



Ministerio de Cultura y Educación  
Universidad Nacional de San Luis  
Facultad de Ciencias Humanas  
Departamento: Comunicación  
Area: Area 9: Política e Instituciones

(Programa del año 2026)

### I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
POLITICAS DE COMUNICACION Y CULTURA	LIC. EN COMUNICACIÓN SOCIAL	09/07	2026	1° cuatrimestre

### II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
GAITAN, MAXIMILIANO	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
GUZMAN, FLORENCIA AGOSTINA	Auxiliar de Práctico	A.1ra Exc	40 Hs

### III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
4 Hs	2 Hs	2 Hs	Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoría con prácticas de aula	1° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
11/03/2026	26/06/2026	15	60

### IV - Fundamentación

En el actual sistema-mundo capitalista, tanto la cultura como la comunicación juegan un rol central en la constitución de las sociedades contemporáneas modernas. Con el advenimiento de la Segunda Guerra Mundial, la razón se consagra en su carácter instrumental y en este sentido tanto la comunicación como la cultura no quedarán exentas. En el período de posguerra se abre paso a la industrialización de la cultura, instrumentada en gran medida por los grandes medios de difusión masiva que hasta hoy no dejan de socavar el orden político de los Estados modernos.

Una nueva fase del imperialismo económico se gesta en este período, en el cual las tecnologías de la industria y de la información, junto a los procesos de descolonización mundial, dan paso a lo que se denomina Sociedades de la Información. Hoy, comunicación y cultura no pueden ser pensados sin las implicancias que la información tiene como concepto-fuerza; un concepto organizador de la experiencia y la subjetividad contemporánea.

Los modos de gestión política para este tipo de sociedades exigen nuevos cruces y miradas, así como la reflexión acerca de las políticas de comunicación y cultura nuevos posicionamientos acerca del Estado y el mercado. El conocimiento acerca de los procesos históricos que constituyen dichas políticas son imprescindibles para una reflexión crítica sobre la multiplicidad de sentidos que la información junto con las industrias culturales producen en la actualidad. En este sentido, la historia adquiere un carácter estratégico si se la propone como articuladora de dichos procesos. Por su parte, el concepto de hegemonía propuesto por Raymond Williams (2009) nos acerca a éste entramado en tanto nos permite evidenciar en todo orden político dado, las materialidades y sentidos que naturalizan las relaciones de producción cultural y simbólica en el marco de un "proceso social total".

Ante dicha realidad, éste curso propone entender que las Políticas de Comunicación y Cultura entran en disputa por la

configuración de ese orden político entendido, al decir de Williams (2009), como: "...todo un cuerpo de prácticas y expectativas en relación con la totalidad de la vida"; a la vez que un orden establecido entorno a sistemas de valores, sentidos y percepciones acerca del mundo y de nosotros mismos.

Por su parte, el estado, el mercado y los medios de comunicación están atravesados por dichas políticas. Es por ello, y en virtud de la perspectiva buscada para el análisis, que articulamos el estudio de las políticas de comunicación y cultura a partir de tres ejes interrelacionados:

- 1- Comunicación/cultura como perspectiva de abordaje.
- 2- Hegemonía como concepto articulador.
- 3- Estado Nación – Mercado – Sociedad Civil como actores involucrados.

## **V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje**

- Incorporar al análisis de las políticas de comunicación y cultura un abordaje histórico, desde una concepción estratégica de las relaciones entre comunicación/cultura.
- Estudiar las lógicas de producción cultural que inciden en la formulación e intervenciones políticas orientadas hacia la cultura y la comunicación.
- Conocer los principales debates, teorías y tradiciones del campo de estudio de las políticas de comunicación y cultura nacionales y sus atravesamientos internacionales.
- Relacionar críticamente el material de trabajo incorporando al análisis de las concepciones de Estado, Mercado y Sociedad Civil, la dimensión comunicacional y cultural.

## **VI - Contenidos**

### **UNIDAD 1. Dispositivo para el análisis de las políticas de comunicación y cultura: materialismo cultural, economía política de la información, la información y la cultura**

#### **Ejes temáticos:**

- La tensión entre el concepto de Globalización y el de Mundialización.
- Teoría cultural: crítica al marxismo, crítica al determinismo, concepto de determinación, concepto de hegemonía.
- Concepción de Estado y Sociedad Civil.
- Estado actual del orden mundial: principales tensiones y conflictos.

