

Doctorado

Fernando Quirós

ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN Y DE LA CULTURA DE MASAS.

OBJETIVOS

Analizar el sistema mundial de información desde la perspectiva teórica de la Economía Política de la Comunicación. Contrastar esta perspectiva con otras líneas teóricas importantes en el estudio de los sistemas de medios de comunicación de masas.

PROGRAMA

1. Proposiciones básicas del estudio económico-político de la comunicación de masas. La sociedad de clases y la cuestión de la determinación. La Economía Política en los Estados Unidos: Smythe y Schiller. La Economía Política en Europa: Golding, Murdock, Garnham, Mattelart y Miége. Enfoques tercermundistas de la Economía Política. Discusión teórica: la Economía Política y el Funcionalismo. La Economía Política y la Escuela de Frankfurt. La Economía Política y los Estudios Culturales.
2. La globalización como mundialización de mercados. Análisis optimistas: la sociedad red (Castells); la ruptura de la historia (Fukuyama); el cambio de sociedad (Bell). Análisis críticos: modelos centro-periferia; Teoría de la Dependencia; modelo de Estado Global (Dieterich).
3. Sistema Internacional y Sistema Internacional de Información. Distribución mundial de recursos. Unidireccionalidad/Bidireccionalidad de los flujos informativos. Concentración planetaria del poder de informar. Las grandes empresas transnacionales: AOL-Time Warner, Disney, Viacom, News Corporation y Bertelsmann.
4. Base ideológica del sistema: la Doctrina del Libre Flujo de la Información. Distintas formulaciones y adaptaciones desde 1945: Truman y el dominio mundial de la AP y la UPI; Eisenhower el control de la radio y las telecomunicaciones; Kennedy/Jonson Nixon/Ford, adaptación de la doctrina a las comunicaciones por satélite; Carter, el control de las redes telemáticas; Reagan, la desregulación; Clinton y la Ley de Telecomunicaciones de 1996.
5. Debate en torno a la unidireccionalidad de la información internacional. Del *Manifiesto* de Kent Cooper al *Informe MacBride*. La distorsión de la información: Modelo de Propaganda de Chomsky y Herman. El Informe Silverstein.
6. El mercado internacional del cine: la *Motion Picture Export of América* y las *majors* de Hollywood. El mercado internacional de televisión controlado las grandes empresas norteamericanas. Razones para el dominio de los Estados Unidos. Situación de Europa y Japón. Situación del Tercer Mundo.
7. Debate en torno a la uniformización cultural. Teoría del Imperialismo Cultural. Los sistemas de cuotas como forma de proteger las industrias regionales y nacionales. Estudio especial del caso europeo: la Directiva Televisión sin Fronteras.

8. La infraestructura de la Sociedad de la Información. La apropiación de la tecnología informática por las grandes corporaciones. Transmisión internacional de datos e integración a escala global del sistema empresarial. Internet, ¿mejora social generalizada o nueva dimensión del poder hegemónico?.

BIBLIOGRAFÍA

- Chomsky, N. (1972). *El lenguaje y el entendimiento*. Barcelona: Planeta-Agostini.
- Chomsky, N. y Dieterich, H. (1996). *La Sociedad Global*. México: Contrapuntos.
- Chomsky, N. y Hermann, E. (1990). *Los guardianes de la libertad*. Barcelona: Crítica.
- Garnham, N. (1979). "Contribution to a Political Economy of Mass Communications". *Media, Culture and Society*, Vol I, 1.
- Golding, P. (1974). "Media Role in National Development: Critique of a Theoretical Orthodoxy". *Journal of Communications*, 24, 3.
- Golding, P. (1977). "Profesionalismo de los medios de comunicación en el Tercer Mundo, la transmisión de una ideología". En Curran et al op. cit
- Golding, P., Elliott, P., (1979). *Making the News*. London: Longman.
- Herman, E. (1997). *Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*. Madrid: Cátedra.
- Mattelart, A (1974). *La Cultura como empresa multinacional*. Buenos Aires: Galerna.
- Mattelart, A. (1973). *Agresión desde el espacio. Cultura y Napalm en la Era de los Satélites*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- Mattelart, A. (1976). *La Comunicación masiva en el proceso de liberación*. México: Siglo XXI.
- Mattelart, A. (1977). *Multinacionales y sistemas de comunicación. Los aparatos ideológicos del imperialismo*. México: Siglo XXI.
- Mattelart, A. (1978). "Los aparatos culturales del imperialismo", en Moragas, M., (1979, vol. II, pp 327-347).
- Mattelart, A. (1981). *La televisión alternativa*. Barcelona: Anagrama.
- Mattelart, A. (1991). *La publicidad*. Barcelona: Paidós.
- Mattelart, A. y Siegelau, S. (1979). *Communications and Class Struggle. Vol I: Capitalism, Imperialism*. Nueva York: International General, p. 36.
- Mosco, V. (1996). *The Political Economy of Communication*. Londres: Sage.
- Murdock, G., y Golding, P., "Theories of Communication and Theories of Society". *Communication Research*, 1978 vol 5., nº 3, pp. 339-356.
- Quirós, F. (1998). *Estructura Internacional de la Información*. Madrid. Síntesis.
- Quiros, F. y Sierra F. (2001). *Crítica de la Economía Política de la Comunicación y de la Cultura*. Sevilla: Comunicación Social. ediciones y publicaciones.
- Schiller, H. (1974). *Los manipuladores de cerebros. Libre empresa, imperialismo y medios de comunicación*. Buenos Aires, Granica-Gedisa.
- Schiller, H. (1979). "A la espera de órdenes. Tendencias generales en la investigación de la comunicación de masas en Estados Unidos", en Moragas, M. (1979, pp. 68-80).
- Schiller, H. (1992). *Mass Communication and American Empire*. Segunda edición actualizada. San Diego: Westview Press.
- Schiller, H. (1992). *Mass Communication and American Empire*. Segunda edición actualizada. San Diego: Westview Press.