

Universidad Pedagógica Nacional  
Doctorado Interinstitucional en Educación  
**Énfasis:** *Educación, cultura y desarrollo*  
Maestría en Educación  
**Énfasis:** *Educación superior, conocimiento y comunicación*  
Año: 2017 Semestre: II.

**Título del Seminario:** *Economía política, comunicación y conocimiento. La lucha por el código*

**Grupo Oferente:** *Educación superior, conocimiento y globalización*

**Número de Créditos:** 3

**Horario:** Intensivo:

Parte I: Julio 24-28 de 2017

Parte II: Por definir

**Nombre del (los) responsable (s):**

*César Bolaño* (Universidad Federal de Sergipe)

*Ancízar Narváez* (Universidad Pedagógica Nacional)

### **Propuesta seminario**

El objetivo es presentar una teoría de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura desarrollada a lo largo de las últimas tres décadas por el autor, influenciada por el debate económico, social y comunicacional en Brasil y América Latina. La idea implícita es que las teorías desarrolladas en los países centrales – como ya lo advertía Furtado respecto a la teoría económica, en su propuesta de una nueva economía política – son parciales porque no llegan a explicar el problema de aquellos países – que son los más – en que los conceptos propios del capitalismo avanzado occidental solo se aplican de forma parcial, transformada, especial o limitada. Así, al modelo teórico general, se agrega un análisis del problema de la transición digital brasileña en el interior de los procesos globales de cambio en el modo de regulación del capitalismo, iniciado en los años 1970, que tiene impactos sobre todas las industrias culturales y de la comunicación. El caso brasileño es un ejemplo, que puede ser comparado especialmente con otros casos de América Latina, pues los cambios ocurridos desde el proceso de democratización del país se verán influenciados, por una parte, por determinantes de orden internacional y, por otra, por la inercia característica de un modelo concentrador como el vigente durante los últimos 50 años en el país. El ingreso de capitales internacionales en el sector de telecomunicaciones, el movimiento por la democratización de las comunicaciones, las presiones de mercado sufridas por las empresas hegemónicas en el campo de la radiodifusión, en función de la digitalización general y de la convergencia, las inversiones exigidas por parte de estas y la crisis de financiación que esto genera, el surgimiento de nuevos actores en el mercado de televisión mismo, la competencia inter-medios, profundizada a partir del desarrollo de Internet, todo lleva a una situación de relativa inestabilidad en un sector clave para la publicidad, pero también para la construcción de la hegemonía.

#### **Contenido:**

1. Comunicación y Capitalismo en Perspectiva Histórica  
Bib.: Bolaño (2013 a), Cap. 2
2. Capitalismo Monopolista e Industria Cultural: el caso de la TV brasileña

- Bib.: Bolaño (2013 b; 2007)
3. Economía Política de la Comunicación: marco teórico  
Bib.:Bolaño (2013 a), Cap. 1 e 5
  4. La Economía Política de Internet y de la convergencia y la transición digital  
Bib.: Bolaño (2013 a), Cap. 6

### **Bibliografía básica**

Bolaño, César (2013 a). **Industria Cultural, Información y Capitalismo**. Barcelona: Gedisa.

\_\_\_\_\_ (2013 b). **Mercado Brasileño de Televisión**. Buenos Aires: El Río Suena

\_\_\_\_\_ (2007). **Qual a lógica das políticas de Comunicação no Brasil?**São Paulo: Paulus.

### **Bibliografía complementaria:**

Bolaño, César (2015 a). **O conceito de cultura em Celso Furtado**. Salvador: EDUFBA

\_\_\_\_\_ (2015 b). **Campo aberto: para a crítica da epistemologia da comunicação**. Aracaju: SEGRASE.

El curso se divide en sesiones diarias de cuatro horas de duración, que incluyen aula expositiva, debate de los temas de cada sesión y producción de un texto para evaluación (en grupo y con orientación del profesor) en la última sesión.

