



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT **INDÚSTRIES CULTURALS**

Coordinació: SERRANO TOLDRA, JUDIT

Any acadèmic 2022-23

Informació general de l'assignatura

| | | | | |
|--|---|-------------|-----------------|------------------|
| Denominació | INDÚSTRIES CULTURALS | | | |
| Codi | 101969 | | | |
| Semestre d'impartició | 2N Q(SEMESTRE) AVALUACIÓ CONTINUADA | | | |
| Caràcter | Grau/Màster | Curs | Caràcter | Modalitat |
| | Grau en Comunicació i Periodisme Audiovisuals | 1 | OBLIGATÒRIA | Presencial |
| Nombre de crèdits assignatura (ECTS) | 6 | | | |
| Tipus d'activitat, crèdits i grups | Tipus d'activitat | PRAULA | | TEORIA |
| | Nombre de crèdits | 3 | | 3 |
| | Nombre de grups | 2 | | 2 |
| Coordinació | SERRANO TOLDRA, JUDIT | | | |
| Departament/s | FILOLOGIA CATALANA I COMUNICACIÓ | | | |
| Distribució càrrega docent entre la classe presencial i el treball autònom de l'estudiant | Hores presencials (HP): 60 hores Treball autònom de l'estudiant (TA): 90 hores | | | |
| Informació important sobre tractament de dades | Consulteu aquest enllaç per a més informació. | | | |
| Idioma/es d'impartició | Català Anglès | | | |

| Professor/a (s/es) | Adreça electrònica professor/a (s/es) | Crèdits impartits pel professorat | Horari de tutoria/lloc |
|-----------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|---|
| SERRANO TOLDRA, JUDIT | judit.serrano@udl.cat | 6 | Horari a convenir amb la professora Tutoria presencial o virtual |
| SOTO MEROLA, JOANA | joana.soto@udl.cat | 6 | Horari a convenir amb la professora Tutoria presencial o virtual |

Informació complementària de l'assignatura

Objectius acadèmics de l'assignatura

- Desenvolupar el coneixement dels trets estructurals dels sistemes de mitjans de l'entorn europeu, prestant especial atenció als casos català i espanyol.
- Identificar els actors econòmics, polítics i socials que conformen o contribueixen a la conformació dels sistemes de la comunicació.
- Identificar les característiques i el funcionament bàsic de les indústries culturals.
- Apreciar, comprendre i analitzar el conjunt d'activitats de creació, producció, distribució i comercialització que concorren en la producció d'un bé o servei cultural.
- Definir les característiques bàsiques de funcionament de les indústries culturals en la societat contemporània.
- Poder apreciar la interacció entre el sistema comunicatiu i l'estructura social.

Competències

Bàsiques

CB5. Saber desenvolupar les habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia

Generals

CG2. Desenvolupar la capacitat d'organització i planificació.

CG3. Aplicar els coneixements teòrics en l'activitat pràctica.

CG5. Desenvolupar la capacitat de gestió de la informació.

Específiques

CE5. Identificar i analitzar l'estructura dels mitjans de comunicació i els fenòmens industrials i empresarials en aquest àmbit.

CE6. Desenvolupar un coneixement adequat de les polítiques de comunicació i la legislació pròpia de l'àmbit dels mitjans de comunicació.

CE7. Identificar i aplicar els fonaments ètics i la deontologia professional en l'exercici de les activitats relacionades amb els mitjans de comunicació.

CE9. Concebre, planificar i executar projectes en l'àmbit dels mitjans de comunicació en tot tipus de suports.

Transversals

CT4. Adquirir coneixements bàsics d'emprenedoria i dels entorns professionals.

Continguts fonamentals de l'assignatura

- Formació transversal en ciències socials, arts, humanitats i tecnologies de la comunicació.
- Aprofundiment en l'estudi i la pràctica de la comunicació i en el coneixement multidisciplinari de les indústries culturals (cinema, arts escèniques, indústria del llibre, etc).
- Coneixement teòric, històric, filosòfic i artístic sobre els orígens i les transformacions del concepte d'indústries culturals.
- Coneixement de la transformació sectorial que els avenços tecnològics, els moviments sociològics i artístics i el motor econòmic han anat produint sobre les dimensions del fenomen.

