

PLAN DOCENTE DE INDUSTRIAS CULTURALES

Curso académico: 2020/2021

Identificación y características de la asignatura				
Código	502294		Créditos ECTS	6
Denominación (español)	INDUSTRIAS CULTURALES			
Denominación (inglés)	Cultural Industries			
Titulaciones	GRADO EN INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN			
Centro	Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación			
Semestre	2º	Carácter	OPTATIVO	
Módulo	OPTATIVO			
Materia	PATRIMONIO DOCUMENTAL			
Profesor/es				
Nombre	Nombre	Despacho	Correo-e	
	Felipe Zapico Alonso	51	fzapalo@unex.es	
Área de conocimiento	Biblioteconomía y Documentación			
Departamento	Información y Comunicación			
Profesor coordinador (si hay más de uno)	Felipe Zapico Alonso			

Competencias*

Competencias básicas

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias generales

CG1 - Conocimiento de la naturaleza de la información y de los documentos, de sus diversos modos de producción y de su ciclo de gestión, de los aspectos legales y éticos de su uso y transferencia, y de las fuentes principales de información en cualquier soporte.

CG2 - Conocimiento de los principios teóricos y metodológicos para la reunión, selección, organización, representación, preservación, recuperación, acceso, difusión e intercambio de la información.

Competencias específicas

CE3 - Conocimiento de la realidad nacional e internacional en materia de políticas y servicios de información y de las industrias de la cultura.

CE10 - Capacidad de usar y aplicar las técnicas, las normativas y otros instrumentos utilizados en la reunión, selección, organización, representación, preservación, recuperación, acceso, difusión e intercambio de la información.

CE12 - Capacidad para analizar, asesorar y formar a productores, usuarios y clientes de servicios de información, así como en los procesos de negociación y comunicación.

CE13 - Conocimiento de las técnicas necesarias para la obtención, tratamiento e interpretación de datos sobre el entorno de las unidades y servicios de información, y el estudio, la gestión y la evaluación de los procesos de producción, transferencia y uso de la información y de la actividad científica

* Los apartados relativos a competencias, breve descripción del contenido, actividades formativas, metodologías docentes, resultados de aprendizaje y sistemas de evaluación deben ajustarse a lo recogido en la memoria verificada del título.

Competencias transversales
CT2 - Capacidad de uso y adaptación de diversas técnicas de comunicación oral y escrita con los usuarios de la información.
CT5 - Capacidad de organización y planificación del trabajo propio.
CT7 - Reconocimiento de la diversidad y la multiculturalidad en el trabajo en el servicio público.
CT8 - Razonamiento crítico en el análisis y la valoración de alternativas.
CT10 - Capacidad para el aprendizaje autónomo.
CT11 - Capacidad para la adaptación a cambios en el entorno.
CT12 - Capacidad para emprender mejoras y proponer innovaciones.

Contenidos

Breve descripción del contenido*

Descriptores del Título

Industrias de la cultura. Tipos de Industrias Culturales: Editorial, Periodística, Televisiva, Radiofónica y Cinematográfica. Políticas culturales. Influencia social. Gestión económica.

Temario de la asignatura

Denominación del tema 1: Cultura e industrias culturales

Contenidos del tema 1: Concepto de cultura. Características de la cultura actual. Las políticas culturales. Concepto de industria cultural. Tipología. Características.

Descripción de las actividades prácticas del tema 1: Lectura crítica sobre informes oficiales con respecto a la industria cultural y la cultura en general.

Denominación del tema 2: La industria editorial

Contenidos del tema 2: Estructura organizativa de las empresas editoriales. Características del sector editorial. Influencia de la tecnología en el sector editorial: la lectura en otros soportes. La industria editorial en España. La edición independiente. La autoedición

Descripción de las actividades prácticas del tema 2: Lectura crítica sobre estado de la edición en España en el momento actual.

Denominación del tema 3: La prensa

Contenidos del tema 3: Evolución histórica de la prensa. Tipos de prensa. Estructura organizativa de la empresa de prensa. Formas de financiación. Los grandes grupos de prensa. Influencia de la tecnología en la industria de la prensa. Prensa alternativa. Contra-información.

Descripción de las actividades prácticas del tema 3: Informe y discusión sobre la concentración de medios.

Denominación del tema 4: Cine, Fotografía y Televisión.

Contenidos del tema 4: El cine. La fotografía. La televisión. Industria, entretenimiento y cultura.

Descripción de las actividades prácticas del tema 4:

Denominación del tema 5: Cibercultura.

Contenidos del tema 5: Movimientos culturales, del underground al mundo 2.0. Cultura colaborativa. Nuevas formas de financiación.

Descripción de las actividades prácticas del tema 5:

Denominación del tema 6: Industrias de la Creatividad. Cultura de calle

Contenidos del tema 6: Licencias para compartir. Altruismo cultural y creativo. Arte en las calles y en las redes.

