

## **MÓDULO OBLIGATORIO – MATERIA 3: COMUNICACIÓN, SOCIEDAD Y ECONOMÍA**

### **ASIGNATURA 1: COMUNICACIÓN TRANSMEDIA, SOCIOLOGÍA DEL PATRIMONIO CULTURAL Y MEDIACIÓN**

**Carácter:** obligatoria

**Número de créditos ECTS:** 6

**Semestre:** 1º

#### **DEPARTAMENTOS RESPONSABLES DE LA DOCENCIA**

Departamento de Sociología II - Facultad de Ciencias Políticas y Sociología UCM, Departamento de Derecho Civil – Facultad de Derecho UCM; Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II - Facultad de Ciencias de la Información UCM.

**Coordinador:** Isidro Moreno Sánchez. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II - Facultad de Ciencias de la Información, UCM.

**Horario:**

**Aula:**

#### **DESCRIPTOR:**

Esta asignatura consta de tres partes. La primera pretende que el alumnado conozca la disciplina sociológica en su aportación al conocimiento del análisis y gestión del Patrimonio Cultural. Aborda sobre todo el trabajo con los agentes implicados en esta área (ciudadanía y otros agentes) para conseguir una apropiación del Patrimonio Cultural por parte de éstos. La segunda se centra en el estudio de las denominadas ADR (Alternativas a la Resolución de Disputas), incidiendo especialmente en el análisis pormenorizado de la Mediación, como sistema de gestión, transformación y solución colaborativa de conflictos, así como en los efectos de distinto orden que de ella se derivan. Y la tercera parte corresponde a la comunicación transmedia, que aprovecha todos los medios para acercar el Patrimonio Cultural a las personas. Las claves de esta comunicación son la interacción (relaciones físicas y personales), interactividad (relaciones basadas en las TIC) y accesibilidad universal.

#### **OBJETIVOS:**

- Conocer cómo la Sociología permite el acercamiento a la realidad social en su relación con el Patrimonio Cultural para comprenderla.
- Conocer las herramientas sociológicas para el análisis de la relación de los agentes sociales con el Patrimonio Cultural.
- Conocer las técnicas necesarias para analizar y diagnosticar idóneamente los conflictos, los sistemas no jurisdiccionales de resolución de dichos conflictos y el marco normativo y teórico-práctico de desarrollo de la institución de la mediación.
- Familiarizarse con los distintos media (tradicionales, sociales, móviles, personales...) para generar un universo comunicacional transmedia.
- Aprender a crear un plan de comunicación transmedia aplicado a las instituciones y/o empresas dedicadas al Patrimonio Cultural.

#### **COMPETENCIAS**

##### **COMPETENCIAS GENERALES**

**CG4** – Contrastar la situación actual de la gestión del Patrimonio Cultural y abordar la propuesta de nuevos modelos de tutela, investigación y actividad profesional.

**CG6** – Identificar y analizar los ámbitos y los contextos en los que se sitúan o deben situarse las iniciativas sociales a favor del Patrimonio Cultural.

**CG10** - Que el estudiantado posea las habilidades de aprendizaje que le permita continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

##### **COMPETENCIAS TRANSVERSALES**

**CT2** - Desarrollar el proceso marcado por el método científico en el planteamiento y en la realización de trabajos de investigación y/o profesionales diversos, fomentando el espíritu crítico.

##### **COMPETENCIAS ESPECÍFICAS**

**CE10** – Valorar los métodos de resolución de conflictos entre los diferentes agentes implicados en materia de Patrimonio Cultural.

**CE12** – Manejar técnicas básicas para realizar encuestas, mapas mentales, grupos de discusión o cualquier otra herramienta que permita reconocer la percepción y el imaginario social respecto al Patrimonio Cultural e iniciarse en la investigación sobre ello.

**CE18** – Determinar las claves de la investigación de públicos, la evaluación de exposiciones y las técnicas de evaluación de público aplicadas a la interpretación del Patrimonio Cultural.

### **TEMARIO**

1. Marco general contemporáneo sociológico de análisis del Patrimonio Cultural. La promoción externa y la identidad
2. La necesidad de la participación ciudadana para la gestión y redefinición de la ciudad aplicada al Patrimonio Cultural
3. Sistemas tradicionales y alternativos de resolución de conflictos. Teoría y práctica de la mediación.
4. Comunicación transmedia aplicada al Patrimonio Cultural material e inmaterial.
5. El plan de comunicación transmedia para instituciones dedicadas al Patrimonio Cultural.
6. Las instituciones y los espacios culturales como espacios de comunicación

### **METODOLOGÍA DOCENTE:**

- CLASES MAGISTRALES (2 ECTS), donde el profesor/a presentará los conocimientos y métodos básicos de investigación y su aplicación práctica.
- SEMINARIOS Y TUTORÍAS (1 ECTS): Se realizarán seminarios-estudio de casos en torno a las cuestiones fundamentales del curso, con una orientación claramente aplicada. Tutorías específicas para discutir y preparar el contenido de los seminarios, así como para resolver dudas y orientar el trabajo del estudiantado durante el curso.
- TRABAJO NO PRESENCIAL DEL ESTUDIANTADO (3 ECTS): Búsqueda y análisis de información con el fin de preparar los materiales necesarios para la realización de los seminarios. Preparación de las pruebas y trabajos contemplados en el curso, mediante el estudio y análisis de los contenidos de las materias.

