



**Carrera: Comunicación Social**

**Asignatura: Economía Política de la Comunicación**

**Docente a cargo: Pascual Ignacio Calicchio**

**Año y Cuatrimestre: 2026 – Primer Cuatrimestre**

---

**Presentación o fundamentación:**

La sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y los debates que la rodearon, tanto en la previa como en los años posteriores, hasta que la Corte Suprema de Justicia terminó con los amparos y definió que era totalmente constitucional puso el tema de la propiedad de los medios masivos de comunicación en el centro de la escena pública en nuestro país. Debates que habían estado recluidos en la academia se popularizaron y se actualizaron.

Uno de esos temas es la importancia que han adquirido las industrias culturales no sólo en la construcción de la opinión pública sino también en términos económicos por el peso que tiene hoy dentro de la economía capitalista mundial y en lo particular por el proceso de concentración que sufrieran en nuestro país a partir de la década del 90.

Al proceso de concentración en los últimos años se suma el de convergencia tecnológica que avanza aceleradamente a medida que la digitalización se extiende y abre nuevos desafíos tanto a quienes producen los medios como a quienes deben regularlos.

Convergencia y concentración ponen en crisis a los medios que se ven obligados a discutir nuevas formas para ser sustentables y sostenerse en el tiempo, pero también abren posibilidades a los medios del sector social y sin fines de lucro que no tienen como fin la “rentabilidad”. La actualidad e importancia de esto se vio en forma descarnada en las audiencias que se realizaron en la Corte Suprema de Justicia de la Nación al momento de discutirse la constitucionalidad de la Ley 26.522 y en la posterior resolución de la Corte.

## **Objetivos:**

- Profundizar en el análisis de estos temas utilizando las herramientas que brinda la economía política conociendo sus principales corrientes históricas y los debates en su seno.
- Que los/as/es alumnos/as/es puedan ver que no hay un sólo camino en el desarrollo de los sistemas de medios y que los estados toman decisiones que derivan en distintos modelos como los que originalmente marcaron el desarrollo de la radiodifusión: el de servicio público europeo con fuerte presencia de los medios públicos y el de interés público norteamericano con predominio de los medios comerciales.
- Que los/as/es alumnos/as/ puedan analizar a los medios como empresas, comprendan el concepto de concentración y puedan analizar los efectos que la concentración mediática genera en la cultura y el sistema democrático.
- Que los/as/es alumnos/as/es conozcan las diferentes corrientes de la Economía Política de la Comunicación
- Que los/as/es alumnos/as/es conozcan qué son las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC)
- Que los/as/es alumnos/as/es puedan diferenciar los diversos actores que intervienen en las relaciones de poder y de lucha por la hegemonía que atraviesan al sistema político y al sistema de medios de comunicación.
- Que los/as/es alumnos/as/es puedan darle una mirada local y latinoamericana a estos procesos.

## **Contenidos:**

### **UNIDAD I**

Introducción. El nacimiento de la economía clásica, contexto histórico y político.

Diferentes corrientes económicas a lo largo de la historia.

Constitución de los sistemas de comunicación desde la perspectiva histórica de la Economía Política de la Comunicación. Modelos norteamericano y europeo, su repercusión en América Latina. Diferencia de escalas.

El rol del Estado en la regulación de las comunicaciones y las telecomunicaciones.

## **UNIDAD 2**

Relación entre economía, cultura y comunicación. Industrias Culturales. Los medios como empresas. Concepto de Economía Política de la Comunicación y las diferentes miradas que aportan autores de Estados Unidos, Europa y América Latina. Políticas Públicas. Telecomunicaciones y radiodifusión. NOMIC e Informe MacBride. Políticas Nacionales de Comunicación (PNC).

Definición de concentración.

Argentina: análisis comparativo entre modelos económico-sociales en la sociedad argentina y modelos de comunicación social. Impacto y dialéctica entre el surgimiento de los sistemas de comunicación y los procesos histórico-sociales. La legislación que acompañó estos procesos.

## **UNIDAD III**

Qué es la digitalización y que impacto tuvo en el ecosistema de medios. El proceso de convergencia en sus diversos aspectos. Problemas y oportunidades para la región y los medios locales.

### **Bibliografía y otros recursos didácticos:**

## **UNIDAD I**

- ✓ POMPEI, Eduardo (2009) Documento de Cátedra: Las corrientes del pensamiento económico, en UBA XXI, Guía de estudio de Economía, Buenos Aires, Eudeba; y en el Campus virtual de UBA XXI.
- ✓ POSTOLSKI, Glenn, (2010) “Nacimiento y organización de la Radio En El Siglo XX”, Políticas y Planificación de la Comunicación Carrera de Comunicación UBA, material de cátedra
- ✓ VAN CUILEMBURG & McQUAIL (2003): 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.
- ✓ VAROUFAQUIS, Y. (2024). “El lamento de Hesíodo” en Tecnofeudalismo. Barcelona: Ariel.