#### **Textos:**

- DA EMPOLI GIULIANO "Los ingenieros del Caos" (2019) pp. 8-36.
- GARCÍA CALVO, AGUSTÍN " Qué es el Estado?" en El Lenguaje Libertario, Christian Ferrer. (2005).
- HARARI, YUBAL N.: "Decisiones: una breve historia de la democracia y el totalitarismo", en Nexus. Ed. Penguin. (2024)
- MATTELART, ARMAND: "Cultura y Mundialización: una historia conflictual". Conferencia 16 de marzo de 2010. Fragmento audiovisual.-<https://www.youtube.com/watch?v=tlx2iNhLJP8>
- PEREYRA, CARLOS (1988) Gramsci: estado y sociedad civil. Cuadernos políticos, No 21, Mexico, ed. Era, Pp. 52-60.
- WILLIAMS, RAYMOND (2009) "Teoría Cultural". Marxismo y Literatura. Las Cuarenta. Bs. As.-

### **UNIDAD 2. Políticas para el desarrollo de la cultura y la comunicación en América Latina.**

#### **Ejes temáticos:**

- 1. Políticas de comunicación y la cultura en el contexto del surgimiento del campo de la comunicación en América Latina.
- 1. A. Políticas para el desarrollo. -1. B. Políticas de Comunicación y Cultura en el período crítico (70).
- 2. Concepciones y debates en torno a la comunicación alternativa en los ochenta.
- Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura. Principales puntos de partida: mercantilización, espacialización y estructuración. Concepto de Industrias Culturales para la EPICC.
- 3. Las industrias culturales en Argentina durante el período de la transición democrática.
- Textos:
- BELTRAN, LUIS.R., (2005) La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. Disponible en [http://www.infoamerica.org/teoria\\_textos/lrb\\_com\\_desarrollo.pdf](http://www.infoamerica.org/teoria_textos/lrb_com_desarrollo.pdf)
- BECERRA, MARTIN. (2015), Argentina: tres décadas de políticas de comunicación en democracia. en: De la

concentración

a la convergencia. Políticas de Medios en Argentina y America Latina., Cap.1, Ed. Paidós, Bs. As., Pp.19-48.

- CALIFANO, BERNARDETTE. Hacia los orígenes de la concentración mediática en Argentina. Íconos. Revista de Ciencias Sociales. No 49, Quito, mayo 2014, pp. 29-48.

- GRACIANO, MARGARITA, (1980) "Para una definición alternativa de la comunicación", en ININCO, n. 1, Caracas.

### **UNIDAD 3. Políticas, comunicación y cultura en la Sociedad de la Información**

#### **Ejes temáticos:**

Convergencia Digital

Plataformas Digitales

Inteligencia Artificial

#### **Bibliografía:**

-BECERRA Martín, (2024) Convergencia infocomunicacional: niveles de análisis de un proceso inconcluso. Intersecciones en Comunicación, 2024, vol. 1, núm. 18, Enero-Junio, ISSN: 2250-4184

[https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/260333/CONICET\\_Digital\\_Nro.6e9d2dc3-4ae2-4179-b40d-ab9c2b0e3c2b\\_B.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/260333/CONICET_Digital_Nro.6e9d2dc3-4ae2-4179-b40d-ab9c2b0e3c2b_B.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

-POELL, T., NIEBORG, D., & VAN DIJCK, J. (2022). Plataformización. Revista Latinoamericana de Economía Y Sociedad Digital. <https://doi.org/10.53857/tsfe1722> <https://revistalatam.digital/article/22tr04/>

-CRAWFORD, Kate (2024) Altas de la Inteligencia Artificial: poder, política y costos planetarios. 1 a ed. 2a reimp. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2024,

## **VII - Plan de Trabajos Prácticos**

Se propone como plan de trabajos prácticos actividades para que los estudiantes analicen los textos básicos del curso mediante guías de lectura y escritura. En la primera unidad las guías previstas estarán orientadas a la construcción del dispositivo analítico para las políticas de comunicación y cultura que se desarrollarán en las unidades 2 y 3. Tanto para la unidad 2 como para la 3 las guías llevan a la práctica el análisis de las políticas en su situacionalidad histórica y contexto de producción comunicacional y cultural. Es importante considerar el dinamismo del sector comunicacional y las dinámicas de producción cultural para la incorporación de eventuales "intervenciones" en tanto nuevos objeto de estudio y análisis, a través de éste dispositivo práctico.

El propósito de las guías busca articular los saberes producidos en el espacio teórico con la materialidad de las políticas analizadas; asimismo se espera que sea un insumo orientador de los contenidos a ser evaluados.

