

Curso Académico: (2019 / 2020)

Fecha de revisión: 29-04-2020

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Comunicación

Coordinador/a: ALBORNOZ ESPÍNEIRA, LUIS ALFONSO

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 6.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 2

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

No se requieren requisitos específicos de formación previos, al margen de los generales de titulación que dan acceso al Máster (titulación de grado, licenciado o de diplomado de acuerdo con los requisitos de la UNED y la normativa vigente).

OBJETIVOS

Los resultados de aprendizaje esperados son:

1. Conocimiento y aproximación a la dimensión económica de la cultura y al funcionamiento básico de las industrias culturales.
2. Capacidad para comprender su caracterización en la sociedad contemporánea, con énfasis en los desafíos que la era digital presenta a la diversidad de las expresiones culturales.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

1. Conceptos
 - a. Cultura. Cultura-Economía. Cultura-Comunicación
 - b. Teoría y tipología de las Industrias Culturales
2. La cultura artesanal mercantilizada
 - a. Del espectáculo en vivo a las artes plásticas
 - b. Museos y patrimonio
3. Tecnología, comunicación y cultura
 - a. NTIC y comunicación social
 - b. Tecnología y utopías
4. Industrias culturales
 - a. Estructura (naturaleza económica, oferta, trabajo creativo, consumo)
 - b. Los grandes sectores y modelos
5. Globalización, diversidad e industrias culturales
 - a. Concentración, internacionalización y globalización de las IC
 - b. La lucha por la diversidad. El debate de la 'excepción'
6. La comunicación y la cultura en la era digital
 - a. Las industrias culturales digitales
 - b. Nuevos modelos
7. Políticas culturales y de cooperación
 - a. Políticas culturales digitales
 - b. El papel de los Estados y los bloques regionales

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

El Máster se desarrollará conforme a la metodología de enseñanza a distancia, sirviéndose a tal fin de las plataformas y experiencias de la UNED.

Dicha metodología "a distancia" se concreta en una fórmula de funcionamiento que combina la utilización de medios tecnológicos, la atención tutorial personal y virtual y la posible realización de videoconferencias.

Los alumnos están en continuo contacto con la coordinación del programa a través de las circulares que se irán remitiendo a lo largo del curso, así como de la comunicación telefónica y a través del correo electrónico.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Realización de una tarea de búsqueda y análisis de documentos relacionados con contenidos de la asignatura: 10% de la calificación final.

Asistencia a clases presenciales, realización de tareas sustitutorias y/o asistencia a Seminarios: 10% de la calificación final.

Redacción de una Memoria crítica final de la asignatura: 80% de la calificación final.

El sistema de evaluación será el mismo en las dos convocatorias (ordinaria y extraordinaria).

Peso porcentual del Examen Final:	0
Peso porcentual del resto de la evaluación:	100

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- ALBORNOZ, L. A. Cultura, medios, poder. Una mirada desde la comunicación, Paidós, 2011
- ALBORNOZ, L. A. y GARCÍA LEIVA, M. T. (Eds.) Televisión digital terrestre. Experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia, La Crujía, 2012
- ALBORNOZ, L. A. y GARCÍA LEIVA, M. T. (Eds.) Diversidad e industria audiovisual: el desafío cultural del siglo XXI, FONDE de Cultura Económica, 2017
- ALBORNOZ, L. A. y GARCÍA LEIVA, M. T. (Eds.) El audiovisual en la era digital. Políticas y estrategias para la diversidad, Cátedra, 2017
- ALBORNOZ, L. A. y GARCÍA LEIVA, M. T. (Eds.). Audiovisual Industries and Diversity. Economics and Policies in the Digital Era., Routledge., 2019
- BUSTAMANTE, E. (Coord.). Informe sobre el estado de la cultura en España 2017. Igualdad y diversidad en la era digital., Fundación Alternativas, 2017
- GARCÍA LEIVA, M. T. Políticas públicas y televisión digital. El caso de la TDT en España y el Reino Unido, CSIC, 2008
- THORSBY, F. Economía y Cultura, Cambridge University Press, 2001
- UNESCO Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales, Unesco, 2005
- ZALLO, R. Estructuras de la comunicación y la cultura, Gedisa, 2013

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- ALBORNOZ, L. A. y GARCÍA LEIVA, M. T. "Spanish Cooperation in Culture and Communication between 1997 and 2007: An Overview of a Decade of Exchanges with Ibero-America", Global Media and Communication, vol. 8 (1), SAGE Publications, 2012
- BALLART, J. /TRESERRAS, J.J. Gestión del patrimonio cultural, Aruiel, 2001
- BOURDIEU, P./ DARBEL, A. El amor al arte, Paidós, 2003
- BUSTAMANTE, E. (Coord.) Comunicación y Cultura en la Era Digital. Industrias, mercados y diversidad en España, Gedisa, 2a Ed. actualizada 2004
- BUSTAMANTE, E. (Coord.). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la Era Digital, Gedisa, 2003
- BUSTAMANTE, E. (Coord.). El Audiovisual Digital. Políticas y estrategias desde las Comunidades Autónomas, Ideco, 2009
- BUSTAMANTE, E., (Coord.). Culturas y Comunicación para el Siglo XXI. Diagnóstico y políticas públicas, Ideco, 2007
- DELOCHE, B. El museo virtual, Trea, 2002
- GARCIA GRACIA, M.I./ZOFIO PRIETO, J. L. La dimensión sectorial de la Industria de la Cultura y del Ocio en España. (1993-1997), Datautor, 2003
- LASUEN, J.R. / ARANZADI, J. El crecimiento económico de las artes, Fundación Autor, 2002
- SMIERS, J. No Copyright, Gedisa, 2008
- TOWSE, R. (ED.) Manual de Economía de la Cultura, Fundación Autor, 2005
- VOGEL, A. La industria de la cultura y el ocio. Un análisis económico, Datautor, 2004
- VV.AA. Economía y Cultura. La tercera cara de la moneda, Convenio Andrés Bello, 2002
- WILLIAMS, R. Cultura. Sociología de la comunicación y del arte, Paidós, 1982
- ZALLO, R. Economía de la comunicación y la cultura, Akal.
- ZALLO, R. El mercado de la cultura, Gakoa.

RECURSOS ELECTRÓNICOS BÁSICOS

- IICC . Portal Iberoamericano de Derecho de la Cultura: www.derechodelacultura.org