

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL COMAHUE
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE COMUNICACION SOCIAL**

2020

ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACION

1- Fundamentación

La materia Economía Política de la Comunicación pretende indagar y profundizar en el estudio de las lógicas de poder que estructuran las sociedades capitalistas altamente diferenciadas. En ese marco, para comprender los modos de funcionamiento social, consideramos importante analizar, por un lado, las características y dinámicas que va tomando el espacio público en tanto atravesado por los procesos de mercantilización de la cultura y la comunicación. Al mismo tiempo, estudiar las Industrias Culturales puesto que las mismas juegan un rol importante en el modelo de acumulación, por lo menos, en dos sentidos: sus productos constituyen mercancías altamente redituables en el mercado capitalista y, al mismo tiempo, sus contenidos pueden ayudar a la legitimación del orden social mediante la puesta en circulación de formas simbólicas.

Por ello, la materia indaga en las principales escuelas y corrientes que desde la EPC han abordado la relación entre economía, cultura y comunicación para, desde allí, profundizar en toda una serie de problemáticas actuales vinculadas con las condiciones sociales de la producción de sentido. En efecto, la tensión permanente que envuelve el concepto de “información”; la mercantilización de las distintas instancias de la vida cultural; los procesos de concentración, centralización y convergencia; el rol del Estado como regulador de las Industrias Culturales; las características y las diferencias que estructuran los campos comunicacionales nacionales, regionales y locales; la estructuración del espacio/territorio; la precarización y la flexibilización de las condiciones laborales; constituyen ejes que abordaremos en la materia en tanto nos permiten comprender algunas de las dimensiones que orientan los modos de funcionamiento de nuestras sociedades actuales.

2- Equipo de Cátedra

Docente: Pablo Schleifer

Cargo: PAD

Docente: Lorena Riffo

Cargo: JTP

3- Objetivos cognoscitivos

- Que lxs estudiantes se apropien y discutan con las principales escuelas de la EPC
- Que lxs estudiantes analicen las problemáticas y los desafíos actuales vinculados a las Industrias Culturales
- Que lxs estudiantes reflexionen en torno a las dinámicas del espacio público
- Que lxs estudiantes reflexionen críticamente en relación con las características de los espacios comunicacionales y culturales nacionales, regionales y locales

4- Objetivos y contenidos mínimos s/Plan de Estudios

4.1 Objetivos según Plan de Estudios

- Identificar escuelas y discutir diferencias, afinidades y problemas.
- Exponer desafíos y paradojas de las políticas de comunicación y cultura y normativas asociadas a nivel local, regional, nacional e internacional

- Revisar enfoques y debates actuales sobre el concepto de “información”, “economía de la información” y “sociedad del conocimiento”
- Analizar texto(s) y contexto(s) de la producción social del espacio/territorio
- Analizar las transformaciones del trabajo (trabajo intelectual, trabajo inmaterial, valores simbólicos, capital cultural)

4.2 **Contenidos mínimos s/Plan de Estudios**

Límites y alcances de las teorías instrumentales y deterministas de la comunicación: la información como unidad de cálculo, como mercancía, como producto, como elemento de control social. El mercado como escenario de la comunicación e intercambio de información, las utopías de “equilibrio” y la preponderancia del valor de cambio sobre el valor de uso. Introducción a las nociones de necesidades materiales y no materiales. Modificaciones estructurales y prácticas espaciales en perspectiva histórica. Comunicación, tecnologías de la información y relaciones de poder. Crisis de acumulación y flexibilización: taylorismo, fordismo y reestructuraciones del capital. Crisis y desarrollo desigual. Organización simbólico-material del espacio, comercio internacional de servicios y nuevos circuitos de producción y consumo cultural. Espacios constituyentes de autonomía social.

5- **Contenidos**

Unidad I. La Economía Política de la Comunicación y la Cultura

Introducción al campo de estudio. La teoría crítica latinoamericana y la Economía Política de la Comunicación en América Latina. La relación cultura, comunicación, economía.

Unidad II. Los bienes culturales: valor, servicio, mercancía

Bienes culturales e información entre servicio y mercancía. Valor de uso y valor de cambio. Características de las mercancías culturales. La producción, las condiciones de producción y el efecto del tiempo.

Unidad III. Políticas, mercado e Industrias Culturales

Estado, mercado y medios. El problema de la concentración. Niveles de convergencia. La prensa, Internet y el audiovisual.

Unidad IV. Condiciones del trabajo en la “sociedad de la información”

El debate en torno a la “sociedad de la información” y/o “sociedad del conocimiento”. Transformaciones en el trabajo y características del trabajo en las Industrias Culturales. Fordismo y pos-fordismo.

Unidad V. Espacio público y luchas de sentido

El espacio y la territorialidad como producto, mercancía y objeto de lucha económica y simbólica. Identidad(es). Turismo cultural.

