PROGRAMA

Economía Política de los Medios
2EP4114 – Año lectivo 2021
Licenciatura en diseño y producción audiovisual – I.A.P.C.H.
Titular de cátedra: Santiago F. Druetta - Adjunto: Roberto Caturegli

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.

II – 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.- Economía y política como unidad coherente de cada formación social. Una concepción de Poder 2.- La división social del trabajo. Mercancía y el trabajo abstracto. 3.- Valor de uso y valor de cambio. El dinero. 4.- Fetichismo de la mercancía. 5. - Hacia un capitalismo estético. 6.- Estatización de la mercancía y valor. 7.- Mercancías bienes culturales.

Unidad II
Los ciclos del capital
1.- Las Revoluciones tecnológicas y los ciclos largos del capital. 2.- Cinco "olas" y sus cuatro fases. 3.- El papel del capital financiero en cada fase. 4.- La inercia institucional y cultural. 5.- Crisis readecuaciones y "armonía"

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.- Las industrias culturales en la reproducción social integral: Capitales económico, social, cultural y simbólico. Posición y habitus en el espacio social. 7.- 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 trasnacionalización 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. 6.- Desarrollo del cable en Argentina y el caso de Villa María

Unidad V
Las plataformas y el mundo digital
1.- El capital y su valoración ante la larga recesión. 2.- Las plataformas como espacios de realización del valor. 3. Tipos de plataformas: Publicitarias. De la nube. Industriales. De productos. Plataformas austeras. 4. Blockchain y metaversos: La mercancía información. 5.- Cryptoactivos: Monedas digitales y NFT. La mercancía arte.

Unidad VI
El Cine
1.- El cine argentino en el contexto del mercado audiovisual global. 2.- Producción, distribución y exhibición: Propiedad y financiamiento de los tres sectores. 3.- El comercio de las obras cinematográficas en los diferentes medios. La propiedad de la obra. 4.- El rol económico y financiero del INCAA en la producción de cine argentino. 5.- La industria de los servicios que componen el sector de la producción cinematográfica. 6.- Cine y publicidad.

IV Bibliografía

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)
Bolivar 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 G.; (s/d) Economía de la sociedad capitalista. Fragmento en fotocopia.
Foladori G. Melazi G.; (2009) La economía de l sociedad capitalista y sus crisis recurrentes. Ed de la Banda Oriental. Universidad de la República. Montevideo
Getino, O. (1998): *Economía y dependencia*, en "Cine argentino. Entre lo posible y lo deseable", Ciccus, Buenos Aires. (Págs. pp. 147-226)
Lipovetsky G., Serroy, J. (2015). La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico. Ed. anagrama. Bs As. (Págs. 7 a 29)
Perelman, P., Seivach, P. (2004**):** "La industria cinematográfica en la Argentina: Entre los límites del mercado y el fomento estatal" (Págs. 24-28, 98-117). Observatorio de industrias culturales, Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, disponible en: www.**recam**.org/Estudios/arg_ind_cine_oic03.pdf
Perez C.; (2004) Revoluciones tecnológicas y capital financiero. Ed Siglo XXI. Mex.
Rama, C. (2006**):** "Las Industrias Culturales Argentinas y su Inserción en el Comercio Internacional", , Programa BID de Fortalecimiento Institucional del Ministerio de Relaciones Internacionales, Comercio Internacional y Culto. (Págs. 9-15, 19, 22-55) Disponible en:
http://www.iesalc.unesco.org.ve/programas/bid/informe%20final__unesco_bid__consultor_pablo_ava.pdf
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)
Azpeitía, R. (2004): *El público argentino quiere ver cine argentino*, en Cine y Artes Audiovisuales N°8, p. 29, ENERC, Buenos Aires
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 midia no sistema de poder mundial; en Revista Eptic
www.Eptic.com.br Vol. VI, Nº 2, Mayo - Agosto 2004 (pp.16-36)
Hermida, R. (2003): *¿Cine independiente?, Reportaje a Rolo Azpeitía*, en Cine y Artes Audiovisuales N° 2 ENERC, Buenos Aires. (Págs. 35-39)
Juárez, N. (2004): *La cuota de Pantalla y la diversidad*, en Cine y Artes Audiovisuales N°8. ENERC, Buenos Aires. (Págs. 27 y 28)
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.

Richeri Giusepe (s/d)La programación de las plataformas digitales y las perspectivas de la industria audiovisual **en** Revista diálogos de la comunicación (fotocopia).
Rovito, P. (2003): *El "otro cine" se da en la argentina en todos los modelos de producción*, en Cine y Artes Audiovisuales N° 2. ENERC, Buenos Aires. (Págs. 8, 12)
---------- (2004): *Qué estamos discutiendo*, en Cine y Artes Audiovisuales N°8. ENERC, Buenos Aires. (Págs. 30, 35)

V - 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.

VI - 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 2021