

Seminario “LOS MEDIOS Y SUS FINES (MyF)”

Prof. a cargo: Alejandro López García

Nivel: 5º año

Fundamentación

El programa de “*Los medios y sus fines*” se inscribe en el marco teórico de la Educación para la Comprensión, que define la misma como “la capacidad de tener un desempeño flexible”, y así “...poder explicar un tema, justificarlo, extrapolarlo, relacionarlo y aplicarlo de maneras que vayan más allá del conocimiento y la repetición rutinaria de habilidades”.

Este seminario aborda desde una perspectiva filosófica cuestiones que pertenecen al ámbito de la ciencia de la comunicación, de la sociología, de la psicología, de la lingüística y de la filosofía.

Las relaciones entre los medios masivos de comunicación y la opinión pública, las influencias de la TV, internet, los diarios, las redes sociales... sobre lo que opinamos, merecen una rigurosa atención para comprender la amplitud y las características de sus efectos sobre las decisiones que tomamos.

Hilos conductores del seminario

- ¿Estamos atrapados en una telaraña de mentiras?
- ¿Cómo saber qué nos está pasando?

Metas de comprensión del seminario

- Comprender cuál es el alcance de los efectos de los medios sobre la Opinión Pública.
- Comprender cómo buscar información y construir socialmente conocimientos a través de los medios.

Unidades temáticas:

► Unidad 1

Tópico generativo de la unidad: La ilusión que construyen los medios.

Temas:

1.1. El impacto de los medios en nuestra manera de opinar sobre la realidad.

- La influencia de los medios sobre los temas que consideramos.
- El concepto de agenda, y la Teoría del establecimiento de agenda (Agenda Setting).
- El impacto de los diarios en las agendas, y las influencias entre los medios.
- El mapa de medios en la Argentina.
- La construcción de las noticias según la línea editorial y la ideología de los medios: géneros periodísticos, fuentes de información, contextualización y valoración de la noticia.
- La utilización de los medios por los jóvenes, y sus efectos.
- Los estudios sincrónicos de los medios.

Metas de comprensión de la subunidad 1.1

- Descubrir las relaciones entre lo que la gente piensa, los medios expresan y la política propone.
- Construir la agenda del taller y compararla con la agenda de los diarios nacionales y locales.
- Analizar la organización de los medios en la Argentina; las corporaciones y los intereses económicos.
- Analizar cómo los periodistas construyen las noticias
- Evaluar cómo utilizan los medios los jóvenes y cuán informados están.
- Realizar un estudio sincrónico de los medios utilizando la Web.

1.2. De la opinión individual a la opinión pública.

- Una definición de Opinión Pública (OP).
- Las características de la OP.
- El poder de la OP, y el poder que la OP otorga a los medio; los medios como cuarto poder.
- La OP entendida como consumo.
- El uso de los jóvenes de las redes sociales.

Metas de comprensión de la subunidad 1.2

- Analizar una definición de OP y proponer una clasificación de sus distintos tipos de manifestación.
- Relacionar la definición de OP con sus diversas características.
- Reconocer cuál es el poder de la OP.
- Descubrir cómo se relaciona la OP con el “consumismo”.
- Valorar mediante una actividad colaborativa el uso de las redes sociales ¿comunicación o negocio?

Desempeños

- A partir de las nociones e impresiones iniciales los estudiantes interpretan una imagen referida a la relación entre los medios y el público.
- Construyen la agenda del taller y la comparan con la agenda de un periódico. Constatan entonces la posible relación entre los temas que tratan los medios y los temas que los estudiantes consideran importantes.
- Analizan artículos periodísticos para completar la noción de establecimiento de agenda, y un mapa de medios actual para comprender cuáles son las corporaciones y qué lugar ocupan los grupos de inversores financieros.
- Realizan una simulación en clase dónde los estudiantes toman distintos roles. Público, periodistas, actores involucrados, e intentan reconstruir lo que sucedió en realidad. Así toman cuenta de la importancia del punto de vista desde el que se percibe.
- Completan una encuesta sobre el uso de los medios y extraen conclusiones para comprender su situación y así formular propuestas que mejoren el la búsqueda de información.
- Comparan los resultados de la encuestas con datos nacionales y de otros países.
- A partir del análisis de una definición de OP, construyen distintas clasificaciones de las formas de expresión de la OP.
- A partir de la lectura de textos explican cuál es el poder de la OP y cuándo los medios actúan como cuarto poder.
- Descubren cómo los medios de comunicación de masas se relacionan con el consumismo, y que tan profundo calan en nuestros estilos de vida: sus impactos en la salud, en las relaciones personales, en el trabajo, en la recreación, etc.
- Como desempeño de síntesis realizan una actividad colaborativa por medio de la Web con el fin de realizar una valoración sobre los usos que los jóvenes dan a las redes sociales.

Recursos

Videos, imágenes, textos, producciones de los estudiantes de cursos anteriores, artículos periodísticos, redes sociales (Facebook, Twitter, Flickr), diarios digitales, y los blogs, en marco del concepto de blogósfera.

