Universitat Autònoma de Barcelona

2021/2022

La Cultura en els Mitjans de Comunicació

Codi: 100030
Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2502758 Humanitats	OB	3	2

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: Josep Maria Perceval Verde
Correu electrònic: JosepMaria.Perceval@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)
Grup íntegre en anglès: No
Grup íntegre en català: Sí
Grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

És recomanable tenir certs coneixements de ciències de la comunicació i periodisme.

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Objectius

L'assignatura de comunicació cultural pretén que l'estudiant se conscienciï de les Xarxes de comunicació cultural i les noves pràctiques culturals dins de la situació mediàtica derivada de l'extensió dels mitjans de comunicació de masses i la globalització, que adquireixi una sèrie d'eines crítiques per analitzar aquesta situació i aquestes noves pràctiques, que practiqui una nova metodologia d'anàlisi d'aquesta societat híbrida i que adquireixi una visió crítica sobre les relacions que s'estableixen entre persones, col·lectius i institucions que partint d'experiències, discursos i representacions socioculturalment diverses conformen el que es defineix com cultura 'mainstream' (cultura principal o predominant): els reptes de la comunicació cultural i intercultural, les pràctiques i nous comportaments dels actors socials mitjançant les noves xarxes y noves eines de comprensió de la realitat fluïda del segle XXI.

La comunicació cultural, superant la visió elitista que practicava l'anàlisi de les xarxes comunicatives clàssiques, explica les relacions socials complexes i dinàmiques que es desenvolupen a nivell interpersonal i col·lectiu determinades per contextos socials i polítics molt diversos, en un procés de globalització accelerat. Mostrarem que la cultura i les cultures no són ens homogenis ni estàtics sinó híbrids i dinàmics. Aquest estudi ho farem des d'una perspectiva interdisciplinària com un vector transversal de la comunicació cultural.

La visió de la comunicació cultural exigeix una metodologia d'anàlisi diferent en què es analitzen les identitats suposades o imaginades per descobrir els sistemes classificatoris i imaginaris que es troben en la seva constitució. S'analitzen l'exclusió i la inclusió de persones i col·lectius dins dels grups i persones que poden 'parlar' i gestionar la comunicació o que són callats i silenciats per mitjans i poders polítics i mediàtics.

Competències

- Analitzar críticament la cultura contemporània.

- Identificar els processos històrics en què s'inscriu la cultura contemporània.
- Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
- Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements propis a la seva feina o vocació d'una manera professional i tinguin les competències que se solen demostrar per mitjà de l'elaboració i la defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi.
- Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
- Utilitzar adequadament els recursos i les metodologies que s'empren en l'estudi de la cultura contemporània.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar el coneixement dels diferents gèneres culturals als mitjans de comunicació.
2. Definir el valor de les revistes culturals en la cultura contemporània.
3. Fer servir la terminologia i l'estil adequats en la construcció d'un text periodístic.
4. Identificar les tècniques de producció i realització en mitjans impresos, audiovisuals i hipermèdia.
5. Qüestionar els comportaments establerts davant dels mitjans audiovisuals.
6. Relacionar les creacions artístiques de diferents èpoques amb altres fenòmens culturals.
7. Valorar les implicacions de la fotografia, el cinema, el vídeo i la televisió com a mitjans difusors de la cultura.

Continguts

Temari

Petita introducció explicant programa: Xarxes de comunicació i valors culturals.

1. Introducció conceptual

1.1. Cultura i comunicació: el pas de una societat multicultural a una societat intercultural. La pervivencia del discurs patriarcal en aquest camí cultural.

1.2. Definició i evolució del concepte 'cultura'

1.3. El debat sobre nivells de cultura (cultura d'elit) i la cultura de masses (cultura mainstream)

1.4. Definició d'un mitjà de masses: del imprès elitista al producte de consum cultural.

1.5. Institucionalització de la cultura de masses. El concepte de industria cultural i el consum cultural.

1. Cultura, mitjans i comunicació de masses.

2.1. Teories, escoles i autors: debats al voltant de la cultura de masses.

2.2. De l'Escola de Frankfurt (Adorno, Benjamin, Habermas) a les xarxes de Castell i els crítics nord-americans radicals.

2.3. Teoria interpretativa, teoria funcionalista (Tylor i Raddcliffe-Brown)

2.4. Conceptes en discussió: 'apropiació' (Ricoeur), 'hegemonia cultural' (Gramsci), gènere discursiu i polifonia (Bajtin), autocontrol i ombralls de vergonya (Elías), disrupció, construcció cultural y discurs (Foucault) Recepció y re-contextualització (Michel de Certeau), habitus distinció i camp (Bourdieu), interfaz (Goody), …

2.5. Contracultura i cultura 'escombraria' Els mitjans contra la cultura i la rebel·lió de la cultura urbana (De Warhol al fenomen Banksy).