6- **Bibliografía**

Unidad I. La Economía Política de la Comunicación y la Cultura

- Bolaño, César y Mastrini, Guillermo (2001). “Economía Política de la Comunicación: un aporte marxista a la constitución del campo comunicacional”, en Revista de Economía Política das Tecnologias da Informação e Comunicação, Vol. III, Nº3, p. 58-78.
- Mosco, Vincent (2006). “La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después”, en Cuadernos de Información y Comunicación, Vol. 11, Universidad Computense de Madrid, p. 57-79.
- Murdock, Graham y Golding, Peter (1981), "Capitalismo, Comunicaciones y relaciones de clase", en Curran, James (ed.), *Sociedad y Comunicación de masas*, México, Fondo de Cultura Económica.

- Sánchez Ruiz, Enrique (2017). “El pensamiento crítico latinoamericano en comunicación, en el contexto neoliberal: luchas, logros y retos”, en Saladrigas et. al. (Coords.), *Información y comunicación desde el sur: Economía política, cultura y pensamiento crítico*. España, Sociedad Latina de Comunicación Social.

Trabajos prácticos:

- Marx, Karl (1971). “El método de la economía política”, en *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (borrador) 1857-1858 Volumen I*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- Granham, Nicholas (1997). “Economía política y estudios culturales: ¿reconciliación o divorcio?”, en *Causas y Azares*, N°6, Buenos Aires, p. 32-46.

Textos optativos recomendados:

- Herscovici, Alain, Bolaño, César y Mastrini, Guillermo (1999). “Economía política de la comunicación y la cultura: una presentación”, en Mastrini, Guillermo y Bolaño, César (eds.) *Globalización y Monopolios en la Comunicación en América Latina. Hacia una Economía Política de la Comunicación*. Buenos Aires, Editorial Biblos.
- Sierra Caballero, Francisco (2013). “Prefacio a una crítica de la economía política de la comunicación. De la lucha epistemológica como problema”, en Bolaño, César *Industria Cultural, información y capitalismo*. Barcelona, Gedisa.

Unidad II. Los bienes culturales: valor, servicio, mercancía

- Bolaño, César (2006) “Tapando el agujero negro. Para una crítica de la Economía Política de la Comunicación”, en *Cuadernos de Información y Comunicación*, Vol. 11, Universidad Computense de Madrid, p.47-56.
- Granham, Nicholas (1983). “La Cultura como Mercancía”, en Richeri, G. (ed.) *La televisión: entre servicio público y negocio*, Barcelona, Gustavo Gili.
- Mieke, Bernard (1982). “La mercancía cultural: algunas características de su reciente desarrollo”. Disponible en *Humánitas*, portal temático de Humanidades.
- Schleifer, Pablo (2018). “Capítulo VI, Apartado 3.1: Espectacularización de la noticia y el efecto del tiempo”, de la Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales y Humanas (UNQ) *El juego periodístico y la construcción de realidad. Estructura, posiciones y sentidos prácticos en el mundo social*.
- Zallo, Ramón (2011). “Necesidad de una economía de la cultura y la comunicación”, en *Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital*. Barcelona, Gedisa.

Trabajos prácticos:

- Quiña, Guillermo. (2013). “Hegemonía y desconocimiento de clases sociales: La producción musical independiente en la ciudad de Buenos Aires”, en *Revista Trabajo y sociedad*, N°21, Santiago del Estero, p. 279-294.

Texto optativo recomendado:

- Marx, Karl (2012). “La Mercancía”, en *El capital*, Tomo I, Volumen I. Buenos Aires, Siglo XXI.

Unidad III. Políticas, mercado e Industrias Culturales

- Albornoz, Luis Alfonso (2005). “Las industrias culturales y las nuevas redes digitales”, en Bolaño, César, Mastrini, Guillermo y Sierra, Francisco (Eds.) *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*. Buenos Aires, La Crujía.
- Becerra, Martín (2003). “De la divergencia a la convergencia”, en *Sociedad de la Información: proyecto, convergencia, divergencia*. Buenos Aires, Grupo Editorial Norma.
- Becerra, Martín (2015). “Concentración de medios y libertad de expresión”, en *De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina*. Buenos Aires, Paidós.

- Labate, Cecilia et. al. (2012). “Abordajes sobre el concepto de concentración”, en Mastrini, Guillermo, Bizberge, Ana y De Charras, Diego (editores) *Las políticas de comunicación en el siglo XXI*. Buenos Aires, La Crujía.
- Miège, Bernard (2010). “La cuestión de las TIC: hacia nuevos planteamientos”, en De Morae, Dênis (comp.) *Mutaciones de lo visible. Comunicación y procesos culturales en la era digital*. Buenos Aires, Paidós.
- Schleifer, Pablo (2015). “Estado, mercado y medios de comunicación en el neoliberalismo”, en *Revista Comunicación y Sociedad*, n°23 (enero-junio 2015), Universidad de Guadalajara.

