



RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad
Nacional
de Quilmes

Marino, Santiago

Políticas de comunicación



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Compartir Igual 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Marino, S. (2011). *Políticas de comunicación. (Programa)*. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/6021>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

Departamento de Ciencias Sociales
Programa Regular-Cursos presenciales

Carrera: Diplomatura en Ciencias Sociales

Año: 2011

Curso: Políticas de comunicación

Profesor: Mg. Santiago Marino

Carga Horaria Semanal: cuatro horas de clase y una hora extracurricular

Días y horarios: Martes - Viernes 18:00 a 20 hs.

Horas de Consulta Extra-clase: una hora antes del inicio de cada encuentro

Créditos: 10

Núcleo al que pertenece: curso Orientado

Tipo de Asignatura: teórica

Presentación y Objetivos:

El curso aborda el examen de las políticas de comunicación, a través del recorrido histórico de la significación política y económica del desarrollo de los medios de comunicación escritos del Siglo XIX y de los medios audiovisuales y digitales propios del Siglo XX y del presente siglo, de sus mediaciones sociales y de la evolución de las políticas de comunicación. El curso tiene una modalidad teórico práctica.

La materialización de políticas en el sector, su progresiva inserción en el marco del sector de las industrias culturales durante el siglo pasado y la presencia del Estado en dicho sector constituyen, asimismo, ejes de la propuesta del curso, que hará especial hincapié en la historia de los últimos cincuenta años y en la vinculación de la evolución de los medios de comunicación en la Argentina con los principales acontecimientos políticos y económicos del país.

En particular, el curso analizará críticamente el desarrollo de estrategias y directrices en torno a la masificación y metamorfosis de la prensa escrita, el nacimiento y consolidación de la radio y el posterior nacimiento de la televisión, su gestión estatal y privada y los avatares de los medios en los últimos años, cuando protagonizan la conformación de un sistema de cruces, concentración y convergencia tanto de tipo estructural como tecnológica.

El curso complementa el estudio de la historia de las industrias culturales con el examen del surgimiento y evolución de la cinematografía y de las industrias audiovisuales tributarias del salto tecnológico convergente (video, cable, digitalización y otros formatos), a partir de la presentación de categorías clave para la conceptualización de las políticas en torno a ese mega sector, tales como "servicio de interés público" o "servicio público". Asimismo, se presenta una matriz de análisis de políticas de comunicación tomando como referencia los ejes de: propiedad, lógica del sistema, financiamiento, autoridad de aplicación, acceso y contenidos.

En este marco, se estudian "casos" emblemáticos de la relación establecida entre medios, industrias culturales, apropiación tecnológica y acontecimientos políticos significativos de la historia argentina del siglo XX, que permitirán organizar la lectura y su discusión en torno a la historia de los medios en vinculación directa con su contexto político y económico de producción. Será objeto de un análisis minucioso la ley de servicios de comunicación audiovisual recientemente sancionada en el país



26522/09) como su proceso de discusión, aprobación e implementación, además del resto de las leyes que regularon el sector en su historia, entre ellas la norma de facto 22.285/80 y los cambios que registró entre 1989 y 2009.

La historia de los medios y de las industrias culturales ha sido modelada por políticas públicas que permitieron, por acción y omisión, su peculiar y específico devenir. El curso atenderá centralmente a la comprensión de las políticas públicas al contrastar la evolución histórica de los medios y de las industrias culturales con aquella correspondiente a las políticas que acompañaron dicha evolución.

