

MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
MÁSTER UNIVERSITARIO EN TEORÍA CRÍTICA DE LA CULTURA
GEOPOLÍTICAS DEL AUDIOVISUAL
CURSO 2020-2021

Profesor: Dr. Luis A. Albornoz

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

Aula: 18.0.A04.

Se celebrarán 24 sesiones (de 1:30 horas de duración cada una), a lo largo de 12 semanas consecutivas (excluyendo los festivos). Durante la primera sesión, el docente a cargo presentará los aspectos más sobresalientes de las problemáticas a abordar; la segunda sesión se abrirá a la discusión de todos los participantes a partir de las lecturas obligatorias.

Sesión	Fecha	Temario
1	03/02	Introducción a la asignatura
2	10/02	Transnacionalización de las industrias culturales
3	17/02	Imperialismo cultural, mundialización de la cultura, diversidad cultural
4	24/02	Influencia internacional y proximidad cultural
5	03/03	Visitando la industria cinematográfica: tendencias actuales
6	10/03	Visitando la industria televisiva: tendencias actuales
7	17/03	Nuevos servicios audiovisuales
8	24/03	Regulación de los nuevos servicios audiovisuales
9	07/04	Oferta de obras de los nuevos servicios audiovisuales
10	14/04	Presentaciones estudiantes: Explotación de formatos TV globales / Internacionalización de operadores TV (estudio de caso) / Presencia de la industria cinematográfica estadounidense en mercados extranjeros (estudios de caso) / Actuación de proveedores de servicios audiovisuales en España (SVOD – estudios de caso)
11	21/04	Presentaciones estudiantes
12	28/04	Presentaciones estudiantes
13	05/05	Recuperaciones y tutorías
Exámenes ordinarios: 18/05 entrega de trabajo final (entre 1.500 y 2.000 palabras).		
Exámenes extraordinarios: 16/06.		

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>

Nordstrem, 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. Nuevos servicios audiovisuales

Lecturas:

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

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. Regulación 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.

ESPAÑA (2020). Anteproyecto de Ley General de Comunicación Audiovisual. Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales (Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital).

Sesión 9. Oferta de obras de los nuevos servicios audiovisuales

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.

Albornoz, Luis A. y García Leiva, M.T. (2021). "Netflix Originals in Spain: challenging diversity", *European Journal of Communication* (en prensa).

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 10 – 12. Presentaciones a cargo de los estudiantes (con apoyo de presentación en PPT).