2.6. La ideologia dels mitjans: ideologia de la comunicació

1. Les fonts de la informació cultural. Els gèneres de la informació cultural.

2. La informació cultural als mitjans de masses

4.1. La informació cultural en la premsa.Política de gèneres. Estabilitat i innovació en el marc dels diferents sistemes mediàtics.

4.2. La informació cultural en la ràdio. Oralitat i escriptura: divulgació i creació. Nous formats. Programació sobre informació cultural a la graella radiofònica. La radio a la era analògica i a la era digital.

4.3. Concepte de cultura en l'era de la televisió. Definició i evolució dels formats culturals a la televisió. Debats sobre la figura i avaluació de l'intel·lectual i actuació dels crítics televisius (anàlisi de Reich-Ranicki, Bernard Pivot, Oprah Winfrey, Sánchez Dragó, Jaime Bayly...). Programes i cadenes culturals a l'Europa del servei públic. Televisions generalistes i televisions temàtiques.

4.4. Canvis en relació a la cultura, la informació, el coneixement a l'era d'Internet. Renovació dels circuits de difusió cultural. Nou concepte de creació cultural. La cultura crítica a l'era d'Internet. Els nous actors de la cultura. Autor i propietat intel·lectual en el nou espai de producció de la xarxa. Formats per a Internet i formats híbrids.

4.5. La ficció en la TV cultural.

4.6. Els videojoc i els nous dispositius culturals de masses.

Metodologia

Metodologia. Hi ha tres tipus d'activitats: dirigides, supervisades i autònomes.

o Autònomes. No canviaran independentment que la docència sigui presencial o virtual.

o Dirigides (classes teòriques i pràctiques d'aula). S'han de poder adaptar, si cal, en el percentatge que sigui, a la docència virtual, a través dels diversos sistemes existents (Teams, powerpoints narrats, vídeos, podcasts, etc.). Projeccions de vídeos i comentaris de text; Recensió de sortides a exposicions i actes culturals; Treballs pràctisc sobre cultura urbana; Intervencions a classe o en fòrums virtuals si de cas.

• Pràctiques Externes. S'han de programar comptant que es podran dur a terme presencialment amb les mesures adequades de protecció.

• Supervisades. En la mesura que són tutoritzades pel professor/a, la presencialitat es pot convertir fàcilment a la virtualitat.

En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes magistrals	0	0	1, 2, 5, 6, 7
Tipus: Supervisades			
Pràctiques	0	0	3, 4

Avaluació

En cas que les proves no es puguin fer presencialment s'adaptarà el seu format (mantenint-ne la ponderació) a les possibilitats que ofereixen les eines virtuals de la UAB. Els deures, activitats i participació a classe es realitzaran a través de fòrums, wikis i/o discussions d'exercicis a través de Teams, etc. El professor o professora vetllarà perquè l'Estudiant hi pugui accedir o li oferirà mitjans alternatius, que estiguin al seu abast.

Presencialitat: un exercici de comprensió a la fi de cada classe (10%), dos, un treball pràctic sobre la indústria cultural (40%) i un test final temàtic (50%).
Semi presencialitat: classes teòriques presencials amb un exercici de comprensió a la fi de cada classe (10%), un fòrum virtual (aula moodle) amb una temàtica de cultura en els mitjans avaluable i dos treballs basats en una investigació de la indústria cultural a internet (cadascuna d'aquestes proves compta un 30%).
Virtualitat total: les classes teòriques consten de material audiovisual i documents per a realitzar un resum setmanal (10%). Un fòrum virtual (aula moodle) amb una temàtica de cultura en els mitjans avaluable i dos treballs basats en una investigació de la indústria cultural a internet (cadascuna d'aquestes proves compta un 30%).

Per participar a la recuperació l'alumnat ha d'haver estat prèviament avaluat en un conjunt d'activitats el pes de les quals equivalgui a un mínim de 2/3 parts de la qualificació total. Hi haurà recuperació per aquells alumnes que arribin a una mitjana de 3,5 en la nota final

Constarà com a no avaluable aquell alumne que no s'hagi presentat a cap de les proves.

L'estudiant rebrà la qualificació de No avaluable sempre que no hagi lliurat més del 30% de les activitats d'avaluació

També constarà com no avaluable aquell alumne que s'hagi presentat a menys del 30% de les proves i pràctiques.

En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

En el moment de realització de cada activitat avaluativa, el professor oprofessora informarà l'alumnat (Moodle) del procediment i data de revisió de les qualificacions.

En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Dirigides	Teoria	34	1,36	1, 3, 5, 6
Supervisades	Pràctiques	16	0,64	4, 6
Treball personal	Treball a casa	100	4	2, 7

Bibliografia

Bibliografia

- BAUMANN, Zygmunt (2002). La cultura como praxis, Paidos.
- 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.

Programari

No es necessiten coneixements especials excepte els normals per fer un word, 1 pdf o presentar un power point.