

Políticas Culturales en el Capitalismo Global

Código: 42450
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4313227 Medios, Comunicación y Cultura	OT	0	2

Contacto

Nombre: Joan Manuel Tresserras Gaju

Correo electrónico: JoanManuel.Tresserras@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)

Otras observaciones sobre los idiomas

La composición del grupo determinará el uso del castellano o el inglés para facilitar la comunicación en las sesiones y las tutorías.

Prerequisitos

Los propios del máster en su conjunto. Será conveniente partir de un conocimiento previo de los rudimentos de las ciencias de la comunicación.

Objetivos y contextualización

El curso estudia el progresivo desarrollo desde las administraciones públicas occidentales de políticas de fomento de la actividad cultural y de protección de los propios sectores industriales, como una manera de intervenir en ámbitos como: la defensa del patrimonio lingüístico y cultural, la construcción de la hegemonía interna y la vertebración de la "conciencia nacional", la obtención de influencia internacional, el logro de unos niveles universales de conocimientos y referencias concebidos como una clave del desarrollo económico, como factor de las políticas de bienestar, o como base imprescindible para la calidad democrática de una sociedad. El objetivo es preparar a personas que estén en condiciones de asumir la responsabilidad de planificar las políticas y liderar la gestión de las principales instituciones y equipamientos en torno a las cuales se organiza el macrosector de la cultura y la comunicación.

Competencias

- Dirigir y trabajar en equipos de carácter interdisciplinar.
- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base y oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
- Ser capaz de planificar y dirigir proyectos de investigación básica y aplicada en comunicación mediática y cultura.
- Ser capaz de planificar, dirigir y evaluar políticas culturales y de comunicación tanto en el ámbito local como internacional con el uso de las nuevas formas de comunicación social.

Resultados de aprendizaje

1. Dirigir y trabajar en equipos de carácter interdisciplinar.
2. Diseñar y aplicar acciones de política cultural y de comunicación en el nuevo entorno tecnológico
3. Diseñar y planificar acciones para la intervención en los modelos público y privada de financiación cultural
4. Diseñar y planificar acciones que contribuyan a las políticas públicas de acceso universal a la cultura, la información y el conocimiento
5. Diseñar, planificar y dirigir proyectos de investigación para su aplicación a la gestión de los equipamientos culturales
6. Diseñar, planificar y dirigir proyectos de investigación para su aplicación a las políticas culturales de ámbito local, nacional e internacional
7. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base y oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
8. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo

Contenido

Programa:

- 1.- La experiencia ilustrada y los precedentes contemporáneos de las políticas culturales. La escolarización y la alfabetización. Procesos de unificación cultural y de construcción nacional desde el estado: el estado-nación.
- 2.- Políticas e iniciativas públicas en materia cultural durante la industrialización europea. Las metrópolis europeas y las grandes instituciones culturales (museos, bibliotecas, archivos, etc.). El papel emancipador de la cultura en la tradición obrera y popular durante la gestación de la cultura de masas. La lucha contra la exclusión (de la cultura y de la modernidad) y el papel de los estados.
- 3.- Las políticas culturales de los grandes estados totalitarios. De la hegemonía franco-británica a la hegemonía norteamericana. De la tradición de tópicos populares a la generación controlada de estereotipos y los "caracteres nacionales". La cultura como imagen de marca de los estados durante la modernidad.
- 4.- Las relaciones entre política, economía y cultura. Las estrategias de intervención pública sobre el patrimonio cultural. El potencial económico y simbólico del patrimonio cultural. Patrimonio cultural material y patrimonio intangible. La relación entre cultura e identidad.
- 5.- Cultura popular de participación y cultura de consumo popular. Políticas públicas y autonomía relativa de la cultura popular. Intervención y reasignación de sentido en las prácticas culturales colectivas. La cultura de masas y la hegemonía de las industrias del entretenimiento. La protección y el estímulo de las artes.
- 6.- Políticas públicas de medios como base de las políticas culturales. Los medios y las redes como infraestructuras de la cultura. La regulación jurídica, técnica y económica en el desarrollo local de la industria audiovisual. La asignación de la función prescriptora en materia cultural: escuela y medios de comunicación.
- 7.- El impacto del cambio tecnológico en la cultura y en las formas de acceso y participación. Las grandes infraestructuras y equipamientos culturales contemporáneos (archivos, bibliotecas, museos, auditorios, teatros, centros de creación y exhibición...). Los modelos de financiación de la cultura. La relación entre el sector público y el privado.
- 8.- El coste y la rentabilidad social de la cultura. Los presupuestos de cultura, su estructura y su legitimación. Responsabilidad social, patrocinio, mecenazgo, dación, desgravación... La actitud del capital privado ante la cultura. El coleccionismo y las fundaciones privadas.
- 9.- Las políticas de garantía de acceso universal a la cultura, a la información y al conocimiento como cimentadoras de las políticas sociales y de igualdad. Las políticas culturales como políticas sociales y como cuarto pilar del estado del bienestar. El servicio público en el ámbito cultural. Los riesgos de la gratuidad.
- 10.- La transcendencia de la culturización y la capacidad autónoma de procesar información como

