

Seminario de Maestría

“Relaciones informativas: El periodista y la gestión de prensa profesional”
Año 2005

Duración: 20 horas

Docente: Adriana Amado Suárez

Finalidad del seminario

El presente programa tiene como finalidad brindar a los alumnos y alumnas un marco de análisis de las condiciones en que se desarrollan las relaciones informativas entre los medios y las instituciones y personas públicas. Se busca que los asistentes adquieran elementos para analizar y comprender la naturaleza de los vínculos entre los periodistas y los comunicadores profesionales, a partir del conocimiento de las herramientas que se utilizan en la gestión de prensa, y las responsabilidades de cada una de las partes involucradas en la relación informativa.

Objetivos

Se busca que al finalizar el recorrido del programa, los participantes estén capacitados para:

- Comprender el rol del periodista en el sistema de comunicación, dentro del cual se insertan los medios y las instituciones públicas.
- Conocer el papel de los medios masivos de comunicación en el intercambio social y en la construcción de la imagen institucional.
- Comprender el papel de las fuentes informativas en las rutinas periodísticas y la naturaleza del vínculo de aquellas y los periodistas.
- Conocer las herramientas que se utilizan en la gestión de la imagen pública de las instituciones y personas.
- Adquirir herramientas que permitan el análisis de la repercusión pública de hechos que involucran personas e instituciones públicas.

Temario Analítico

Módulo 1: *El escenario de la comunicación pública*

Las instituciones en el espacio público: la comunicación de las corporaciones y de los personajes públicos. El periodismo frente a la prensa corporativa. Características del vínculo medios-instituciones: naturaleza de las relaciones informativas. Nuevos escenarios en los que se desenvuelven las comunicaciones públicas. Demandas informativas de la sociedad frente a las necesidades de comunicación de las instituciones. La función del periodista frente a la función de los medios masivos: convergencia de tareas, divergencia de objetivos.

Bibliografía:

- *Amado Suárez Adriana (2003). "La dimensión económica de la prensa argentina: una industria sin información" en *Actuales desafíos de la investigación en Comunicación*, Universidad Nacional del Comahue, Gral. Roca, Memorias de las VII Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación (CD-Rom).
- Gauthier Gilles y ots., *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa, 1998.
- Dader, José Luis. *El periodista en el espacio público*. Barcelona: Bosch, 1992, Caps. 3 al 5.
- Hertz, Noreena. *El poder en la sombra. Las grandes corporaciones y la usurpación de la democracia*. Buenos Aires, Planeta, 2002, Caps. 3 a 5.
- Klein Naomi, *No logo*. Buenos Aires: Paidós, 2001.
- *Klein Naomi. *Vallas y ventanas*. Buenos Aires: Paidós, 2002, Caps. "Controlar la disidencia", "América no es una hamburguesa".
- *Muraro, Heriberto, "Charla-debate sobre su visión del periodismo institucional en épocas de crisis", brindada en la Asociación Periodistas Institucionales, 12 de septiembre de 2002, disponibles en <http://www.apibonaerense.com.ar>.
- Ramonet, Ignacio. *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Debate, 1998.
- *Verón, Eliseo. "Conversación en Bolonia", en *Espacios mentales*, Barcelona: Gedisa, 2002. También publicado en revista *Encrucijadas*, Año 1, N° 9, Julio 2001, pp. 42-53.

***Nota: La bibliografía señalada con asterisco se considera de lectura imprescindible para el desarrollo del curso. El resto de los textos son material de consulta complementaria para los temas de cada módulo**

Módulo 2: La comunicación institucional en los medios de comunicación

Las relaciones informativas entre los medios y las instituciones públicas y privadas. Operaciones de prensa y uso de las encuestas. La relación publicidad/prensa en los medios y su condicionamiento recíproco. Relaciones informativas con las instituciones gubernamentales. El proceso de construcción del discurso informativo y su reflejo en las noticias. Cómo se manifiesta el fenómeno de la comunicación corporativa en el sistema comunicación masiva. Casos de análisis: Campaña presidencial (1999 y 2003); Campaña de Presidencia de la Nación (2004), Ley de Bienes culturales (2004).

