

CONOMIA DE LA INFORMACION Y LAS INDUSTRIAS CULTURALES

PROGRAMA DE LA MATERIA - 2021

Profesor titular: Pablo Hernández
Auxiliar docente: Nicolás Sabuncuyan

Contenidos mínimos de la materia.

Principales perspectivas y aportes de la Economía Política. Las teorías del valor trabajo y del valor utilidad. La economía política de la comunicación y la producción cultural industrializada. La mercancía cultural y la explotación del trabajo creativo. Acumulación y legitimación en las industrias culturales y los medios de difusión fordistas. Mercados, empresas y cadena de valor. Impactos de la informacionalización en los procesos productivos. Convergencia, nuevos medios y nuevos patrones de valorización.

Objetivos

Durante el desarrollo de la materia presentaremos la perspectiva crítica que ofrece la economía política de la comunicación para el análisis de las problemáticas emergentes del proceso de industrialización de la cultura y su reformulación a partir de las nuevas actividades info-comunicacionales, redimensionando la matriz de comprensión crítica de uno de los sectores clave para la estructuración de las formaciones sociales de masas.

Propondremos un anclaje epistemológico alrededor de la categoría Trabajo y su centralidad en el desempeño científico vinculado a la producción simbólica serializada. La complejidad de la mercancía cultural y los diversos tipos de trabajo que involucra organizará nuestro recorrido en relación con la centralidad actual de los dispositivos informacionales y comunicacionales. Permittiéndonos trazar una nueva ubicuidad de la explotación del trabajo y su relación con lógicas sociales potencialmente productivas.

Complementariamente nos detendremos en la economía de los medios de masas y su comportamiento como agentes productivos, su relación con los modelos regulatorios y las políticas sectoriales. Abordaremos el salto tecnológico convergente, la liberalización y la trans regulación; la tendencia a constituir mercados globales; para finalizar con el impacto de la digitalización en los procesos mencionados.

En particular, se propone:

- Abordar los principales conceptos de análisis de los estudios de economía de la comunicación a partir de las teorías del valor-trabajo.
- Analizar el desarrollo histórico de las industrias culturales y especialmente las audiovisuales poniendo en relación su impacto económico, sus estrategias de valorización y legitimación.
- Proveer elementos de reflexión sobre la estructura de las industrias info-comunicacionales.
- Elucidar los cambios de las industrias culturales en los últimos años, la conformación de mercados concentrados y centralizados, y la cristalización de la Convergencia como proyecto.

- Enunciar los principios de abordaje a la economía de la red Internet y su impacto sobre las IC.

Núcleos Temáticos

- Abordaje del marco teórico de referencia. Conceptos básicos de las perspectivas centradas en el Trabajo. Trabajo, poietica y reproducción social. El carácter ontológico del Trabajo.
- Perspectivas económicas vinculadas a las teorías del valor-trabajo y del valor-utilidad. Conceptos clave.
- Producción material y producción simbólica. Autonomías relativas y sistema de determinaciones.
- Reestructuración capitalista y cambio de paradigma de crecimiento. La “revolución informacional” y las nuevas tecnologías de la información. Sus consecuencias sobre las formas de explotación el trabajo. El trabajo intelectual y la apropiación del conocimiento, sus proximidades con el trabajo creativo.
- Economía de la cultura e Industria cultural. Concepto de industrias culturales e industrias info-comunicacionales. Cultura artesanal y cultura industrial. Los procesos de valorización y organización del trabajo en la taxonomía de las IC, distinciones entre ramas e hileras. Edición continua y discontinua. La industria del disco y la prensa.
- Los medios masivos de comunicación como agentes económicos. El dispositivo audiovisual como industria cultural dominante. Cadena de valor y organización del trabajo. El Cine y la Televisión.
- La Digitalización y su impacto sobre la cadena de valor en las IC. Internet y la producción del valor en la red. Los derechos de autor y los derechos de explotación en la producción simbólica.

Sistema de evaluación:

El sistema de evaluación consta de exposiciones de las lecturas por parte de los alumnos, dos exámenes parciales y una instancia final.

Las exposiciones son propias de una instancia de síntesis conceptual que pueda expresar los conocimientos construidos en el curso.

Las instancias de evaluación parcial pretenden escoger y desarrollar un recorrido temático fundamentado en las lecturas y en la articulación de los saberes abordados, con las principales afirmaciones que se viertan en los mismos.

La instancia de evaluación final implica un recorrido por la totalidad del programa de la materia y su exposición argumentada en torno a una serie de cuestiones clave.

Promoción: *se promocionará la materia asistiendo al 70% de las clases, participando de las exposiciones, y obteniendo una calificación superior a 7 puntos en las instancias de evaluación parcial. Caso contrario se accederá a la instancia de examen final .*

DESARROLLO DE CONTENIDOS

TEMATICAS DESARROLLADAS EN LAS CLASES TEORICAS.