Ponderación de los desempeños

Evaluamos las cuatro dimensiones de la comprensión: el conocimiento de los conceptos importantes, la aplicación de métodos de actividad colaborativa e indagación, las formas de expresar la comprensión ante los pares y profesores, las actitudes. **Cada actividad tiene un criterio específico de evaluación que acompaña a la misma, y que es consensuado en parte con los estudiantes.**

► Unidad 2

Tópico generativo de la unidad: La búsqueda de información en los medios.

Temas:

2.1. Los trucos de los medios y algunas estrategias para contrarrestarlos e informarnos.

- La manipulación de la OP.
- La crítica de la OP de Bourdieu: el armado de las encuestas.
- El proceso de formación de la OP. Las direcciones del proceso (quién influye sobre quién).
- Los líderes de opinión.
- Un estudio diacrónico de los medios (técnica de explotación de medios).

Metas de comprensión de la subunidad 2.1.

- Leer críticamente artículos de diarios. Descubrir la manipulación de la OP a través de las encuestas.
- Comprender el proceso de formación de la OP, y las estrategias que tienen los medios en cada una de sus etapas.
- Reconocer las distintas direcciones del proceso y sus actores.
- Identificar líderes de opinión y reconocer el efecto de “la espiral del silencio”.
- Aprender a realizar estudios diacrónicos de cuestiones de la agenda empleando la técnica de explotación de medios.

2.2. La búsqueda de la información sobre algunas cuestiones de la agenda actual.

- La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.
- El futuro del periodismo; la OP y la Web.
- El auge de la Web 2.0.
- El fenómeno de las redes sociales (Facebook, Twitter, Flickr).
- La blogósfera: la utilización de los Blogs como fuentes de información.
- La guerra de los videos en internet (YouTube Manía)
- Enciclopedias, buscadores y metabuscadores de Internet: Wikipedia, Google, Copérnico, etc.

Metas de comprensión de la subunidad 2.2.

- Aplicar la técnica de explotación de medios sobre alguna cuestión de la agenda actual para tomar partido o construir propuestas.

Desempeños

Analizan las encuestas que aparecen en diversos artículos periodísticos para descubrir errores, limitaciones, incoherencias, etc.

Critican un artículo de Bourdieu y extrapolan su punto de vista al manejo de las encuestas de los diarios de la Argentina (Clarín, Perfil, Página 12, etc.).

Reconocen las etapas en el proceso de formación de la OP en relación con algún tema de actualidad. Para ello realizan un estudio diacrónico de un diario digital utilizando la técnica de explotación de medios. Reconocen aquí los líderes de opinión, las direcciones del proceso y las distintas estrategias que presentan los medios en cada una de las etapas. Esta última actividad constituye la actividad de síntesis del taller e incluye una presentación general y una toma de posición o propuesta fundada.

Recursos

Videos, textos, producciones de los estudiantes de cursos anteriores, artículos periodísticos, redes sociales (Facebook, Twitter, Flickr), y diarios digitales.

Ponderación de los desempeños

La evaluación presenta criterios similares a los de la unidad 1, con el agregado de una actividad final de síntesis de todo el taller. Proponemos esta actividad a los estudiantes al comienzo del segundo bimestre y se desarrolla a lo largo del mismo. La presentación se realiza en la última semana, en la fecha de los exámenes finales.

Bibliografía

Bourdieu, Pierre: "La opinión pública no existe". En: *Cuestiones de Sociología*, Istmo, España, 2000, pp. 220-232, Col. Fundamentos, nº 166.

Collado Fernández, Carlos y Dahnke, Gordon: *La comunicación humana social*. México: Mc Graw-Hill, 1994.

D'Adamo, Orlando J., García Beaudoux, Virginia y Freidenberg, Flavia: *Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública*. Buenos Aires: Ed. Belgrano, 2000.

Eco, Humberto: *La estrategia de la ilusión*. Buenos Aires, Lumen, 3ra ed. 1990.

Gomis, Lorenzo: *Teoría del Periodismo. Cómo se forma el presente*, España: Editorial Paidós, 1991.

Halperín, Jorge: *La entrevista periodística. Intimidaciones de la conversación pública*. Buenos Aires: Editorial Paidós, 1995.

Neumann, Elisabeth Noelle: *La espiral del silencio*. Editorial Paidós Comunicación, Barcelona, 1995.

Miceli, Walter y Vergara, Alberto. *La investigación periodística en los medios gráficos*. La Plata: Mimeo, 1992.

Muleiro, Hugo: *Al margen de la Agenda*. Noticias, discriminación y exclusión. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2006.

Roffinelli, Gabriela: *Noam Chomsky y el control del pensamiento*. Madrid: Campo de Ideas, 2003.

Ruiz, Adela; Alberini, Emiliano: "Fuentes periodísticas: concepto, clasificación y modos de uso". *Revista Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura*. Nº 60. Mayo de 2008.

