

**La Cultura en los Medios de Comunicación**

Código: 100030  
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2502758 Humanidades	OB	3	2

## Contacto

Nombre: Josep Maria Perceval Verde

Correo electrónico: JosepMaria.Perceval@uab.cat

## Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: Sí

Algún grupo íntegramente en español: No

## Prerequisitos

Conocimientos elementales del mundo de la comunicación

## Objetivos y contextualización

La asignatura de Comunicación Cultural pretende que el estudiante se conciencie de las Redes de comunicación  
La comunicación cultural, superando la visión elitista que practicaba el a

## Competencias

- Analizar críticamente la cultura contemporánea.
- Identificar los procesos históricos en los que se inscribe la cultura contemporánea.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.
- Utilizar adecuadamente los recursos y metodologías que se utilizan en el estudio de la cultura contemporánea.

## Resultados de aprendizaje

1. Aplicar el conocimiento de los distintos géneros culturales a los medios de comunicación.
2. Cuestionar los comportamientos establecidos ante los medios audiovisuales.
3. Definir el valor de las revistas culturales en la cultura contemporánea.
4. Emplear la terminología y el estilo adecuados en la construcción de un texto periodístico.
5. Identificar las técnicas de producción y realización en medios impresos, audiovisuales e hipermedia.
6. Relacionar las creaciones artísticas de diferentes épocas con otros fenómenos culturales.
7. Valorar las implicaciones de la fotografía, el cine, el vídeo y la televisión como medios difusores de la cultura.

## Contenido

temario

Pequeña introducción explicando programa: Redes de comunicación y valores culturales.

Introducción conceptual

1.1. Cultura y comunicación: el paso de una sociedad multicultural a una sociedad intercultural. La pervivencia del discurso patriarcal en ESTE camino cultural.

1.2. Definición y Evolución del concepto 'cultura'

1.3. El debate sobre niveles de cultura (cultura de élite) y la cultura de masas (cultura mainstream)

1.4. Definición de 1 medio de masas: el impreso elitista al producto de consumo cultural.

1.5. Institucionalización de la cultura de masas. El concepto de industria cultural y el consumo cultural.

Cultura, mitjans y comunicación de masas.

2.1. Teorías, escuelas y autores: debates Alrededor de la cultura de masas.

2.2. De la Escuela de Frankfurt (Adorno, Benjamin, Habermas) en las Redes de Castillo y en los Críticos estadounidenses radicales.

2.3. Teoría interpretativa, teoría funcionalista (Tylor y Raddcliffe-Brown)

2.4. Conceptos en discusión: apropiación '(Ricoeur), hegemonía cultural' (Gramsci), género discursivo y polifonía (Bajtin), autocontrol y ombralls de vergüenza (Elías), disrupción, construcción cultural y discurso (Foucault) Recepción y re-contextualización (Michel de Certeau), habitus Distinción y campo (Bourdieu), interfaz (Goody), ...

2.5. Contracultura y cultura 'basura' Los medios contra la cultura y la rebelión de la cultura urbana (De Warhol al Fenómeno Banksy).

2.6. La ideología de los medios: ideología de la comunicación

Las fuentes de la información cultural. Los Géneros de la información cultural.

La información cultural en los medios de masas

4.1. La información cultural en la prensa. Política de Géneros. Estabilidad e innovación en el marco de los Diferentes sistemas mediáticos.

4.2. La información cultural en la radio. Oralidad y escritura: divulgación y creación. Nuevos formatos. Programación sobre información cultural a la parrilla radiofónica. La radio en la era analógica y en la era digital.

4.3. Concepto de cultura en la era de la televisión. Definición y Evolución de los formatos culturales en la televisión. Debates sobre la figura y Evaluación del intelectual y actuación de los Críticos televisivos (Análisis de Reich-Ranicki, Bernard Pívor, Oprah Winfrey, Sánchez Dragó, Jaime Bayly ...). Programas y Cadenas culturales en Europa del Servicio Público. Televisiones generalistas y televisiones temáticas.

4.4. Cambios en relación a la cultura, la información, el Conocimiento en la era de Internet. Renovación de los circuitos de difusión cultural. Nuevo concepto de creación cultural. La cultura crítica en la era de Internet. Los nuevos actores de la cultura. Autor y Propiedad intelectual en el nuevo espacio de producción de la red. Formatos para Internet y formatos híbridos.

4.5. La ficción en la TV cultural.

4.6. Los videojuego y en los nuevos Dispositivos culturales de masas.

## Metodología

clases magistrales

Proyecciones de videos y comentarios de texto

Recensión de salidas a exposiciones y actos culturales

Trabajos práctisc sobre cultura urbana

Intervenciones en clase

## Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases dirigidas	0	0	1, 3, 2, 6, 7
Tipo: Supervisadas			
Prácticas supervisadas	0	0	4, 5

## Evaluación

Evaluación continua mediante preguntas test al final de cada sesión lectiva

Evaluación de las prácticas pedidas

Test final de curso sobre los contenidos expuestos

habrá recuperación para aquellos alumnos que lleguen a un promedio de 3,5 en la nota final

Sólo pueden recuperar los suspendidos

Constará como no evaluable aquel alumno que no se haya presentado a ninguna de las pruebas.

También constará como no evaluable aquel alumno que se haya presentado a menos del 30% de las pruebas y prácticas

## Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Dirigidas	Supervisadas	16	0,64	5, 6
Dirigidas	Supervisadas	100	4	3, 7
Título	Peso	34	1,36	1, 4, 2, 6

## Bibliografía

Bibliografía

- BAUMANN, Zygmunt (2002). La cultura como praxis, Paidós.

- BOURDIEU, Pierre (2000) *¿Qué significa Hablar?*, Akal
- BURNETT, Robert (1999) *The Global Jukebox. The international Music Industry*. London. Routledge.
- BUSTAMANTE, Enrique (Coord.) (2003) *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la Era Digital*. Gedisa.
- ELIOT, Thomas (2003). *La unidad de la cultura europea. Notas para la definición de la cultura*. Encuentro. Madrid.
- FLICHY, Patrice *Lo imaginario de Internet*. Tecnos. Madrid. 2003. -
- GARCIA CANCLINI, N. (1999). *La globalización imaginada*. Paidós. Buenos Aires.
- HEINICH, Nathalie (2016), *l'artiste contemporain*, Lombard, Bruxeles.
- HEINICH, Nathalie (2009) *Guerres culturelles et art contemporain*, Hermann, Paris.
- MARTEL, F., (2011) *Cultura Mainstream*, Taurus.
- MATTELART, Armand (1995) *La invención de la comunicación*. Bosch. Barcelona.
- MATTELART, Armand (2006) *Diversidad cultural y mundialización*. Paidós. Barcelona.
- PERCEVAL, José María (2015) *Historia mundial de la Comunicación*, cátedra.
- SMIERS, Joost (2006) *Un mundo sin copyright. Artes y medios en la globalización*. Gedisa. 2006.
- VOGEL, Adrain (2004) *La industria de la cultura y el ocio. Un análisis económico*. Datautor.
- WARNIER, Jean Pierre (2005) *La mundialización de la cultura*. Gedisa. Barcelona.