

Título del curso

Discurso público, medios de comunicación y redes sociales en contextos electorales.

Curso de Educación Permanente FIC UDELAR

CUPO: 20 estudiantes (**destinado a estudiantes de Educación Permanente y Maestría**)

Docente:

Natalia Aruguete es Doctora con mención en Ciencias Sociales y Humanas por la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), Magíster en Sociología Económica (IDAES-UNSAM) y Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA).

*Es investigadora del CONICET desde 2012 y ha sido becaria de dicha institución desde abril de 2004. Ha realizado una estancia de investigación en la Universidad de Salamanca (España) en el año 2006. Es profesora en la Universidad Nacional de Quilmes y en la Universidad Austral. Ha dictado cursos en niveles de grado y posgrado en diversas universidades nacionales y extranjeras. Posee experiencia docente en los niveles medio, terciario, universitario y postuniversitario. Se desempeña como colaboradora periodística especializada en *Página/12* y *Le Monde Diplomatique* – Ediciones Cono Sur.*

Su línea de investigación se centra en el estudio de las agendas mediática, política y pública así como la circulación de encuadres mediáticos en el diálogo entre medios tradicionales y redes sociales. De esta trayectoria surgen sus dos libros más importantes: en 2015 publicó su libro “El poder de la agenda. Política, medios y público” (2015, Editorial Biblos). En 2020 imprimió “Fake news, trolls y otros encantos: Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales”, junto a Ernesto Calvo (2020, editorial Siglo XXI)

Objetivos

General

- El curso está destinado a **estudiantes de Educación Permanente y Maestría** y se propone analizar los enfoques que discuten las relaciones complejas entre los gobiernos, los sistemas de medios y la opinión de los públicos, desde una mirada comprensiva y estructural. El objetivo último es contar con herramientas conceptuales y revisiones teóricas que permitan comprender los cambios y adaptaciones de dicho vínculo en el actual sistema convergente.

Específicos

- Discutir críticamente, a partir del análisis de nudos problemáticos y perspectivas conceptuales, los enfoques que abordan las relaciones complejas entre los gobiernos, los sistemas de medios y la opinión de los públicos.
- Analizar las distintas estrategias de comunicación mediática, política y social en el actual sistema mediático-digital.
- Reflexionar acerca de los factores y procesos que inciden en las rutinas productivas de los periodistas durante los procesos de construcción de la noticia en escenarios convergentes.
- Explorar las formas de producción y circulación de encuadres mediáticos y la conformación de narrativas homogéneas y locales en el mapa de las redes sociales.
- Comprender las motivaciones que habilitan la propagación de *fake news* en redes sociales así como su condición de posibilidad —la polarización afectiva—, que garantiza el ejercicio de la violencia discursiva.

Contenidos

Clase 1. Relación medios y público desde una perspectiva histórica

Las agendas mediáticas como resultado de un proceso de tensiones. Framing en medios digitales; activación de encuadres en redes sociales.

- Ardèvol-Abreu, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, n. 70, pp. 423-450.
- Aruguete, N. (2021). Activación de encuadres en red: Un modelo para repensar la circulación de sentidos en el nuevo entorno mediático.
- Koziner, N. (2022). El frame-building. Una herramienta de análisis para el tratamiento mediático de las políticas de medios. *Inmediaciones de la Comunicación*, 17(2), 167-185.
- Ingrassia, P. et al. (2022). El aborto en foco. Movimiento y contramovimiento en el tratamiento mediático de la interrupción voluntaria del embarazo (IVE) en Argentina. En Muñiz, C. (Coord.), *Framing y política. Aportaciones empíricas desde Iberoamérica* (pp. 361-389). Ciudad de México: Tirant Lo Blanch.

Clase 2. Los periodistas, los medios y la política en entornos mediáticos convergentes

Consumo de noticias, *news sharing* y *gatekeeping* en entornos convergentes. Consumo y oferta de noticias en escenarios polarizados.

Mitchelstein, E., Leiva, S., Giuliano, C., & Boczkowski, P. J. (2018). La política da que hablar: "Engagement" en redes sociales de sitios de noticias. Cuadernos de información y comunicación, 23, 157.

Aruguete, N. (2022). Consumo y oferta de noticias en redes sociales. Estudio de caso de la red# Maldonado. Más poder local, (50), 84-107.

Aruguete, N. & Calvo, E. (2023). Los medios mienten: ideología y la teoría de los medios hostiles. En *Nosotros contra ellos. cómo trabajan las redes para confirmar nuestras creencias y rechazar las de los otros.* (pp. 191-202) Siglo XXI Editores: Buenos Aires.

Zunino, E., Kessler, G. & Vommaro, G. (2022). Consumo de información en redes sociales en tiempos de pandemia. Evidencias del caso argentino. *Inmediaciones de la Comunicación*, 17(1), 129-161.

Clase 3. Polarización política y campaña negativa en redes sociales

Polarización política en redes sociales. Disonancia cognitiva y cámara de eco.

Aruguete, N. (2020). Polarización y Bolsonaro. Comunicación política en redes. *Voz y Voto*, 1-6.

Barberá, P. (2020). Social media, echo chambers, and political polarization. *Social media and democracy: The state of the field, prospects for reform*, 34.

Clase 4. Polarización política y campaña negativa y percepción de riesgo en tiempos de pandemia

Estrategias de *fake news* y política de tierra arrasada. ¿Cómo influye el discurso político y mediático en la percepción de riesgo?

Bachmann, I., & Valenzuela, S. (2021). El fenómeno de la desinformación y el desafío de corregirla: una revisión bibliográfica.