fundamento de la libertad personal y de la calidad democrática de las sociedades. Hacia nuevas modalidades de intervención pública sobre la cultura en la era de las redes y las comunidades.

Metodología

Las sesiones partirán de exposiciones ordenadas de los temas del programa a cargo del profesor o de los participantes. En algunos temas, las exposiciones irán acompañadas de textos (de lectura previa recomendada y depositados en el campus virtual o bien, si son breves o se trata de fragmentos ilustrativos, distribuidos durante la sesión). Cada tema tratado inspirará un debate entre los participantes asistentes. Si son de procedencias muy diversas esto puede favorecerlo y hacerlo más enriquecedor porque permite ensanchar el campo de experiencias.

Se trabajará con materiales de "literatura gris": Planes estratégicos de países, sectoriales o de grandes instituciones o equipamientos; iniciativas legislativas (leyes sobre cultura, sector editorial, cine, lenguas; desarrollos regionales de grandes documentos como la Convención de la UNESCO sobre la diversidad cultural, programas de cultura y medios de comunicación de determinados estados, o formaciones políticas -esto permite estudios comparativos. Siempre prestando atención especial a los sistemas culturales más próximos, los de origen de los participantes ya los que vivan procesos más interesantes mientras se desarrolla el módulo.

El eje del curso es partir del conocimiento teórico y de las experiencias disponibles para poder fundamentar propuestas de intervención política e inspirar modelos de gestión de la cultura y la comunicación.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Sesiones ordinarias del módulo y su preparación	60	2,4	7, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 1
Visita a un equipamiento cultural para conocer su estructura y funcionamiento	10	0,4	7, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 1

Evaluación

El curso se evaluará a partir de la participación en las discusiones presenciales o virtuales de los temas tratados, de la elaboración de fichas críticas de lectura de textos (académicos, programas de gobierno, documentos de instituciones, informes expertos, etc.) y de la presentación y exposición de un proyecto o plan de campaña o de intervención en algún ámbito específico de la cultura, o buscando resolver algún problema concreto (preferentemente, susceptible de ser aplicado realmente).

Las dos fichas de lectura supondrán el 30% de la nota final. Un 20% corresponderá a la participación en los debates. El proyecto expuesto supondrá el 50% restante de la nota final.

La reevaluación, si fuera necesaria, de cualquiera de las fichas o el proyecto tendrá lugar antes del día 30 de abril.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Debates. Participación	20%	0	0	7, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 1

Fichas de lectura (2 por alumno/a) (máximo 10.000 caracteres)	30% de la nota/ficha. Acceso a la bibliografía especializada. Familiarización con conceptos y perspectivas del ámbito	40	1,6	7, 2, 3, 4, 5, 6, 8
Preparación de un proyecto o plan de actuación (máximo 30.000 caract.)	50% de la nota final. Preparar y exponer un plan de intervención que aborde algún problema real del sector.	40	1,6	7, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 1

Bibliografía

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). (2019). Informe anual sobre l'Estat de la Cultura i de les Arts a Catalunya. 2018. 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.

PARISER. Eli (2017) El filtro burbuja. Como la web decide lo que leemos y lo que pensamos. Taurus. Barcelona.

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

Erasmus ediciones, Vilafranca (Barcelona).

REY, German (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, Ramón. (2011). Estructuras de la comunicación y la cultura. Políticas para la era digital. Editorial Gedisa, Barcelona.