

Indústries de la Cultura i de l'Entreteniment

Codi: 104803

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2503868 Comunicació de les Organitzacions	OT	4	2

Professor/a de contacte

Nom: Marc Blasco Duatis

Correu electrònic: marc.blasco@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

L'estudiant ha de tenir l'hàbit de llegir premsa generalista, amb especial atenció sobre les notícies de cultura i polítiques de comunicació, així com articles d'opinió o el seguiment de debats i tertúlies televisives i radiofòniques sobre qüestions relacionades amb la temàtica.

L'estudiant ha de tenir un domini acceptable de la llengüa anglesa, que li permeti la comprensió de documents escrits en aquest idioma.

La llengua catalana és l'eina vehicular d'expressió escrita i oral de la matèria. En aquest sentit, és requisit indispensable la correcció en l'ús de la llengua, especialment en els aspectes discursius, de raonament i discussió, de correcció ortogràfica i gramatical, així com d'adequació, coherència i cohesió.

Objectius

Les indústries culturals fan referència a aquells sectors culturals proveïdors de productes culturals massius, reproduïbles mecànicament o difosos massivament com la indústria editorial, mediàtica, discogràfica, audiovisual i del videojoc. També s'hi inclouen les arts escèniques i les galeries d'art. Totes combinen la creació i la producció de béns culturals i de l'entreteniment. S'explicarà:

- Teoria i història de les indústries culturals i de l'entreteniment i dels actors principals. Anàlisi de la seva evolució i tendències a l'entorn digital.
- El sector de les indústries culturals i de l'entreteniment, que són un dels motors econòmics principals de la societat del coneixement, en el context de la globalització. Tipologia de les indústries culturals.
- La indústria cultural com a impulsora de la creativitat i de la generació de continguts innovadors en l'àmbit de la comunicació audiovisual. Les indústries creatives.

Competències

- Actuar amb responsabilitat ètica i amb respecte pels drets i deures fonamentals, la diversitat i els valors democràtics.
- Actuar en l'àmbit de coneixement propi avaluant les desigualtats per raó de sexe/gènere.
- Analitzar i avaluar l'estructura dels diferents tipus d'organitzacions, dels mitjans de comunicació i de la relació entre tots dos.
- Determinar l'estructura i les funcions del context tecnològic i econòmic de les organitzacions.
- Gestionar el temps de manera adequada i ser capaç de planificar tasques a curt, mitjà i llarg terminis.

- Introduir canvis en els mètodes i els processos de l'àmbit de coneixement per donar respostes innovadores a les necessitats i demandes de la societat.
- Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.
- Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes destacats d'índole social, científica o ètica.
- Treballar d'acord amb la deontologia professional.

Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar les desigualtats per raó de sexe/gènere i els biaixos de gènere en l'àmbit de coneixement propi.
2. Assumir que la creació, l'organització i la gestió de les empreses culturals ha de tenir en compte l'entorn geogràfic i cultural en el qual s'insereixen i ha de respectar la pluralitat ideològica, ètnica, religiosa, etc., de les persones.
3. Comunicar fent un ús no sexista ni discriminatori del llenguatge.
4. Demostrar coneixements sobre l'estructura de les indústries culturals, cosa que permet construir un pensament crític i generar idees originals sobre el context social, polític i econòmic en el qual s'insereixen les esmentades indústries.
5. Explicar com s'ha d'organitzar una indústria cultural o de l'entreteniment des del punt de vista tecnològic, professional i econòmic.
6. Explicar l'estructura de les indústries culturals en el context de la societat del coneixement i del món globalitzat en el marc d'una economia general.
7. Identificar situacions que necessiten un canvi o millora.
8. Presentar els treballs de l'assignatura en els terminis previstos i amb qualitat manifesta, cosa que implica tenir en compte la feina individual i grupal.
9. Proposar projectes i accions que estiguin d'acord amb els principis de responsabilitat ètica i de respecte pels drets humans i els drets fonamentals, la diversitat i els valors democràtics.
10. Proposar projectes i accions que incorporin la perspectiva de gènere.
11. Treballar de manera autònoma i, a partir del coneixement adquirit, resoldre problemes i fer els treballs sobre les indústries culturals.