Descripción de las actividades prácticas del tema 6:

Actividades formativas*								
Horas de trabajo del alumno por tema		Horas teóricas	Actividades prácticas				Actividad de seguimiento	No presencial
Tem a	Total	GG	PCH	LAB	ORD	SEM	TP	EP
1	11	3						8
2	34.5	9				6	0.5	18
3	20	6				4		10
4	19	6				2		11
5	24	6				6	1	11
6	21.5	6.5				4		11
Preparación del examen	20	1						20
Evaluación **	150	37.5				22	1,5	89
TOTAL ECTS								

GG: Grupo Grande (100 estudiantes).
PCH: prácticas clínicas hospitalarias (7 estudiantes)
LAB: prácticas laboratorio o campo (15 estudiantes)
ORD: prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas (30 estudiantes)
SEM: clases problemas o seminarios o casos prácticos (40 estudiantes).
TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS).
EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.

| Metodologías docentes* | | | | | | | | |
| - Explicación en clase de los temas programados - Utilización de material docente en diferentes tipos y formatos. - Discusión de los contenidos. - Aplicación práctica de los conocimientos teóricos a través de los laboratorios, talleres, etc. - Análisis y resolución de problemas prácticos propuestos. | | | | | | | | |

Resultados de aprendizaje*

- Extraer el significado de industria cultural aplicado a: editoriales, prensa, televisión, cine, publicidad, radio, mercados culturales e internet.
- Habilidad para manejar bases de datos específicas de gestión documental en medios audiovisuales.

Sistemas de evaluación*

La suma de la evaluación continua y la evaluación final, atendiendo a los siguientes criterios:

Evaluación continua: es la media de la calificación obtenida en la asistencia a las clases, y los trabajos y tareas estipuladas en la asignatura. La nota obtenida supondrá un 40% de la nota final.

Evaluación final: constituirá el 60% de la nota final, y consistirá en la realización de un examen de los conocimientos teóricos adquiridos a lo largo del semestre. Dicho examen constará de preguntas de tamaño medio y corto sobre las materias impartidas en la asignatura. El examen deberá aprobarse para superar la asignatura.

* Nota importante al final

Bibliografía (básica y complementaria)

Atlas ilustrado de grafiti y arte urbano. Susaeta: Madrid, 2011

BOLAÑO, César. Industria cultural, información y capitalismo. Barcelona: Gedisa, 2013.

BUSTAMANTE, E., ZALLO, R. Las industrias culturales en España. Madrid: Akal, 1988

BUSTAMANTE, E. (coordl). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: las industrias culturales en la era digital. Barcelona: Gedisa, 2003

BUSTAMANTE, E. Comunicación y cultura en la era digital. Barcelona: Gedisa, 2002

CASTRO HIGUERAS, Antonio. Las industrias culturales y creativas y su índice de potencialidad: las ciudades de Sevilla, Málaga y Córdoba como casos de estudio. Salamanca: Comunicación Social, 2017.

GARCÍA GRACIA, M. I. La dimensión económica de la industria de la cultura y el ocio en España. Madrid: McGraw-Hill, 2007

GUBERN, R. Historia del cine. Barcelona: Lumen., 1998.

Informe mundial sobre la cultura. Madrid: UNESCO, 1999

Informe mundial sobre la cultura: cultura, creatividad y mercados. Madrid: Fundación Santa María, 1998

Informe mundial sobre la comunicación y la información. Madrid: UNESCO, 2003

HERSCOVICI, A. Economie de la culture et de la communication. Paris: L'Harmatan, 1994

ORIHUELA, Antonio. Pop, poesía y contracultura en España. Berenice: Córdoba, 2013.

GOFFMAN, Ken. La contracultura a través de los tiempos: de Abraham al acid-house. Barcelona: Anagrama, 2005.

Graffiti: Arte urbano de los cinco continentes. Gustavo Gili: Barcelona, 2010.

Graffiti y arte urbano: murales, firmas, plantillas y pegatinas. FKG: Barcelona, 2011.

PIMENTEL, M. Manual del editor: cómo funciona la moderna industria editorial. Córdoba: Berenice, 2007

POTTER, Patrick. Banksy: usted representa una amenaza tolerable y si no fuera así ya lo sabría. Buenos Aires: La marca editora, 2017.

LASUEN, J., ARANZADI, J. El crecimiento económico y las artes. Madrid: Fundación Autor, 2002

SARDAR, Ziauddin; LOON, Borin von. Estudios culturales, una guía gráfica: todo lo que necesitas saber en 100 imágenes. Barcelona: Paidós, 2001.

SOUGEZ, M-L. Historia de la fotografía. Madrid: Cátedra, 1999.

SÚAREZ, Mario. Los nombres esenciales del arte urbano y del graffiti español. Lunwerg: Madrid, 2011.

SCHWANITZ, Dietrich. La cultura: todo lo que hay saber. Barcelona: Taurus, 2016.

Treinta años de políticas culturales en España: participación cultural, gobernanza e industrias culturales. Joaquim Rius-Ulldemolins y Juan Arturo Rubio Arostegui, editores. Valencia: Universidad de Valencia, 2016.

THROSBY, D. Economía y cultura. Cambridge: Cambridge University Press, 2001

Ultimate street art a celebration of graffiti and urban art. Monsa: Barcelona, 2009.

World culture report: cultural diversity and pluralism. Paris: UNESCO, 2000

VOGEL, H. La industria de la cultura y el ocio: un análisis económico. Madrid: Fundación Autor, 2004

ZAFRA, Remedios. El entusiasmo: precariedad y trabajo creativo en la era digital. Barcelona: Anagrama, 2017.

ZALLO, R. Economía de la cultura y la comunicación. Madrid: Akal, 1988

Sougez, Marie-Loup. Historia de la fotografía. Madrid: Cátedra, 1999.

Otros recursos y materiales docentes complementarios

La asignatura cuenta con un aula en el Campus Virtual de la Universidad de Extremadura en la que se encuentran incluidos los principales recursos digitales (temas, presentaciones, cuestionarios, casos prácticos, etc.) para el correcto seguimiento de la misma.

* En las convocatorias, habrá una prueba final alternativa de carácter global, de manera que la superación de ésta suponga la superación de la asignatura

