

Curso Académico: (2023 / 2024)

Fecha de revisión: 31-01-2024

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Comunicación

Coordinador/a: ALBORNOZ ESPIÑEIRA, LUIS ALFONSO

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 6.0

Curso : 1 Cuatrimestre :

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

No es necesario.

OBJETIVOS

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 -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).

*Acerca de las exposiciones orales: se presentará un caso.

-Es fundamental que las presentaciones se enmarquen, de forma explícita, en las problemáticas abordadas durante el transcurso de la asignatura.

-Es importante que las presentaciones ¿dialoguen¿, de forma explícita, tanto con las nociones como con las referencias bibliográficas abordadas durante el transcurso de la asignatura.

-Es deseable que se presente un apartado metodológico que explique cómo se ha realizado el trabajo (manejo de fuentes, dificultades encontradas, bibliografía académica consultada, etc.).

-Es saludable consultar referencias académicas complementarias a la hora de abordar el caso seleccionado.

Al tratarse de casos que interpelan la realidad del sector audiovisual, se debe reflexionar si el caso elegido se inscribe en una tendencia detectable dentro del sector o si, por el contrario, es una suerte de caso aislado.

Grilla de evaluación de los estudios de caso presentados:

-Importancia del caso abordado.

-Claridad expositiva (oral y presentación gráfica).

-Adecuación de la metodología empleada.

-Diálogo con las referencias bibliográficas.

-Respuesta a comentarios/preguntas formuladas.

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

- Artz, Lee (Ed.) Global Media Dialogues. Industry, Politics, and Culture, Routledge, 2023

- Boyd-Barrett, Oliver Media Imperialism, London: SAGE, 2015

- Chalaby, Jean K. (ed.) 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 H. La industria internacional del cine, Editorial Fundamentos, 1980

- 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

- 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

- Smits, Roderik Gatekeeping in the Evolving Business of Independent Film Distribution, Palgrave, 2019

- Srnicek, Nick 2018 Capitalismo de plataformas, Buenos Aires: Caja Negra Editora (colección Futuros Próximos), 2018

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Sparks, Collin Globalization, Development and the Mass Media, SAGE Pub., 2007