buenos Aires, año 1985;

¿QUE SIGNIFICA PENSAR?, Martin Heidegger, Caronte Filosofía, año 2005;

EL REINO Y LA GLORIA, UNA GENEALOGÍA TEOLÓGICA DE LA ECONOMIA Y EL GOBIERNO, Editorial Adriana Hidalgo, año 2008;

EL GOBIERNO DE SI Y DE LOS OTROS, Michel Foucault, Editorial Fondo de Cultura Económica, año 2009;

PSICOLOGIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, Pablo del Río Pereda, Editorial Síntesis, año 1996;

TEORIA DE LA CLASE OCIOSA, Thorstein Veblen, Editorial Fondo de Cultura Económica, año 2005;

LENGUAJE, VERDAD Y LOGICA, Alfred Jules Ayer, Editorial Planeta-Agostini, año 1994;

THE MEDIA SHOW, THE CHANGING FACE OF THE NEWS, 1985 – 1990, Edwin Diamond, Editorial The MIT Press, 1995;

LA GUERRA PSICOLOGICA, Maurice Megret, Editorial Paidós, año 1956;

LA APUESTA AL DESORDEN, general André Beaufre, Editorial Américalée, año 1969;

20 GRANDES CONSPIRACIONES DE LA HISTORIA, Santiago Camacho, Editorial El Ateneo, año 2003;

LAS CLOACAS DEL IMPERIO, LO QUE ESTADOS UNIDOS OCULTA AL MUNDO, Santiago Camacho, Editorial El Ateneo, año 2004;

¿QUE ES LO VIRTUAL?, Pierre Lévy, Editorial Paidós, año 1999;

POLITICA DE LA INFORMACION I, Editorial de la Universidad de Navarra S.A., año 1980;

LA PROPAGANDA POLITICA, Jean Marie Domenach, Editorial de la Universidad de Buenos Aires (EUDEBA), año 1963;

Fragmentos

LA RED Y EL YO, Manuel Castells, LA ERA DE LA INFORMACIÓN TOMO I, ECONOMÍA, SOCIEDAD Y CULTURA (Prólogo)

EL EFECTO DE REALIDAD, Roland Barthes

INTELIGENCIA COLECTIVA, Pierre Levy