

**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

Es recomendable tener ciertos conocimientos de ciencias de la comunicación y periodismo.

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.

## 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 Pivot, 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

Metodología. Hay tres tipos de actividades: dirigidas, supervisadas y autónomas.

o Autónomas. No cambiarán independientemente de que la docencia sea presencial o virtual.

o Dirigidas (clases teóricas y prácticas de aula). Se deben poder adaptarse, si es necesario, en el porcentaje que sea, a la docencia virtual, a través de los diversos sistemas existentes (Teams, powerpoints narrados, vídeos, podcasts, etc.). Proyecciones de vídeos y comentarios de texto; Recensión de salidas a exposiciones y eventos culturales; Trabajos pràctisc sobre cultura urbana; Intervenciones en clase o en foros virtuales si acaso.

- Prácticas Externas. Se deben programar contando que se podrán llevar a cabo presencialmente con las medidas adecuadas de protección.
- Supervisadas. En la medida en que son tutorizadas por el profesor / a, la presencialidad puede convertirse fácilmente en la virtualidad.

En caso de que el estudiante lleve a cabo cualquier tipo de irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un determinado acto de evaluación, este será calificado con 0, independientemente del proceso disciplinario que pueda derivarse de ello. En caso de que se verifiquen varias irregularidades en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0.

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			
Clases dirigidas	0	0	1, 3, 2, 6, 7
Tipo: Supervisadas			
Prácticas supervisadas	0	0	4, 5

### Evaluación

En caso de que las pruebas no se puedan hacer presencialmente, se adaptará su formato (sin alterar su ponderación) a las posibilidades que ofrecen las herramientas virtuales de la UAB. Los deberes, actividades y participación en clase se realizarán a través de foros, wikis y / o discusiones de ejercicios a través de Teams, etc. El profesor o profesora velará para asegurarse el acceso del estudiantado a tales recursos o le ofrecerá otros alternativos que estén a su alcance.

Presencialidad: un ejercicio de comprensión al final de cada clase (10%), dos, un trabajo práctico sobre la industria cultural (40%) y un test final temático (50%).

Semi presencialidad: clases teóricas presenciales con un ejercicio de comprensión a fin de cada clase (10%), un foro virtual (aula moodle) con una temática de cultura en los medios evaluable y dos trabajos basados en una investigación de la industria cultural a internet (cada una de estas pruebas cuenta un 30%).

Virtualidad total: las clases teóricas constan de material audiovisual y documentos para realizar un resumen

semanal (10%). Un foro virtual (aula moodle) con una temática de cultura en los medios evaluable y dos trabajos basados en una investigación de la industria cultural en internet (cada una de estas pruebas cuenta un 30%).

Para poder participar en la recuperación, el estudiante ha tenido que ser evaluado en un conjunto de actividades que lleguen a un mínimo de 2/3 partes de la calificación total.

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

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.

El estudiante recibirá la calificación de No evaluable siempre que no haya entregado más del 30% de las actividades de evaluación.

En caso de que el estudiante realice cualquier irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación, con independencia del proceso disciplinario que se pueda instruir. En caso de que se produzcan varias irregularidades en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0.

En el momento de realización de cada actividad de evaluación, el profesor o profesora informará al alumnado (Moodle) del procedimiento y fecha de revisión de las calificaciones.

En caso de que el estudiante lleve a cabo cualquier tipo de irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un determinado acto de evaluación, este será calificado con 0, independientemente del proceso disciplinario que pueda derivarse de ello. En caso de que se verifiquen varias irregularidades en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0.

## 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.

## **Software**

No se necesitan conocimientos especiales excepto los normales para presentar un word, un pdf o un power point.