UNIDAD 1

Introducción. Principales perspectivas y aportes de la Economía Política. Las teorías del valor. Teoría del valor trabajo y del valor utilidad. Producción, consumo y naturaleza. Excedente y apropiación. La formación de valor. Uso, cambio y utilidad. Características. Trabajo abstracto y concreto. La fuerza de trabajo. Ganancia y formación del precio.

Bibliografía:

-DOBB, MAURICE (1961): Introducción a la Economía. Fondo de Cultura Económica – México. Selección.

-SINGER, PAUL (1999): Curso de introducción a la economía política. Selección. Editorial Siglo XXI. Bs. As.

UNIDAD 2

La cultura como economía. La industrialización de la producción cultural. Características económicas de la producción destinada al mercado. La industria Cultural. Conceptos y definiciones. Originalidad y reproductibilidad. Aleatoriedad y trabajo creativo. Las dificultades en la valorización y su análisis.

-Garnham, Nicholas (1983): “La cultura como mercancía”. En Richeri, Giuseppe (ed.), La televisión entre servicio público y negocio. Barcelona, Gustavo Gili.

- Zallo, Ramón (2007): “La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio”, en Revista Zer N° 22. Facultad de Ciencias Sociales y de Comunicación. Universidad del País Vasco. Disponible en <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer22-10-zallo.pdf>

- Stolovich, Luis (2007): “La valorización de la producción cultural: un desafío irresuelto”. En Baranchuk Mariana, Loreti, D. y Mastrini G. (compiladores) *Participación y democracia en la sociedad de la información*. Prometeo Libros. Buenos Aires. Págs 131-145.

- Baranchuk, Mariana (2007): “Mercado cultural e industrias de la comunicación y la cultura: en búsqueda de algunas distinciones clasificatorias”. En Luchessi Lila y Rodríguez, M.G. (coordinadores) *Fronteras globales. Cultura Política y medios de comunicación*. La Crijía ediciones. Buenos Aires 2007. Págs. 276-298.

UNIDAD 3

La formación del valor en las IC. Las formas tradicionales de la organización del trabajo. Las ramas e hileras en las IC. Edición y flujo. Los mercados típicos de la IC y los medios masivos. El espectáculo preindustrial y la enfermedad de Baumol. Las barreras de entrada.

- Britos, Valerio Cruz (2003): "Los medios de comunicación y las barreras de entrada" en Revista Telos N° 56. Fundación Telefónica. Octubre-diciembre. <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/home.asp?idrevistaant=56.htm>

- ZALLO, RAMÓN (1988): "Introducción a los procesos de trabajo y valorización de las industrias culturales" (cap. 5). En Economía de la comunicación y la cultura. Madrid, Akal.

-ZALLO, RAMÓN (1988): "El espectáculo en vivo como actividad preindustrial" (cap. 6). En Economía de la comunicación y la cultura. Madrid, Akal.

UNIDAD 4:

Reestructuración capitalista, sistema tecno-económico y cambio de paradigmas. Modo industrial e informacional. La explotación del trabajo intelectual y el conocimiento.

- CASTELLS, MANUEL (1995): La ciudad informacional. Tecnologías de la información, reestructuración económica y desarrollo urbano-regional. Alianza Editorial - Madrid.

- Perez, Carlota (1986), "Las nuevas tecnologías: Una Visión de Conjunto" en C.Ominami, ed. La Tercera Revolución Industrial, Impactos Internacionales del Actual viraje Tecnológico, Grupo Editor Latinoamericano, Buenos Aires, 1986, pp. 43-89.

- Bolaño, César (2005): "Economía política y conocimiento en la actual reestructuración productiva", en Economía Política, Comunicación y conocimiento. La Crujía ediciones. Bs. As. pp 39-85.

- BOLAÑO César (2019): "Apuntes sobre la economía política de la información, la comunicación y la cultura latino américa". En Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación N.º 141. ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924XEcuador: CIESPAL

UNIDAD 5

La informacionalización de la IC. Digitalización en impacto en la cadena de valor de las IC. Trabajo creativo y nuevas formas de valorización en la red.

-SMYTHE, Dallas (1983), "Las comunicaciones: 'agujero negro' del marxismo occidental", en Richeri, Giuseppe (ed.), La televisión entre servicio público y negocio, Barcelona, Gustavo Gili.

- Danta Richard (2009): "TV y capitalización del tiempo de ocio. La programación como medio de producción". RLCS, Revista Latina de Comunicación Social 64. http://www.revistalatinacs.org/09/art/47_846_ULEPICC_04/39Danta.html

- Miguel de Bustos, Juan Carlos(2012): "Cambios institucionales en las industrias culturales. Hacia una economía directa o reticular" en Portal de la Comunicación del InCom-UAB), http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/27_esp.pdf

-Dantas, Marcos(2011): Nueva etapa de la industria cultural: de la lógica fabril a los "jardines amurallados", en revista Herramienta Web N° 10. <http://www.herramienta.com.ar/herramienta-web-10/nueva-etapa-de-la-industria-cultural-de-la-logica-fabril-los-jardines-amurallados>.