Bibliografía:

- AA.VV. *Trastienda de una elección: La campaña presidencial argentina 1999*. Buenos Aires: Temas, 2000, Caps. Medios y encuestas.
- Chomsky, Noam; Ignacio Ramonet. *Cómo nos venden la moto*. Barcelona, Icaria, 1995.
- *Chomsky Noam y Herman Edward, *Manufacturing consent*, Nueva York, Pantheon Books, 1988. Trad. cast. *Los guardianes de la libertad*, Barcelona, Crítica, 1990, Cap. 2.
- De Masi, Oscar (Comp.) *Comunicación gubernamental*. Buenos Aires, Paidós, 2001.
- Debray, Régis. *Vie et mort de l'image. Une histoire du regard en Occident*. París: Gallimard, 1994. Trad. cast. *Vida y muerte de la imagen*. Barcelona: Paidós, 1998, Libro III.
- Ford, Aníbal; Martini Stella; Mazziotti, Nora (1996). "Construcciones de la información en la prensa argentina sobre el tratado del MERCOSUR", en García Canclini N. (coord.) *Culturas en globalización*. Caracas, CLACSO/Nueva Sociedad. 1996).

- *Muraro, Heriberto. *Políticos, periodistas y ciudadanos*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 1998.
- *Poder Ciudadano/Konrad Adenauer (2003). "Monitoreo de la cobertura informativa de la campaña presidencial argentina 2003". Buenos Aires, CD ROM.
- Ruiz, Fernando (Coord.) (2001). *Prensa y congreso. Trama de relaciones y representación social*. Buenos Aires, La Crujía.
- *Schmidt-Liermann Cornelia; Marta B. Rovere y Dolores Lavalle Cobo, *Periodismo y acceso a la información pública*. Buenos Aires, Konrad Adenauer, 2003.
- *Verón Eliseo. *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma, 2001.
- Zukernik Eduardo. *Periodismo y elecciones*. Buenos Aires: La Crujía, 2001.

Módulo 3: Las fuentes en la construcción de las noticias

La cobertura periodística de temas de interés público. El papel de las fuentes. Tácticas de comunicación desplegadas desde las instituciones. Las áreas de prensa. La gestión de la información. Condicionamientos de la relación entre el periodista y las fuentes institucionales. Cómo se reflejan en las noticias las tácticas informativas de los sujetos involucrados en la información. Las instituciones en los medios: su análisis a través del seguimiento de las noticias.

Análisis de casos de crisis: Caso Tylenol (1982), Caso Edesur (1999).

Bibliografía:

- *Amado Suárez A. *Prensa y comunicación: personas y empresas frente a los medios*. Buenos Aires: Macchi, 2003.
- Colombo, Furio. *Últimas noticias sobre el periodismo*. Barcelona, Anagrama, 1997.
- *Chomsky Noam y Herman Edward, *Manufacturing consent*, Nueva York, Pantheon Books, 1988. Trad. cast. *Los guardianes de la libertad*, Barcelona, Crítica, 1990, Caps. 1 y Conclusión.
- Luhmann, Niklas. *Die Realität der Massen medien*, West deutscher Verlag, Opladen/Wiesbaden, 1996. Trad. cast. *La realidad de los medios de masas*. México: Universidad Iberoamericana, 2000.
- *Martini, Stella. *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires, Norma, 2000.
- *Martini, Stella y Lila Luchessi. *Los que hacen la noticia*. Buenos Aires, Biblos, 2004.
- McQuail, Denis (1994). *Mass Communication Theory (Third edition)* Londres, Sage. Trad. cast. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós, 2000 (3ª ed. rev. y amp.), Caps. 7 y 8.
- *Ramírez, Txema (1995). "La influencia de los gabinetes de prensa". *Telos*, 40 (Dic-Feb 1995). Pp.: 47-57
- *Fernández Pedemonte, Damián, *Diarios y empresas: relatos de conflictos*. Buenos Aires; Universidad Austral, Cuadernos Australes de Comunicación (N° 3), 1998.
- Raiter Alejandro y otros, *Representaciones sociales*, Buenos Aires, Eudeba, 2002, Caps. 1, 3 y 10.
- Verón, Eliseo. *Construire l'événement*. París: Les Editions de Minuit, 1981. Trad. cast. *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires: Gedisa, 1987, 2ª edic. revisada, Caps. 1 al 3.

Módulo 4: La información pública

La construcción del hecho comunicativo: criterios de verdad y de verosimilitud en la información. El proceso de la difusión: la prensa corporativa como productora de

información pública y los medios como meros difusores de comunicados. Ética de la difusión de noticias y de las operaciones informativas. La deontología informativa de las Relaciones Públicas. Las instituciones como productoras de noticias y fuentes de la información. Los filtros de los medios.

