

Polítiques Culturals en el Capitalisme Global

Codi: 42450
Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
4313227 Mitjans, Comunicació i Cultura	OT	0	1

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: Catalina Gaya Morla

Correu electrònic: Catalina.Gaya@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Altres indicacions sobre les llengües

La composició del grup determinarà l'ús del 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 paper de la Comunicació en els processos de democratització cultural de les institucions culturals, fent especial èmfasi en les públiques. La Comunicació propicia metodologies participatives que permeten l'entrada, tant d'actors com de relats no hegemònics, a les institucions culturals. En aquest sentit, la comunicació participativa juga un paper fonamental en la revisió de discursos culturals hegemònics, així com també en la incorporació de la memòria col·lectiva en els debats socials.

Els 17 objectius de l'Agenda 2030 de Desenvolupament Sostenible recullen el compromís -adoptat per administracions locals i supranacionals- envers la igualtat, la complexitat social i ens situen davant l'escenari -i el repte- de repensar quin és el paper de les institucions culturals en la revisió dels relats culturals, tant en els processos de producció d'aquests com en el resultat final.

En paral·lel, la demanda social d'igualtat i de revisió del coneixement social compartit -en tant que heteropatriarcal, occidental, blanc i homogeneïtzador- exigeixen que les institucions culturals públiques engeguin processos de reflexió de segon ordre per tal de deconstruir imaginaris socials i metodologies, que fins ara els han permès generar un relat cultural, i, al mateix temps, plantejar-se com poden crear altres narratives, en plural, més complexos, no estàtiques, sorgides del dubte i que incorporin la possibilitat de canvi i també les contradictoris.

En aquest sentit, el curs parteix de la premissa que les institucions culturals, en tant que laboratoris de producció simbòlica, no poden ser alienes ni a les exigències socials de revisió del relat hegemònic ni poden convertirels plans d'igualtat en manifestacions d'allò que es coneix com a *purple washing*. Per això, al llarg del curs, estudiarem com la Comunicació pot jugar un paper clau en aquest procés de canvi de mirada i de relat que experimenten les institucions culturals avui dia.

L'objectiu del curs és preparar persones que estiguin en condicions d'assumir la responsabilitat de planificar les polítiques de canvi del relat cultural -incloent els processos de participació- i liderar la gestió de les principals institucions i equipaments culturals 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 i dirigir projectes de recerca bàsica i aplicada en comunicació mediàtica i cultura
- 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.
- 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. El context: cultura, participació social, identitats culturals i relats culturals. Les polítiques de democratització de la cultura versus la democràcia cultural com a aposta política. Aprenentatges de casos a Amèrica llatina i a Europa.
- 2.- Les relacions entre política, economia i cultura. Les estratègies d'intervenció pública sobre el patrimoni cultural. El debat entorn al patrimoni. El potencial econòmic i simbòlic del patrimoni cultural. Patrimoni cultural material i patrimoni intangible. La relació entre cultura i identitat.
3. Drets culturals i governança cultural. Un escenari de canvi, reptes i debats entorn de la creació, l'autoria i la responsabilitat de les institucions culturals.
4. El rol de la Comunicació en els processos de participació ciutadana i en el canvi de relat de les institucions culturals públiques.
5. La comunicació com a eina de mediació en tant que diagnosi i intervenció per a la creació de relats no hegemònics. Metodologies i debats.
6. La incorporació dels relats no hegemònics i la demanda de la igualtat de gènere en les institucions culturals. De la denúncia activista de la invisibilitat, com és el cas de les Guerrilla Girls, a la intervenció pel canvi.
- 7.- Cultura popular de participació i la 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 de masses i l'hegemonia de les indústries de l'entreteniment. La protecció i l'estímul de les arts i les cultures híbrides.
8. La mutació tecnocultural com a eina de transformació social i assoliments dels drets culturals. Des dels feminismes fins als debats i accions entorn del pensament postcolonial, el moviment LGTBI + Q. El debat entorn de l'accés i participació cultural.

9. La memòria col·lectiva com a repte per a les institucions culturals: metodologies i processos pel canvi del relat i el debat entorn de la democratització del relat cultural.

