

**Universidad Nacional de La Pampa**

**Facultad de Ciencias Humanas**

**Título de la actividad: Actividad extracurricular de grado "Periodismo Deportivo"**

**Modalidad:** a distancia.

**Responsable:** Pablo de Biase

**Destinatarios:** Alumnos y alumnas de la Licenciatura en Comunicación Social. Graduados y graduadas de la Licenciatura en Comunicación Social. Se priorizará la inscripción de estudiantes, hasta alcanzar el cupo total de 50.

**Carga horaria total:** 75 horas.

**Año académico:** 2021.

**Fechas previstas de clases:** 10 de septiembre a 19 de noviembre.

### **Fundamentación**

La explosión e inflación permanente del deporte como espectáculo, medio, mensaje, contenido y universo de sentidos, a veces, casi excluyentes, nos motivan a pensar en la necesidad de adquirir conciencia crítica sobre la industria cultural del deporte y su estrecha relación con la industria mediática. Así como sobre la creciente magnitud económica, política y social de aquélla, potenciada por la explosión de la Web de banda ancha en los primeros años del siglo en curso, y por el aprovisionamiento masivo de dispositivos móviles personales de telefonía e internet con un nivel de penetración social y cultural

Esta toma de conciencia también nos permite no sólo entender mejor el mundo en el que vivimos -fenómenos como la globalización, por ejemplo- sino también reflexionar sobre el oficio del periodista deportivo y del poder de llegada del "discurso deportivo" a un público cada vez más "deportivizado".

En la primera parte del curso, se procurará exhibir el carácter del deporte como un fenómeno social total ya que abarca -desde su crecimiento irrefrenable en los últimos 50 años, y especialmente a partir del salto cuantitativo y cualitativo de los últimos 20- a los distintos segmentos sociales, etarios, de género e identitarios de las sociedades más diversas en todo el planeta.

Veremos cómo el mundo del deporte cuenta con sus propias legalidades, códigos, "filosofías", enfrentamientos políticos-culturales, juicios estéticos, infinidad de medios especializados en todos los soportes, y una relación cada vez más estrecha con todo tipo de industrias, y con todos los niveles de sofisticación tecnológica (aparatos, softwares, juegos de consola, simuladores...hasta figuritas y muñecos de peluche).

Se buscará emplear los conceptos básicos de las ciencias sociales para intentar comprender críticamente el desarrollo sinérgico entre la industria del deporte, la industria mediática y la industria del entretenimiento: una convergencia que ha borrado cualquier frontera entre contexto y entorno virtual en lo que podemos

llamar “industria de la pasión por excelencia”, en la que la lógica del show manda en todos los aspectos organizacionales menos en uno fundamental: el resultado de una competencia.

Veremos así por qué y cómo el periodismo deportivo no ha perdido aún -y creemos que no debe perder- su carácter crítico, aun contra las fuertes tendencias para subsumirlo dentro del periodismo que se aboca a otras industrias del entretenimiento, en el que mayoritariamente existe sólo la comunicación promocional.

Haremos especial hincapié en la cuestión de las violencias en torno y desde el deporte y sus culturas, atravesada por las violencias simbólicas de género en el campo del deporte, pero también al interior del periodismo deportivo, donde la violencia simbólica contra las mujeres ha adquirido mayor relevancia a la luz del debate social y de un discurso de un machismo extremo esgrimido por grandes exponentes de los medios corporativos.

En la segunda parte, por último, nos centraremos en los 150 años de juego deportivo dentro de la cultura popular y masiva moderna, para poder comprender la narrativa y la narratividad de las principales disciplinas deportivas inscribiéndolas en la historia social: comprender qué nos cuenta cada disciplina y cómo contarlo. Comprender también qué nos cuenta la singularidad de un episodio deportivo y cómo contarlo. También, en la historia del periodismo deportivo argentino y sus relaciones y diálogos con el periodismo general y con la evolución política y cultural de los medios, los hábitos, las disposiciones individuales y familiares y los consumos sociales; especialmente, en el año de un nuevo Mundial de fútbol, nos detendremos en la evolución de la relación entre las tecnologías, los aparatos y dispositivos y su incorporación en los hogares a propósito de las Copas del mundo, y las coberturas de éstas por parte del periodismo especializado y los distintos medios.

## **Objetivos**

-Que los alumnos adquieran una visión crítica de la industria cultural del deporte y de su estrecha relación con la industria mediática.

-Que tomen conciencia de que la magnitud económica, política y social de la industria del deporte y su “colonización” de las distintas esferas de la vida no son “algo natural” sino el producto de una serie de relaciones sociales, económicas, políticas, culturales y estéticas que han hecho del deporte “el fenómeno cultural” de los últimos 80 años.

-También, que problematicen la gravitación del fenómeno deportivo – globalización mediante- en los imaginarios sociales, cuyo discernimiento es el mejor camino, si no para explicar, al menos para comprender mejor la pasión deportiva desde el periodismo.

-Que conozcan y contextualicen las principales y más populares disciplinas deportivas y sus potenciales narrativas.

-Que adquieran un conocimiento y un manejo mínimos de los principales géneros periodísticos tradicionales y digitales aplicados al periodismo deportivo.

-Que adquieran un conocimiento mínimo y se familiaricen con la historia y desarrollo del periodismo deportivo argentino y los modos de cobertura de distintos tipos de eventos deportivos.

