

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA CONTEMPORÁNEA

Seminario: Economía Política de la Comunicación, la Información y la Cultura

Docente: Dr. Ezequiel Rivero

FUNDAMENTACIÓN

La propuesta del seminario se orienta a reunir una serie de discusiones clásicas y actuales entorno las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y el proceso de convergencia digital, en el marco más amplio de la mutación socioeconómica de las sociedades contemporáneas y sus impactos productivos y culturales. El subcampo teórico de referencia es la Economía Política de la Comunicación, la Información y la Cultura (EPICC) en el marco del proceso de transformación de las principales actividades de información y comunicación.

Con los aportes de autores de distintas escuelas, la EPICC permite dar cuenta de mutaciones de carácter estructural y global referidas a la concentración de la producción, la centralización de capitales, la incorporación y desarrollo de tecnologías, la modificación de los centros geográficos productores de contenidos, y las transformaciones de las rutinas productivas (Herscovici, Bolaño y Mastrini, 1999; McChesney, 2013). A su vez, brinda herramientas para abordar las transformaciones generadas con el desarrollo comercial de Internet, las tensiones y articulaciones de los procesos de convergencia tecnológica y los impactos de la actual fase de desarrollo del Capitalismo de Plataformas. Esta noción nos permite definir, entre otros fenómenos, el momento actual en que la producción y distribución de contenidos culturales a nivel global es crecientemente protagonizado y conducido por unas pocas empresas. Estas corporaciones globales se basan en la extracción de datos personales, el despliegue de tendencias monopólicas impulsadas por el efecto de red, el uso de subvenciones cruzadas para captar diferentes grupos de usuarios y la tenencia de una arquitectura central (hardware y software) con la que controlan las posibilidades de la interacción modelando un mercado concentrado a escala global y excluyente (Srnicek, 2018).

En este contexto el seminario postula el abordaje de la Convergencia Periférica, como una forma de problematizar las condiciones subalternas en que atraviesan las mutaciones en curso actores fundamentales del sistema infocomunicacional local ubicados en posiciones de asimetría de poder con relación a los centros concentrados.

El seminario prevé tres encuentros en los que se presentará un estado del arte de la economía de la comunicación en el marco de los procesos de concentración y centralización de las principales actividades infocomunicacionales, tanto de los actores tradicionales como de las plataformas que conducen los procesos globales de la economía digital. A su vez, las problemáticas serán abordadas desde una perspectiva latinoamericana, en relación a la posición y desafíos que enfrenta nuestra región ante las transformaciones en curso.

OBJETIVOS

- Proveer elementos de reflexión sobre la estructura de las industrias culturales en sus dimensiones histórica, económica y política.
- Examinar los principales conceptos de análisis de los estudios de economía de la comunicación.
- Abordar críticamente el proceso de concentración de medios de comunicación e industrias culturales, con especial atención a América Latina.
- Reflexionar sobre el impacto del salto digital convergente dentro de las industrias culturales.
- Presentar el debate sobre las exclusiones y desigualdades digitales en la actual fase del capitalismo de plataforma, junto a la relevancia de los actores periféricos del sector infocomunicacional.

UNIDAD I

Economía Política de la Comunicación, la Información y la Cultura y sus abordajes teóricos. Los estudios en América Latina. El concepto dinámico de industrias culturales, su valor simbólico y económico. Los procesos de concentración, centralización y globalización. El salto digital convergente en perspectiva histórica desde la década de 1980 al presente, y su impacto en las industrias culturales.

UNIDAD II

Rasgos distintivos de la producción, distribución y consumo de bienes culturales. La cadena de valor de las mercancías culturales y sus modelos de negocios. Procesos de concentración y convergencia infocomunicacional en América Latina. Trabajo creativo y capitalismo informacional. El desafío de la diversidad. Las industrias culturales en la era digital.