Waisbord, S. (2022). Más que infodemia: Pandemia, posverdad y el peligro del irracionalismo. *Inmediaciones de la Comunicación*, 17(1), 31-53.

Aruguete, N., & Calvo, E. (2022). La sustentabilidad del fact checking en tiempos de polarización. Estudio de caso de Argentina durante la pandemia1. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (28), 751-764.

Clavero, J. (2018). Posverdad y exposición selectiva a fake news. Algunos ejemplos

concretos de Argentina. *Contratexto*, (029), 167-180.

Metodología de cursada

El seminario consta de encuentros presenciales y virtuales. En el caso de los primeros, las clases combinarán instancias expositivas y otras con dinámica de taller, en las que se promueva la discusión de la bibliografía del curso.

Las clases virtuales estarán a cargo de la profesora Natalia Aruguete, quien combinará sus clases con clases especiales dictadas por expertos en los temas trabajados en el curso. Uno de los invitados será el investigador de la GWU, **Silvio Waisbord**. La otra será **Giselle Rodríguez**, experta en campañas digitales, integrante de Mueve América Latina y directora de la consultora Futura.

Evaluación

Al finalizar la cursada, los y las estudiantes deberán realizar un trabajo final de producción individual consistente en un texto argumentativo de 6000 caracteres. Dicho trabajo deberá poner en discusión algunos de los conceptos nodales vistos durante la cursada y mantener una lógica argumental. Se prestará especial atención a la estructuración argumentativa del documento presentado.

Bibliografía del curso

Aruguete, N. (2016). Fase III: el segundo nivel de fijación de la agenda. El efecto sobre las actitudes. En *El poder de la agenda. Política, medios y público* (pp. 93-107). Buenos Aires: Biblos.

Aruguete, N. (2021). Activación de encuadres en red. Un modelo para repensar la circulación de sentidos en el nuevo entorno mediático. *Profesional de la información*, 30(2).

Aruguete, N., & Calvo, E. (2020). Coronavirus en Argentina: Polarización partidaria, encuadres mediáticos y temor al riesgo. *Revista SAAP*, 14(2), 281-310.

Bachmann, I., & Valenzuela, S. (2021). El fenómeno de la desinformación y el desafío de corregirla: una revisión bibliográfica. Disponible en <https://efectofactcheck.cl/>

Berardi, F. (2017). Prólogo: ¿El fin de qué? En *Fenomenología del fin. Sensibilidad y mutación conectiva*. Buenos Aires: Caja Negra.

Bozckowski, P. (2013). Preferencias divergentes de los lectores y de los periodistas en las noticias on-line. *CIC. Cuadernos De Información Y Comunicación*, 18, 51-55.

Calvo, E. (2015). Anatomía política de Twitter. Entrevista a Ernesto Clavo. En *Letra. Imagen. Sonido* L.I.S. Ciudad mediatizada, 15, 191-198.

- Igartua, J. J. et al. (2022). La teoría del Framing en la investigación iberoamericana sobre comunicación política. En Muñiz, C. (Coord.), *Framing y política. Aportaciones empíricas desde Iberoamérica* (57-98). Ciudad de México: Tirant Lo Blanch.
- Ingassia, P. et al. (2022). El aborto en foco. movimiento y contramovimiento en el tratamiento mediático de la interrupción voluntaria del embarazo (IVE) en argentina. En Muñiz, C. (Coord.), *Framing y política. Aportaciones empíricas desde Iberoamérica* (361-389). Ciudad de México: Tirant Lo Blanch.
- Iyengar, S., & Westwood, S. J. (2015). Fear and loathing across party lines: New evidence on group polarization. *American Journal of Political Science*, 59(3), 690-707.
- Martínez, I. C., Rubia, A. G., Rodríguez, M. A. M., & Rodríguez, A. M. (2021). Polarización afectiva, partidismo negativo y brecha perceptiva. Una aproximación teórica. *Más Poder Local*, (45), 7-20.
- Matassi, M., & Boczkowski, P. J. (2020). Redes sociales en Iberoamérica. Artículo de revisión. *El profesional de la información*, 29(1).
- McLeod, D. M. (2022). La investigación sobre el Encuadre en el contexto de los sistemas mediáticos del siglo XXI. En Muñiz, C. (Coord.), *Framing y política. Aportaciones empíricas desde Iberoamérica* (pp. 29-55). Ciudad de México: Tirant Lo Blanch.
- Mueve Argentina. Protocolo para realizar transmisiones cruzadas en Facebook. (Septiembre 2020)
- Muñiz, C., & Corduneanu, V. I. (2020). Percepción de riesgo y consumo mediático durante el inicio de la pandemia de COVID-19 en México. *Más Poder Local*, 41(Abril 2020), 19-22.
- Pariser, E. (2017). El usuario es el contenido. En *El filtro burbuja* (pp. 33-49). Buenos Aires: Taurus.
- Pereyra, R. (2021). Periodismo y Covid-19. Homogeneización de contenidos en Argentina. Un análisis de caso. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 31, 55-73.
- Tuchman, G. (1983). La noticia como marco. En *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad* (pp. 13-28). México DF: Gili.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211(4481), 453-458.
- Waisbord, S. (2022). Más que infodemia: Pandemia, posverdad y el peligro del irracionalismo. *Inmediaciones de la Comunicación*, 17(1), 31-53.
- Zunino, E. (2021). Medios digitales y COVID-19: sobreinformación, polarización y desinformación. *Universitas, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (34), 133-154.