Por su parte, cada guía conlleva un proceso de evaluación que implica su entrega por escrito en los plazos estipulados por la cátedra (mencionados en cada guía), su posterior devolución, las observaciones que fueran correspondientes y una eventual reformulación, por parte del estudiante, en caso de ser necesaria.

La aprobación de cada actividad solicitada se corresponde con la evaluación que la cátedra realiza por unidad de programa cursado, ello equivale a las evaluaciones parciales de los saberes impartidos durante el transcurso de este año.

Esquema Prácticos | Políticas de Comunicación y Cultura 2022

Modalidad: durante los encuentros prácticos presenciales se establecerán las claves de lectura para los textos propuestos en cada unidad y se trabajará la puesta en común de los mismos. Mientras que en los encuentros prácticos virtuales se realizará un seguimiento a la elaboración de las actividades propuestas en los encuentros presenciales.

- Construcción línea del tiempo que acompañe la comprensión histórica de las políticas de comunicación y cultura desde la creación de la UNESCO; y de las discusiones, actores e instituciones involucradas en ellas.
- Analizar el devenir de las políticas de comunicación y cultura desde el pensamiento de la pluralidad del tiempo social.

## **VIII - Regimen de Aprobación**

Para cursar la materia es necesario tener cursada "Comunicación Cultural" y para rendirla promocional o por mesa de examen final se debe tener aprobada.

Los criterios de evaluación: se tendrán en cuenta el grado de comprensión de las lecturas realizadas o de las discusiones de clase que el grupo proponga, la integración y relación entre conceptos, la relación teoría-práctica, la calidad de la redacción

de los trabajos presentados (guías de lectura/escritura, informes, monografías), la relevancia de los aportes personales y la responsabilidad con que se asuman las actividades planteadas en el grupo.

Para la condición de promoción se prevé la elaboración de un trabajo final integrador con dos instancias recuperatorias y la obtención de una calificación mínima de 7 (siete); la presentación y aprobación de la totalidad de los trabajos prácticos evaluadores por unidad y un coloquio final integrador de los contenidos.

Para la condición de Regular se prevé la presentación y aprobación de la totalidad de los trabajos prácticos evaluadores por unidad.

Para la condición de libre se prevé la presentación (previo a la inscripción a examen) de la totalidad de los trabajos prácticos solicitados por el curso para su aprobación; una instancia evaluadora por escrito a realizarse el día de la mesa examinadora; luego de la aprobación de ese escrito una instancia de examen oral a programa abierto.

## IX - Bibliografía Básica

- [1] - BECERRA, MARTIN. (2015), Argentina: tres décadas de políticas de comunicación en democracia. en: De la concentración a la convergencia. Políticas de Medios en Argentina y America Latina., Cap.1, Ed. Paidós, Bs. As., Pp.19-48.
- [2] - BECERRA Martín, (2024) Convergencia infocomunicacional: niveles de análisis de un proceso inconcluso. Intersecciones en Comunicación, 2024, vol. 1, núm. 18, Enero-Junio, ISSN: 2250-4184  
[https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/260333/CONICET\\_Digital\\_Nro.6e9d2dc3-4ae2-4179-b40d-ab9c2b0e3c2b\\_B.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/260333/CONICET_Digital_Nro.6e9d2dc3-4ae2-4179-b40d-ab9c2b0e3c2b_B.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- [3] - BELTRÁN, L.R., (2005) La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. Disponible en [http://www.infoamerica.org/teoria\\_textos/lrb\\_com\\_desarrollo.pdf](http://www.infoamerica.org/teoria_textos/lrb_com_desarrollo.pdf)
- [4] - CALIFANO, BERNARDETTE. Hacia los orígenes de la concentración mediática en Argentina. Íconos. Revista de Ciencias Sociales. No 49, Quito, mayo 2014, pp. 29-48.
- [5] - CRAWFORD, Kate (2024) Altas de la Inteligencia Artificial: poder, política y costos planetarios. 1 a ed. 2a reimp. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2024,
- [6] - DA EMPOLI GIULIANO "Los ingenieros del Caos" (2019) pp. 8-36.
- [7] - GARCÍA CALVO, AGUSTÍN ¿Qué es el Estado? en: El Lenguaje Libertario, Christian Ferrer. (2005).
- [8] - GRACIANO, M., (1980) Para una definición alternativa de la comunicación, en ININCO, n. 1, Caracas.
- [9] - HARARI, YUBAL N.: "Decisiones: una breve historia de la democracia y el totalitarismo", en Nexus. Ed. Penguin. (2024)
- [10] - MASTRINI, Guillermo., (2017), "Economía Política de la Comunicación e Industrias Culturales: apuntes sobre su vigencia actual" en: Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo. No5, Pp 139-148.
- [11] - MATTELART, A.: "Cultura y Mundialización: una historia conflictual". Conferencia 16 de marzo de 2010. Fragmento audiovisual. -<https://www.youtube.com/watch?v=tlx2iNhLJP8>
- [12] - PEREYRA, CARLOS (1988) Gramsci: estado y sociedad civil. Cuadernos políticos, No 21, Mexico, ed. Era, Pp. 52-60.
- [13] - POELL, T., NIEBORG, D., & VAN DIJCK, J. (2022). Plataformización. Revista Latinoamericana de Economía Y Sociedad Digital. <https://doi.org/10.53857/tsfe1722> <https://revistalatam.digital/article/22tr04/>
- [14] - WILLIAMS, R., (2009) "Teoría Cultural". Marxismo y Literatura. Las Cuarenta. Bs. As.- [10] - WILLIAMS, R., (2015) "Sociología de la Cultura", ed. Paidós, Bs. As.