Estructura del seminario:

El curso tendrá una constitución centrada en el debate conceptual y una metodología teórico-práctica. Una de las dos reuniones semanales previstas tendrá entonces un énfasis teórico proponiendo la lectura y la exposición por parte del docente de los principales textos obligatorios, en tanto que la segunda reunión se estructurará en base a la participación de los alumnos en la discusión, crítica y búsqueda bibliográfica, así como en la discusión de "casos" y en la presentación de trabajos prácticos. Los ejes de las reuniones serán:

- clasificación de políticas de comunicación a partir del Siglo XX en el mundo y en la Argentina: principios de servicio de interés público y servicio público.
- categorización de los medios de comunicación en función de variables centrales de políticas de comunicación (propiedad, modelos de financiamiento, organismo de aplicación, contenidos, acceso y participación).
- el nacimiento de los medios de comunicación en la Argentina y su relación con el contexto: procesos de masificación, mediaciones sociales y dinámica tecnológica.
- la caracterización de los medios en el Siglo XIX y sus protagonistas: prensa de facción y prensa económica.
- el origen y desarrollo de las políticas de comunicación en la Argentina en el Siglo XX;
- ordenamiento del sistema de medios e industrias culturales a través de la regulación estatal durante el Siglo XX y la primera década del XXI.
- nacimiento de las "industrias culturales" y evolución del sistema audiovisual de medios desde comienzos del Siglo XX.
- irrupción de salto tecnológico convergente y metamorfosis del sector de medios e industrias culturales a partir de los años setenta.
- ~~medios y contexto: determinación de estructura y contenidos y espacios de~~
autonomía relativa del campo cultural industrializado respecto de la coyuntura histórica.

Objetivos:

Los objetivos del curso son:



- Comprender críticamente y analizar el desarrollo histórico de los medios de comunicación y de las industrias culturales, así como el progreso de sus soportes tecnológicos;
- Conocer la evolución de las políticas de comunicación en el país a partir del Siglo XX, con especial hincapié en los últimos cincuenta años;
- Aplicar los conceptos y categorías clave de análisis de las variables de las políticas de comunicación en el desarrollo de las industrias de medios en el Siglo XX con particular énfasis en el caso argentino.
- Vincular la historia de los medios en la Argentina con los principales acontecimientos políticos y económicos del país.

Contenidos mínimos:

Desarrollo histórico de los medios de comunicación y el progreso de sus soportes tecnológicos. La evolución de las políticas de comunicación en el país a partir del siglo XX. Estado, medios e industrias culturales. Concepto de servicio público y servicio de interés público. Etapa de políticas y planificación de medios. Vínculo entre la historia de los medios en la Argentina con los principales acontecimientos políticos y económicos del país.

Contenidos Temáticos o Unidades

Unidad I- Introducción a las Políticas de Comunicación

Clasificación de políticas de comunicación a partir del Siglo XX en el mundo y en la Argentina: principios de servicio de interés público y servicio público. Categorización de los medios de comunicación en función de variables centrales de políticas de comunicación (propiedad, lógica del sistema, financiamiento, autoridad de aplicación, acceso y contenidos). Acceso y participación

Bibliografía Obligatoria

- Becerra, Martín (2005) "Las políticas de infocomunicación ante la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información", en *Quaderns del CAC* nº21, Instituto de la Comunicación (InCom) de la Universidad Autónoma de Barcelona y Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC), Barcelona, p. 125-139. Disponible en www.audiovisualcat.net/publicaciones/Q21cas.html
- Exeni, José Luis (1988) "Políticas públicas para la comunicación pública, en Políticas de comunicación", Fundación Plurals, La Paz
- Graziano Margarita (1986) Política o Ley: Debate sobre el debate. En Revistas "Espacios", Facultad de Filosofía y Letras de la UBA.
- Jan van Cuilenburg y Denis McQuail. Cambios en el Paradigma de Política de Medios. Hacia un nuevo paradigma de políticas de comunicación, en *European Journal of Communication*, Vol 18. Num 2, Sage, Londres, pp 181-207.



Mastrini, G. y De Charras, D: Veinte años no es nada: del NOMIC a la CMSI, ponencia al Congreso IAMCR 2004, Porto Alegre, Brasil.