### **SISTEMA DE EVALUACION Y CALIFICACIÓN:**

Se sigue el proceso de evaluación continua y el peso de las pruebas y trabajos se ajusta al de las actividades exigidas por el ECTS:

- Trabajos y otras actividades: 60%.
- Asistencia (con participación): 30%.
- Tutorías: 10%.

### **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

- CASTILLO, A.; DOMINGUEZ PEREZ, M.; YAÑEZ, A. (2016). Percepción ciudadana del patrimonio mundial y la arqueología en tres ciudades españolas: primeros casos de estudio. Revista *Complutum*, monográfico *Interpreting the Past through Participatory Approaches: Ideals and Challenges in Archaeological Practice*, vol 27, num 2.
- CASTILLO, A.; YAÑEZ, A.; DOMÍNGUEZ, M.; SALTO, I. (2015). Citizenship and heritage commitment: looking for participatory methodologies adapted to the urban cultural heritage context". En DI STEFANO, M. (ed.) *18 ICOMOS General Assembly: Symposium, Firenze, Italia 9-14 November 2014: heritage and landscape as human values Conference Proceedings*. Napoli: Giannini.
- DOMINGUEZ PEREZ, M.; CRESPI, M. (2014). Las estrategias de promoción urbana en un mundo globalizado y sus consecuencias sobre la ciudad. El caso de Madrid y Barcelona, en J.J. Michellini (ed.): *Desafíos metropolitanos. Un diálogo entre Europa y América Latina*. Ed Libros de la Catarata. Madrid.
- DROTNER, K. & SCHRODER, K. C. (2013). *Museum Communication and Social Media: The Connected Museum*. New York and London: Routledge.
- GARCÍA VILLALUENGA, L. y ROGEL VIDE, C. (Coord.) (2012). *Mediación en asuntos civiles y mercantiles, comentarios a la Ley 5/2012*. Ed. Reus. Madrid, 2012
- GARCÍA VILLALUENGA, L., TOMILLO URBINA, J., VÁZQUEZ DE CASTRO, E. (Codirectores) (2010). *Mediación, arbitraje y resolución extrajudicial de conflictos en el siglo XXI*. Tomos I y II. Ed. Reus. Madrid.

MORENO SÁNCHEZ, I. (2015). Interactividad, interacción y accesibilidad en el museo transmedia. *Zer*. Vol. 20, núm. 38, pp. 81-107. (<http://goo.gl/fiAgq7>).

PUIG DE LA BELLACASA, B. (2009). *Comunicando el museo. El plan de comunicación*. Madrid: Jornadas de formación museológica. Disponible el PPT en: (<https://goo.gl/d4yeqU>).

VV.AA. (2016). *La comunicación ya no es lo que era. Perspectivas de la comunicación 2016*. Madrid: Wellcomm (<https://goo.gl/csYUuH>).

## **MÓDULO OBLIGATORIO – MATERIA 3: COMUNICACIÓN, SOCIEDAD Y ECONOMÍA**

### **ASIGNATURA 2: ECONOMÍA DE LA CULTURA, TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL**

**Carácter:** Obligatoria

**Créditos ECTS:** 6

**Semestre:** 1º

#### **DEPARTAMENTOS RESPONSABLES DE LA DOCENCIA:**

Dpto. Economía Aplicada V – Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, UCM; Dpto. de Geografía Humana – Facultad de Geografía e Historia, UCM

**Coordinador:** Manuel de la Calle (Dpto. Geografía Humana, Facultad de Geografía e Historia, UCM)

**Horario:**

**Aula:**

#### **DESCRIPTOR:**

Esta asignatura se compone de dos partes. La primera ofrece una visión genérica de los aspectos que conciernen a la interdependencia entre Economía y Cultura. Presenta una breve panorámica histórica de la configuración de esta materia para, a continuación, desarrollar los conceptos más relevantes implicados en la Economía de la Cultura. Al mismo tiempo, pone un énfasis especial en el análisis económico del Patrimonio Cultural, como elemento específico de características singulares dentro del amplio ámbito de la Cultura.

La segunda parte pretende una aproximación general al fenómeno turístico y las relaciones entre turismo y Patrimonio Cultural desde un enfoque geográfico o territorial. Entre otros aspectos, se plantea una reflexión general sobre el significado actual del turismo cultural, las posibilidades y limitaciones para un aprovechamiento turístico del Patrimonio Cultural, el papel del éste en la conformación de distintos tipos de destinos turísticos, y el impacto derivado del uso turístico del Patrimonio Cultural, señalando en un nivel básico una serie de principios para que este uso garantice la salvaguarda de distintos tipos de manifestaciones patrimoniales.

