

Políticas culturales y de comunicación

Nicolás Barbieri
Judith Clares Gavilán
Miguel Ángel Casado del Río
David Fernández Quijada
Josep Àngel Guimerà i Orts

PID_00219130

Material docente de la UOC


Nicolás Barbieri

Profesor del departamento de Ciencia Política e investigador del Institut de Govern i Polítiques Públiques, de la Universitat Autònoma de Barcelona. Es también consultor de la Universitat Oberta de Catalunya. Su investigación se desarrolla en el campo del análisis de políticas públicas, particularmente de las políticas culturales y sociales. Ha publicado artículos en revistas académicas como *International Journal of Cultural Policies*, *Pôle Sud* o *Papers*.


Judith Clares Gavilán

Profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación de la UOC. Centra su investigación en el ámbito de la estructura y las políticas de comunicación. Directora académica del posgrado de Distribución audiovisual VOD y nuevos modelos de negocio. UOC-filmin y codirectora académica del máster de Periodismo digital y dirección de proyectos de comunicación digital UOC-El Periódico-Lavinia. Escribe periódicamente en *Come In*, la revista de los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación.


Miguel Ángel Casado del Río

Doctor europeo por la Universidad del País Vasco con una tesis doctoral sobre las políticas de fomento de la producción audiovisual en las comunidades autónomas españolas y en Escocia. Es además máster en Integración europea por la Universidad del País Vasco y experto universitario en derecho audiovisual por la UNED. En la actualidad es profesor del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad del País Vasco.


David Fernández Quijada

Doctor en Comunicación Audiovisual por la Universidad Autónoma de Barcelona. Sus campos de investigación incluyen la industria televisiva y sus políticas, el servicio público de comunicación y las tecnologías de la comunicación, y también la comunicación científica. Investigador visitante del Institute of Communications Studies de la Universidad de Leeds (Reino Unido) y del DTT-Lab / CSP en Turín (Italia), sus trabajos más recientes sobre la estructura del sector audiovisual se han publicado en revistas como *International Journal of Cultural Policy*, *Comunicación y Sociedad*, *Zer*, *Ámbitos* y *Quaderns del CAC*. Podéis encontrar información actualizada sobre el autor en su web profesional, <http://www.fernandez-quijada.net>.


Josep Àngel Guimerà i Orts

Profesor agregado interino del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Autónoma (UAB) e investigador del Instituto de la Comunicación (InCom-UAB). Doctor desde el año 2006, su tesis obtuvo el premio de investigación del CAC en el año 2007. Su actividad investigadora se centra en la estructura y las políticas de la comunicación y sus objetos de estudio preferentes son los sistemas mediáticos en las naciones sin Estado y la televisión.

El encargo y la creación de este material docente han sido coordinados por la profesora: Judith Clares Gavilán (2015)

Primera edición: febrero 2015

© Nicolás Barbieri, Judith Clares Gavilán, Miguel Ángel Casado del Río, David Fernández Quijada, Josep Àngel Guimerà i Orts

Todos los derechos reservados

© de esta edición, FUOC, 2015

Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona

Diseño: Manel Andreu

Realización editorial: Oberta UOC Publishing, SL

Depósito legal: B-3.738-2015



Los textos e imágenes publicados en esta obra están sujetos –excepto que se indique lo contrario– a una licencia de Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 España de Creative Commons. Podéis copiarlos, distribuirlos y transmitirlos públicamente siempre que citéis el autor y la fuente (FUOC. Fundación para la Universitat Oberta de Catalunya), no hagáis de ellos un uso comercial y ni obra derivada. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.es>

Contenidos

Módulo didáctico 1

La intervención pública en cultura y comunicación

Judith Clares Gavilán

1. La cultura y la comunicación como industrias culturales
2. Origen y evolución del concepto de política cultural y de comunicación
3. Motivos para la intervención pública en cultura y comunicación
4. Los objetivos de la intervención pública en cultura y comunicación
5. Los modelos o paradigmas de política cultural y de comunicación
6. Organismos internacionales dedicados a la cultura: La Unesco y el Consejo de Europa

Módulo didáctico 2

La intervención pública en el cine

Miguel Ángel Casado del Río

1. ¿Qué es la política cinematográfica?
2. El marco internacional de de la política cinematográfica. La Organización Mundial del Comercio y la excepción cultural
3. La política cinematográfica en Europa
4. El marco estatal para la promoción de la cinematografía
5. La política cinematográfica en España
6. El marco autonómico cinematográfico

Módulo didáctico 3

La intervención pública en televisión

David Fernández Quijada

1. Introducción
2. El marco internacional de la política televisiva
3. La política televisiva en Europa
4. La política televisiva en España
5. El marco televisivo autonómico
6. Autoridades regulatorias

Módulo didáctico 4

La intervención pública en la prensa

Josep Àngel Guimerà i Orts

1. Las políticas de prensa: ayudas económicas y defensa del pluralismo
2. La justificación de las ayudas: la doble naturaleza de la prensa y su papel en el mantenimiento de la democracia
3. El caso español: una política en manos de las comunidades autónomas
4. Cataluña: entre el apoyo al catalán y la creación de un sistema mediático propio
5. El futuro de las ayudas a la prensa: unas políticas siempre discutidas

Módulo didáctico 5

El concepto industrias creativas y su impacto en las políticas culturales y de comunicación

Nicolás Barbieri

1. De las industrias culturales a las industrias creativas: los conceptos
2. De los conceptos a la práctica: las políticas de las industrias creativas
3. Del Programa MEDIA al Programa EUROPA CREATIVA
4. Un panorama de la situación en España
5. Alternativas de políticas culturales y de comunicación