UNIDAD III

Capitalismo de plataformas. La distribución audiovisual en internet y los cambios en los patrones de producción. La inserción de América Latina en el capitalismo de plataformas. Lo nacional y lo global. El rol del Estado en la economía digital. Convergencia Periférica del audiovisual y las telecomunicaciones: actores y modelos de negocios. Desigualdades digitales y nuevos problemas para una comunicación democrática.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez Monzoncillo, J. M. (Ed.). (2011). La televisión etiquetada. Nuevas audiencias, nuevos negocios. España: Editorial Ariel/Fundación Telefónica.
- Albornoz, L. A., y Leiva, M. T. G. (2017). Diversidad e industrias audiovisuales: El desafío cultural del siglo XXI. Fondo de Cultura Económica.
- Arsenault, A. & Castells, M. (2008). The structure and dynamics of global multi-media business networks", en *International Journal of Communication*, vol. 2, University of Southern California, disponible en: <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/298/189>
- Baladron, M. (2018). Infraestructura y plataformas de internet: concentración en el ecosistema digital. *Revcom*, 3(6), 32–44.
- Baladron, M. & Rivero, E. (2019). Video-on-demand services in Latin America: Trends and challenges towards access, concentration and regulation, *Journal of Digital Media & Policy*, 10(1). 109–126, doi: 10.1386/jdmp.10.1.109_1
- Baladron, M., & Rivero, E. (2018). Regulación de servicios de video a demanda en América Latina. *AVATARES de La Comunicación y La Cultura*, 16, 1–17.
- Becerra, M. (2021), ¿Quién paga la cuenta de los medios en la era digital?. En *eldiarioAR.com* 25/03/2021. Disponible en https://www.eldiarioar.com/opinion/paga-cuenta-medios-digital_129_7352937.amp.html
- Becerra, M. & Mastrini, G. (2017). Capítulo 1. Economía de la comunicación y la cultura. En La concentración infocomunicacional en América Latina en el siglo XXI (2000-2015) (1° pp. 21-62). Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- Becerra, M. & Mastrini, G. (2006). Senderos de la economía de la comunicación: un enfoque latinoamericano, en *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, p. 111-128.
- Becerra, M. (2015). *De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina*. Paidós, Buenos Aires, 206 p. (Capítulo 2 y 6)
- Bolaño, C. (2013). *Industria Cultural, información y capitalismo* (1ra ed.). Barcelona: Gedisa.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet. Platforms, content moderation and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Herscovici, A., Bolaño, C., & Mastrini, G. (1999). Economía política de la comunicación y la cultura: una presentación. In C. Bolaño & G. Mastrini (Eds.), *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina: hacia una Economía Política de la Comunicación*. Buenos Aires: Biblos.
- Levy D. & Aguerre, C. (2019). Intermediarios de Internet. Consideraciones para reflexionar en el contexto de Argentina. CETYS, 2019-2
- Lobato, R. (2019). *Netflix Nations. The Geography of Digital Distribution*. New York University Press.
- Lotz, A., Lobato, R., & Thomas, J. (2018). Internet-distributed television research: A provocation. *Media Industries Journal*, 5(20), 35–47.
- Mattelart, A. & Piemme, J. M. (1982). Las industrias culturales: génesis de una idea, en VVAA, *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*, Fondo de Cultura Económica, México, p. 62-75.

