

MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
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.A05.

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: geopolítica y expresiones audiovisuales
2	05/02	Transnacionalización de las industrias culturales y los debates sobre el imperialismo cultural
3	12/02	Políticas nacionales de cultura-comunicación (o la reacción de los estados)
4	19/02	Proximidad cultural y <i>soft power</i>
5	26/02	Diversidad e industria audiovisual
6	04/03	Industria televisiva: la transnacionalización de operadores
7	11/03	Industria televisiva: el mercado de los formatos globales
8	18/03	Industria cinematográfica: la compleja relación Hollywood–China
9	25/03	Capitalismo y plataformas digitales
10	01/04	Plataformas audiovisuales: estudiar y regular la oferta audiovisual
11	15/04	Presentaciones estudiantes: Presencia y expansión de formatos televisivos globales (estudios de caso).
12	22/04	Presentaciones estudiantes: Audiovisual y cooperación internacional: el Programa Ibermedia (SEGIB) y el Fondo Internacional para la diversidad cultural (FIDC, UNESCO).
13	29/04	Presentaciones estudiantes: Los estudios del Observatorio Europeo del Audiovisual sobre las plataformas digitales.
14	06/05	Presentaciones estudiantes: La irrupción de Netflix, HBO y Amazon Prime en España.
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 (TECMERIN - grupo de investigación Diversidad Audiovisual:

www.diversidadaudiovisual.org).

Sesión 2. Transnacionalización de las industrias culturales y los debates sobre el imperialismo cultural

Lecturas:

Guback, Thomas y Varis, Tapio (1982): *Transnational communication and cultural industries*. París: UNESCO.

Sesión 3. Políticas nacionales de cultura-comunicación en Occidente (o las reacciones de los Estados)

Lecturas:

-Mattelart, Armand (2006): "Geopolíticas de las relaciones culturales"; en A. Mattelart *Diversidad cultural y mundialización*. Barcelona: Paidós. Pp. 37-53.

-Beltrán S., Luis Ramiro (1976): "Políticas nacionales de comunicación en América Latina: Los primeros pasos", *Nueva Sociedad*, 25: 4-34.

Sesión 4. Proximidad cultural y soft power

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. Diversidad e industria audiovisual

Lecturas:

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

Napoli, Philip M. (1999): "Deconstructing the diversity principle", *Journal of Communication*, Vol. 49(4): 7-34.

UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) (2005): *Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales*.

Sesión 6. Industria televisiva: transnacionalización de operadores

Lectura:

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, Universidad Carlos III de Madrid. Disponible en: <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/25556>. (Selección).

Sesión 7. Industria televisiva: el mercado de los formatos globales

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

Sesión 8. Industria cinematográfica: la compleja relación Hollywood–China

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 9. Capitalismo y plataformas digitales

Lecturas:

-Mansell, Robin (2015): "Platforms of power", *Intermedia*, 43 (1): 20–24. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/35434762.pdf>

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

Sesión 10. Plataformas audiovisuales: estudiar y regular la oferta audiovisual

Lecturas:

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

-UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) (2017): Orientaciones prácticas para la aplicación de la Convención en el entorno digital.

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