

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LAS ARTES

MAESTRÍA EN CULTURA PÚBLICA

SEMINARIO DE PROCESOS COMUNICACIONALES Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

DR. SANTIAGO MARINO (2021)

Objetivos

- a) Contribuir a la especialización de los y las estudiantes, brindándoles herramientas teóricas y prácticas sobre los procesos comunicacionales y las tecnologías de información y comunicación aptas de implementar en las organizaciones públicas del sector cultural.
- b) Aportar al conocimiento y transferencia de las diferentes perspectivas culturales desde la economía política y las políticas públicas de la comunicación y la cultura.
- c) Brindar herramientas teórico-prácticas y métodos de trabajo que permitan responder a las necesidades y demandas del campo de la cultura pública nacional, provincial y/o local.

Contenidos Mínimos

Cultura pública y comunicación: transformaciones culturales y comunicacionales. Medios de Comunicación (Regulación). Tecnologías de información y comunicación: brechas e igualdades digitales.

Unidad 1- Políticas públicas de comunicación

Califano, Bernadette: Perspectivas conceptuales para el análisis del Estado y las políticas públicas de comunicación. Adaptación de un capítulo de la Tesis de Doctorado UBA. Material editado para la cátedra, 2014.

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.

McQuail, Denis: La regulación de los medios, University of Leicester, mimeo, 2010 (traducción de la cátedra)

Unidad 2 La transformación tecnológica, económica, política y sociocultural del sistema audiovisual.

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: Concentración y convergencia, (cap 6), Paidó, Buenos Aires, 2015

Labate, Cecilia; Lozano, Luis; Marino, Santiago; Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín: Abordajes sobre el concepto de “concentración” en Mastrini, Guillermo, Bizberge, Ana y de Charras, Diego (eds.): Las políticas de comunicación en el Siglo XXI. Nuevos y viejos desafíos, La Crujía, Buenos Aires, 2013.

Unidad 3- Configuración histórica del mercado de medios en Argentina

Becerra, M. (2010). “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.

Mastrini, Guillermo: Mucho ruido y pocas leyes. Economía y política de la comunicación en la Argentina (1920-2004), ISBN 987-1004-87-4 , Editorial La Crujía Ediciones, Edición Buenos Aires – 2007, 2º edición ampliada

Unidad 4 El sector audiovisual ampliado. Dinámica de los mercados, procesos de las políticas públicas.

Marino, S. “El audiovisual ampliado argentino: regulación y mercado.” En “El Audiovisual Ampliado II. Tradiciones, estrategias, dinámicas y big data Argentina. (Santiago Marino compilador, Ediciones Usal, en prensa)

Media Owership MonitorRSF-Tiempo Argentino: ¿Quiénes son los dueños de los medios?

Argentina <https://argentina.mom-rsf.org/es/>

Metodología y evaluación

El seminario se aprobará con la participación en las clases que se subirán a las plataformas, las actividades que deberán realizar allí y la presentación de un trabajo final que integre los contenidos dictados con las propuestas o proyectos profesionales de los participantes.