## Segunda parte

Una característica epistemológica de la investigación en comunicación en A L es la disputa entre las formas de construir los objetos, lo que se puede ver como la contraposición entre objetos pre construidos y objetos construidos (Bourdieu, Passeron y Chamboredorn, 1993). De ahí se desprenden dos grandes tendencias de investigación sobre la comunicación y la sociedad: la primera, cercana al llamado *Determinismo tecnológico* (Winston, 1999), que podríamos llamar Materialismo vulgar y la segunda, más cercana al llamado *determinismo social* (Williams, 1996), que podríamos llamar Materialismo histórico propiamente dicho, las cuales se traducen en una periodización de la sociedad y de la comunicación, por un lado, en términos de adquisiciones tecnológicas, y por otro, en términos de relaciones sociales.

En efecto, se empiezan a hacer nuevamente periodizaciones de la comunicación y de la sociedad en términos tecnológicos como la llamada Era de la información (Castells, 1999), la Sociedad informacional (UNESCO, 2005), la Edad de la información (Gates, 1997) o Sociedad Digital (Levy, 2007). Con esto volvemos a una suerte de materialismo vulgar, el mismo que se reprochaba al marxismo.

El objeto de indagación en la Economía política de la comunicación y la cultura es, en cambio, la pregunta por la relación entre *tecnología y capitalismo*. Aunque las fuerzas productivas (el conocimiento y la tecnología) también son parte del modo de producción, no son ellas las que lo definen o lo agotan, sino la *propiedad* sobre ellas y la *distribución* del excedente económico producido (relaciones de producción y distribución).

Como dice Fontana, “Confundir el capitalismo con el desarrollo de las fuerzas productivas ha hecho olvidar que su esencia no reside en la maximización del producto, sino en la del beneficio...” (1999, p. 259). Por tanto, para el capitalismo lo importante no es el informacionalismo, la sociedad digital, el conocimiento codificado (Herscovici, 2006) y todo lo demás, o solo son importantes en cuanto facilitan la primera utopía del actual capitalismo, o sea, tener todo el conocimiento codificado para tener un capitalismo sin trabajadores, o si contribuyen a la otra utopía, es decir, a un ‘capitalismosin fricciones’, totalmente desregulado, o sea sin instituciones (Gates, 1997).

## Contenido

El concepto de industria cultural

De la industria cultural a la economía creativa

Trabajo cultural

Mercancía Cultural

Mercancía conocimiento

Crítica del capitalismo informacional

Crítica del capitalismo cognitivo

## Bibliografía básica

BOLAÑO, C., NARVÁEZ, A. Y LOPES, R. (2014). “Economía política de la información, la comunicación y la cultura”. En: Bolaño, C., Crovi, D. y Cimadevilla, G. *La contribución de América Latina al campo de la comunicación*. Buenos Aires, GRC – ALAIC Edic. pp. 498-523. ISBN 978-987-33-5678-0

BOLAÑO, C., SIERRA, F. y MASTRINI, G. (Eds.) (2005). *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*. Buenos Aires: La Crujía.

BUSTAMANTE, Enrique (Coordinador) (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.

GALCERÁN, Montserrat (2007). “Reflexiones sobre reforma de la Universidad en el capitalismo cognitivo”. En: *Nómadas*, nº 27. Bogotá: IESCO-Universidad Central, Octubre. Pp. 86-97.

GAY Fuentes, Celeste (2003). “El derecho de propiedad intelectual: por un nuevo equilibrio entre creadores e interés general”. En: BUSTAMANTE, Enrique (Coordinador). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.

HARVEY, D. (2015). *17 contradicciones y el fin del capitalismo*. Quito: Iken.

HERSCOVICI, Alain (2006). “El conocimiento, capitalismo inmaterial y trabajo: algunos elementos del análisis”. *Escribanía*, nº 17. Manizales: Universidad de Manizales. Julio-diciembre. Pp. 25-35.

LADEIRA, J.D. M. (2015). “Cultura e Criatividade. Uma Interpretacao sobre a ideia de indústriascritativas”. *Rev. Comun. Midiática* (online), Bauru/Sp, V.10, N.1, p. 169-181, jan./abr. 2015.

LAZZARATO, Maurizio y NEGRI, Antonio (2001). *Trabajo inmaterial. Formas de vida y producción de subjetividad*. Buenos Aires: DP&A Editora.