#### **OBJETIVOS:**

- Conocer los conceptos teóricos básicos y aplicados relativos al ámbito de la Economía de la Cultura: planteamientos teóricos, métodos, fuentes de datos, técnicas de análisis.
- Valoración del impacto económico de la puesta en valor de la Cultura.
- Manejar los conceptos básicos sobre turismo y situar el Patrimonio Cultural como componente importante tanto de los sistemas territoriales como del sistema turístico.
- Identificar los factores que determinan el atractivo turístico del Patrimonio Cultural y, en última instancia, inciden sobre las posibilidades de su aprovechamiento turístico (1) y del desarrollo turístico de las localidades y territorios donde se sitúan (2).

#### **COMPETENCIAS:**

##### **COMPETENCIAS GENERALES**

**CG4** – Contrastar la situación actual de la gestión del Patrimonio Cultural y abordar la propuesta de nuevos modelos de tutela, investigación y actividad profesional.

**CG7** - Analizar la relación entre el Patrimonio Cultural y la actividad económica general (turismo, transporte, desarrollo, etc.).

**CG19** - Identificar los recursos patrimoniales para el desarrollo cultural y económico de las distintas regiones.

##### **COMPETENCIAS BÁSICAS**

**CB6** - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

**CB10** - Que el estudiantado posea las habilidades de aprendizaje que le permita continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

##### **COMPETENCIAS TRANSVERSALES**

**CT1** - Analizar y sintetizar la información disponible y/o los resultados obtenidos, en un trabajo de investigación, en el ámbito que aquí compete.

**CT2** - Desarrollar el proceso marcado por el método científico en el planteamiento y en la realización de trabajos de investigación y/o profesionales diversos, fomentando el espíritu crítico.

### **COMPETENCIAS ESPECÍFICAS**

**CE18** – Contrastar los distintos riesgos que aquejan el Patrimonio Cultural Inmaterial y la repercusión económica que dichos peligros puede acarrear e iniciarse en la investigación sobre ello.

### **TEMARIO:**

1. La Economía de la Cultura en el seno de la Ciencia Económica.
2. Industrias culturales, activos culturales y capital cultural.
3. El impacto económico de la Cultura y su financiación.
4. Turismo, turismo cultural y turistas del Patrimonio Cultural.
5. El Patrimonio Cultural como recurso turístico. Oportunidades y riesgos.
6. Patrimonio Cultural, sistemas territoriales y destinos turísticos. Oportunidades y riesgos.

### **METODOLOGÍA DOCENTE:**

- CLASES MAGISTRALES (2 ECTS), donde el profesor/a presentará los conocimientos y métodos básicos de investigación y su aplicación práctica.
- SEMINARIOS Y TUTORÍAS (1 ECTS): Se realizarán seminarios-estudio de casos en torno a las cuestiones fundamentales del curso, con una orientación claramente aplicada. Tutorías específicas para discutir y preparar el contenido de los seminarios, así como para resolver dudas y orientar el trabajo del estudiantado durante el curso.
- TRABAJO NO PRESENCIAL DEL ESTUDIANTADO (3 ECTS): Búsqueda y análisis de información con el fin de preparar los materiales necesarios para la realización de los seminarios. Preparación de las pruebas y trabajos contemplados en el curso, mediante el estudio y análisis de los contenidos de las materias.

### **SISTEMA DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN:**

Se sigue el proceso de evaluación continua y el peso de las pruebas y trabajos se ajusta al de las actividades exigidas por el ECTS:

- Trabajos y otras actividades: 60%.
- Asistencia (con participación): 30%.
- Tutorías: 10%.

### **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

- Albi, E. (2003): *Economía de las artes y la política cultural*, Madrid, IEF.
- Blaug, M. (2000): *The Economics of the Arts: Selected Readings*, London, Martin Robertson, 1976.
- Donaire, J.A. (2012): *Turismo cultural: entre la experiencia y el ritual*, Girona, Vi-tela.
- Frey, B. (2000): *La economía del arte*, Barcelona, La Caixa.
- Martos Molina, M. (2016): *Herramientas para la gestión turística del patrimonio cultural*, Gijón, Trea.
- Pulido Hernández, J.I. (coord.), Calle Vaquero, M. de la y Velasco González, M. (2013): *Turismo cultural*. Madrid, Síntesis.
- Sancho, A. (dir.) (2001): *Introducción al turismo*, Madrid, Organización Mundial del Turismo, 1998.
- Throsby, D. (2001): *Economía y cultura*, Madrid, Cambridge University Press.
- Towse, R. (2005): *Manual de economía de la cultura*, Madrid, Fundación Autor.
- Vera, F.; López Palomeque, F.; Marchena, M.; Antón Clavé (s.f.): *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*, Valencia, Tirant lo Blanch.