Continguts

1. Introducció al concepte cultura i a les indústries culturals: paradigma humanista i antropològic, la cultura com a indústria de la consciència, globalització i interculturalitat.
2. La intervenció pública en cultura i comunicació: Les indústries culturals i els mitjans com a "indústries de l'experiència". Els seus efectes sobre les formes de consciència. Intervenció pública i privada. Raons, mecanisme i models.
3. Consum, gustos i estils de vida. De la contracultura a les cultures creatives (postmodernisme, cultura underground i subcultura).
4. Conseqüències del canvi tecnològic i la crisi econòmica en els hàbits i comportaments referits a la comunicació i la cultura. El paradigma de l'entreteniment. L'espai de la cultura en el context de pandèmia mundial.
5. Sistema de comunicació i sistema cultural com a infraestructures. Quines són les infraestructures fonamentals d'una cultura? La importància estratègica de la producció. La importància social de l'accés i de la distribució.
6. La superposició de sistemes en entorns multiculturals. Diversitat cultural i grans mercats homogenis. Llengües, llenguatges, estereotips i patrimonis simbòlics. La informació, el coneixement i la cultura, espais i factors centrals de discriminació social.

7. El camp de la comunicació i la cultura com a pilar de l'estat del benestar. Les diferents perspectives en la consideració de les capacitats alliberadores o dominadores de les xarxes digitals. L'apropiació privada i la depredació dels patrimonis culturals comunitaris en l'era digital.

8. Els discursos sobre la societat del coneixement i la creativitat com a ideologia de les polítiques públiques en el macrosector de la comunicació i la cultura (la informació i els continguts). Els reptes actuals en la gestió d'institucions, agències, grups, mitjans i indústries de la cultura i la comunicació.

9. De la cultura popular a la cultura digital: cultures juvenils i noves tendències. La creació en temps de mutació.

10. L'espectacle cultural: ídols mediàtics i cultura fan. L'espectacularització dels productes mediàtics i la cultura del consum.

Metodologia

Aquesta assignatura és de 6 ECTS, és a dir, implica una dedicació total de l'estudiant de 150 hores, distribuïdes en:

- Activitats dirigides (30% i 45h): activitats a l'aula amb la presència i orientació del docent que poden consistir en sessions magistrals, seminaris de discussió de lectures obligatòries en grups reduïts i orientades a qüestions pràctiques, treball de casos pràctics relacionats amb el temari del curs i amb la possibilitat de proves puntuals.
- Activitats supervisades (30% i 46h): activitats fora de l'aula dutes a terme per l'estudiant d'acord amb un pla de treball dissenyat i posteriorment tutoritzat i avaluat per part del professor. També s'hi inclouen les tutories conjuntes i altres activitats anàlogues (presencials o online) de seguiment de curs.
- Activitats autònomes (35% i 52h): activitats autònomes de l'alumne d'acord amb les exigències de l'assignatura, tals com lectures bàsiques i complementàries, estudi dels apunts de classe o totes aquelles altres activitats que complementen la formació que s'assoleix en aquest curs.
- Activitats d'avaluació (5% i 7h).

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes magistrals, conferències, visionat de peces audiovisuals, presentació de casos.	30	1,2	1, 3, 4, 8, 11
Exercicis i pràctiques a classe, anàlisi de casos pràctics, presentació de treballs.	15	0,6	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11
Tipus: Supervisades			
Elaboració i redacció de treballs	15	0,6	2, 3, 5, 6, 8, 10, 11
Lectura i preparació de textos que seran objecte de seminaris	25	1	2, 3, 4, 5, 6, 8, 11
Tutories de seguiment en grups reduïts i individualitzades	6	0,24	1, 3, 7, 8, 9, 10, 11
Tipus: Autònomes			

Estudi del temari de l'assignatura	12	0,48	4, 5, 6, 11
Lectures de seminari	40	1,6	3, 6, 8, 11

Avaluació

El 50% de la nota correspondrà al treball de curs individual o en equip (màxim 4 persones) convenientment proposat i acordat. Haurà d'estar elaborat i entregat en les darreres sessions del curs. El treball serà exposat, debatut i defensat a classe.