- Mastrini, Guillermo: Medios públicos y derecho a la comunicación, en prensa, Buenos Aires, 2009.
- Rossi, Diego: Acceso y participación en el nuevo siglo. Limitaciones de la política, condicionamientos de los conglomerados. CECISO, UBA, marzo 2006.
- UNESCO (1980), Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo, Fondo de Cultura Económica y UNESCO, México, 508 p.

Unidad II- Historia y desarrollo de la Prensa y las industrias culturales en Argentina

El nacimiento de los medios de comunicación en la Argentina y su relación con el contexto: procesos de masificación, mediaciones sociales y dinámica tecnológica. La caracterización de los medios en el Siglo XIX y sus protagonistas: prensa de facción y prensa económica.

Bibliografía Obligatoria

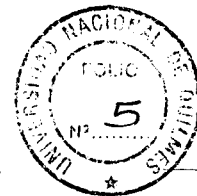
- Becerra, M. Las noticias van al mercado: etapas de intermediación de lo público en la historia de los medios de la Argentina, en Bicentenario de la Argentina, U. Nacional de Quilmes, Bernal, 2010
- Blaustein, Eduardo y Zubieta, Martín (1998): *Decíamos ayer. La prensa argentina bajo el Proceso*, Colihue, Buenos Aires, 652 p.
- Ford, Aníbal (1985), "Literatura, crónica, periodismo", en Ford, Aníbal, Jorge B. Rivera y Eduardo Romano, *Medios de comunicación y cultura popular*, Legasa, Buenos Aires, p.218-248.
- Ford, Aníbal y Jorge B. Rivera (1985), "Los medios masivos de comunicación en la Argentina", en Ford, Aníbal, Jorge B. Rivera y Eduardo Romano, *Medios de comunicación y cultura popular*, Legasa, Buenos Aires, p. 24-45.

Unidad III- La Radiodifusión en Argentina

El ordenamiento del sistema de medios e industrias culturales a través de la regulación estatal durante el Siglo XX. Sanción e implementación de normativa: leyes decretos y proyectos. El nacimiento de las "industrias culturales" y evolución del sistema audiovisual de medios desde comienzos del Siglo XX.

Bibliografía Obligatoria

- Anguita, Eduardo (2002), *Grandes hermanos: alianzas y negocios ocultos de los dueños de la información*, Colihue, Buenos Aires, 223 p.



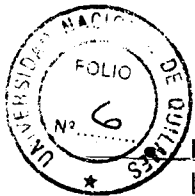
- Becerra, M., Mastrini, G., Marino, S. (2009) "El proceso de regulación democrática de la comunicación en Argentina", en prensa
- Di Guglielmo, Hugo (2002), *Vivir del aire. La programación televisiva vista por dentro*, Norma editorial, Buenos Aires, 277 p.
- Eliades, Analía (2003), "Historia legal de la radio y la televisión en la Argentina", en *Oficios Terrestres* n°13, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, p. 32-56.
- Krakowiak, Fernando: Krakowiak, Fernando: Claves para entender la Televisión Digital terrestre, Buenos Aires, mayo 2009 (mimeo, material de cátedra).
- Mastrini, Guillermo (ed.) (2005), *Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, La Crujía, Buenos Aires, 317 p.
- Mastrini, Guillermo y Marino, Santiago (2007). Al final del período. Los límites del progresismo. Políticas de Comunicación en Argentina durante el gobierno de Néstor Kirchner.
- Mindez, Leonardo (2001), *Canal Siete: medio siglo perdido. La historia del Estado argentino y su estación de televisión*, Ciccus La Crujía, Buenos Aires, 122 p.
- Morone, Rodolfo y Arribá, Sergio. Historia Legislativa de la Radiodifusión de la República Argentina (1875-2002) – Base de Datos-
- Presidencia de la Nación Argentina (1980), *Ley de Radiodifusión n° 22.285*, publicada en el sitio web del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), www.comfer.gov.ar.
- Labate, C. La Televisión pública en la era digital. El caso de Canal 7, ponencia al 8vo ENACOM, Jujuy, 2010
- Carboni, O., Repensar los conceptos de Acceso y participación a partir de la implementación de la TDT. El caso argentino. ponencia al 8vo ENACOM, Jujuy, 2010
- Varela, Mirta (2005), *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna 1951-1969*, Edhasa, Buenos Aires, 301 p. (Capítulo 4, "La televisión en plural").

