

Comunicación, deporte y acción colectiva

Equivalencia de “Opinión Pública cátedra II”

Programa 2017-2023

1. Fundamentación

“Comunicación, deporte y acción colectiva” remite a tres vastos conceptos que se imbrican para intentar dar cuenta de manera integral de un fenómeno político, social, cultural e históricamente situado, atravesado de forma ineludible por la cuestión del poder. Desde esa matriz es que se impone pensar el deporte como práctica pero especialmente como construcción simbólica, toda vez que se constituye como espacio de interacción social entre diversas identidades, permeadas por cuestiones de género, etnia, ideología, edad, nacionalidad/regionalidad, entre otras. En ese marco, es ineludible además el abordaje que del deporte puede hacerse en tanto la industria cultural y el fenómeno de masas lo han tornado mercancía, con todo lo que ello implica.

El poder radica entonces en la capacidad performativa tanto de la comunicación como del deporte. En este sentido, siguiendo los aportes de Michel Foucault desde la teoría social, John Langshaw Austin desde la filosofía del lenguaje y Judith Butler desde la filosofía posestructuralista, es posible comprender cómo los mecanismos de poder, que no solo resultan opresores sino que producen identidades, operan en el discurso creando estatutos de la verdad que se vuelven carne y práctica sobre nuestros cuerpos. De este modo, el discurso (re)crea realidades y se torna acción al legitimar modos de ser y de estar en el mundo.

¿La violencia en el deporte solo encarna en el *barrabrava*? ¿Hay deportes para mujeres y para hombres? ¿Cómo se integran las diversas expresiones de género en el binomio masculino-femenino que rige las competencias deportivas? ¿Existen los deportes de élite más allá de su origen sociohistórico? son solo algunos de los interrogantes que se desprenden del simple ejercicio de cuestionar las nociones que desde el sentido común suelen anudarse el deporte y a los sujetos que de él participan.

Esta cátedra propone un recorrido que aporte las matrices teóricas vinculadas con el campo anteriormente descrito a fin de que los estudiantes logren articular dichos lineamientos al ejercicio de la comunicación en entornos deportivos, enriqueciendo sus prácticas mediante herramientas de análisis, reflexión y producción de nuevas conceptualizaciones que permitan narrar esos territorios y dar voz a los sujetos que los habitan.

2- Contenidos generales

UNIDAD I – Poder simbólico y deporte

La industria cultural y el territorio. Políticas culturales y políticas deportivas. Los discursos mediáticos, la propaganda y la publicidad. Representaciones sociales: el aguante y la pasión, la violencia, el exitismo. Estado y Deporte: debates y tensiones sobre modelos de organización (asociaciones civiles, sociedades anónimas, empresas). La dicotomía público/privado en el deporte. Deporte como bien cultural y derecho. Marco histórico y geopolítico

BIBLIOGRAFÍA

- BOURDIEU, PIERRE (2000) “Sobre el poder simbólico” en *Intelectuales, política y poder*, traducción de Alicia Gutiérrez, Buenos Aires, UBA/ Eudeba, pp. 65-73.
- FEINMANN, JOSÉ PABLO (2013). *Filosofía del poder mediático*. Buenos Aires, Planeta. *Cap. Usted no es usted. Usted es un ente constituido por el poder mediático*. (Pág 131-133)
- RABOTNIKOF, NORA (1998). “Público-privado”. *Debate feminista* 18, pps. 3-13.

Lecturas complementarias

- RETAMOZO MARTIN, (2006) Notas en torno a la dicotomía público – privado: una perspectiva política. *Revista: Reflexión Política*.
- SZLIFMAN, JAVIER (2011) Los medios de comunicación y las representaciones de la violencia deportiva argentina. *Revista Question*, Volumen 1, n° 31, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.
- ALABARCES, Pablo y MANNARINO, Juan Manuel. “Aguantar no es chamuyar”. *Revista Anfibia*. Disponible en <http://www.revistaanfibia.com/cronica/aguantar-no-es-chamuyar/>

Material audiovisual:

- Luna de Avellaneda (película). Argentina, 2004. Fragmento “Discusión en el club”
<https://www.youtube.com/watch?v=cRT3I7bUJPY>
- Científicos Industria Argentina – Entrevista al sociólogo Rodrigo Daskal sobre el rol de los clubes como instituciones de la sociedad civil
<https://www.youtube.com/watch?v=vVwrNZba8js&spfreload=5>

UNIDAD II: Hegemonía, comunicación y deporte

Conceptos de hegemonía, dominación y poder. Los escenarios del poder en el campo del deporte. La dimensión simbólica del poder y la comunicación en el deporte.

BIBLIOGRAFÍA:

- FICHA DE CÁTEDRA (2002). “Hegemonía: un concepto clave para entender la comunicación”. Realizada por Jorge Huergo.
- BALSÀ, JAVIER (2006). “Las tres lógicas de la construcción hegemónica”. Revista Theomai. Estudios sobre sociedad, naturaleza y desarrollo, número 14, segundo semestre.
- FOUCAULT, MICHEL (1988). “El sujeto y el poder”, en Hubert Dreyfus y Paul Rabinow, Michel Foucault: más allá del estructuralismo y la hermenéutica (1979), México, UNAM. También en Oscar Terán (comp.) (1995). Michel Foucault. Discurso, poder y subjetividad, Buenos Aires, Ediciones El Cielo por Asalto.
- MOUFFE, CHANTAL (2007). En torno a lo político. Capítulo 2: “La política y lo político”. Págs. 15 a 40. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires.

