



Universitat Autònoma
de Barcelona

2020/2021

Políticas de Comunicación e Industrias Culturales

Código: 103094

Créditos: 6

Tipo: OT Curso: 4 Semestre: 2

Titulación

2501933 Periodismo

Profesor/a de contacto

Nombre: Marc Blasco Duatis

Correo electrónico: marc.blasco@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)

Grupo íntegro en inglés: No

Grupo íntegro en catalán: Sí

Grupo íntegro en español: No

Prerrequisitos

Tener aprobada la materia "Políticas de Comunicación" de tercer curso.

Objetivos

Conocer la naturaleza específica de los diversos ámbitos de la gestión pública de la comunicación (los instrumentos normativos y su tramitación, el régimen de concesiones, la regulación, etc.). Desarrollar criterios para analizar las políticas actuales y poder proyectar modelos de futuro.

Conocer la naturaleza específica de los diversos ámbitos de la gestión pública de la cultura, especialmente en los ámbitos que adoptan forma industrial (desde el patrimonio monumental o los museos, y sus vinculaciones al sector turístico; hasta las artes escénicas y del espectáculo o las industrias de la producción de contenidos audiovisuales y su distribución). Los instrumentos (planificación, estímulo, ordenación de la relación entre el sector público y el privado, financiación de infraestructuras, prescripción, etc.). Desarrollar criterios para analizar las políticas actuales y poder proyectar modelos de futuro.

Familiarizarse, en general, con las diversas modalidades de la actividad profesional vinculadas al ámbito, desde la perspectiva de la planificación y la ejecución de las políticas de la gestión de medios y de los procesos culturales.

Competencias y resultados de aprendizaje

Competencias:

- Aplicar el método científico de forma adecuada, planteando hipótesis relativas a la comunicación periodística, validando y verificando las ideas y conceptos, y reseñando correctamente las fuentes.
- Aplicar el pensamiento científico con rigor.
- Demostrar conciencia ética así como empatía con el entorno.
- Demostrar un conocimiento adecuado de la realidad socio-comunicativa de Cataluña en el contexto español, europeo y mundial.
- Desarrollar un pensamiento y un razonamiento críticos y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
- Diferenciar las principales teorías de la disciplina, sus campos, las elaboraciones conceptuales, los marcos y enfoques teóricos que fundamentan el conocimiento de la materia y sus diferentes ámbitos y sub-áreas, y adquirir un conocimiento sistemático de la estructura de los medios de comunicación.
- Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
- Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación y en la actividad profesional.
- Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.

Resultados de aprendizaje:

1. Analizar la influencia de los medios de comunicación en la opinión pública.
2. Aplicar de forma transversal los métodos científicos en el análisis de la relación entre cambio tecnológico y accesibilidad a los medios.
3. Aplicar el pensamiento científico con rigor.
4. Comparar la realidad socio-comunicativa de Cataluña con el contexto español y europeo desde el punto de vista de las industrias culturales.
5. Demostrar conciencia ética i empatía con el entorno.
6. Desarrollar un pensamiento y un razonamiento críticos y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
7. Describir la realidad socio-comunicativa de Cataluña en el contexto español y europeo desde el punto de vista político.
8. Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.

9. Establecer relaciones entre el conocimiento comunicativo y las ciencias sociales, humanas y tecnológicas en proceso de implementación de estrategias y políticas de comunicación.
10. Fundamentar las corrientes semióticas contemporáneas y aplicarlas a la comunicación y al periodismo.
11. Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación y en la actividad profesional.
12. Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.
13. Valorar los impactos sociales de la mediación tecnológica en la comunicación contemporánea.

Contenidos

TEMA 1: Las industrias culturales y los medios como "industrias de la experiencia". Sus efectos sobre las formas de conciencia. Intervención pública y privada. Razones, mecanismo y modelos.

TEMA 2: Las políticas de comunicación y cultura. Quién las hace? Como se hacen. Los marcos normativos y los regímenes concesionales. Los recursos y los presupuestos. La gestión pública en el sector. Los perfiles profesionales involucrados.