NARVÁEZ, A. (2014 a). “Ciencias sociales y giro culturalista: promesa pendiente”. *Nómadas* 41 (97-113), Octubre, Bogotá, Universidad Central.

NARVÁEZ, A. (2014). “¿Sociedad digital o capitalismo cultural? El informacionalismo como utopía neoliberal”. *Revista Eptic Online* Vol.16 n.3 p.116-134 set.-dez.

- NARVÁEZ, A. (2010A). “Educación, capitalismo y desarrollo. Cultura alfabética y globalización anglosajona”. En: *Signo y Pensamiento*, 57, volumen XXIX, julio-diciembre, pp. 248-267. ISSN: 0120-4823.
- NARVÁEZ, A. (2008c). *El concepto de industria cultural. Una aproximación desde la economía política*. En: PEREIRA, M., J. M., VILLADIEGO, M., y SIERRA, L. I. *Industrias culturales, músicas e identidades*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana, 2008, pp.29-58. ISBN: 978-958-716-180-9
- NARVÁEZ, A. (2013). *Educación y comunicación: del capitalismo informacional al capitalismo cultural*. Bogotá: Fondo Editorial Universidad Pedagógica Nacional.
- NARVÁEZ, A. (2012). “Economía Política, industrias mediáticas y medios regionales en Bogotá y la región Centro”. En *Anuario ININCO*, Vol.24, n° 1, Junio, pp. 237-255. ISSN: 0798-2992
- SIERRA, F. (Coordinador) (2016). *Capitalismo cognitivo y economía social del conocimiento. La lucha por el código*. Quito: CIESPAL.
- STIGLITZ, J. E. y Greenwald, B.C. (2015). *La creación de una sociedad del aprendizaje*. Bogotá: Planeta-Crítica.
- VARIOS AUTORES (2004). *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid: Creative Commons.
- ZALLO, Ramón (2012). *Estructuras de la comunicación y la cultura. Políticas para la era digital*. Barcelona: Gedisa.

### Resumen Curricular

Formado en periodismo por la Universidad de São Paulo (USP) y doctor en economía por la Universidad Estadual de Campinas (UNICAMP), entre sus libros más importantes figuran un estudio clásico sobre la televisión brasileña, publicado en 1988 (Mercado Brasileño de Televisión) y re-publicado en 2004, y su aporte teórico propio sobre la Economía Política de la Comunicación, publicado en 2000 en portugués (Industria Cultural, Información y Capitalismo). Ambos libros se han publicado en el 2013 en español, el primero por El Río Suena (Buenos Aires) y el segundo por Gedisa (Barcelona). Este último ha sido publicado también, en el 2015, en inglés, por Palgrave/Macmillan (Londres).

César Bolaño es el fundador de la red de Economía Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (EPTIC) y director de su revista, EPTIC ON LINE. Fue el primer presidente de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC). Fue también presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC). Participa desde 1992 en la sesión de Economía Política de IAMCR, entidad de la que fue tesorero y actualmente es miembro elegido del consejo internacional. Sus trabajos más recientes abordan temas como la economía política de internet, la crítica de la economía política del conocimiento, regulación y mercado de la televisión brasileña, crítica de la epistemología de la comunicación, el pensamiento de Celso Furtado sobre cultura, entre otros.

Es profesor en la Universidad de Sergipe (UFS), de la Universidad de Brasilia (UnB), de la Universidad de la República (UDELAR, Montevideo) y de la Universidad de la Habana (UH) y ha sido invitado en diferentes ocasiones, por universidades brasileñas y latinoamericanas, por la New York University y por las universidades españolas de Sevilla, Calos III de Madrid y la Universidad de Santiago de Compostela. Coordinó un proyecto de

intercambio CAPES-COFECUB (Brasil-Francia) en los años 90 y uno CAPES-MECD (Brasil-España), entre otras experiencias internacionales. En octubre de 2016, coordinó el seminario de creación de la Red Celso Furtado de Investigación en Comunicación, Cultura y Desarrollo (COMCEDE), como evento del pre-congreso de ALAIC, y ahora coordina la organización de un segundo seminario, que se realizará en 2017 en la sede de la CEPAL, en Santiago de Chile.

Ver CV completo en la Plataforma Lattes, Ministerio de Educación, Brasil.