

CULTURA Y PODER EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN EN AMÉRICA LATINA

1.- Datos de la Asignatura

Código	306272	Plan	M193	ECTS	4,5
Carácter	Obligatorio	Curso	1º	Periodicidad	1º semestre
Área					
Departamento	Instituto de Iberoamérica				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium			
	URL de Acceso:	http://studium.usal.es			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Ángel Badillo Matos	Grupo / s	1
Departamento	Sociología y Comunicación		
Área	Comunicación Audiovisual y Publicidad		
Centro	Facultad de Ciencias Sociales		
Despacho	408		
Horario de tutorías	A concertar con el profesor, presenciales o por videconferencia		
URL Web	http://studium.usal.es		
E-mail	abadillo@usal.es	Teléfono	Ext. 6798

Objetivos y competencias de la asignatura

Son objetivos de la asignatura:

- Introducir a los estudiantes en el concepto de poder desde la perspectiva de la economía política de la cultura y su incidencia sobre la configuración de las industrias culturales, el sistema de medios, la opinión pública y la democracia en el contexto de la sociedad de la información latinoamericana.
- Revisar los modelos históricos de evolución de la acción pública sobre el sistema cultural y mediático en América Latina y la transformación de las políticas públicas sectoriales que afectan a la cultura y la comunicación, tales como las políticas industriales, tecnológicas, de telecomunicaciones y otras.
- Comprender las dimensiones de la transformación mundializadora y sus consecuencias para la regulación de la cultura y la comunicación

Temario de Contenidos

1. El poder social de la representación: comunicación y cultura. Ideología, comunicación y economía política de la cultura. Introducción al papel de la cultura y la comunicación en las sociedades contemporáneas. Estructuras de la cultura y la comunicación. Comunicación, opinión pública y democracia en América Latina.
2. Cultura y *soft power* (poder blando): espacio global, cultura y relaciones internacionales. El español como herramienta de poder blando: el caso del Instituto Cervantes. Las industrias culturales y el poder blando.
3. Internet y la emergencia de la sociedad de la información. La mundialización de la comunicación y la cultura. La transformación de la sociedad de la información y de las políticas públicas. El coste de lo gratuito y el capitalismo de la vigilancia. La circulación de la información en el espacio global y la geopolítica de internet: el paradigma de la seguridad. Tendencias en Latinoamérica.
4. Tendencias y tensiones de la sociedad de la información sobre la democracia y las políticas públicas de comunicación y cultura.

Metodologías docentes

		Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
		Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Sesiones magistrales		30	0	10	40
Prácticas	En el aula	0	0	0	0
	En el laboratorio	0	0	0	0
	En el aula de informática	0	0	0	0
	De campo	0	0	0	0
	De visualización	0	0	23	23
Seminarios		0	0	0	0
Exposiciones y debates		5	2	10	17
Tutorías		0	2	0	2
Actividades de seguimiento online		0	0	0	0
Preparación de trabajos		0	3	15	18
Otras actividades (detallar)		0	0	0	0
Exámenes		0	0	0	0
TOTAL		35	7	58	100

Recursos

Textos de consulta básica para el alumno
Axford, B., & Huggins, R. (2001). <i>New media and politics</i> . London: SAGE.
Castells, M. (2001). <i>La galaxia Internet</i> . Barcelona: Plaza & Janés.
Castells, M. (2009). <i>Comunicación y poder</i> . Madrid: Alianza.
Choucri, N. (2012). <i>Cyberpolitics in international relations</i> . Cambridge, Mass: MIT Press.
Freedman, D. (2014). <i>The contradictions of media power</i> . New York: Bloomsbury.
Mastrini, G. & Becerra, M. (2006). <i>Periodistas y magnates: Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina</i> . Buenos Aires: Instituto Prensa y Sociedad.
Martel, F. (2011). <i>Cultura "mainstream": cómo nacen los fenómenos de masas</i> . Madrid: Taurus.
Mattelart, A. (2002). <i>Historia de la sociedad de la información</i> . Barcelona: Paidós.
Mattelart, A., & Vitalis, A. (2015). <i>De Orwell al cibercontrol</i> . Barcelona: Gedisa.

Martel, F. (2011). Cultura "mainstream": : cómo nacen los fenómenos de masas. Madrid: Taurus.

Mattelart, A., & Vitalis, A. (2015). *De Orwell al cibercontrol*. Barcelona: Gedisa.

Miller, T. (et al.) (2005): El Nuevo Hollywood: del Imperialismo cultural a las leyes del marketing. Barcelona: Paidós.

Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: PublicAffairs.

Open Society Foundations (2010-2013): informes del proyecto Mapping Digital Media. Accesibles online en <http://www.opensocietyfoundations.org/projects/mapping-digital-media>

Zallo, R. (2011). Estructuras de la comunicación y de la cultura: Políticas para la era digital. Barcelona: Gedisa.

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

En Studium pueden revisarse, sesión por sesión, lecturas adicionales y materiales online para complementar el estudio.

Sistemas de Evaluación

Consideraciones Generales

El estudiante deberá conocer y comprender los contenidos teóricos y empíricos propuestos en el temario y ser capaz de aplicarlos a casos concretos. Además de la superación de cada uno de los instrumentos de evaluación especificados, se valorará el trabajo autónomo continuado, la activa participación en clase y el cumplimiento de los plazos. La evaluación de la asignatura implica superar los objetivos y adquirir las competencias especificadas en los anteriores apartados.

Criterios de evaluación

Se considerará en la evaluación de la materia:

- La implicación del estudiante en el proceso de aprendizaje.
- Su capacidad de razonamiento abstracto y análisis crítico.
- La capacidad de exposición, relación y argumentación.
- Los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos a través de los contenidos del curso.

Instrumentos de evaluación

Para poder superar la asignatura es obligatorio:

- La asistencia a, al menos, un 80% de las sesiones presenciales. Las inasistencias deberán ser debidamente justificadas documentalmente y solo se aceptarán por motivos médicos o personales de fuerza mayor.
- La participación activa en las sesiones presenciales.
- La elaboración de un ensayo en torno a un contenido revisado en el temario de la asignatura, cuyo enfoque deberá acordarse con el profesor.

Para aprobar este curso será necesario obtener una calificación mínima de 5 (sobre un total de 10).

Recomendaciones para la evaluación.

Para superar la materia, es altamente recomendable:

- Asistir a las sesiones presenciales, y seguir los contenidos con arreglo al calendario detallado en la plataforma de apoyo docente.
- Participar en las discusiones de la clase de manera activa y crítica.
- Cumplir los plazos de entrega de las actividades evaluables.

Recomendaciones para la recuperación.

Antes de acudir a la recuperación, en caso de haber suspendido la materia, es imprescindible acordar con el profesor una tutoría para fijar el alcance de las pruebas necesarias para superar el curso. En la tutoría, y con arreglo a las deficiencias detectadas en el progreso del estudiante, el profesor determinará las tareas complementarias que servirán para cumplimentar la recuperación de la asignatura.