El 50% restant de la nota correspondrà a les intervencions, assistència durant els seminaris i presentació d'una lectura (10%) i a una dissertació individual d'un tema o text acordat (40%) sobre la matèria tractada durant el curs.

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats el pes de les quals equivalgui a un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura. L'activitat que queda exclosa del procés de recuperació és la participació activa als seminaris.

En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Dissertació/exposició sobre tema o text acordat	40%	3	0,12	1, 7
Participació activa en els seminaris	10%	1	0,04	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11
Treball individual o en equip	50%	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11

Bibliografia

AA.DD. (2010). Políticas para la creatividad. UNESCO, Barcelona. Disponible a:

<https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/220384s.pdf>

AA.DD. (2018). Repensar las políticas culturales: creatividad para el desarrollo. UNESCO, França. Disponible a:

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265419>

AA.DD. (2005). Comunicació internacional i polítiques de comunicació. XXV aniversari de l'Informe MacBride.

Número extraordinari de Quaderns del CAC. Incom UAB / CAC. Barcelona. Disponible a:

<https://www.cac.cat/documentacio/xxv-aniversari-linforme-macbride-comunicacio-internacional-i-politiques-comu>

AA.DD./ IncomUAB (2019). Informe de la Comunicació a Catalunya 2017-2018. Generalitat de Catalunya.

Barcelona. Disponible a: <https://incom.uab.cat/informe/edicion.html?id=17>

ADORNO, T. i HORKHEIMER, M. [1944]. *Dialéctica de la Ilustración* (capítol "La Industria cultural"). Madrid: Trotta.

ARENDDT, Hannah (2018). *¿Qué es la política?* "Primera parte" (els cinc primers fragments: 1, 2A, 2B, 3A y 3B, PP. 33-61). México.

BAUMAN, Zygmunt (2011). *La cultura en el mundo de la modernidad líquida* ("Algunas notas sobre las peregrinaciones históricas del concepto de cultura" i "La cultura en un mundo de diásporas", pp.9-22 i 49-64). Madrid: Fondo de Cultura Económica.

BENJAMIN, Walter [1936]. *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*. Barcelona: Edicions 62.

BOURDIEU, Pierre (1979). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto* ("Capítulo 1. Títulos y cuarteles de nobleza cultural", subsecció "Títulos de nobleza cultural" i "Post scriptum. Elementos para una crítica «vulgar» de las críticas «puras»") pp. 7-62 i 540-557. Madrid: Taurus.

BUSQUETS DURAN, Jordi (ed.) (2017). *Los nuevos escenarios de la cultura en la era digital*. Editorial UOC. Barcelona.

CAC (Consell de l'Audiovisual de Catalunya) (2001). *La definició del model de servei públic al sector de l'audiovisual*. Barcelona. Disponible a: <https://www.cac.cat/es/documentacio/la-definicio-del-model-servei-public>

CAC (2020). *Informe sobre el sector audiovisual a Catalunya (Informes anualsanteriors)*. CAC, Barcelona. Disponible a: <https://www.cac.cat/sites/default/files/2021-10/Informe%20del%20sector%20Audiovisual%20de%20Catalunya%202020.pdf>

CAC (2016). *Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya*. Generalitat de Catalunya. Barcelona. Disponible a: <http://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/lilibreblancaudiovisual.pdf>

CIVIL i SERRA, Marta, ed.; LÓPEZ LÓPEZ, Bernat, ed. *Informe de la comunicació a Catalunya 2019-2020*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2021. 270 pàg. (Lexikon Informes; 7) ISSN 2014-2773. <<https://ddd.uab.cat/record/245270>> [Consulta: 30 juny 2022].

