



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT
INDÚSTRIES CULTURALS

Coordinació: PUEYO PARIS, MIQUEL

Any acadèmic 2023-24

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	PUEYO PARIS, MIQUEL			
Departament/s	FILOLOGIA 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 (per al grup matriculat en català) Anglès (per al grup matriculat en anglès)			
Distribució de crèdits	6			

Professor/a (s/es)	Adreça electrònica professor/a (s/es)	Crèdits impartits pel professorat	Horari de tutoria/lloc
PUEYO PARIS, MIQUEL	miquel.pueyo@udl.cat	6	Acordar tutoria amb el professor
VENTURA ALVAREZ, RAFAEL	rafael.ventura@udl.cat	7,2	Acordar tutoria amb el professor

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

1. Classes magistrals: Exposició dels continguts de l'assignatura de forma oral per part de la professora.
2. Conferències: Exposició pública sobre un tema duta a terme per una persona experta.
3. 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.
4. Treball en grup: Activitat d'aprenentatge que s'ha de fer mitjançant la col·laboració entre els membres d'un grup.
5. Treball escrit: Activitat consistent en la presentació d'un document escrit.
6. Aprenentatge basat en problemes.
7. 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.
8. 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

I.- LA CULTURA (5 sessions)

1. Definicions i aproximacions a la cultura. Naturalesa i cultura. La cultura i l'espècie humana.
2. La concepció humanística i la concepció antropològica de la cultura. Identitat i diversitat.
3. Les elits i el poble. Cultura popular.
4. Democratització cultural. Cultura mediàtica i cultura digital.
5. Canvis culturals i polítiques culturals.

II.- CULTURA, POLÍTICA I ECONOMIA. HISTÒRIA I DEFINICIÓ DE LES INDÚSTRIES CULTURALS (6 sessions)

1. L'Escola de Frankfurt i les indústries culturals. Les dues cares de la cultura i la discussió de la indústria cultural.
2. Definicions d'indústria cultural.
3. Les polítiques culturals (estratègies, lleis i reglamentacions) i la globalització. Homogeneïtzació i diversitat cultural. Comerç internacional de productes culturals. Llengua i identitat cultural. Drets d'autor i propietat intel·lectual. Fluxos migratoris i diversitat cultural.

III.- LES INDÚSTRIES CULTURALS (14 sessions)

1. Les principals indústries culturals: indústria de la música, indústria cinematogràfica i audiovisual, indústria editorial, indústria dels videojocs, indústria de les arts visuals, indústria de la moda, indústria de la televisió i la radiodifusió, indústria de les arts escèniques, etcètera.
2. Polítiques culturals i globalització. Protecció de la diversitat cultural i difusió de la cultura pròpia. Foment de la producció local. Promoció de les indústries creatives. Cultura i educació. Adaptació a les noves tecnologies.

IV.- REPTES ACTUALS DE LES INDÚSTRIES CULTURALS (5 sessions)

1. La "postveritat", les emocions i les creences personals, i la formació de l'opinió pública. El "fake" com a pantalla de fum i com a reclam.
2. La indústria de la comunicació política. Els actors, els canals i els continguts. Com es construeix una agenda? Què és el lideratge? Instruments de la comunicació política. El màrqueting polític i l'storytelling. Imatge, enquestes, propaganda, campanya i noves fórmules.
3. Igualtat de gènere, representació de col·lectius minoritaris i creació d'entorns de treball més inclusius. Manca de representació. Estereotips i representacions negatives: Bretxa salarial i discriminació. Assumpció de gènere i orientació sexual. La inclusió i la representació de la comunitat LGTBIQ+ en les indústries culturals.

Sistema d'avaluació

SISTEMA D'AVALUACIÓ INDÚSTRIES CULTURALS.

1. Ressenyes (20%)

- Producte Literari (a triar entre 5 propostes) i/o Producte Audiovisual (depenent del grup)
- Assistència i ressenya sobre un esdeveniment cultural de la Setmana de la Comunicació.

2. Reportatge cultural (40%)

- Treball en vídeo (grup).
- Presentació i defensa del projecte a classe.

3. Examen final (30%)

- És imprescindible obtenir almenys una nota de 5 punts, en l'examen final, per poder optar a una nota mitjana d'Aprovat o superior.
- Aquest és l'únic mecanisme d'avaluació que té recuperació (2a convocatòria).

4. Participació en classe (10%)

L'assistència al 80% de las 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, Liliانا. *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, Gustavo 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; LIJMAER, 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.

2023-24

RIANO, 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.