

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
4313227 Mitjans, Comunicació i Cultura	OT	0	2

Professor de contacte

Nom: Joan Manuel Tresserras Gaju

Correu electrònic: JoanManuel.Tresserras@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Altres indicacions sobre les llengües

La composició definitiva del grup determinarà el recurs al castellà o l'anglès per facilitar la comunicació a les sessions i a les tutories.

Prerequisits

Els propis del màster en el seu conjunt. Serà convenient partir d'un coneixement previ dels rudiments de les ciències de la comunicació.

Objectius

El curs estudia el progressiu desplegament des de les administracions públiques occidentals de polítiques de foment de l'activitat cultural i de protecció dels propis sectors industrials, com una manera d'intervenir sobre àmbits com ara: la defensa del patrimoni lingüístic i cultural, la construcció de l'hegemonia interna i la vertebració de la "consciència nacional", l'assoliment d'influència internacional, l'assoliment d'uns nivells universals de coneixements i referències concebuts com una clau del desenvolupament econòmic, com a factor de les polítiques de benestar o com a base imprescindible per a la qualitat democràtica d'una societat. L'objectiu és preparar persones que estiguin en condicions d'assumir la responsabilitat de planificar les polítiques i liderar la gestió de les principals institucions i equipaments al voltant de les quals s'organitza el macrosector de la cultura i la comunicació

Competències

- Comprendre i tenir coneixements que aportin una base o una oportunitat per desenvolupar i/o aplicar idees de manera original, sovint en un context de recerca
- Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit.
- Ser capaç de planificar, dirigir i avaluar polítiques culturals i de comunicació tant en l'àmbit local com en l'internacional, utilitzant les noves formes de comunicació social.
- Ser capaç de planificar i dirigir projectes de recerca bàsica i aplicada en comunicació mediàtica i cultura
- Treballar en equips de caràcter interdisciplinari i dirigir-los

Resultats d'aprenentatge

1. Comprendre i tenir coneixements que aportin una base o una oportunitat per desenvolupar i/o aplicar idees de manera original, sovint en un context de recerca

2. Dissenyar i aplicar accions de política cultural i de comunicació en el nou entorn tecnològic
3. Dissenyar i planificar accions per a la intervenció en els models públic i privat de finançament cultural
4. Dissenyar i planificar accions que contribueixin a les polítiques públiques d'accés universal a la cultura, la informació i el coneixement
5. Dissenyar, planificar i dirigir projectes de recerca per a la seva aplicació a la gestió dels equipaments culturals
6. Dissenyar, planificar i dirigir projectes de recerca per a la seva aplicació a les polítiques culturals d'àmbit local, nacional i internacional
7. Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit.
8. Treballar en equips de caràcter interdisciplinari i dirigir-los

Continguts

Programa:

1.- L'experiència il·lustrada i els precedents contemporanis de les polítiques culturals. L'escolarització i l'alfabetització. Processos d'unificació cultural i de construcció nacional des de l'estat: l'estat-nació.

2.- Les polítiques i les iniciatives públiques en matèria de cultura durant la industrialització europea. Les metròpolis europees i les grans institucions culturals (museus, biblioteques, arxius, etc.). El paper emancipador de la cultura en la tradició obrera i popular durant la gestació de la cultura de masses. La lluita contra l'exclusió (de la cultura i de la modernitat) i el paper dels estats.

3.- Les polítiques culturals dels grans estats totalitaris. De l'hegemonia franco-britànica a l'hegemonia nordamericana. De la tradició de tòpics populars a la generació controlada d'estereotips i els "caràcters nacionals". La cultura com a imatge de marca dels estats durant la modernitat

4.- Les relacions entre política, economia i cultura. Les estratègies d'intervenció pública sobre el patrimoni cultural. El potencial econòmic i simbòlic del patrimoni cultural. Patrimoni cultural material i patrimoni intangible. La relació entre cultura i identitat.

5.- Cultura popular de participació i cultura de consum popular. Polítiques públiques i autonomia relativa de la cultura popular. Intervenció i reassignació de sentit a les pràctiques culturals col·lectives. La cultura masses i l'hegemonia de les indústries de l'entreteniment. La protecció i l'estímul de les arts.

6.- Polítiques públiques de mitjans com a base de les polítiques culturals. Els mitjans i les xarxes com a infraestructures de la cultura. La regulació jurídica, tècnica i econòmica en el desenvolupament local de la indústria audiovisual. L'assignació de la funció prescriptora en matèria de cultura: escola i mitjans de comunicació.

7.- L'impacte del canvi tecnològic en la cultura i en les formes d'accedir-hi i participar-hi. Les grans infraestructures i equipaments culturals contemporanis (arxius, biblioteques, museus, auditoris, teatres, centres de creació i exhibició, ...). Els models de finançament de la cultura. La relació entre el sector públic i el privat.

