

## Políticas Culturales en el Capitalismo Global

Código: 42450  
 Créditos ECTS: 6

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

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

### Contacto

Nombre: Catalina Gaya Morla

Correo electrónico: Catalina.Gaya@uab.cat

### Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

### 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 papel de la Comunicación en los procesos de democratización cultural de las instituciones culturales, haciendo especial énfasis en las públicas. La Comunicación propicia metodologías participativas que permiten la entrada, tanto de actores como de relatos no hegemónicos, a las instituciones culturales. En este sentido, la comunicación participativa juega un papel fundamental en la revisión de discursos culturales hegemónicos, así como también en la incorporación de la memoria colectiva en los debates sociales.

Los 17 objetivos de la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible recogen el compromiso, hecho por administraciones supranacionales y locales, en torno a la igualdad, la complejidad social y nos sitúan ante el escenario -y el reto- de repensar cuál es el papel de las instituciones culturales en torno a la revisión de su relato, tanto en los procesos de producción de este como en el resultado final.

En paralelo, la demanda social de igualdad y de revisión del conocimiento social compartido -en cuanto que heteropatriarcal, occidental, blanco y homogeneizador- exigen que las instituciones culturales públicas pongan en marcha procesos de reflexión de segundo orden para deconstruir los imaginarios sociales y las metodologías que hasta ahora les han permitido generar un relato cultural, y plantearse cómo pueden construir otras narrativas, en plural, participadas, más complejas, no estáticas, surgidas desde la duda y que incorporen la posibilidad de cambio y también las contradicciones.

El curso parte de la premisa que las instituciones culturales, en cuanto que laboratorios de producción simbólica, no pueden ser ajenas ni a las exigencias sociales de revisión del relato hegemónico ni pueden convertir los planes de igualdad en manifestaciones de aquello que se conoce popularmente como como purple washing. Por eso, a lo largo del curso, estudiaremos como la Comunicación puede jugar un papel clave en este proceso necesario de cambio de mirada y de relatos que experimentan las instituciones culturales hoy en día.

El objetivo del curso es preparar personas que estén en condiciones de asumir la responsabilidad de planificar las políticas de cambio de relato cultural-incluyendo procesos de participación- de las instituciones culturales, así como liderar la gestión de las principales instituciones y equipaciones culturales alrededor de 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 privado 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. El contexto: cultura, participación social, identidades culturales y relatos culturales. Las políticas de democratización de la cultura versus la democracia cultural como apuesta política. Aprendizaje de casos en Latinoamérica y Europa.
2. Las relaciones entre política, economía y cultura. Las estrategias de intervención pública sobre el patrimonio cultural. El debate en torno al patrimonio. El potencial económico y simbólico del patrimonio cultural. Patrimonio cultural material y patrimonio intangible. La relación entre cultura e identidad.
3. Derechos culturales y gobernanza cultural. Un escenario de cambio, retos y debates en torno a la creación, la autoría y la responsabilidad de las instituciones culturales.
4. El rol de la Comunicación en los procesos de participación ciudadana y en el cambio de relato de las instituciones culturales públicas.
5. La comunicación como herramienta de mediación en tanto que diagnosis e intervención para a la creación de relatos no hegemónicos. Metodologías y debates.
6. La incorporación de los relatos no hegemónicos y la demanda de la igualdad de género en las instituciones culturales. De la denuncia activista de la invisibilidad, como es el caso de las Guerrilla Girls, a la intervención por el cambio.
7. Cultura popular de participación y la cultura de consumo popular. Políticas públicas y autonomía relativa de la cultura popular. Intervención y reasignación de sentido a las prácticas culturales colectivas. La cultura de masas y la hegemonía de las industrias del entretenimiento. La protección y el estímulo de las artes y las

culturas híbridas.

8. La tecnomutación como herramienta de transformación social y logros de los derechos culturales. Desde los feminismos a los debates, y acciones, en torno al pensamiento postcolonial, el movimiento LGTBI + Q. El debate en torno al acceso y participación cultural.

9. La memoria colectiva como reto para las instituciones culturales: metodologías y procesos para el cambio del relato y el debate en torno a la democratización del relato cultural.

10. La metodología feminista participativa como herramienta para fomentar la gobernanza cultural en las instituciones culturales públicas. Aprendizajes desde la comunicación.

## 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 mi 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 viven 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.

### INFORMACIÓN COVID:

La metodología docente y la evaluación propuestas pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias. Asimismo, el calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura. En caso de cambio de modalidad docente por razones sanitarias, el profesorado informará de los cambios que se producirán en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

## 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.

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.

Para poder presentarse a la recuperación de la asignatura, será necesario haber obtenido una nota media de 3,5.

## 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

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. *Acció 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 Schgorodsky, 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](http://www.unesco.org/es/guia-industrias-culturales))

Barbieri, N. (2015) *Drets culturals: que són, 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 de la red: 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 politiques interculturals a Barcelona*. Barcelona: Fundació CIDOB. Dinàmiques interculturals n. 6 (llibre traduït al castellà)

Bonet, L. [dir.] (2003), *Libre Blanc de les Industries 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. Bruselas.

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 artisizacon 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 Marítim 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 Martínez, M. (Coords.) (2013). *Comunicacion y Desarrollo. Practicas comunicativas y empoderamiento local*, Barcelona: Gedisa

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

## Software

No aplicable a la materia.