10. La metodologia feminista participativa com a eina per a fomentar la governança cultural en les institucions culturals públiques. Aprenentatges des de la Comunicació.

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 el 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

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).

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats el pes de les quals equivalgui a un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura.

Per poder-se presentar a la recuperació de l'assignatura, s'haurà hagut d'obtenir la nota mitjana de 3,5.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Debats. Participació al	20%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6,

seminari.				7, 8
Fitxes de lectura (2 per alumne/a) (màxim 10.000 caràcters)	30% de la nota/fitxa. Accés a la bibliografia especialitzada. Familiarització amb els conceptes i perspectives propis del sector	40	1,6	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
Preparació d'un projecte o pla d'actuació (màxim 30.000 caràcters)	50% de la nota final Preparar i exposar un pla d'intervenció abordant temes i problemes reals.	40	1,6	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

Bibliografia

Alario Trigueros, T. (2009) *Sobre mujeres y museos. Un nuevo dialogo*. Her & Mus. Heritage & Museography, 3, enero-febrero 2009, Gijón, pp. 21-26.

Alcántara, A. *Accio comunitaria i medi obert. Un binomi inseparable* [en línia], 2018.
<<https://educaciotransformadora.com/2018/06/12/accio-comunitaria-i-mediobert-un-binomi-inseparable-lescola-destiu-de-ligop-uab-al-rec-comtal-enmontcada-i-reixac/>>

Alonso, G; bonet, IL; Garzón, A y 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)

Barbieri, N. (2015) *Drets culturals: que son, com s'han desenvolupat a Catalunya i quin tipus de polítiques demanen*. A: CoNCA. Estat de la cultura i de les arts 2015. Barcelona: Consell Nacional de la Cultura i de les Arts, 2015

Boix, M. (2000) *Los generos delared: los ciberfeminismos*. Mujeres en Red. Universidad de A Coruña.
<http://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/ciberfeminismo-demiguel-boix.pdf>

Bonet, L. (2006), *Diversitat cultural i polítiques interculturals a Barcelona*. Barcelona: Fundació CIDOB. Dinàmiques interculturals n. 6 (llibre traduït al castellà)

Bonet, L. [dir.] (2003), *Llibre Blanc de les Indústries Culturals de Catalunya*. Barcelona: ICIC. Generalitat de Catalunya.

Bustamante, E. (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, M (2011). Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa. Editorial Gedisa, Barcelona.

Delgado, M. (2008). *La artistizacon de las politicas urbanas. El lugar de la cultura en las dinamicas de reappropriacion capitalista de la ciudad*. In Geocrática (Ed.), X Coloquio Internacional de Geocrática. Barcelona.

Eagleton, T (2017) *La idea de cultura* Editorial: Ediciones Paidós

García Canclini, N. (2001) *Culturas Híbridas*. Buenos Aires: Paidós.

Gayà Morlà, C. y Seró Moreno, L (2018): *Dona'm la mar. La incorporacio de la perspectiva de genere al Museu Maritim de Barcelona (MMB)*. En Museu Marítim de Barcelona
[<https://www.mmb.cat/projectes/donam-la-mar/>]

Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*. London: Pluto Press.

Gramsci, A. (2011): *¿Que es la cultura popular?* Valencia: Publicaciones de la Universitat de Valencia.

Marín Barbero, J. (1989): *Comunicacion y cultura: unas relaciones complejas*. Telos: cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad, 19, s/p. Barcelona. Anthropos.

Marín-Barbero, J., (2010). *De los medios a las mediaciones. Comunicacion, cultura y hegemonia*.

Mattelart, A (2006). *Diversidad cultural y mundialización*. Paidós, Barcelona.

Pariser. E (2017) *El filtro burbuja. Como la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Taurus. Barcelona.

Petit, M (2012). *Por un mercado inteligente. Diversidad cultural, mercado y regulación*. Erasmus ediciones, Vilafranca (Barcelona).

Plant, S. *Ceros + Unos*. (1998) *Mujeres digitales + la nueva tecnocultura*, Editorial Destino, Barcelona. Sierra, F. y Marfinez, M. (Coords.) (2013). *Comunicacion y Desarrollo. Practicas comunicativas y empoderamiento local*, Barcelona: Gedisa

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