Unidad IV- Desafíos en políticas de comunicación. El desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Nuevas tecnologías. Nuevos soportes. Concentración económica. Convergencia tecnológica. Grupos multimedia.

Bibliografía Obligatoria

- Becerra, Martín: *De la divergencia a la convergencia*, en Sociedad de la Información: proyecto, convergencia, divergencia (cap 6); Grupo Ed. Norma, Buenos Aires, 2003.



Becerra, Martín, Pablo Hernández y Glenn Postolski (2003), "La concentración de las industrias culturales", en *Industrias culturales: mercado y políticas en Argentina*, Ediciones Ciccus y Secretaría de Cultura de la Nación, Buenos Aires, p. 55-84.

- Garnham, Nicholas: *El desarrollo del multimedia: un desplazamiento de la correlación de fuerzas*. En Bustamante, E. y Alvarez Monzoncillo J. (eds.): Presente y futuro de la televisión digital, Edipo, Madrid, 1999.
- Mastrini, G. y Mestman, M; ¿Desregulación o rerregulación? De la derrota de las políticas a las políticas de la derrota. Ponencia presentada en las I Jornadas de Jóvenes Investigadores en Comunicación, Buenos Aires, noviembre 1995.
- Mastrini, G y Becerra, M.: *Concentración de medios*, Buenos Aires. Extraído de Periodistas y Magnates. Estructura y concentración de las Industrias culturales en América Latina, Prometeo, Buenos Aires, 2006.

a) Bibliografía Obligatoria General:

Anguita, Eduardo (2002), *Grandes hermanos: alianzas y negocios ocultos de los dueños de la información*, Colihue, Buenos Aires, 223 p.

Becerra, Martín (2007), "Medios de comunicación y sociedad en la Argentina", en *Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación*, Congreso de la Nación, Buenos Aires, p.67-73.

Becerra, Martín (2005) "Las políticas de infocomunicación ante la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información", en *Quaderns del CAC* nº21, Instituto de la Comunicación (InCom) de la Universidad Autónoma de Barcelona y Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC), Barcelona, p. 125-139. Disponible en www.audiovisualcat.net/publicaciones/Q21cas.html

Becerra, Martín, Pablo Hernández y Glenn Postolski (2003), "La concentración de las industrias culturales", en *Industrias culturales: mercado y políticas en Argentina*, Ediciones Ciccus y Secretaría de Cultura de la Nación, Buenos Aires, p. 55-84.

Becerra, M., Mastrini, G., Marino, S. (2009) "El proceso de regulación democrática de la comunicación en Argentina", en prensa

Blaustein, Eduardo y Zubieta, Martín (1998): *Decíamos ayer. La prensa argentina bajo el Proceso*, Colihue, Buenos Aires, 652 p.

Di Guglielmo, Hugo (2002), *Vivir del aire. La programación televisiva vista por dentro*, Norma editorial, Buenos Aires, 277 p.

Eduardo, Aníbal (2000), "Historia legal de la radio y la televisión en la Argentina", en *Órbitas Terrestres* nº13, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, p. 32-56.

Exeni, José Luis (1988) "Políticas públicas para la comunicación pública, en *Políticas de comunicación*", Fundación Plural, La Paz.

Ford, Aníbal (1985), "Literatura, crónica, periodismo", en Ford, Aníbal, Jorge B. Rivera y Eduardo Romano, *Medios de comunicación y cultura popular*, Legasa, Buenos Aires, p.218-248.