- McChesney, R. W. (2013). *Digital disconnect. How capitalism is turning the internet against democracy*. New York: New Press
- McChesney, R. W. (2002). Economía política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado, en Vidal Beneyto, José (director), *La ventana global*, Taurus, Madrid, p. 233-247.
- Miège, B. (2006). La concentración en las industrias mediáticas (ICM) y los cambios en los contenidos, en *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, p. 155-166.
- Monje, D., Gerbaldo, J., Rivero, E. & Fernández, A. (coords.) (2021). Otras plataformas Tramas de una convergencia periférica en sectores populares, comunitarios, cooperativos y alternativos (Introducción, Capítulos 1 a 3) Disponible en <https://proyectoecanet.files.wordpress.com/2021/02/otras-plataformas-2021.pdf>
- Monje, D. & Rivero, E. (2018). Televisión Cooperativa y Comunitaria en Argentina: existir desde la convergencia periférica, en *Televisión Cooperativa y Comunitaria. Diagnóstico, análisis y estrategias para el sector no lucrativo en el contexto convergente*. Buenos Aires. Disponible en: <http://proyectoecanet.files.wordpress.com/2018/08/tv-cooperativa-comunitaria.pdf>
- Monje, D. (2013). Políticas del audiovisual en el marco de la integración regional mercosureña. Período 1991-2007. Tesis Doctoral. Capítulo 1. Depósito realizado en el Servicio de Difusión de la Creación Intelectual (SeDiCI) Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de la Plata. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10915/26307>
- Mosco, V. (2006). La economía política de la comunicación: una actualización diez años después, en *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, p. 57-79.
- Observacom (2021). Observatorio Audiovisual Europeo advierte predominio de contenidos de EEUU y desigualdad en la circulación de obras europeas en catálogos VoD. Disponible en <https://www.observacom.org/observatorio-audiovisual-europeo-advierte-predominio-de-contenidos-de-eeuu-y-desigualdad-en-la-circulacion-de-obras-europeas-en-catalogos-vod/>
- Parisier, E. (2017). "Introducción", en *El filtro burbuja. Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*, Taurus, Buenos Aires, p. 11-29.
- Piñón, J., & Rivero, E. (2020). Distribution, Infrastructure, and Markets: SVoD Services in Latin America. In T. Havens, C. Brannon Donoghue, & P. McDonald (Eds.), *Media Distribution in the Digital Age* (1st ed.). New York, NY: New York University Press.
- Prado, E. (2017). El audiovisual online over the top. El futuro del audiovisual europeo y español. En E. Bustamante (Ed.), *Informe sobre el estado de la cultura en España 2017. Igualdad y diversidad en la era digital*. (pp. 127–144). Madrid: Fundación Alternativas.
- Rivero, E. (2019). Políticas públicas para el mercado periférico de las telecomunicaciones en la Argentina: actores, asimetrías de poder y rol del Estado. *Memorias I Congreso Nacional de Ciencias Sociales: las ciencias sociales a 100 años de la Reforma Universitaria* (pp. 893–909). Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba. Facultad de Ciencias Sociales.
- Rivero, E. (2019). Viaje al fondo de Netflix. *Revista Fibra*, 24. Buenos Aires: Menta Comunicación. Disponible en <http://papel.revistafibra.info/viaje-al-fondo-de-netflix/>
- Roldán, M. (2011). Nueva codificación de trabajo creativo televisivo y capitalismo informacional contemporáneo. Algunas implicaciones para el desarrollo en base a la experiencia argentina, en *Perspectiva Metodológicas*, n° 12.
- Siri, L. (2015). El rol de Netflix en el ecosistema de medios y telecomunicaciones: ¿El fin de la televisión y del cine?", en *Hipertextos Capitalismo, Técnica y Sociedad* en debate Vol. 3 N°5 Junio/Diciembre, Buenos Aires, disponible en <http://revistahipertextos.org/wpcontent/uploads/2016/11/nro-5-final-1.pdf>
- Srnicek, N. (2018), "Introducción, La larga recesión y Capitalismo de plataformas", en *Capitalismo de plataformas* (pp. 9-86). Buenos Aires: Caja Negra Editora.
- The Economist (2017). Cómo los datos se convertirán en el petróleo del futuro. Traducido por La Nación y disponible en <https://www.pressreader.com/argentina/la-nacion/20170508/281741269332409>
- UNESCO y Observacom (2019). Desafíos y asimetrías regulatorias de los servicios audiovisuales en Internet ¿Qué hacer?, Montevideo. Disponible en

<https://www.observacom.org/desafios-y-asimetrías-regulatorias-de-los-servicios-audiovisuales-en-internet-que-hacer/>

- Van Dijck, J. (2016). La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales, Siglo XXI, Buenos Aires, 304 p. Capítulo 1.
- Winseck, D. (2016). Reconstructing the political economy of communication for the digital media age. *The Political Economy of Communication*, 4(2), 73–114.
- Zallo, R. (2011). Estructuras de la comunicación y la cultura, Gedisa, Barcelona. Capítulos 5 y 11.
- Zallo, R. (2016). Tendencias en comunicación. Cultura digital y poder. Editorial Gedisa, Barcelona. Disponible en:
[http://www.gedisa.com/downloads/Anexo I.Tendencias en comunicacion.pdf](http://www.gedisa.com/downloads/Anexo_I.Tendencias_en_comunicacion.pdf)
- Zuazo, N. (2018). *Los dueños de internet. Cómo nos dominan los gigantes de la tecnología y qué hacer para cambiarlo*. Buenos Aires. Debate.

EVALUACIÓN

Consiste en la elaboración de un trabajo monográfico individual que exprese una síntesis conceptual de las lecturas abordadas en el curso, en relación a un tema de interés de cada estudiante. Extensión de entre 10 a 15 páginas (TNR 12, interlineado de 1.5 puntos, margen normal) y la estructura y estándar de calidad de un artículo científico. Los trabajos deben enviarse por mail a squielrivero@gmail.com