CoNCA (Consell Nacional de la Cultura i de les Arts) (2018). *Dimensió social de la cultura. Estat de la Cultura i de les Arts*. 2018. Barcelona. Disponible a: https://conca.gencat.cat/web/.content/arxiu/publicacions/informe_anual_2018/INFORME_2018-CAT-web.pdf

CUNY, Laurence (2020). *Libertad & creatividad: defender el arte, defender la diversidad*. UNESCO, França. Disponible a: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373360>

Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació (2010). *Pla d'equipaments culturals de Catalunya. 2010-2020*. Generalitat de Catalunya, Barcelona. Disponible a: https://cultura.gencat.cat/web/.content/dgcc/08_Serveis/Publicacions/documents/arxiu/pec_26_01_11.pdf

CASTELLS, Manuel (2009). *Comunicación y poder* (capítols "El cambio cultural en un mundo globalizado", "La audiencia creativa" i "La comunicación en la era digital global", pp. 165-187). Madrid: Alianza Editorial.

GEERTZ, Clifford (1983). *Conocimiento local. Ensayos sobre la interpretación de las culturas* (capítols "El sentido común como sistema cultural" i "El arte como sistema cultural", pp. 93-146) Barcelona: Paidós.

KANT, Immanuel [1784]. *Respuesta a la pregunta: ¿Qué es ilustración? a En defensa de la ilustración*. Barcelona: Alba.

MacBRIDE, Sean i altres (1980). *Un sólo mundo, voces múltiples* (Informe de la Comisión Internacional sobre problemas de la Comunicación) UNESCO (París), Fondo de Cultura Económica, México. Disponible a: <http://diversidadaudiovisual.org/un-solo-mundo-voces-multiples-informe-macbride/>

MARX, Karl (1975). *El Capital. Crítica de la economía política* "El carácter fetichista de la mercancía y su secreto". México: Siglo XXI editores.

NGOZI ADICHIE, Chimamanda (2019). *El peligro de la historia única*. Barcelon: Penguin Random House.

FERNÁNDEZ, Isabel i de MORAGAS, Miquel (eds.) (2008). *Communication and Cultural Policies in Europe*. Generalitat de Catalunya (IncomUAB, Càtedra UNESCO de comunicació). Barcelona.

FERNÁNDEZ, Isabel (ed.) (2017). Austeridad y clientelismo. Política audiovisual en España en el contexto mediterráneo y de la crisis financiera. Gedisa. Barcelona.

de MORAGAS, Miquel i PRADO, Emili (2000). La televisió pública a l'era digital. Pòrtic/CIC, Barcelona.

JENKINS, Henry; FORD, Sam i GREEN, Joshua (2015). *Cultura transmedia* (capítol "Por qué se propaga el contenido de los medios", pp. 25-70). Barcelona, Gedisa.

MUÑOZ LÓPEZ, Blanca (2007). De las industrias culturales a los circuitos culturales. La metamorfosis de un proceso ideológico. Sociedad y Utopía. Revista de Ciencias Sociales, 29: 19-36. Disponible a: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2276199>

ORTEGA Y GASSET, José [1929]. *La rebelión de las masas* (capítols "I. El hecho de las aglomeraciones" fins a "XII. La barbarie del especialismo"). Madrid: Austral.

SIERRA, Francisco (2006). Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento. Gedisa, Barcelona.

STEINER, George (1971). *En el castillo de Barba Azul. Aproximación a un nuevo concepto de cultura* (capítol "En una poscultura", pp. 83-123). Barcelona: Gedisa.

TRESSERRAS, Joan Manuel (2010). Polítiques de cultura i comunicació i construcció nacional. Generalitat de Catalunya (DG Difusió Corporativa), Barcelona.

TRESSERRAS, Joan Manuel (2016). L'ecosistema cultural català. A: S. GINER i O. HOMS (dir.) Raó de Catalunya. La societat catalana del segle XXI. Pp 397-414. IEC & EC. Barcelona.

ZALLO, Ramón (2011). Estructuras de la comunicación i la cultura. Políticas para la era digital. Gedisa, Barcelona.

ZALLO, Ramón (2016). Tendencias en comunicación. Cultura digital i poder. Barcelona: Gedisa.

ZUBOFF, Shoshana (2020). *La era del capitalismo de la vigilancia* (capítols "3. El descubrimiento del excedente conductual" i el "18. Un golpe desde arriba"). Barcelona: Paidós.

Programari

S'utilitzarà la plataforma del Campus Virtual, processadors de textos, fulls de càlcul, plataformes socials i de visualització d'audiovisuals.