## X - Bibliografía Complementaria

- [1] - CARRASCO CAMPOS, ÁNGEL y SAPERAS LAPIEDRA, ENRIC (2011) "La institucionalización del concepto de industrias culturales en el proceso de debate sobre políticas culturales en la Unesco y el Consejo de Europa (1970- 1982)".
- [2] - HARARI, YUBAL. Nexus. Ed. Penguin. (2024)
- [3] - MATTELART, ARMAND et GARCIA CASTRO, ANTONIA., Sociedad del conocimiento, sociedad de la información, sociedad de control - Entrevista con Armand Mattelart, Cultures & Conflits [En ligne], Inédits de Regards sur l'entre deux, mis en ligne le 15 noviembre 2007, consulté le 19 mars 2020. URL:<http://journals.openedition.org/conflits/2682>.
- [4] - BIZBEREGE, ANA. Los desafíos de la convergencia digital para las políticas de comunicación. en: La comunicación digital. Redes sociales, nuevas audiencias y convergencia: desafíos y oportunidades para la industria, el Estado y los usuarios. Comp. Labate, C. y Arrueta, C. EDIUNJU. FADECCOS. 2017. Pp 19-38.
- [5] - DELEUZE, G., (1991) "Posdata sobre las sociedades de control", en Christian Ferrer (Comp.) El lenguaje literario, To 2, Ed. Nordan, Montevideo.
- [6] - FERRER, C., (2011) "El Entramado", cap. El Círculo Vicioso, ed. Godot, Bs. As., P. 7.-
- [7] - MANGONE, C., (2005), "Qué hay de nuevo viejo, alternatividad y clases sociales", en Cuadernos Críticos de

## **XI - Resumen de Objetivos**

- Incorporar al análisis de las políticas de comunicación y cultura un abordaje histórico, desde una concepción estratégica de las relaciones entre comunicación/cultura.
- Estudiar las lógicas de producción cultural que inciden en la formulación e intervenciones políticas orientadas hacia la cultura y la comunicación.
- Conocer los principales debates, teorías y tradiciones del campo de estudio de las políticas de comunicación y cultura nacionales y sus atravesamientos internacionales.
- Relacionar críticamente el material de trabajo incorporando al análisis de las concepciones de Estado, Mercado y Sociedad Civil, la dimensión comunicacional y cultural.

## **XII - Resumen del Programa**

Hoy, comunicación y cultura no pueden ser pensados sin las implicancias que la información tiene como concepto-fuerza; un concepto organizador de la experiencia y la subjetividad contemporánea.

Los modos de gestión política para este tipo de sociedades exigen nuevos cruces y miradas, así como la reflexión acerca de las políticas de comunicación y cultura nuevos posicionamientos acerca del Estado y el mercado. El conocimiento acerca de los procesos históricos que constituyen dichas políticas son imprescindibles para una reflexión crítica sobre la multiplicidad de sentidos que la información junto con las industrias culturales producen en la actualidad. En este sentido, la historia adquiere un carácter estratégico si se la propone como articuladora de dichos procesos. Por su parte, el concepto de hegemonía propuesto por Raymond Williams (2009) nos acerca a éste entramado en tanto nos permite evidenciar en todo orden político dado, las materialidades y sentidos que naturalizan las relaciones de producción cultural y simbólica en el marco de un "proceso social total".

## **XIII - Imprevistos**

## **XIV - Otros**