



UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES  
DIPLOMATURA EN CIENCIAS SOCIALES  
1º SEMESTRE DE 2006  
NÚCLEO AL QUE PERTENECE: BÁSICO ELECTIVO  
MODALIDAD: PRESENCIAL

## PROGRAMA DEL CURSO

# HISTORIA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN EN LA ARGENTINA

PROFESOR: Dr. Martín A. Becerra

### 1. Síntesis de la propuesta:

El curso, fundamentalmente teórico-práctico, aborda el examen de la historia política de la comunicación en la Argentina, 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, de sus mediaciones sociales y de la evolución de las políticas de comunicación.

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 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 estudio de la historia de las industrias culturales será complementado con el examen del surgimiento y evolución de la cinematografía y de las industrias audiovisuales tributarias del salto tecnológico convergente (video, cable y otros formatos).

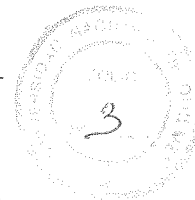
En este marco, se presentarán “casos” emblemáticos de la relación establecida entre medios, industrias culturales, apropiación tecnológica y acontecimientos políticos significativos de la historia argentina del siglo XX, que permitirán organizar la lectura y su discusión en torno a la historia de los medios en vinculación directa con su contexto político y económico de producción. Será objeto de un análisis minucioso la ley de radiodifusión vigente en el país (22.285/80) y los cambios que ésta ha registrado en las últimas décadas.

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.

## 2. 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:

- 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;
- nacimiento de las “industrias culturales” y evolución del sistema audiovisual de medios desde comienzos del Siglo XX.
- categorización de los medios de comunicación en función de variables centrales de políticas de comunicación (propiedad, financiamiento, acceso, contenidos).
- ordenamiento del sistema de medios e industrias culturales a través de la legislación estatal durante el 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.

### 3. 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;
- Vincular la historia de los medios en la Argentina con los principales acontecimientos políticos y económicos del país.

### 4. Sistema de evaluación:

Se administrarán dos exámenes parciales y se ponderará la exposición de lecturas por parte de los alumnos. También se realizará un informe monográfico final sobre temas vinculados con las lecturas realizadas. Se aprueba con el promedio de la calificación obtenida en estas instancias con nota igual o superior a 4 (cuatro) puntos.

### 5. Bibliografía:

#### a. Bibliografía Obligatoria:

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

- 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.
- 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 (ed.) (2005), *Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, La Crujía, Buenos Aires, 317 p.
- 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.
- Pastore, Rodolfo y Nancy Calvo (2006), "Ilustración y economía en el primer periódico impreso de Buenos Aires: el telégrafo mercantil (1801-1802)", en *Bulletin Hispanique*, Université Michel de Montaigne, Bordeaux.
- 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](http://www.comfer.gov.ar).
- Rojas Paz, Pablo (1946), "Periodismo Argentino", en Cimorra, Clemente, *Historia del Periodismo*, Editorial Atlántida, p. 219-269.
- 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, 432 p.
- Ulanovsky, Carlos, Silvia Itkin y Pablo Sirvén (1999), *Estamos en el aire: una historia de la televisión argentina*, Planeta, Buenos Aires, 659 p.
- 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.
- Vinelli, Natalia (2002), "Introducción", "Una breve historia: Rodolfo Walsh y el periodismo comprometido" y "Acerca de Ancla", en *Anda: una experiencia de comunicación clandestina orientada por Rodolfo Walsh*, La Rosa Blindada, Buenos Aires, p. 11-41.
- b. Bibliografía Optativa:
- 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.



- 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.
- 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.
- 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.