TEMA 3: Las políticas económicas que condicionan la comunicación y la cultura. El gobierno de un macrosector estratégico. Las relaciones entre comunicación, educación y cultura. Las "malas prácticas", el partidismo y el lobismo en las políticas de comunicación y cultura. La remuneración de la creación y la producción de contenidos.

TEMA 4: Consecuencias del cambio tecnológico y la crisis económica en los hábitos y comportamientos referidos a la comunicación y la cultura. El paradigma del entretenimiento. El espacio de la cultura en el contexto de pandemia mundial.

TEMA 5: Sistema de comunicación y sistema cultural como infraestructuras. ¿Cuáles son las infraestructuras fundamentales de una cultura? La importancia estratégica de la producción. La importancia social del acceso y de la distribución.

TEMA 6: Las políticas de comunicación y cultura como políticas de la organización La autoorganización de la sociedad. La cultura cívica. Comportarse como un medio. La contracultura (postmodernismo, cultura underground, subcultura y antisistema).

TEMA 7: La superposición de sistemas en entornos multiculturales. Diversidad cultural y grandes mercados homogéneos. Lenguas, lenguajes, estereotipos y patrimonios simbólicos. La información, el conocimiento y la cultura, espacios y factores centrales de discriminación social.

TEMA 8: El campo de la comunicación y la cultura como pilar del estado del bienestar. Las diferentes perspectivas en la consideración de las capacidades liberadoras o dominadoras de las redes digitales. La apropiación privada y la depredación de los patrimonios culturales comunitarios en la era digital.

TEMA 9: Las políticas catalanas de cultura y comunicación. La acción de gobierno (legislación, fomento, inversión, subvención, concertación, adjudicación, priorización sectorial y publicidad institucional).

TEMA 10: Los discursos sobre la sociedad del conocimiento y la creatividad como ideología de las políticas públicas en el macrosector de la comunicación y la cultura (la información y los contenidos). Los retos actuales en la gestión de instituciones, agencias, grupos, medios e industrias de la cultura y la comunicación.

Metodología

La metodología consistirá en exposiciones en clase del temario previsto y la realización de debates dirigidos en los seminarios, sobre literatura gris del sector y casos de actualidad.

La metodología docente y la evaluación propuestas pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Actividades formativas

Títulp	HORAS	ECTS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
Tipo: Dirigidas			
Clases magistrales	34	1,36	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13
Seminarios	17	0,68	3, 4, 7, 9, 11, 12
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	10	0,4	3, 5, 7, 8, 11, 12,
Tipo: Autónomas			
Trabajo Autónomo del alumnado	85	3,4	1, 2, 5, 7, 10, 11, 12

Evaluación

El 50% de la nota corresponderá al trabajo individual o en equipo (máximo 4 personas) convenientemente propuesto y acordado. Deberá estar elaborado y entregado en las últimas sesiones del curso. El trabajo será expuesto, debatido y defendido en clase.

El 50% restante de la nota corresponderá a las intervenciones y asistencia durante los seminarios (10%) y una exposición de un tema o texto acordado, individual (40%), sobre la materia tratada durante el curso.

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades, el peso de las cuales sea de un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura. La actividad que queda excluida del proceso de recuperación es la participación activa en los seminarios.

El estudiant que realice qualsevol irregularitat (copia, plagio, suplantació de identitat,...) se qualificarà amb 0 d'aquest acte d'avaluació. En cas de que se produïssin diverses irregularitats, la qualificació final de la assignatura serà 0.

Actividades de evaluación

Títol	Peso	HORAS	ECTS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
Exposició sobre tema o text acordat	40%	4	0	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13
Participació activa en els seminaris	10%	0	0	3, 4, 7, 9, 11, 12
Treball individual o en equip	50%	0	0	1, 2, 5, 7, 10, 11, 12

Bibliografía

AA.DD. (2010). Políticas para la creatividad. UNESCO, Barcelona.

