

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	43406
Nombre	Sociología de la cultura y prácticas culturales
Ciclo	Máster
Créditos ECTS	5.0
Curso académico	2022 - 2023

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2155 - M.U. en Gestión Cultural 12-V.2	Facultad de Ciencias Sociales	1	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Carácter
2155 - M.U. en Gestión Cultural 12-V.2	2 - Sociología de la cultura y prácticas culturales	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
PECOURT GRACIA, JUAN	330 - Sociología y Antropología Social

RESUMEN

La asignatura se ocupa de la constitución simbólica de la sociedad, aplicando los métodos y técnicas de la tradición sociológica para el estudio de esta perspectiva de la realidad social. La asignatura tiene carácter teórico-práctico y ofrece una visión introductoria a los principales temas que estudia la sociología de la cultura, como son la propia definición de ésta y sus componentes fundamentales, los procesos de cambio y de estratificación cultural, y las tendencias culturales de la modernidad avanzada (globalización, multiculturalismo, cultura digital, etc.), así como el análisis y evolución de las prácticas culturales.

La adquisición de las correspondientes competencias cognitivas deben capacitar a quienes cursen esta materia para la interpretación de la sociedad y cultura contemporáneas desde la perspectiva sociológica.



CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

COMPETENCIAS

2155 - M.U. en Gestión Cultural 12-V.2

- Saber analizar de manera crítica los diferentes aspectos sociales de una política cultural.
- Saber realizar planificaciones de desarrollo cultural aplicadas a una comunidad determinada.
- Que los/las estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- Que los/las estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los/las estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- 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.
- Saber enjuiciar las políticas culturales aplicadas en una sociedad.
- Saber trabajar en equipo en organizaciones e instituciones del sector cultural.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar la materia, se espera que, como resultado del proceso de enseñanza-aprendizaje, los

estudiantes hayan conseguido una serie de objetivos específicos de los que serán conocedores mediante la guía docente de la materia. En este caso, los objetivos específicos son que los estudiantes:

1. Conozcan la perspectiva de la Sociología de la Cultura.



2. Conozcan una panorámica de las fuentes disponibles (bases de datos estadísticos, observatorios) desde una perspectiva longitudinal y con especial énfasis en el caso español.
3. Áprehendan los marcos teóricos desde los que se han interpretado los datos (teoría de la distinción, teoría de la individualización, teoría de la omnivoridad, etc.) y las implicaciones que de ello se derivan para la política cultural.
4. Conozcan la evolución de las prácticas culturales en España en las últimas décadas, con especial énfasis en el impacto derivado de las nuevas tecnologías y la irrupción de la cultura digital.
5. Sean capaces de manejar fuentes estadísticas y realizar informes.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Bloque A. Sociología de la cultura

1. Introducción. Las definiciones de cultura
2. La Escuela de Frankfurt. Crítica de la cultura de masas
3. Cultura popular y audiencias activas
4. Campos culturales y estrategias de distinción
5. Artistas, mercados e instituciones
6. El proceso de globalización
7. La cultura digital

2. Bloque B. Las prácticas culturales

9. Las prácticas culturales en España
10. El hogar como espacio de las prácticas culturales
11. Las prácticas lectoras. La lectura en la era digital
12. Las prácticas musicales
13. ¿Existe una democratización de las prácticas culturales en España?
14. Estratificación social y prácticas culturales

**VOLUMEN DE TRABAJO**

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	34,00	100
Tutorías regladas	10,00	100
Elaboración de trabajos en grupo	15,00	0
Elaboración de trabajos individuales	15,00	0
Estudio y trabajo autónomo	51,00	0
TOTAL	125,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

Clases teóricas lección magistral participativa

Discusión de lecturas

Discusión de materiales elaborados por los estudiantes

EVALUACIÓN

Trabajo o memoria individual (50%).

Examen (50%).

Asistencia regular a las sesiones.

Para realizar la nota media habrá que superar ambas pruebas con una nota mínima de 5.

REFERENCIAS



Básicas

- Ariño, A., 2010, Prácticas culturales en España. Evolución desde los años sesenta hasta la actualidad, Ariel.
- Ariño, A., 2019, "Culturas abiertas, culturas críticas"
- Bourdieu, P., 1988, La distinción. Criterio y bases sociales del gusto, Taurus.
- Picó, J., 1999, Cultura y modernidad. Seducciones y desengaños de la cultura moderna, Alianza.
- Rius J. y Pecourt, J., "La sociología de la cultura en la era digital", PUV.
- Tomlinson, A., 2001, Globalización y cultura, Cambridge University Press.

Complementarias

- Becker, H., 2008, Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico.
- Harvey, D., 1998, La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural, Buenos Aires, Amorrortu.
- Hebdige, D., 2004, Subcultura: el significado del estilo. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, H., 2008, Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación, Barcelona, Paidós.
- Klein, R., 2018, Ciudades literarias y espacios públicos creativos. Un análisis de poesía callejera en Latinoamérica y Europa, Debats, 132(2), 125-136.
- Martel, F., 2001, Cultura mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas, Taurus.
- Rius-Ulldemolins, J., Pecourt, J. Rubio Arostegui, J.A., 2019, Contribución al análisis sociológico de la creatividad y la digitalización cultural: creación, intermediación y crisis. Arbor, 195(791), a491.
- Sapiro, G., 2017, Sobre l'ús de les categories de 'dreta' i 'esquerra' en el camp literari, Debats. Revista de Cultura, Poder i Societat 130(2), pp. 99-124 <doi:10.28939/iam.debats.130-2.6>
- Stevenson, N., 1995, Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva, Buenos Aires, Amorrortu.
- Williams, R., 1994, Sociología de la cultura, Barcelona:, Paidós.
- Zolberg, V.L., 2016, Sociología de las artes, Madrid, Fundación Autor.