8.- El cost i la rendibilitat social de la cultura. Els pressupostos de cultura, la seva estructura i la seva legitimació. Responsabilitat social, patrocini, mecenatge, dació, desgravació..., l'actitud del capital privat davant la cultura. El col·leccionisme i les fundacions privades.

9.- Les polítiques de garantia d'accés universal a la cultura, a la informació i al coneixement com a fonament de les polítiques socials i d'igualtat. Les polítiques culturals com a polítiques socials i com a quarta pota de l'estat del benestar. El servei públic en l'àmbit cultural. Els riscos de la gratuïtat.

Metodologia

Les sessions partiran d'exposicions ordenades dels temes del programa a càrrec del professor o dels participants. En alguns temes, les exposicions aniran acompanyades de textos (de lectura prèvia recomanada i dipositats al campus

virtual o bé, si són breus o es tracta de fragments il·lustratius, distribuïts durant la sessió). Cada tema tractat inspirarà un debat entre els participants assistents. Si són de procedències molt diverses això pot afavorir-lo i fer-lo més enriquidor perquè permet eixamplar em camp d'experiències.

Es treballarà amb materials de "literatura grisa": Plans estratègics de països, sectorials o de grans institucions o equipaments; iniciatives legislatives (lleis sobre cultura, sector editorial, cinema, llengües; desenvolupaments regionals de grans documents com ara la Convenció de la UNESCO sobre la diversitat cultural; programes de cultura i mitjans de comunicació de determinats estats, o formacions polítiques -això permet estudis comparatius. Sempre parant atenció especial als sistemes culturals més pròxims, als d'origen dels participants i als que visquin processos més interessants mentre es desenvolupa el mòdul.

L'eix del curs és partir del coneixement teòric i de les experiències disponibles per poder fonamentar propostes d'intervenció política i inspirar models de gestió de la cultura i la comunicació.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Sessions ordinàries del mòdul i la seva preparació	60	2,4	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Visita a un gran equipament cultural (MNAC, MACBA, Teatre Nacional, Auditori, etc..., per conèixer el seu funcionament intern i el seu model de gestió.	10	0,4	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

Avaluació

La programació del mòdul explicitarà les activitats formatives i els lliuraments, segons les taules següents. En aquest requadre el professor pot introduir un text explicatiu de la programació o, si cal, fer referència a un document extern que haurà d'estar al campus virtual)La programació específica constarà al campus virtual de manera prèvia a l'inici de les sessions del mòdul

El curs s'avaluarà a partir de la participació en les discussions presencials o virtuals dels temes tractats, de l'elaboració de fitxes crítiques de lectura de textos (acadèmics, programes de govern, documents d'institucions, informes experts, etc.) i de la presentació i exposició d'un projecte o pla de campanya o d'intervenció en algun àmbit específic de la cultura, o buscant resoldre algun problema concret (preferentment, susceptible de ser aplicat realment)

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Fitxes de lectura (2 per alumne) (10.000 caràcters)	Domini de la bibliografia especialitzada. Familiarització amb els conceptes i perspectives propis del sector	40	1,6	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

Preparació del projecte o pla d'actuació (màxim 30.000 caràcters)	Preparar i exposar un pla d'intervenció abordant temes i problemes reals com a demostració de la capacitat de diagnòstic, planif	40	1,6	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
---	--	----	-----	------------------------

Bibliografia

ALONSO, G; BONET, LI; GARZÓN, A i SCHARGORODSKY, H (2010). Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. UNESCO. Buenos Aires. (www.unesco.org/es/guia-industrias-culturales)

BUSTAMANTE, Enrique (Ed.) (2011). Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital. Editorial Gedisa, Barcelona.

CASACUBERTA, D, GARCÍA ALBA, J et al. (2008). Industrias culturales en la web 2.0

Fondo Multilateral de Inversiones. BID.

COMISIÓN EUROPEA (2010). Libro verde: Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas. Brusel·les.

CAC (Consell de l'Audiovisual de Catalunya). (2005) Quaderns del CAC núm 21. Número commemoratiu: XXV aniversari de l'Informe MacBride: Comunicació Internacional i Polítiques de Comunicació. Barcelona.

CoNCA (Consell Nacional de la Cultura i de les Arts). (2016). Informe anual sobre l'Estat de la Cultura i de les Arts a Catalunya. 2016. Barcelona

De MORAGAS, Miquel (2011). Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa. Editorial Gedisa, Barcelona.

MATTELART, Armand (2006). Diversidad cultural y mundialización. Paidós, Barcelona.

PETIT, Martí (2012). Por un mercado inteligente. Diversidad cultural, mercado y regulación.

Erasmus ediciones, Vilafranca (Barcelona).

REY, G (2009). Industrias culturales, Creatividad y Desarrollo. AECID. Madrid.

TRESSERRAS, Joan Manuel (2010). Polítiques de cultura i construcció nacional. DG de Difusió Corporativa de la Generalitat, Barcelona.

ZALLO, R. (2011). Estructuras de la comunicación y la cultura. Políticas para la era digital. Editorial Gedisa, Barcelona.