La Industria Cultural

Curso Académico: (2023 / 2024) **Fecha de revisión: 28/04/2023 14:07:46**

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Humanidades: Historia, Geografía y Arte

Coordinador/a: VERDU SCHUMANN, DANIEL ANDREAS

Tipo: Obligatoria Créditos ECTS : 6.0

Curso : 3 Cuatrimestre : 1

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

Ninguna.

OBJETIVOS

A la conclusión de la materia, el alumno deberá ser capaz de:

- Conocer las características fundamentales de la llamada industria cultural y sus diversas manifestaciones concretas, institucionales y empresariales, así como sus implicaciones tanto económicas, sociales e ideológicas como en la configuración de las subjetividades contemporáneas.
- Reflexionar de forma abstracta y concreta sobre la naturaleza de la industria cultural, así como de conceptos asociados como la cultura de masas, la cultura popular, la cultura creativa, el mercado o los medios de comunicación de masas.
- Ser capaz de analizar críticamente las obras de creación en su contexto de producción, distribución y consumo.
- Conocer el estado actual de las investigaciones en torno a la industria cultural en relación con la globalización y la digitalización, y en especial cómo afectan dichos procesos a las industrias creativas.
- Localizar la información necesaria para el correcto desempeño de sus tareas, así como interpretarla adecuadamente para elaborar contenidos y emitir juicios fundados.
- Expresarse y argumentar con rigor, tanto de forma oral como escrita, sobre los contenidos de la asignatura.
- Trabajar con orden, aprovechamiento y en profundidad, tanto en solitario como en equipo.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

1. Presentación del curso
2. Definición de industria cultural desde el punto de vista económico
3. Los economistas y la cultura
4. Industria cultural y pensamiento marxista
5. La economía de la cultura y la comunicación en la era digital
6. La industria del cine
7. Los carteles publicitarios
8. El arte pop
9. La industria de la música: de cantar a consumir
10. El valor del idioma en la industria cultural
11. Productos y servicios culturales
12. TRLPI (Texto Refundido Ley De Propiedad Intelectual)
13. Sociedades de gestión colectiva de derechos
14. El nuevo internet europeo
15. La cultura como mito
16. De la idea subjetiva a la idea objetiva de cultura
17. Análisis de la Idea de Cultura
18. El Estado de la Cultura y el Reino de la Gracia
19. Unidad e identidad cultural: mitos y realidades
20. Ley de desarrollo inverso

1. Presentación del curso
2. Definición de industria cultural desde el punto de vista económico
3. Los economistas y la cultura
4. Industria cultural y pensamiento marxista
5. La economía de la cultura y la comunicación en la era digital
6. La industria del cine
7. Los carteles publicitarios
8. El arte pop
9. La industria de la música: de cantar a consumir
10. El valor del idioma en la industria cultural
11. Productos y servicios culturales
12. TRLPI (Texto Refundido Ley De Propiedad Intelectual)
13. Sociedades de gestión colectiva de derechos
14. El nuevo internet europeo
15. La cultura como mito
16. De la idea subjetiva a la idea objetiva de cultura
17. Análisis de la Idea de Cultura
18. El Estado de la Cultura y el Reino de la Gracia
19. Unidad e identidad cultural: mitos y realidades
20. Ley de desarrollo inverso

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

- Se utilizarán metodologías de trabajo inductivas y constructivas, en una combinación de clases tanto teóricas como prácticas
- Los estudiantes analizarán y debatirán textos y producciones culturales propuestos por el profesor, de un modo estructurado, apoyándose en los recursos que ofrece el Aula Global (foros, tareas, cuestionarios, etc.)
- Cada alumno tendrá que presentar oralmente un artículo que se le asignará al principio del curso
- Cada alumno tendrá que realizar un comentario de texto que le será proporcionado por el profesor
- Habrá un régimen de tutorías, que podrán ser presenciales u online, en los horarios establecidos

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Peso porcentual del Examen/Prueba Final:	40
Peso porcentual del resto de la evaluación:	60

La evaluación se basa en la calificación de un examen final y la evaluación continua, a través de los siguientes criterios:

1. EVALUACIÓN CONTINUA: 60%
a. 25% participación en foros / tareas / cuestionarios
b. 20% comentario de texto
c. 15% presentación oral de un artículo
2. EXAMEN FINAL: 40%

Bibliografía básica

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- null Cultura, globalización y comercio, UNESCO, 2002

- Christiaan De Beukelaer and Kim-Marie Spence Global Cultural Economy, Routledge, 2019

- David Hesmondhalgh The Cultural Industries, Sage, 2013

- Dominic Power and Allen J. Scott (eds.) Cultural Industries and the Production of Culture, Routledge, 2004

- Enrique Bustamante, José Mará Álvarez Monzoncillo Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España, Gedisa, 2002

- Gustavo Bueno El mito de la Cultura, Grupo Helicón, 2016

- Harold L. Vogel La industria de la cultura y el ocio, Fundación Autor, 2004

- Ilya Kiriya, Panos Kompatsiaris and Yannis Mylonas (eds.) The Industrialization of Creativity and Its Limits, Springer, 2020

- Jesús Martín-Barbero De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía, Anthropos, 2010

- José Luis Sánchez Noriega Crítica de la seducción mediática: comunicación y cultura de masas en la opulencia informativa, Tecnos, 2002

- Kate Oakley and Justin O'Connor (eds.) The Routledge Companion to the Cultural Industries, Routledge, 2015

- Manuel Santos-Redondo Economía de las industrias culturales en español, Colección Fundación Telefónica, Editorial Ariel, 2011

- Nissim Otmazgin and Eyal Ben-Ari Creative Context: Creativity and Innovation in the Media and Cultural Industries, Springer, 2020

- Néstor García Canclini Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad, Paidós, 2001

- Ruth Towse and Trilce Navarrete Hernández (eds.) Handbook of Cultural Economics, Edward Elgar, 2020

- Scott Lash and Celia Lury Global Culture Industry, Polity, 2007

- Theodor W. Adorno The Culture Industry. Selected Essays on Mass Culture , Routledge, 1991

- Virgilio Tortosa (ed.) Mercado y consumo de ideas. De industria a negocio cultural, Biblioteca Nueva, 2009