

PROGRAMA

Economía Política de los Medios

2EP4114 – Año lectivo 2017

Licenciatura en diseño y producción audiovisual

Instituto A. P. de Ciencias Humanas

Titular de cátedra: Santiago F. Druetta

I Fundamentos

Desde una perspectiva económica puede decirse que las IC extienden la lógica capitalista a la producción y circulación de bienes culturales que ingresan a una relación social de tipo mercantil capitalista y que, poniendo en juego sofisticados medios de producción y de consumo, crean condiciones inigualables para la reproducción del capital económico, muy especialmente por su carácter de espacio privilegiado para el uso de la microelectrónica a la que algunos autores ya consideran como el factor clave de un nuevo “ciclo largo” del capitalismo y un nuevo modo de crecimiento que involucra transformaciones tanto económicas como políticas, jurídicas, culturales, etc.

Pero el carácter pluridimensional de lo social, que se hace patente en el caso de las industrias culturales, confiere una enorme complejidad a la reflexión mostrando a estas industrias como vehículos de la globalización, soportes de violentos intercambios simbólicos, espacios de reproducción económica, productoras de cultura, espacios e instrumentos de disputas políticas, etc.

Así, las industrias culturales en general y entre ellas el audiovisual –que es crecientemente el soporte más difundido- se ofrecen como particular objeto de estudio y horizonte de reflexión sobre procesos planetarios con específicas manifestaciones en ámbitos locales y regionales.

I – OBJETIVOS DEL CURSO

OBJETIVOS GENERALES

- Que el alumno conozca e indague acerca de la dimensión económica de la comunicación y su papel en el proceso de reproducción social.
- Que desarrolle competencias para desempeñarse laboralmente en los ámbitos de la comunicación social (especialmente audiovisual) más ligados a la industria y el mercado, y por lo tanto regidos por esas lógicas
- Que desarrolle recursos para la comprensión y análisis de los condicionantes económicos en la profesión y sus implicaciones éticas, políticas, y culturales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Brindar los fundamentos teóricos para comprender la distintas corrientes de estudio sobre la economía política de la comunicación y su implicancia sociopolítica.
- Alentar un análisis crítico de las posibilidades de la comunicación social y los medios (especialmente audiovisuales) en el marco de la sociedad democrático-capitalista.
- Promover la reflexión sobre los desafíos, riesgos y posibilidades socioculturales y económicas, que se abren con el desarrollo de nuevas tecnologías en el marco de las actuales relaciones de producción.

- Brindar una aproximación a las formas de propiedad y organización del trabajo en los espacios audiovisuales y el conjunto de interrelaciones en que se inscribe su accionar.
- Brindar elementos conceptuales básicos para el desarrollo de técnicas e instrumentos que posibiliten la investigación y la planificación de actividades comunicacionales
- Promover el análisis de casos de distinto tipo de organizaciones ligadas a la producción y difusión de contenidos.

III – CONTENIDOS

Unidad I

Introducción a la economía política

1.- Modos de producción y formaciones sociales. 2.- Mercancía trabajo y valor. 3.- Los ciclos Kondratiev: microelectrónica y comunicación como elementos claves de un nuevo ciclo de expansión capitalista. 4.- La constitución del valor de las mercancías bienes culturales: el caso particular de la obra de arte. 5.- La estatización de la mercancía y su valor.

Unidad II

Desarrollo de la Economía política de la comunicación (EPC)

1.- El desarrollo de la economía política de la comunicación. Los fundadores: La escuela norteamericana y los anglofranceses. Su expansión Hispanoamericana (Bustamante, Bolaño, Mastrini). 2.- Su densidad teórica en la actualidad: Límites y posibilidades. 3.- EPC como un análisis multidimensional: Lo cultural y lo político.

Unidad III

Las industrias culturales

1.- Las industrias culturales más allá de la Escuela de Frankfurt 2.- Industrias de flujo y de edición. 3.- Producción, programación/edición y difusión de contenidos. 4.- Regímenes de propiedad y formas de financiamiento. 5.- Procesos de integración vertical y horizontal. 6.- El audiovisual frente a las nuevas tecnologías. Integración y convergencia.

Unidad IV

El espacio audiovisual

1.- El desarrollo de la televisión. Modelos y transformaciones 2.- Las formas dominantes en América Latina y los casos emblemáticos (Televisa, Globo, Venevisión) 3.- La televisión argentina y sus vaivenes. La democratización postergada. Concentración y transnacionalización en los 90. 4.-Desmontando la Ley de servicios de comunicación audiovisual. 5.- La lucha por el triplay y la concentración. 6. La era transmedia

Unidad V

La TV en Villa María

1. Desarrollo del cable en Argentina y el caso de Villa María. 2.- Estructuración actual del espacio audiovisual local. 3.- Proyecciones a partir de la digitalización. 4.- Primeras manifestaciones locales de la LSCA y las políticas públicas. Transformaciones en la producción y difusión 5.- Posibles e imposibles para las televisiones locales y regionales frente a los oligopolios transnacionales.