Disponible en: <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/220384s.pdf>

AA.DD. (2018). Repensar las políticas culturales: creatividad para el desarrollo. UNESCO, França.

Disponible en: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265419>

AA.DD. (2005). Comunicació internacional i polítiques de comunicació. XXV aniversari de l'Informe MacBride. Número extraordinari de Quaderns del CAC. Incom UAB / CAC. Barcelona. Disponible en: <https://www.cac.cat/documentacio/xxv-aniversari-linforme-macbride-comunicacio-internacional-i-politiques-comunicacio>

AA.DD./ IncomUAB (2019). Informe de la Comunicació a Catalunya 2017-2018. Generalitat de Catalunya. Barcelona. Disponible en: <https://incom.uab.cat/informe/edicion.html?id=17>

BUSQUETS DURAN, Jordi (ed.) (2017). Los nuevos escenarios de la cultura en la era digital. Editorial UOC. Barcelona.

CAC (Consell de l'Audiovisual de Catalunya) (2001). La definició del model de servei públic al sector de l'audiovisual. Barcelona. Disponible en: <https://www.cac.cat/es/documentacio/la-definicio-del-model-servei-public>

CAC (2019). Informe sobre el sector audiovisual a Catalunya (Informes anuals anteriors). CAC, Barcelona. Disponible en: <https://www.cac.cat/es/acords-recerca/informes-del-sector-audiovisual>

CAC (2016). Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya. Generalitat de Catalunya. Barcelona. Disponible en: <http://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/lilibreblancaudiovisual.pdf>

CoNCA (Consell Nacional de la Cultura i de les Arts) (2018). Dimensió social de la cultura. Estat de la Cultura i de les Arts. 2018. Barcelona. Disponible en: https://conca.gencat.cat/web/.content/arxius/publicacions/informe_anual_2018/INFORME_2018-CAT-web.pdf

CUNY, Laurence (2020). Libertad & creatividad: defender el arte, defender la diversidad. UNESCO, França.

Disponible en: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373360>

Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació (2010). Pla d'equipaments culturals de Catalunya. 2010-2020. Generalitat de Catalunya, Barcelona. Disponible en: https://cultura.gencat.cat/web/.content/dgccc/08_Serveis/Publicacions/documents/arxiu/pec_26_01_11.pdf

MacBRIDE, Sean y otros (1980). Un sólo mundo, voces múltiples (Informe de la Comisión Internacional sobre problemas de la Comunicación) UNESCO (París), Fondo de Cultura Económica, México. Disponible en: <http://diversidadaudiovisual.org/un-solo-mundo-voces-multiples-informe-macbride/>

FERNÁNDEZ, Isabel y de MORAGAS, Miquel (eds.) (2008). Communication and Cultural Policies in Europe. Generalitat de Catalunya (IncomUAB, Càtedra UNESCO de comunicació). Barcelona.

FERNÁNDEZ, Isabel (ed.) (2017). Austeridad y clientelismo. Política audiovisual en España en el contexto mediterráneo y de la crisis financiera. Gedisa. Barcelona.

de MORAGAS, Miquel y PRADO, Emili (2000). La televisió pública a l'era digital. Pòrtic/CIC, Barcelona.

MUÑOZ LÓPEZ, Blanca (2007). De las industrias culturales a los circuitos culturales. La metamorfosis de un proceso ideológico. Sociedad y Utopía. Revista de Ciencias Sociales, 29: 19-36. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2276199>

SIERRA, Francisco (2006). Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento. Gedisa, Barcelona.

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

TRESSERRAS, Joan Manuel (2016). L'ecosistema cultural català. A: S. GINER i O. HOMS (dir.) Raó de Catalunya. La societat catalana del segle XXI. Pp 397-414. IEC & EC. Barcelona.

ZALLO, Ramón (2011). Estructuras de la comunicación i la cultura. Políticas para la era digital. Gedisa, Barcelona.

ZALLO, Ramón (2016). Tendencias en comunicación. Cultura digital i poder. Gedisa Barcelona.