## **UNIDAD II**

- ✓ BECERRA, Martín; HERNÁNDEZ Pablo y POSTOLSKI, Glenn (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

✓ BIZBERGE, Ana (2020) “Los aportes de la Economía Política de la Comunicación (EPC)” en Globalización y monopolios en la comunicación: hacia una economía política de la comunicación, El Colectivo, Buenos Aires, Pág 35 a 58.

✓ BOLAÑO, Cesar; MASTRINI, Guillermo (2000) “Economía Política de la Comunicación: un aporte marxista a la constitución del campo comunicacional”, Revista de Sociología, 8, UNESP, Araraquara

✓ MOSCO, Vincent (2006) “La economía política de la comunicación: Una actualización diez años después”, en CIC. Cuadernos de Información y Comunicación. Vol.

### **UNIDAD III**

✓ BIZBERGE, Ana (2020) “¿Qué es la convergencia?” en Globalización y monopolios en la comunicación: hacia una economía política de la comunicación, El Colectivo, Buenos Aires, Pág 119 a 138

✓ CALICCHIO, Pascual Ignacio (2017), “El miedo de los medios. La gestión de las empresas de medios frente a las plataformas tecnológicas” Universidad Nacional de Quilmes.

✓ DE MIGUEL, Juan Carlos (2003) “Los grupos de comunicación a la hora de la convergencia”. En “Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación” Enrique Bustamante, coord. Editorial Gedisa, Barcelona, España, 2003.

- MARINO, Santiago (2025) La necesidad de regular el audiovisual ampliado. Entre la plataformización, la extranjerización y la lógica de la jungla. Revista Eptic v. 27 n. 2

✓ MARTEL, Frédéric (2015) “De la cultura al content (Cap. 9) en “Smart. Internet(s): la investigación.” Taurus, Buenos Aires

### **Bibliografía complementaria**

ALBORNOZ, HERNÁNDEZ, MASTRINI Y POSTOLSKI ( 2000) “Al fin solos”, el nuevo escenario de las comunicaciones en la Argentina, en Albornoz, L. (comp.): “Al fin solos... la nueva televisión del Mercosur”, Ed. Ciccus/La Crujía, Buenos Aires

BECERRA, Martín; (2003) Sociedad de la Información: proyecto, convergencia,

divergencia, Grupo Editorial Norma, Buenos Aires

BULLA, Gustavo y POSTOLSKI, Glenn: “Convertibilidad, endeudamiento y devaluación en la economía argentina de los ’90. Ley de preservación del patrimonio cultural: el poder mediático al desnudo.” En Revista EPTIC, ene-abr. 2004. También publicado en el sitio web PNC

GARNHAM, Nicholas (1999) “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,

MATTELART Armand y MATTELART Michèle (1997), Historia de las teorías de la comunicación, Paidós, Barcelona

RAMONET, Ignacio (2011) La explosión del periodismo: Internet pone en jaque a los medios tradicionales, Capital Intelectual, Buenos Aires

SANCHEZ RUIZ, Enrique (2006) “Industrias Culturales, Diversidad y Pluralismo en América Latina”, en CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, Vol. 11.

VINELLI, Natalia (comp.) (2012) Comunicación y televisión popular Escenarios actuales, problemas y potencialidades, Cooperativa Gráfica El Río Suena , Buenos Aires,

ZALLO, Ramón (1988) Economía de la comunicación y la cultura, Akal, Madrid,

ZALLO, Ramón (1992) El mercado de la cultura, Ed. Gakoa, San Sebastián

Modalidad de la cursada y metodologías de trabajo:

La cursada será 100% presencial con clases teóricas que ampliarán y darán contexto a los materiales que se enviarán para la lectura. Eventualmente se podrán utilizar materiales audiovisuales como complemento.

### **Evaluación:**

Se harán dos o tres escritos breves a lo largo de la cursada que serán obligatorios pero no llevarán nota (pueden llegar a servir como una tercera nota de concepto en caso de ser necesario) y dos ensayos a modo de parcial que se harán en forma domiciliaria. En caso de no ser aprobados tendrán una oportunidad de reescritura. El segundo trabajo deberá ser defendido en forma oral.

### **Agenda o cronograma de trabajo:**

Clases 1 a 10 unidades I y II.

1° Parcial escrito

Clases 11 a 17 Unidad 3

2° Parcial escrito

Clase 18: Cierre oral.