

Geopolíticas del Audiovisual

Curso Académico: (2019 / 2020)

Fecha de revisión: 24-05-2019

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual

Coordinador/a: ALBORNOZ ESPÍNEIRA, LUIS ALFONSO

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 6.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 2

MATERIAS QUE SE RECOMIENDA HABER SUPERADO

No es necesario.

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE.

1. Conocimiento del estatuto de los relatos audiovisuales y su circulación en un mundo altamente globalizado.
2. Comprensión del papel desempeñado por los estados y las empresas audiovisuales en la geopolítica contemporánea.
3. Comprensión y análisis de los fenómenos de transnacionalización en el campo audiovisual.
4. Análisis y reflexión sobre las transformaciones de la industria audiovisual en la era de las plataformas en línea.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

La asignatura propone el estudio de las relaciones que a escala regional e internacional establecen los grandes actores geopolíticos contemporáneos (principalmente los Estados, pero no de forma exclusiva) en el ámbito de la industria audiovisual. Entendiendo que los bienes y servicios audiovisuales poseen intrínsecamente una doble dimensión: una cultural y simbólica e identitaria y otra económica.

Para ello, desde una perspectiva histórica que se remonta a las primeras décadas del siglo pasado, y apoyándose en la tradición de los estudios en comunicación y cultura, la asignatura pasa revista a los procesos protagonizados por distintos países y compañías en su busca por incrementar/limitar la influencia política y los beneficios económicos derivados de la circulación a escala internacional de los bienes y servicios audiovisuales.

Centrado en las industrias cinematográfica y televisiva, ¿Geopolíticas del audiovisual? revisa nociones como políticas de comunicación, soft power, diplomacia pública, imperialismo cultural, proximidad cultural o diversidad audiovisual.

1. Industrias culturales, intereses político-económicos y geografía.
2. Flujos de bienes y servicios audiovisuales.
3. Políticas nacionales/internacionales de cultura-comunicación.
4. Propaganda, diplomacia pública y cultura.
5. La transnacionalización de las expresiones culturales.
6. Diversidad e industria audiovisual.
7. Industria televisiva: transnacionalización de operadores y formatos en el siglo xxi.
8. Industria cinematográfica: presencia internacional de Hollywood y mercados emergentes en el siglo xxi.
9. Capitalismo y plataformas en línea.
10. Servicios audiovisuales bajo demanda.

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

Clases magistrales con acompañamiento de presentaciones y recursos audiovisuales.

Lectura por parte de los estudiantes de textos de referencia (en inglés y castellano): exposición y discusión en clase.

Trabajo y presentación oral sobre un tema de la asignatura a elección del estudiante. Debate.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Participación en clase a partir de las lecturas obligatorias: 30%.

Exposición oral de un tema específico: 30%.

Entrega de un texto escrito final: 40%.

Nota: El curso es presencial (asistencia obligatoria).

Peso porcentual del Examen Final: 40

Peso porcentual del resto de la evaluación: 60

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Albornoz, Luis A. Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación, Buenos Aires: Paidós, 2011
- Albornoz, Luis A. and García Leiva, M^a Trinidad (eds.) Audiovisual Industries and Diversity: Economics and Policies in the Digital Era, New York/London: Routledge (Studies in Media and Cultural Industries), 2019
- Albornoz, Luis A. y García Leiva, M^a Trinidad (eds.) El audiovisual en la era digital: políticas y estrategias para la diversidad, Madrid: Cátedra, 2017
- Albornoz, Luis A. y García Leiva, M^a Trinidad (eds.) Diversidad e industria audiovisual: el desafío cultural del siglo XX, México D.F.: Fondo de Cultura Económica, 2017
- Boyd-Barrett, Oliver Media Imperialism, London: SAGE, 2015
- Chalaby, Jean K. Transnational Television Worldwide. Towards a New Media Order, London: I.B. Tauris, 2005
- Cull, Nicholas J. Public Diplomacy. Foundations for Global Engagement in the Digital Age, Cambridge: Polity Press, 2019
- De Beukelaer, Christian and Spence, Kim-Marie Global Cultural Economy, New York: Routledge, 2019
- Gournay, Bernard Contra Hollywood: estrategias europeas del mercado cinematográfico y audiovisual, Barcelona: Edicions Bellaterra (Biblioteca del Ciudadano), 2004
- Guback, Thomas and Varis, Tapio Transnational Communication and Cultural Industries, Paris: UNESCO, 1982
- Hamelink, Cees J. Global Communication, London: SAGE, 2015
- Lobato, Ramon Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution, New York: New York University Press, 2019
- MacBride, Sean y otros Un solo mundo, voces múltiples: comunicación e información en nuestro tiempo, México D.F.: UNESCO/Fondo de Cultura Económica, 1980
- Mattelart, Armand Diversidad cultural y mundialización, Barcelona: Paidós (Comunicación 168), 2006
- McQuail, Denis La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público, Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1998
- Miller, Toby; Govil, Nitin; McMurria, John y Maxwell, Richard El nuevo Hollywood: del imperialismo cultural a las leyes del marketing, Barcelona: Paidós, 2005
- Srnicek, Nick Capitalismo de plataformas, Buenos Aires: Caja Negra Editora (colección Futuros Próximos), 2018
- UNESCO Declaración de México sobre las políticas culturales, México D.F.: UNESCO, 1982
- UNESCO Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales, París: UNESCO, 2005