

Discurso social. Narrativas políticas en los medios de comunicación: inteligibilidades actuales

Directora: Dra. Natalia Virginia Colombo (UNNE)

Código de Identificación: PI 17H013

Resolución de Aprobación: 966/17 CS

Organismo de Acreditación / Financiación: SGCyT - UNNE

Fecha de Inicio: 01/01/2018

Fecha de Finalización: 31/12/2021

Resumen

En el marco del estudio del discurso social (Angenot, 2010) en este caso de la región como también a nivel nacional, este proyecto tiene como objetivo general estudiar las narrativas políticas y su circulación a través de los medios de comunicación de masas (Verón 2001, Wolton 2000, entre otros) tanto en contextos electorales como no electorales. En otras palabras, abordar y estudiar, en principio, dos esferas (Lotman, 1996) de la discursividad social de la región y poner en discusión sus relaciones. Nos referimos a la correspondiente a lo político y la relativa a los medios de comunicación (redes sociales, televisión, prensa gráfica, etc.) vistas desde una mirada/lectura semiótica. Como puede advertirse, este diálogo entre ambas esferas se sustenta en el juego de relaciones intertextuales e interdiscursivas (Bajtín, 1992; Angenot 2010) a partir del cual se construyen las redes discursivas sociales.

En este contexto, nos interesa estudiar qué se “cuenta”, qué se narra (y por qué resultan legibles estos relatos) considerando a la narración “como una de las formas primordiales de la mediación y modelación de la experiencia, y un principio arquitectónico-orquestal fundamental, que opera en la elaboración de formatos” (García, 2004: 218). Entendemos que observar, sistematizar y analizar discursivamente los relatos que circulan en los medios colaborará en la operación de desmontar legitimidades y posicionamientos discursivos presentes en tales relatos, que surgirían en relación con la configuración de roles, acciones y situaciones.

Objetivo General

Determinar cuáles son las narrativas políticas que circulan actualmente a través de los medios de comunicación de masas, cómo lo hacen y con qué objeto, tanto en contextos electorales como no electorales.

Objetivos Específicos

- Observar, relevar, abordar y analizar dos esferas de la discursividad social regional (especialmente de Chaco y Corrientes) y nacional: la de los medios de comunicación y la de lo político;
- Poner en funcionamiento operaciones teórico-metodológicas de carácter interdisciplinario para el estudio de la discursividad mencionada;
- Estudiar las narrativas de carácter político insertas en los medios de comunicación de masas de la región y determinar cómo se configuran discursivamente actores, acciones y situaciones;
- Identificar y caracterizar los diferentes tipos de formatos, multimedios e hipermedios, avanzar hacia los transmedios y, principalmente, a las transnarrativas;
- Abordar y analizar los diferentes lenguajes-semiosis (icónicos, indiciales y simbólicos) presentes, tanto en el discurso de los medios como en el discurso político;
- Determinar el carácter persuasivo de tales narrativas y la injerencia de recursos propios de la propaganda y de la publicidad;
- Establecer vinculaciones entre hábitos/creencias presupuestos y hábitos de consumo;
- Arriesgar interpretaciones en torno de la inteligibilidad y aceptabilidad de tales relatos.

Integrantes

Romina Gisel Gayoso	Docente investigadora
Brunella Variña Venturini	Becaria SGCyT Iniciación
Miguel Angel Vilte	Docente investigador
Ludmila Strycek	Docente investigadora
Alicia Valenzuela	Docente investigadora
Natalia Andrea Cardeli	Docente investigadora
Sebastián David Cabrera	Estudiante
Davina Griselda Aguirre	Becaria CIN
Ebe Rozé Pratesi	Estudiante

Líneas de investigación

Este proyecto propone los siguientes ejes en función de la complejidad del objeto de estudio y de las especialidades de los integrantes del proyecto. Se destaca que son pasibles de combinarse y enriquecerse por lo que cada integrante del equipo de investigación aborda alguno, o varios de estos ejes, profundizando según sus intereses profesionales:

- a) Narrativas y semiosis.



- b) Narrativas y personajes, actores, funciones. Géneros narrativos: autobiografías, narrativas del yo, mitos, etc.
- c) Narrativas y lo político. Discurso político, enunciación política.
- d) Narrativas políticas en los medios de comunicación. Redes sociales como espacio privilegiado de comunicación política: facebook y twitter.
- e) Géneros, formatos, multimedios, hipermedios, transmedios. Transnarrativas.
- f) Narrativas políticas, persuasión y marketing. Publicidad y propaganda.
- g) Narrativas e imágenes: el relato a través de lo icónico.