Bibliografía básica

- Alvarez Mazoncillo .;** (2003) "Cine: Riesgos y oportunidades se equilibran ante el cambio digital" en Bustamante E.; *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación* Ed. Gedisa - Barcelona. (Págs 83 a 108)
- Anónimo.;** (2004) El cable en Córdoba. Reseña histórica. Revista ATVC on line (s/d)
- Bolívar Echeverría;** Valor y Plusvalor. Fragmento en fotocopia.
- Bourdieu P.;** (1977) La producción de la creencia. Contribución a una economía de los bienes simbólicos en "Creencia artística y bienes simbólicos" Ed. Aurelia Rivera Bs. As. (Págs. 155 a 167)
- Bustamante E.;** (2003) Globalización de procesos muy nacionales. En "Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación" AAVV. Gedisa - Barcelona (Págs.167 a 206)
- Druetta S.;** (2011) La TV que no se ve. Ed. Eduvim. Villa María. Arg.
- ; (2012) Medios audiovisuales: La regulación indispensable". En LíneaSur Revista del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración del Ecuador. Núm 2 – Mayo/agosto 2012. Quito Ecuador (Págs. 161 a 171)
- ; (mimeo) La TV en Villa María
- Foladori;** (s/d) Economía de la sociedad capitalista. Fragmento en fotocopia.
- Scolari C** (2014) Narrativas transmedia: Nuevas formas de comunicar en la era digital en http://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/6Transmedia_CScolari.pdf

Bibliografía complementaria

- Albornoz L., Castillo, et al.;** (1999) La política a los pies del mercado la comunicación en la Argentina de la década de los 90 en "Globalización y monopolios de la comunicación en América latina" Ed Biblos Bs.As. (135 a 150)
- Albornoz L y Mastrini G.;** (1998) La expansión del cable en la Argentina en "Al fin solos" (2000) Albornoz L Coord. Ed La Crujía.Bs As. (págs. 77-87)
- Belinche M. et al.;** (2004) Medios política y poder. Ediciones de periodismo y comunicación UN de La Plata
- Braumann P.;**(1999). Tecnología economía y globalización en "Globalización y monopolios de la comunicación en América latina" Ed Biblos Bs.As. (págs. 93 a 103)
- Bustamante E.;** (1999) La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados. Ed. Gedisa. Barcelona. (págs 13 a 119 y 153 a 170)
- De Moraes D.;** (2004) A lógica do mídia no sistema de poder mundial; en Revista Eptic www.Eptic.com.br Vol. VI, Nº 2, Mayo - Agosto 2004 (pp.16-36)
- Mastrini G. Bolaño C. y Hercovisci A.** (1999) "Economía política de la comunicación y la cultura: una presentación". En Mastrini y Bolaño (Editores) Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina. Ed Biblos Bs.As. (Págs 9 a 25)
- Mastrini G. et. al.;** (2005) Mucho Ruido y Pocas Leyes. Ed La Crujía Bs.As.
- Orozco G.;** (2002) Historia de la televisión latinoamericana. Guillermo Orozco Coord. Gedisa. Barcelona
- Puente S.;** (2007) Industrias culturales y políticas de estado. Ed Pometeo Bs.As.
- Perez C.;** (1996) Cambio estructural y asimilación de nuevas tecnologías en el sistema económico social. http://www.carlotaperez.org/Articulos/Futures_1983_cast.pdf descargado 3 de marzo de 2007
- Richeri Giuseppe** (s/d)La programación de las plataformas digitales y las perspectivas de la industria audiovisual en Revista diálogos de la comunicación (fotocopia).
- Safar E.;** (1997) Crisis estructural globalización y comunicaciones. Bajado el 20/11/2006 de <http://www.ucv.ve/ftproot/anuario-ininco/ininco8/resart2.htm>

IV - LINEAMIENTOS METODOLOGICOS

El dictado de este espacio curricular es de carácter teórico.

En las clases teóricas se destacan y contextualizan los conceptos centrales de la bibliografía y se señalan líneas de discusión, como elementos conceptuales para el análisis e interpretación de la realidad mediática local en general y el estudio de casos de industrias culturales de las ciudades de Villa María y Villa Nueva.

V - CONDICIONES PARA CURSAR Y EVALUACION

Cursado

Los alumnos podrán inscribirse y cursar este espacio curricular, con la única condición de haber regularizado las materias correlativas.

Regularidad

Para alcanzar la condición de alumnos regulares en esta materia, se deberá aprobar dos exámenes parciales individuales con nota de cuatro o superior. Si resultara aplazado en un parcial (y sólo en uno), el alumno podrá solicitar una evaluación recuperatoria.

Examen final

El examen final de los alumnos regulares consistirá en la exposición oral de un tema del programa (a elección del alumno). En caso de ser satisfactoria, el alumno será interrogado sobre los aspectos más relevantes del programa.

Los alumnos libres rendirán también de manera oral, pero todos los temas de exposición serán fijados por el tribunal examinador a partir del programa vigente en el año previo al examen.

Villa María Marzo de 2017