## **Contenidos analíticos**

### **PRIMERA PARTE: Deporte, medios e industrias culturales**

#### **Módulo 1**

La relación simbiótica entre la industria de los medios, la industria del deporte y la industria del entretenimiento. El concepto de industria cultural y su problematización.

Breve historización de los “momentos populares del deporte” hasta el momento actual, la “Era del deporte total”. Actores sociales del deporte y ciencias sociales: los aportes de la sociología, la antropología y las ciencias sociales, en general, a una mejor comprensión y aplicación de los conceptos de “actor social” y “deportivización social” al periodismo deportivo.

#### **Módulo 2**

Historia social de la organización moderna del deporte (especialmente del fútbol): de la construcción deliberada de un perfil industrial a partir de 1974 a la explosión viral del fútbol a través del proceso socio-político-cultural de la globalización y las nuevas tecnologías. La Web de banda ancha, y la “democratización” del proceso de globalización en los nuevos dispositivos individuales.

#### **Módulo 3**

Los géneros periodísticos y el periodismo deportivo en la cobertura de eventos deportivos: ética deportiva y étical profesional en el periodismo deportivo. Violencia y machismo en el deporte y en el periodismo deportivo: lucha feminista, perspectiva de género y debate en el deporte y en el periodismo: la visibilización de las violencias simbólicas y materiales: los casos del fútbol y del rugby.

### **SEGUNDA PARTE: 150 años de juego**

#### **Módulo 4**

La sinergia en el desarrollo de la industria “blanca” más grande del planeta. El desarrollo sinérgico de la industria del deporte y la de los medios: breve historización y periodización de esta relación. Las edades de la cultura de masas y las edades del deporte: deportes de diseño y deportes de desarrollo. La evolución atlética y táctica; evolución tecnológica y potenciación de la relación

medios-deportes. El deporte y su aporte formador de valores positivos (educación, liderazgo, espíritu colectivo) en sociedades conflictivas.

### **Módulo 5**

Los nuevos problemas sociales que el Súper Deporte genera (hooliganismo, conflictos educativos, nuevas formas de discriminación combinando deporte y nuevas tecnologías, las redes sociales y el bullying). Usos, abusos, aprovechamiento y peligros de las estadísticas sobre un juego y la performance de los atletas en tiempo real (o casi). El caso de la telemetría y sus múltiples aplicaciones.

### **Módulo 6**

La cobertura periodística de eventos deportivos y el periodismo argentino. Los Mundiales de fútbol, los medios y la industria electrónica para individuos y hogares.

## **Bibliografía específica**

Archetti, E. (2001) *El potrero, la pista y el ring (Las patrias del deporte argentino)*, Fondo de Cultura Económica –digitalizado.

Archetti, E. (1995) “Estilo y virtudes masculinas en El Gráfico: la creación del imaginario del fútbol argentino”, *Desarrollo Económico vol.35 N° 139*, Buenos Aires, octubre-diciembre –digitalizado.

Bourdieu, P. (1994) “Deporte y clase social”, en AA.VV., *Materiales para una sociología del deporte, Genealogía del Poder N° 23*, Editorial La Piqueta.

De Biase, P. (2017) “Deporte, medios y sociedad”, edición de cátedra – digitalizado.

De Biase, P. (2017) “150 años de juego”, edición de cátedra – digitalizado.

De Biase, P. (2021) *La redeportivización híper profesional del fútbol y el rugby en el S. XXI al interior de sus culturas: imaginarios sociales, discurso deportivo, masculinidades y violencias.*—edición de cátedra, digitalizado.

Elias, N. y Dunning, E. (1996) *Deporte y ocio en el proceso de civilización*, Fondo de Cultura Económica.

García Ferrando, M. et Al. (1998) *Sociología del Deporte*. Alianza.

Scarione Avellaneda, V. (2017) *Periodismo de taquito. La mujer en el periodismo deportivo*. Disponible en

<https://economiafeminita.com/periodismo-de-taquito-la-mujer-en-el-periodismo-deportivo/>

Mujica, J. et Al. (2020) *Desigualdad de género en la prensa deportiva de El Mercurio. La trama de la Comunicación vol. 24 Universidad Nacional de Rosario*. Disponible en: <https://doi.org/10.35305/lt.v24i1.717>

## **Filmografía**

- *El hincha*, de Manuel Romero (Argentina, 1951)
- *Documental con Barras bravas*, de Jon Sistiaga (Canal + Documentales, España, 2012).
- *Informe Robinson: La leyenda del Trinche* (Canal +, España, 2011)
- *Looking for Eric*, de Ken Loach (Inglaterra, 2009).

## **Metodología de dictado**

Encuentros sincrónicos por plataforma Meet, que comprenderá una exposición a cargo del docente y un intercambio directo. Se estipulan encuentros de 4 hs. semanales, durante 12 semanas cubriendo cada uno de los 6 módulos y atendiendo a tres clases donde se trabajará en la elaboración de un trabajo multimedia grupal, que integre los contenidos. La última clase servirá para las devoluciones y el cierre del curso.

Los materiales de lectura (apuntes de cátedra, textos de la bibliografía, videos y guías de lectura) se subirán a una plataforma Moodle y se compartirá el acceso por mail.

## **Evaluación**

Para aprobar el curso se deberá realizar un trabajo multimedia grupal.

## **Certificados**

Se otorgarán certificados de aprobación y nota para aprobar el trabajo

Buenos Aires, agosto 2021

Lic. Pablo de Biase  
Docente a cargo

debiase.pablo@gmail.com