Eixos metodològics de l'assignatura**Eixos metodològics de l'assignatura:**

1. Classes magistrals: Exposició dels continguts de l'assignatura de forma oral per part de la professora.
3. Conferències: Exposició pública sobre un tema duta a terme per una persona experta.
5. Seminari: Sessions de treball d'un grup més aviat reduït que investiga un tema mitjançant el diàleg i la discussió, sota la direcció d'un professor o un expert, per aprofundir sobre temes monogràfics, a partir de la informació proporcionada prèviament pel professor o la professora.
6. Treball en grup: Activitat d'aprenentatge que s'ha de fer mitjançant la col·laboració entre els membres d'un grup.
7. Treball escrit: Activitat consistent en la presentació d'un document escrit.
8. Aprenentatge basat en problemes.
9. Elaboració de projectes: metodologia d'ensenyament actiu que promou l'aprenentatge a partir de la realització d'un projecte: idea, disseny, planificació, desenvolupament i avaluació del projecte.
10. Estudi de casos: Mètode utilitzat per estudiar un individu, una institució, un problema, etc. de manera contextual i detallada.

Pla de desenvolupament de l'assignatura**TEMARI**

TEMA 1: La cultura. Una primera aproximació (5 sessions)

TEMA 2: Cultura, política i economia. Història i definició de les indústries culturals (6 sessions)

- El naixement de les indústries culturals: Adorno i Horkheimer.
- Una definició actual
- Polítiques culturals i el procés de globalització de les indústries culturals

TEMA 3: Les indústries culturals (14 sessions)

- Els museus
- L'art de carrer

- La indústria editorial
- Mitjans de comunicació i postveritat
- La fotografia

TEMA 4: Els col·lectius minoritzats a les indústries culturals (5 sessions)

Sistema d'avaluació

GRUP EN CATALÀ

1. Ressenyes (30%)

- Producte audiovisual (individual).
- Producte literari (en parella).
- Assistència i ressenya sobre un esdeveniment cultural de la Setmana de la Comunicació (individual).

2. Reportatge cultural (30%)

- Treball en vídeo (grup).
- Presentació del projecte.

3. Examen final (30%)

- Reflexionarà sobre els conceptes generals de l'assignatura i consistirà en preguntes de resposta oberta.
- Cal aprovar l'examen amb un 5 per fer mitja amb la resta de mètodes d'avaluació.
- És l'únic mecanisme d'avaluació amb recuperació (2^a convocatòria).

4. Participació a classe (10%)

GRUP EN ANGLÈS

1. Ressenyes (45%)

- Ressenya a partir de la lectura d'un llibre (treball individual): 25%
- Ressenya d'un producte cultural (treball individual): 10%
- Assistència i ressenya sobre un esdeveniment cultural de la Setmana de la Comunicació (treball individual): 10%

2. Reportatge cultural (25%)

- Elaboració d'un reportatge cultural i presentació oral (treball individual): 25%

3. Examen (30%)

- Reflexionarà sobre els conceptes generals de l'assignatura i consistirà en preguntes de resposta oberta.
- Cal aprovar l'examen amb un 4 per fer-ne mitjana amb la resta de mètodes d'avaluació.
- La data de l'examen s'estableix per calendari de la Facultat.
- És l'únic mecanisme d'avaluació amb recuperació (2a convocatòria).

4. Assistència:

L'assistència al 80% de les classes és requisit per aprovar l'assignatura per als estudiants matriculats per primer cop.

En cas de plagi o usos de mitjans fraudulents durant la realització de les proves avaluatives, s'aplicarà la 'Normativa de l'avaluació i la qualificació de la docència en els graus i màsters a la UdL'.