UNIDAD 6:

La industria discográfica. Cadena de Valor y procesos de trabajo en el entorno digital.

- CEPAL, "Organización, comportamiento y régimen competitivo de las industrias culturales", 2.4. La producción musical y la industria discográfica. En <http://www.eclac.org/publicaciones/DesarrolloProductivo/2/LCW92/Cap1.pdf>

- Observatorio de Industrias Culturales – CABA (2005): La industria del disco. Secretaria de Cultura-GCABA. Selección.

-Sandulli Francesco y M. Barbero, Samuel (2006): El impacto de la música digital. Revista Telos N° 66, Fundación Telefónica. Disponible en <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articuloperspectiva.asp?idarticulo=3&rev=66.htm>

* En las fechas de parcial no se dictan teóricos.

TEMATICAS DESARROLLADAS EN LAS CLASES PRACTICAS
--

UNIDAD 1

El audiovisual discontinuo: el cine. Cadena de valor y organización del trabajo. Etapas de producción, personal y presupuesto. La industria hollywoodense y los otros modelos en el mundo. El caso argentino, estado de la cuestión, problemáticas y perspectivas.

Bibliografía:

-ZALLO, RAMÓN (1988): "Las industrias de la edición discontinua" (cap. 7). *En Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid, Akal.

-KAMÍN, Bebe (1999) Introducción a la producción cinematográfica. Presupuesto – Plan financiero: Bs.As., Centro de Investigación Cinematográfica, Cap. 3, pp. 20 – 29.

-KAMÍN, Bebe (1999) Introducción a la producción cinematográfica. Presupuesto – Plan financiero: Bs.As., Centro de Investigación Cinematográfica, Cap. 4, pp. 30 – 43.

-KAMÍN, Bebe (1999) Introducción a la producción cinematográfica - Presupuesto - Plan Financiero, Centro de Investigaciones Cinematográficas, Buenos Aires, cap. 5, pp. 44 - 54.

UNIDAD 2

El audiovisual continuo: la televisión. La televisión como máximo exponente en la industria cultural de la subsunción del trabajo al capital. Desarrollo histórico y funciones del dispositivo. La concentración económica y la diversificación del origen de las inversiones..

Bibliografía:

-BUSTAMANTE, ENRIQUE (1999): "Introducción. Una economía política de la televisión". En *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*, Gedisa, Barcelona.

-BUSTAMANTE, ENRIQUE (1999): "La televisión económica" (cap.2). En *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*, Gedisa, Barcelona.

-BUSTAMANTE, ENRIQUE (1999): "La televisión privada" (cap.6). En *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*, Gedisa, Barcelona.

-BUSTAMANTE, ENRIQUE (1999): "La televisión concentrada" (cap.7). En *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*, Gedisa, Barcelona.

-GARNHAM, NICHOLAS (1991): *La economía de la comunicación. El caso de la televisión*. Revista Telos Nº 28, pág. 68-75.

UNIDAD 3

Las transacciones económicas de la televisión: TV pública, publicitaria y de pago. La grilla de la TV. La producción televisiva. Los eslabones de la cadena publicitaria. La mercancía audiencia. La medición de audiencias: rating, share y otros conceptos fundamentales. Perspectivas del medio.

Bibliografía:

-BUSTAMANTE, ENRIQUE (1999): "La televisión programada" (cap.8). En *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*, Gedisa, Barcelona.

-BUSTAMANTE, ENRIQUE (1999): "La televisión producida" (cap.9). En *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*, Gedisa, Barcelona.

-BUSTAMANTE, ENRIQUE (1999): "La televisión publicitaria" (cap.10). En *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*, Gedisa, Barcelona.

-BUSTAMANTE, ENRIQUE (1999): "La televisión consumida" (cap.11). En *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*, Gedisa, Barcelona.

-BUSTAMANTE, ENRIQUE (1999): "La televisión pagada" (cap.13). En *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*, Gedisa, Barcelona.

-GUERRERO, ENRIQUE (2010): "El desarrollo de proyectos audiovisuales: adquisición y creación de formatos de entretenimiento" en *Comunicación y Sociedad*, Vol. XXIII, Núm.1, pp. 237-273

-ROLDÁN, MARTHA (2010): "Trabajo "creativo" y producción de contenidos televisivos en el marco del capitalismo informacional contemporáneo". En *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo*, Ediciones Treintadiez, Buenos Aires.

-MURDOCK, Graham (2006): "Los agujeros negros del marxismo occidental: Respuesta a Dallas Smythe." en *CIC Cuadernos de Información y Comunicación* vol. 11 11-22.