

MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
MÁSTER UNIVERSITARIO EN TEORÍA CRÍTICA DE LA CULTURA
GEOPOLÍTICAS DEL AUDIOVISUAL
CURSO 2019-2020

Profesor: Dr. Luis A. Albornoz

Día y horario: miércoles, 10:30 a 12:00 – 12:15 a 13:45 horas.

Aula: 18.0.A09.

Se celebrarán 14 sesiones divididas en dos partes. Durante la primera parte, el docente a cargo presentará los aspectos más sobresalientes de las problemáticas a abordar; la segunda parte se abrirá a la discusión de todos los participantes a partir de las lecturas obligatorias.

Sesión	Fecha	Temario
1	29/01	Introducción a la asignatura
2	05/02	Transnacionalización de las industrias culturales
3	12/02	Imperialismo cultural, mundialización de la cultura, diversidad cultural
4	19/02	Influencia internacional y proximidad cultural
5	26/02	Visitando la industria cinematográfica: tendencias actuales
6	04/03	Visitando la industria televisiva: tendencias actuales
7	11/03	Capitalismo y plataformas digitales
8	18/03	Regular las actuaciones de los nuevos servicios audiovisuales
9	25/03	Estudiar la oferta audiovisual de los nuevos servicios audiovisuales
10	01/04	Nuevos servicios audiovisuales: Netflix a examen
11	15/04	Presentaciones estudiantes: Explotación de formatos televisivos globales / Internacionalización de operadores televisivos (estudios de caso)
12	22/04	Presentaciones estudiantes: Presencia de la industria cinematográfica estadounidense en los mercados extranjeros (estudios de caso)
13	29/04	Presentaciones estudiantes: Actuación de nuevos servicios audiovisuales (SVOD – estudios de caso)
14	06/05	Presentaciones estudiantes: Actuación de nuevos servicios audiovisuales (SVOD – estudios de caso)
Exámenes ordinarios: 20/05 entrega de trabajo final (entre 1.500 y 2.000 palabras).		
Exámenes extraordinarios: 17/06.		

Sesión 1. Introducción: Geopolítica y expresiones culturales

Presentación de la asignatura.

Presentación de la línea de investigación sobre diversidad de/en la industria audiovisual (grupo de investigación Diversidad Audiovisual: www.diversidadaudiovisual.org).

Sesión 2. Transnacionalización de las industrias culturales

Lecturas:

Guback, Thomas y Varis, Tapio (1982). *Transnational communication and cultural industries*. París: UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000052539>

Nordestreng, Kaarle y Varis, Tapio (1976). *¿Circula la televisión en un único sentido? Examen y análisis de la circulación de los programas de televisión en el mundo*. París: UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000134279>

Sesión 3. Imperialismo cultural, mundialización de la cultura, diversidad cultural

Lecturas:

Schiller, Herbert I. (1991). "Not yet the post-imperialist era", *Critical Studies in Mass Communication*, 8(1): 13–28.

Mattelart, Armand (2002). "¿Hacia la mundialización de la cultura?". En A. Mattelart: *Geopolítica de la cultura*. Bogotá: Ediciones desde abajo. Pp. 85–103.

Albornoz, Luis A. y García Leiva, M^a Trinidad (2017): "Diversidad cultural, industria audiovisual y gobernanza". En L.A. Albornoz y M.T. García Leiva (eds.): *Diversidad e industria audiovisual: el desafío cultural del siglo XXI*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica. Pp. 23–59.

Sesión 4. Influencia internacional y proximidad cultural

Lecturas:

Nye Jr, Joseph S. (1990): "Soft Power", *Foreign Policy*, 80, 153–171.

Straubhaar, Joseph (1991): "Beyond Media Imperialism: Assymetrical Interdependence and Cultural Proximity", *Critical Studies in Media Communication*, 39–59.

Sesión 5. Visitando la industria cinematográfica: tendencias actuales

Lecturas:

Albornoz, Luis A. (2016). *Diversidad e industria cinematográfica. Análisis de la encuesta del UIS del año 2014 sobre las estadísticas de largometrajes*. Montreal: UNESCO Institute for Statistics (UIS).

Song, Xu (2018). "Hollywood movies and China: Analysis of Hollywood globalization and relationship management in China's cinema market", *Global Media and China*, 3(3): 177–194.

Sesión 6. Visitando la industria televisiva: tendencias actuales

Lecturas:

Ye, Peilei (2018). *La internacionalización de la Televisión Central de China (CCTV) en España: un aporte a la diversidad cultural*. Tesis doctoral, Programa Oficial de Doctorado en Investigación en Medios de Comunicación, UC3M <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/25556> (selección).

Jin, Dal Yong (2007). "Reinterpretation of cultural imperialism: emerging domestic market vs. continuing US dominance", *Media, Culture & Society*, 29(5): 753–771.

Moran, Albert (2009): "Global franchising, local customizing: The cultural economy of TV program formats", *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 23(2): 115–125.

Sesión 7. Capitalismo y plataformas digitales

Lecturas:

Mansell, Robin (2015): "Platforms of power", *Intermedia*, 43 (1): 20–24.

Srnicek, Nick (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra Editora. (selección).

Prado, Emili (2017). "El audiovisual *on line over the top*. el futuro del audiovisual europeo y español". En E. Bustamante (coord.): *Informe sobre el estado de la cultura en España. Igualdad y diversidad en la era digital*. Madrid: Observatorio de Cultura y Comunicación, Fundación Alternativas. Pp. 127–144.

Sesión 8. Regular las actuaciones de los nuevos servicios audiovisuales

Lecturas:

Albornoz, Luis A. y García Leiva, M.T. (2019). "Audiovisual Diversity in the Digital Era: Trends and Prospects", en L.A. Albornoz y M.T. García Leiva: *Audiovisual Industries and Diversity. Economics and Policies in the Digital Era*. Londres/Nueva York: Routledge.

UNESCO (2019). *Desafíos y asimetrías regulatorias de los servicios audiovisuales en Internet ¿Qué hacer?* Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información, 17. Montevideo: UNESCO.

Sesión 9. Estudiar la oferta audiovisual de los nuevos servicios audiovisuales

Lecturas:

Lobato, Ramon (2018). "Rethinking International TV Flows Research in the Age of Netflix". *Television & New Media*, 19(3): 241–256.

Albornoz, Luis A. y García Leiva, M.T. (2020). "Netflix Spain: an analysis of the Originales de Netflix" (*mimeo*).

Sesión 10. Nuevos servicios audiovisuales: Netflix a examen

Lecturas:

Lobato, Ramon (2019). "Content, Catalogs, and Cultural Imperialism". En R. Lobato: *Netflix Nations. The Geography of Digital Distribution*. New York: NYU Press. Pp. 135–161.

Cornelio-Marí, Elia Margarita (2020). “Melodrama mexicano en la era de Netflix: algoritmos para la proximidad cultural”, *Comunicación y Sociedad* (Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara), e7481: 1–27.

Sesiones 11 – 14. Presentaciones a cargo de los estudiantes (con apoyo de presentación en PPT).