

Programa de Doctorado en Historia (IEHS-FCH-UNICEN)

Seminario: "Problemas de historia de la prensa"

Prof. Lila Caimari (Conicet/UdeSA)

Presentación

Como es bien sabido, la prensa ha jugado un papel fundamental en el desarrollo de la sociedad argentina moderna, en particular en el ámbito urbano. Con tasas de alfabetización excepcionales en el contexto latinoamericano, un mercado editorial de singular vigor, y un público lector de escala masiva, el universo de diarios y revistas disponibles a las grandes mayorías constituyó un elemento de altísima relevancia en la vida social, política y cultural de este país.

En años recientes, un campo emergente de estudios históricos de la prensa se ha hecho cargo de este dato, observando las inflexiones locales del fenómeno a la vez que conectando conceptual e historiográficamente el caso argentino con análisis desarrollados en otros escenarios. Estos estudios han ido desbrozando dimensiones diversas del objeto - materiales, económicas, políticas, culturales - y proponiendo interpretaciones sobre las lógicas propias del universo de los diarios y revistas, de sus productores y sus consumidores.

Haciendo foco en diferentes ejes temáticos, este seminario propone un recorrido por una selección de textos vinculados directa o indirectamente a la historia de la prensa. Combina lecturas sobre el caso argentino con estudios nacidos en otros escenarios. Con el foco puesto en el ciclo de la modernización del periodismo transcurrido entre fines del siglo XIX y mediados del siglo XX, el seminario se propone discutir posibles respuestas a preguntas tales como: ¿Cuándo y cómo se constituye la prensa diaria en el medio de comunicación por excelencia de las sociedades modernas? ¿Qué rol le cabe a la prensa diaria en la conformación de una sensibilidad característica de las ciudades masificadas? ¿Qué lugar ocupa la prensa diaria en la globalización de la cultura occidental a fines del siglo XIX? ¿Qué tecnologías fueron relevantes en este desarrollo, y de qué modo afectaron la experiencia de producción y lectura de diarios de las grandes mayorías? ¿Cómo pensar la relación entre consumo de prensa e identidad social?

Modalidad de trabajo y evaluación

El seminario intercalará una modalidad de clase magistral con discusión y comentario de textos previamente asignados para cada clase. Por tratarse de un seminario de discusión bibliográfica, la lectura previa de los textos oportunamente indicados será imperativa para su buen desarrollo. La capacidad de lectura de textos en inglés es requisito.

El seminario se aprueba mediante la presentación de un trabajo de crítica bibliográfica, cuyo tema específico será acordado con la profesora en cada caso.

Ejes temáticos

- **Prensa y modernización: nudos historiográficos.** Dimensiones de la modernización de la prensa. El caso argentino en el marco global de expansión de la prensa diaria. Rasgos del mercado de prensa porteño. Problemas específicos del proceso de modernización local.

- **Prensa, noticia y emergencia del ideal de objetividad.** Ascenso y triunfo de la noticia. Prensa informativa y prensa "de entretenimiento". El advenimiento de la prensa ilustrada. Modelos de prensa comercial: prensa "seria", prensa sensacionalista.

- **Prensa, tecnología, circulación informativa.** La expansión del horizonte espacial de las noticias. Mercado de prensa y circulación global de impresos. Cables submarinos y agencias de prensa globales. Aceleración y fractura de los tiempos de circulación informativa. Efectos de lectura.

- **Prensa y periodismo.** Del periodista ilustre al periodista profesional. Ascenso y consolidación del corresponsal remoto. Figuras de corresponsalía. Corresponsales a las provincias, corresponsales al mundo. Vivir del periodismo.

- **Prensa, ciudad, modernidad.** El lugar de la prensa en la producción de efectos de modernidad urbana. Prensa y modernidad "neurológica". La prensa como instrumento de navegación de la ciudad. Sensacionalismo y economía sensorial en la prensa masiva.

- **Prensa e identidad social.** La prensa como instrumento constructor de identidades de clase. Prensa de conversión, prensa "respetable", prensa masiva. Prensa y educación sentimental.