Bibliografía:

- Amado Suárez, Adriana y otros, "Ética periodística" en *Revista Un ojo avizor en los medios*, Año IV, N° 17, mayo/junio de 2001.
- Bettetini, Gianfranco y Armando Fumagalli. *Lo que queda de los medios: Ideas para una ética de la comunicación*. Buenos Aires, La Crujía, 2001, Introducción, Caps. 1, 2 y 3.
- La Nación. *Periodismo y ética*. Buenos Aires, Espasa Calpe, 1997.
- Loretti, Damián. *El derecho a la información*. Buenos Aires, Paidós, 1995.
- *Sala de prensa, Códigos deontológicos varios (disponibles en www.saladeprensa.org):
- Código de Conduta da Associação Nacional de Jornais, en *Sala de Prensa*, Año III, Vol. 2, N° 29, marzo de 2001.
 - Código de ética del Colegio de Periodistas de Chile, en *Sala de Prensa*, Año III, Vol. 2, N° 29, marzo de 2001.
 - Código Europeo de Deontología del Periodismo, en *Sala de Prensa*, Año III, Vol. 2, N° 24, octubre de 2001.
 - Declaración de principios de la FIP sobre la conducta de los periodistas, en *Sala de Prensa*, Primera época, Año II, Vol. 1, 1998.
- *Tcherkaski Osvaldo, *La ocupación: Información y guerra, un nuevo totalitarismo mundial*, Buenos Aires, Adrianda Hidalgo Editora, 2003.

Metodología

El seminario tendrá una modalidad teórico-práctica, que articulará la exposición teórica de los cinco módulos programáticos, con la participación de los alumnos en el desarrollo de temas específicos sobre la bibliografía básica de cada uno de los días del seminario y en el análisis de los casos prácticos que se incluyen en cada módulo.

Evaluación

En la evaluación se tomará en cuenta para la nota final la participación en clase así como la realización de un trabajo monográfico individual que consistirá en el análisis de la cobertura noticiosa de algún suceso de relevancia, desde la perspectiva teórica brindada en el curso.

Trabajo final:

El trabajo para la aprobación del seminario consistirá en un análisis teórico práctico sobre la cobertura informativa que tuvo algún suceso acontecido el año previo al momento de la cursada.

Se relevará la cobertura que tuvo el suceso en tres medios gráficos. El tiempo mínimo de seguimiento es de dos semanas para el caso de eventos acotados a una fecha, o un mes, para el caso de episodios con extensión en el tiempo.

Sobre este material periodístico se podrá formular un análisis cualitativo o cuantitativo (o ambos) que ilustre algunos de los temas tratados en el curso, i.e., participación de las fuentes, herramientas de prensa utilizadas, aparición de los distintos actores involucrados en las noticias, ética informativa, entre otros. El análisis del caso deberá ser sustentado con

algunos de los autores vistos en la cursada, que pueden complementarse con aportes y lecturas propias del maestrando.

El trabajo tendrá una extensión máxima de 15 páginas (interlineado 1,5, cuerpo de letra 11/12). Deberá presentarse en hoja A4 o carta, formato word, abrochado (sin carpeta, ni carátula). Es imprescindible que cuente con las correspondientes citas bibliográficas.

Antecedentes de la docente

Adriana Amado Suárez es Licenciada y Profesora en Letras de la Universidad de Buenos Aires, y Magíster en Comunicación Institucional (UCES). Cuenta con un Posgrado en Opinión Pública y Medios de Comunicación (FLACSO), institución en la que se encuentra finalizando su tesis de Doctorado en Ciencias Sociales sobre la prensa argentina de la década del '90.

Inició su carrera docente universitaria en 1989 en la Universidad de Buenos Aires, y actualmente es investigadora y docente en carreras de grado y de posgrado del área de comunicación y medios masivos en universidades de Buenos Aires, La Plata y Córdoba. Colabora en calidad de consultora en comunicaciones corporativas con distintas instituciones. Fue responsable de áreas de comunicación en diferentes empresas y asesora de prensa en el Congreso de la Nación (2000-2001).

Ha publicado artículos en medios de actualidad, siendo actualmente colaboradora de la Revista *Veintitrés* y columnista en canal 7 y en P+E. Tiene editados los libros *Comunicaciones Públicas* (en coautoría, 1999); *Trastienda de una elección: Las elecciones 1999* (como editora, 2000), *Prensa y comunicación: personas y empresas frente a los medios* (2003); y *La mujer del medio* (2003).