Ford, Aníbal y Jorge B. Rivera (1985), "Los medios masivos de comunicación en la Argentina", en Ford, Aníbal, Jorge B. Rivera y Eduardo Romano, *Medios de comunicación y cultura popular*, Legasa, Buenos Aires, p. 24-45.

Krakowiak, Fernando: Krakowiak, Fernando: Claves para entender la Televisión Digital terrestre, Buenos Aires, mayo 2009 (mimeo, material de cátedra).

Mastrini, Guillermo (ed.) (2005), *Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, La Crujía, Buenos Aires, 317 p.

Mastrini, G. y De Charras, D: Veinte años no es nada: del NOMIC a la CMSI, ponencia al Congreso IAMCR 2004, Porto Alegre, Brasil.

Mindez, Leonardo (2001), *Canal Siete: medio siglo perdido. La historia del Estado argentino y su estación de televisión*, Ciccus La Crujía, Buenos Aires, 122 p.

Pasquali, Antonio (1991), *El orden reina: escritos sobre comunicaciones*, Monte Avila, Caracas, 379 p. (artículo "Qué es una radiodifusión de servicio público", p.153-161).

Prado, Emili, "Virtudes, funciones y futuro de la TDT en la Sociedad de la Información", en Revista Telos, No. 57 segunda época, octubre 2003, Madrid, Fundesco, pp. 38-40.

Presidencia de la Nación Argentina (1980), *Ley de Radiodifusión n° 22.285*, publicada en el sitio web del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), www.comfer.gov.ar.

Presidencia de la Nación Argentina (2009), *Ley de servicios de Comunicación Audiovisual n° 26.522* publicada en el sitio web de la Autoridad de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), www.comfer.gov.ar.

Reyes Mata, Fernando (1984), "El nuevo orden informativo reubicado: de la UNESCO a la UIT", en *Comunicación y Cultura nro. 11*, Comunicación y Cultura, México, p. 9-16.

Rojas Paz, Pablo (1946), "Periodismo Argentino", en Cimorra, Clemente, *Historia del Periodismo*, Editorial Atlántida, p. 219-269.

Schmucler, Héctor (1984), "Año mundial de la comunicación. Con penas y sin gloria", en *Comunicación y Cultura n°11*, Comunicación y Cultura, México DF, p. 3-8.

Sirvén, Pablo (1998), *Quién te ha visto y quién TV: historia informal de la televisión argentina*, Ediciones de la Flor, Buenos Aires, 310 p.

Ulanovsky, Carlos, Marta Merkin, Juan José Paño y Gabriela Tijman (1995), *Días de radio: historia de la radio argentina*, Espasa Calpe, Buenos Aires, 422 p.

Ulanovsky, Carlos, Silvia Itkin y Pablo Sirvén (1999), *Estamos en el aire: una historia de la televisión argentina*, Planeta, Buenos Aires, 659 p.

UNESCO (1980), *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*, Fondo de Cultura Económica y UNESCO, México, 508 p.



Van Denderhove, Leo, Jean-Claude Burgelman, Gert Nulens y Bart Cammaerts (1999), "Information society policy in the developing world: a critical assessment", en *Third World Quarterly* vol. 20 nro 2, p. 387-404.

Varela, Mirta (2005), *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna 1951-1969*, Edhasa, Buenos Aires, 301 p. (Capítulo 4, "La televisión en plural").

Verbitsky, Horacio (1985), "Una experiencia de difusión clandestina y participación popular", en *Rodolfo Walsh y la prensa clandestina 1976-1978*, Ediciones La Urraca, p. 3-11.

Wortman, Ana (2007), "TV y crisis social: mirando la televisión mientras el país se derrumba", en *Construcción imaginaria de la desigualdad social*, Clacso, Buenos Aires, p. 89-162.

b) Bibliografía Optativa General:

Asís, Jorge (1984), *Diario de la Argentina*, Oberdán Rocamora ed., Buenos Aires, 379 p.

Buero, Luis (1998): *Historia de la televisión argentina*. Morón: Universidad de Morón, 694 págs.