Els estudiants que combinin els seus estudis amb una feina a temps complet o una feina a temps parcial amb horari coincident amb les classes tenen dret a demanar l'avaluació alternativa en un termini de 5 dies des del començament del semestre. Per més informació, envieu un correu electrònic a academic@lletres.udl.cat o adreceu-vos a la Secretaria de la Facultat de Lletres.

Bibliografia i recursos d'informació

- ADORNO, Theodor. and HORKHEIMER, Max. The culture industry. Enlightenment as a mass deception, New York, Dialectic of Enlightenment, Continuum, 1993.
- ARROYO, Liliana. Tu no ets la teva selfi, Lleida, Pagès Editors, 2020.
- BERRIO, Jordi et al., La política cultural europea. Una proposta des de Catalunya, Barcelona, Fundació Jaume Bofill, 1990
- BONET, Lluís., Llibre blanc de les indústries culturals a Catalunya, Barcelona, ICIC, 2003
- BOURDIEU, Pierre. i HAACKE, Hans., L'art i el poder. Intercanvi lliure. Barcelona, Edicions de 1984, 2004
- CASTELLANOS, Jordi. Literatura i societat. La construcció d'una cultura nacional, Barcelona, L'avenç, 2013.
- CASTELLS, Manuel. Comunicación y poder. Madrid, Alianza Editorial, 2009.
- CEREZO, Pepe. (2018). Los medios líquidos. La transformación de los modelos de negocio. Editorial UOC.
- DERESIEWICZ, Willian (2021). La muerte del artista. Madrid: Capitan Swing.
- FREUND, Gisele. La fotografía como documento social. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1993.
- GOMPERTZ, Will., ¿Qué estás mirando?. 150 años de arte moderno en un abrir y cerrar de ojos, Taurus, 2013
- GREENBERG, Clement., Arte y cultura, Barcelona, Gustava Gili, 1979
- GUARDIOLA, Ingrid. L'ull i la navalla. Un assaig sobre el món com a interfície, Barcelona, Arcàdia, 2018.
- GUASCH, Ana María., El arte último del siglo XX, Madrid Alianza, 2000
- HALL, Stuart. Representation. Cultural representations and signifying practices. London, Sage Publications, 1998.
- KAPUSCINSKI, Ryszard (2008). El mundo de hoy. Autorretrato de un reportero. Barcelona: Anagrama.
- MATTERLAT, Michèle. Mujer e industrias culturales, Madrid, Anagrama, 1982.
- OLIVERAS, Jordi; CRUZ, Nando; LIJTMAER, Lucía; RENDUELES, César; GARCÉS, Marina; FAURA, Ramon i GUAL, Joan Miquel (2016). Cultura en tensió. Barcelona: Raig Verd.
- ORLEAN, Susan (2018). The library book. New Orleans: Simon & Schuster.
- PROYECTO UNA (2020). Leia, Rihanna y Trump. De cómo el feminismo ha transformado la cultura pop y de cómo el machismo reacciona con terror. Barcelona: Descontrol.
- PERICOT, Jordi., Servirse de la imagen. Un análisis pragmático de la imagen, Barcelona, Ariel, 1987.
- PUYAL, Joaquim Maria (2011). Aicnàlumba: reflexions sobre la societat i els mitjans: propostes per a la nova televisió. Barcelona: Columna.

- RIAÑO, Peio (2020). Las invisibles. ¿Por qué el museo del arte esconde a las mujeres? Madrid: Capitan Swing.
- ROQUETA, Marta. De la poma a la pantalla, Lleida, Pagès Editors, 2019.
- SUREDA, Jaume., El turisme cultural, Barcelona, UOC, 2008
- VALLEJO, Irene. El infinto en un junco, Madrid, Ediciones Siruela, 2019.
- VISA, Mariona; FIGUEROLA, Mari Carmen; BRIONES, Erica. La maternidad en la ficción contemporánea, Berna, Peter Lang, 2020.
- WALLIS, Brian. (ed), Arte después de la modernidad. Nuevos planteamientos en torno a la representación, Madrid, Akal, 2001.