LECTURAS COMPLEMENTARIAS

- SAINTOUT, FLORENCIA (2013) “Los medios y la disputa por la construcción de sentido” En Revista Práxis en las encrucijadas de la civilización, N° 1, La Plata.
- RAMONET, IGNACIO (2011). La explosión del periodismo. Buenos Aires, Capital Intelectual. *Capítulo 2: Erosión de la credibilidad de los medios* (pág 44-51).
- IBARLUCÍA, RICARDO (1998) “Fútbol y política”. Entrevista a Chantal Mouffe (1998). Revista Trespuntos.
- VIDIELLA PAGÉS, JUDITH (2007) “El deporte y la actividad física como mediadores de modelos corporales: Género y sexualidad en el aprendizaje de las masculinidades”. Educación Física y Ciencia, vol. 9, p. 81-101. Departamento de Educación Física. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad Nacional de La Plata.

UNIDAD III: Identidad, espacio público y prácticas deportivas

El poder de “ser y estar”. La visibilidad en el espacio público. La acción colectiva y la matriz del deporte en América Latina. Dimensión individual y

colectiva de las identidades. Las demarcaciones sociales (género, clase social) que habilitan, legitiman o no la participación de determinados sujetos sociales en el deporte: la mujer, el discapacitado, el barrabrava, el/la deportista fenómeno. Elitización e inclusión

BIBLIOGRAFÍA:

- MELUCCI, Alberto (1999). “Acción colectiva, vida cotidiana y democracia”. El Colegio de México. Capítulo 1 “Teoría de la acción colectiva”
- GIMÉNEZ, GILBERTO (1997). “Materiales para una teoría de las identidades sociales”. En Revista Frontera Norte, Vol. 9, N° 18, UNAM, México.
- CAPUANO, Ana; LUCILLI, Patricia y SWARC, Lina (2008) “Apuntes para la reflexión sobre el concepto de identidad”. Revista Oficios Terrestres, n° 21, pp. 124 a 133. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.

Lecturas complementarias

- DEBAT, Laureano. “Turismo carretera, la última trinchera del machismo”. Revista Anfibia.

Disponible en

<http://www.revistaanfibia.com/cronica/turismo-carretera-la-ultima-trinchera-del-machismo/>

- ELIAS, Norbert y DUNNING, Eric (1992) “Deporte y ocio en el proceso de la civilización”. Fondo de Cultura Económica, México.
- ALABARCES, PABLO (2009). “El deporte en América Latina”. Revista Razón y Palabra, Vol 14, n° 69, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Estado de México, México.
- MADRIGAL GONZÁLEZ, DAVID (2006). “Fútbol y acción colectiva. La reinención del espacio urbano”. Revista Razón y Palabra n° 69. México

UNIDAD IV: Estado, medios y deporte

El modelo nacional y popular, las dictaduras, los desafíos actuales. El rol del Estado y de los medios de comunicación en el deporte.

BIBLIOGRAFÍA

- GARCIA LINERA, ALVARO (2006). El evismo: Lo nacional-popular en acción. Buenos Aires, CLACSO. Disponible en:
<http://biblioteca.clacso.edu.ar/gsd/collect/clacso/index/assoc/D3923.dir/3linera.pdf>
- GIMENEZ, GILBERTO (1999). "Territorio, cultura e identidades, la región sociocultural". Revista de Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Época II. Vol. 9. México D.F: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Informe "Políticas de Estado en deporte. Políticas públicas para una práctica social compleja". Observatorio de Políticas Públicas, Capítulo 3. Buenos Aires, 2011.

Lecturas complementarias

- GUSFIELD, JOSEPH (2004). La cultura de los problemas públicos. El mito del conductor alcoholizado versus la sociedad inocente. Siglo XXI Editores, Buenos Aires. REEMPLAZADO POR: FRIGERIO, Alejandro "La construcción de los problemas sociales: cultura, política y movilización", Boletín de Lecturas Sociales y Económicas, UCA, año 2, n° 6
- LÓPEZ, ANDRÉS. "La ley que puede revolucionar el deporte argentino". Diario Contexto, La Plata, 31 de octubre de 2015
<http://www.diariocontexto.com.ar/2015/10/31/la-ley-que-puede-revolucionar-el-deporte-argentino/>
- DASKAL, Rodrigo. (2016) "La ley del deporte: política y poder en el (y del) deporte". Material de Cátedra de Sociología del Deporte, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.

3- Condiciones de acreditación de la materia

Para acceder al examen final

- Mínimo 80 % de asistencia a las clases prácticas.
- 100 % de los trabajos prácticos aprobados.
- Aprobación de 2 (dos) parciales con nota final 4 (cuatro) o superior, para aprobar la cursada o con nota final 7 (siete) o superior, para acceder a la promoción sin examen final.

Para la promoción sin examen final:

- Mínimo 80 % de asistencia a los teóricos.
 - Aprobación de práctico con nota final 7 (siete) o superior.
 - Aprobación de examen en el teórico con nota final 7 (siete) o superior.
- 