Trabajos prácticos:

- Schleifer, Pablo (2018). “Capítulo IV: Las dinámicas del espacio o sobre las dimensiones objetivas que lo organizan. Las condiciones productivas”, de la Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales y Humanas (UNQ) *El juego periodístico y la construcción de realidad. Estructura, posiciones y sentidos prácticos en el mundo social*.

Textos optativos recomendados:

- Becerra Martín y Mastrini, Guillermo (2009). *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración en la América latina del Siglo XXI*. (caps. seleccionados). Buenos Aires, Prometeo.
- Bustamante, Enrique (2004). *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona, Gedisa.
- Getino, Octavio (2008). *El capital de la cultura. Las industrias culturales en la Argentina* (caps. seleccionados). Buenos Aires, Ciccus.

Unidad IV. Condiciones del trabajo en la “sociedad de la información”

- Antunes, Ricardo (2009). “Diez tesis sobre el trabajo del presente (y el futuro del trabajo)”, en Neffa, Julio, De la Garza Toledo, Enrique y Muñiz Terra, Leticia, *Trabajo, empleo, calificaciones profesionales, relaciones de trabajo e identidades laborales*. Buenos Aires, Clacso.
- Bolaño, César (2005). “Economía política y conocimiento en la actual reestructuración productiva”, en Bolaño, César, Mastrini, Guillermo y Sierra, Francisco (Eds.) *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*. Buenos Aires, La Crujía.
- Mastrini, Guillermo y De Charras, Diego (2005). “20 años no es nada: del NOMIC al CMSI”, en *Anuario Ininco*, Volumen 17 N°1, Caracas.
- Sierra Caballero, Francisco (2006). “Trabajo inmaterial y crítica económico-política del capitalismo cognitivo”, en *Redes*, n°3, p. 165-169.

Trabajos prácticos:

- Henry, Laura (2013). “Flexibilización productiva y difusión del trabajo independiente en la prensa escrita argentina. Un estudio sobre las condiciones de empleo de los periodistas colaboradores”, en *Revista Trabajo y sociedad*, N°21, Santiago del Estero, p. 261-278.

Textos optativos recomendados:

Serán incorporados en virtud de los recorridos de lxs estudiantes.

Unidad V. Espacio público y luchas de sentido

- Herscovici, Alain (2005). “Economía de la comunicación, lógicas sociales y territorialidad”, en Bolaño, César, Mastrini, Guillermo y Sierra, Francisco (Eds.) *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*. Buenos Aires, La Crujía.
- Proença Leite, Rogerio (2007). “Consumo y Ennoblecimiento del Espacio Público”, en *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y la Comunicación*, Vol. IX, n°3.

- Tremblay, Gaëtan (2006). “Economía política del espacio público y mutaciones mediáticas”, en *Cuadernos de Información y Comunicación*, Vol. 11, Universidad Computense de Madrid, p.223-240.
- Yúdice, George (2008). “Medios de comunicación e Industrias Culturales, Identidades Colectivas y Cohesión Social”, en Informe para el proyecto Nueva Agenda de Cohesión Social para América Latina, IFHC-CIEPLAN.

Trabajos prácticos:

- Dimitriu, Andrés. (2010). “Versión revisada del proyecto Paisajes discursivos y organización territorial. Políticas de frontera, naturaleza y dinero en la llamada ‘Suiza Argentina’ de la segunda mitad del Siglo XX”. En Dimitriu, Andrés (comp.) *¿Nuevas fronteras con múltiples cercamientos? Hacia una revisión crítica de la política territorial y extractiva en la Patagonia*. General Roca, Río Negro, Argentina: Editorial PUBLIFADECS - Universidad Nacional del Comahue. p. 13-33.

Textos optativos recomendados:

Serán incorporados en virtud de los recorridos de lxs estudiantes.

7- Propuesta metodológica.

.Clases teóricas participativas. Se expondrán y trabajarán en este espacio los contenidos teóricos que hacen al programa.

.Clases prácticas. Este espacio será utilizado para acompañar y orientar la lectura de los textos y los debates en relación con las problemáticas planteadas y que pudieran surgir.

8- Evaluación y condiciones de acreditación

. Los estudiantes en condición regular deben cumplir los siguientes requisitos:

- Aprobar por lo menos el 50% de los trabajos áulicos propuestos,
- Aprobar un parcial domiciliario,
- Final obligatorio integrador de los contenidos de la materia.

. Los estudiantes en condición libre deberán cumplir con los siguientes puntos:

- Aprobar con una calificación mínima de 4 (cuatro) puntos un examen escrito que los habilitará para pasar a una exposición oral para la cual deberán elegir un tema y exponerlo.

9- Distribución horaria semanal

Cursado: 1° cuatrimestre

Horas semanales: 4 (cuatro)

Las clases teóricas tendrán lugar los martes de 16 a 18 hs.

Las clases prácticas tendrán lugar los martes de 18 a 20 hs.

10- Cronograma tentativo de actividades

Unidad I durante marzo

Unidad II durante abril

Unidad III durante mayo

Unidades IV y V durante junio