Bulla, Gustavo y Postolski, Glenn. (2004) *Convertibilidad, endeudamiento y devaluación en la economía argentina de los '90. Ley de preservación del patrimonio cultural: el poder mediático al desnudo*. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación www.eptic.com.br Vol. n.1, Ene-Abr.

Flichy, Patrice (1993): *Una historia de la comunicación moderna. Espacio público y vida privada* Ediciones Gustavo Gili, Barcelona, 260 págs (*Une histoire de la communication moderne. Espace public et vie privée*. La Découverte, París, 1991, 281 págs.)

Getino, Octavio (2003), "Las industrias culturales en el Mercosur: apuntes para un proyecto de política de Estado", en *Industrias culturales: mercado y políticas en Argentina*, Ediciones Ciccus y Secretaría de Cultura de la Nación, Buenos Aires, p. 17-35.

Getino, Octavio (1995), *Las industrias culturales en la Argentina. Dimensión económica y políticas públicas*, Colihue, Buenos Aires (capítulos "Industrias de publicaciones periódicas", "Radio", "Medios Televisuales" e "Industria cinematográfica").

Mastrini, Guillermo y Martín Becerra (2001), "50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala", en Quirós Fernández, Fernando y Francisco Sierra Caballero (eds) *Globalización, comunicación y democracia. Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, España, p. 179-208.

Mastrini, Guillermo y de Charras, Diego (2004). 20 AÑOS NO ES NADA: DEL NOMIC A LA CMSI. Ponencia Congreso IAMCR. Porto Alegre. Brasil.



— Mastrini, Guillermo y Loreti, Damián (2007), "Políticas de Comunicación: un déficit de la democracia", en *Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación*, Congreso de la Nación, Buenos Aires, p.75-84.

Mattelart, Armand (1998), *La mundialización de la comunicación*, Paidós, Barcelona, 127 p.

Rivera, Jorge B. (1987), *La investigación en comunicación social en la Argentina*, Puntosur, Buenos Aires, 180 p.

Tesler, Mario (1999), *Teléfonos en la Argentina: su etapa inicial*, Ediciones Biblioteca Nacional y Página 12, Buenos Aires, 95 p.

Vázquez Montalbán, Manuel (1997): *Historia y comunicación social. Edición revisada y ampliada*. Crítica, Barcelona, 243 págs.

Vinelli, Natalia (2002), "Introducción", "Una breve historia: Rodolfo Walsh y el periodismo comprometido" y "Acerca de Ancla", en *Ancla: una experiencia de comunicación clandestina orientada por Rodolfo Walsh*, La Rosa Blindada, Buenos Aires, p. 11-41.

Modalidad de Dictado:

El desarrollo de la materia incluirá clases teóricas por parte del docente, presentación de textos por parte de los alumnos, desarrollo de trabajos prácticos de carácter individual y colectivo y trabajos de campo.

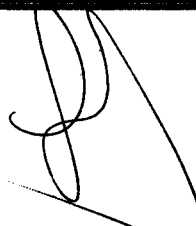
Actividades Extra-Áulicas Obligatorias:

Se contemplarán una serie actividades además de la cursada formal, consistentes en:

- a) visitas a un medio de comunicación alternativo, ciudadano, comunitario o PYME;
- b) visitas y charlas por parte de Autoridades de aplicación, docentes extranjeros, agentes, empresarios, militantes de un medio alternativo, ciudadano o comunitario para compartir la experiencia con los estudiantes;
- c) emisión del films y documentales;
- d) espacio de consultas con el docente.

Sistema de evaluación:

El sistema de evaluación incluye los siguientes factores: Se administrarán dos exámenes parciales y se ponderará la exposición de lecturas por parte de los alumnos y la respuesta a cuestionarios sobre los textos. Las condiciones de aprobación son las estipuladas en el Régimen de Estudios de la Universidad.



SANTIAGO MARINO