



**1. Unidade curricular / Curricular Unit (com ECTS)**

**Cultural and Creative Industries**

**5,5 ECTS**

**Indústrias Culturais e Criativas**

**2. Designação do Ciclo de Estudos em que se insere a Unidade Curricular (com semestre e ano letivo)**

*Study cycle to which the curricular unit belongs (with academic semester and scholar year)*

Licenciatura em Comunicação Social e Cultural / 1.º semestre / 2016-2017

BA In Social and Cultural Communication / 1<sup>st</sup> Semester / 2016-2017

**3. Docente responsável e respetiva carga letiva na unidade curricular**

*Responsible academic staff member and lecturing load in the curricular unit*

Ana Jorge – 45 horas / hours

**4. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular**

*Other academic staff and lecturing load in the curricular unit*

NA

**5. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes)**

**Objetivos:** Apresentar conceitos e práticas das indústrias culturais e das indústrias criativas, dentro das linhas desenvolvidas na última década na Europa e em Portugal.

**Competências:** Analisar e discutir estratégias e práticas no sector das indústrias criativas; desenvolver capacidade crítica sobre o impacto do sector criativo na economia, cultura e sociedade.

*Learning outcomes of the curricular unit*

**Objectives:** To introduce concepts and practices of cultural industries and creative industries, along the lines developed in the last decade in Europe and Portugal.

**Skills:** To analyse and discuss strategies and practices in the field of creative industries; to develop critical capability about the impact of creative sector in the economy, culture and society.



## 6. Conteúdos programáticos

1. De indústria da cultura às indústrias culturais. Influências da Teoria Crítica e dos Estudos Culturais.
2. Das indústrias culturais às indústrias criativas.
3. Indústrias Criativas. Instituições, propriedade e empreendedorismo. Produção e circulação de produtos culturais.
4. Economia criativa e Cidades criativas.
5. Para uma crítica das Indústrias criativas.

### *Syllabus*

1. From culture industry to cultural industries. The effects of Critical Theory and Cultural Studies.
2. From cultural industries to creative industries.
3. Creative Industries. Institutions, ownership and entrepreneurship. Production and circulation of cultural products.
4. Creative Economy and Creative cities.
5. A critique of Creative Industries.

## 7. Metodologia de ensino (avaliação incluída)

**Ensino:** Combinação de aulas teóricas (matéria lecionada) com apresentação, análise e discussão de textos em aula (teórico-práticas), e discussão de exemplos práticos.

### **Avaliação:**

- Teste escrito (40%);
- Apresentação e discussão, em grupo de trabalho, de texto em aula, com entrega de relatório do texto apresentado (20%); a nota do trabalho escrito é comum aos elementos do grupo; a nota final resulta da média com a nota da prestação individual;
- Estudo de caso em pares (30%);
- Participação relevante nas sessões e debates (10%).

Observação: o plágio é punido com anulação dos elementos de avaliação para o(s) aluno(s) que os assinam.

Qualquer evidência de plágio será punida com a atribuição de zero ao elemento de avaliação



que tenha utilizado indevidamente textos de terceiros.

*Teaching methodologies (including evaluation)*

**Learning:** By combination of lectures (subjects of study) and presentation, analysis and discussion of texts in class, and discussion of practical examples.

**Evaluation:**

- Written test (40%);
- Presentation, in groups, and discussion of texts, with oral plea and written report (20%); the grade of the written report is common to group members; the final grade for each student results from the average with the provision of individual evaluation;
- Case-study in pairs (30%);
- Relevant participation in classes and discussions (10%).

Any evidence of plagiarism is a disciplinary offense and will result in a penalty. A mark of zero (0) will be awarded for the assignment.

## 8. Bibliografia principal

*Main bibliography*

- ADORNO, Theodor W. (2005). *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*. Londres e Nova Iorque: Routledge.
- DAVIES, Rosamund & Gault SIGTHORSSON (2013). *Introducing the Creative Industries: From theory to practice*. Los Angeles e Londres: Sage.
- DCMS (1998). Creative Industries Mapping Document. London: DCMS. Revised 2001. DCMS (2007) Creative Economy Programme.  
([http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/global/publications/archive\\_2001/ci\\_mapping\\_doc\\_2001.htm](http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/global/publications/archive_2001/ci_mapping_doc_2001.htm))
- EISENBERG, Christiane, Rita GERLACH & Christian HANDKE (eds.) (2006). *Cultural industries: the British experience in international perspective*. Berlin: Humboldt-Universität zu Berlin.  
<http://edoc.hu-berlin.de/conferences/culturalindustries/proc/culturalindustries.pdf>
- FLEW, Terry & Stuart CUNNINGHAM (2010). "Creative Industries after the First Decade of Debate", *The Information Society: An International Journal*, 26:2, 113-123.  
<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01972240903562753>
- FLORIDA, Richard (2002). *The Rise of the Creative Class: and how it's transforming work, leisure, community*. Nova Iorque: Basic Books.



- JORGE, Ana (2014). *'O que é que os Famosos têm de especial?': A Cultura das Celebridades e os Jovens*. Lisboa: Texto Editores.
- HARTLEY, John (ed.) (2005). *Creative Industries*. Malden, MA, Oxford e Victoria: Blackwell.
- HESMONDHALGH, David (2008). "Cultural and creative industries", in Tony Bennett, John Frow, Eds., *The SAGE Handbook of Cultural Analysis*. Londres: Sage: 552-569.
- HESMONDHALGH, David (2007). *The Cultural Industries*. 3<sup>RD</sup> Edition. Londres: Sage.
- LASH, Scott e Celia LURY (2007). *Global Culture Industry: The Mediation of Things*. Wiley.
- MCROBBIE, Angela (2016). *Be Creative: Making a Living in the New Culture Industries*. Cambridge, Malden: Polity Press.
- O'CONNOR, Justin (2007). *The Cultural and Creative Industries: A Review of the Literature*. Arts Council England.
- PUTCHA, Dieter, Friedrich SCHNEIDER, Stefan HAIGNER, Florian WAKOLBINGER e Stefan JENEWEIN (2010). *The Berlin Creative Industries. An empirical analysis of future key industries*. Heidelberg: Gabler.
- SANTOS, Maria de Lourdes Lima (1999). "Indústrias culturais: especificidades e precariedades". *OBS*, 5: 2-6. <http://www.gepac.gov.pt/gepac-oac/obs-n-5-1-pd> Any evidence of plagiarism is a disciplinary offense and will result in a penalty. A mark of zero (0) will be awarded for the assignment.[f.aspx](http://www.gepac.gov.pt/gepac-oac/obs-n-5-1-pd)
- SANTOS, Rogério (2007). *Indústrias culturais. Imagens, valores e consumos*. Lisboa: Edições 70.
- THROSBY, David (2007). "Modelling the creative/cultural industries", *New Directions in Research: Substance, Method and Critique*, ESRC/AHRB Cultural Industries Seminar Network, Royal Society of Edinburgh, Scotland