



Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad 1

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:

INDUSTRIAS CULTURALES

CURSO 2010/11

Profesor : Enrique Bustamante Ramírez

PROGRAMA: INDUSTRIAS CULTURALES (Curso 2010-2011)

Profesor: Enrique Bustamante

METODOLOGIA DEL CURSO:

Materiales básicos:

El curso se preparará mediante los esquemas utilizados en Power Point (puestos a disposición de los alumnos) pero complementados siempre con los apuntes de clase y con la bibliografía recomendada.

Calificaciones:

La nota básica será fijada en base al examen final en la convocatoria oficial, que comprenderá sólo las materias impartidas en clase. Se podrán realizar trabajos destinados a subir la calificación del examen, pero estos nunca podrán servir para salvar un suspenso en los exámenes.

Prácticas:

-El componente práctico de esta materia (una cuarta parte de sus 4 créditos) se realizará en base a la realización y exposición de trabajos por los alumnos sobre estudios de caso de Industrias Culturales en España.

-Los trabajos: Voluntarios, realizados individualmente o por grupos de tres alumnos como máximo, habrán de ser acordados con el profesor y versarán sobre el análisis de casos concretos reales, de forma que la bibliografía sea sólo complementaria: pueden ser sobre un producto o servicio cultural, la evolución y estructura de una empresa o grupo, el proceso de creación o de organización del trabajo, el proceso de comercialización y marketing, las tareas y planes de comunicación, etc, siempre en el marco de una industria cultural concreta en España. Deberán ser entregados por escrito en su síntesis y conclusiones fundamentales a final del curso, antes del examen final.

-Algunos trabajos seleccionados por su temática o calidad serán expuestos y debatidos en clase con ayuda de elementos gráficos (transparencias, vídeo, pizarra)

PROGRAMA

INTRODUCCIÓN: CONCEPTOS BÁSICOS

1.-CULTURA E INDUSTRIAS CULTURALES

- 1.1. Cultura-Comunicación: definiciones, interrelaciones
- 1.2. Naturaleza económica
- 1.3. Cultura e Industrias Culturales: Tipologías, sectores.

2.-LA "CULTURA ARTESANAL"

- 2.1. Las artes tradicionales mercantilizadas
- 2.2. El espectáculo en vivo. Los deportes de masas.
- 2.3. Mercado de arte. Patrimonio artístico; los museos y su evolución; la ciudad.

3.-TECNOLOGÍA, COMUNICACIÓN Y CULTURA

- 3.1. Tecnología y evolución de la comunicación social
- 3.2. Tecnología y utopías

3.2. Tecnología y Cultura

4.-ESTRUCTURA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES

- 4.1. Naturaleza económica. Características de la oferta. Fases.
- 4.2. El trabajo creativo. Los derechos de autor.
- 4.3. El consumo cultural

5.-LOS GRANDES SECTORES DE LAS I.C.

- 5.1. Los productos editoriales (libro, fonografía, cine-video): Economía; evolución
- 5.2. Las I. C. de flujo (radio y televisión): Naturaleza económica. Modelos de desarrollo.
- 5.3. Los modelos híbridos

6.- LA GLOBALIZACION Y DIVERSIDAD DE LA CULTURA

- 6.1. La Globalización económica y cultural
- 6.2. Concentración-Internacionalización de las I.C. Cultura clónica
- 6.3. La lucha por la diversidad cultural

7.- LAS I.C. EN LA ERA DIGITAL:

- 7.1. Los productos editoriales digitales *off/on line*. El *e-movie*
- 7.2. Radio y Televisión en las nuevas redes digitales
- 7.3 . El videojuego o los mestizajes futuros. Modelos híbridos

8.-EL ESTADO Y LAS POLITICAS CULTURALES

- 8.1. Evolución y modelos de la actuación estatal
- 8.2. Las políticas culturales y de comunicación analógicas y digitales
- 8.3. Políticas culturales en la U.E.

BIBLIOGRAFIA POR AREAS TEMATICAS

Sobre Cultura-Comunicación-Industrias Culturales:

BASICA:

- BUSTAMANTE, E. (Ed.) Las Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital. Gedisa. Barcelona. 2011.
- BUSTAMANTE, E. (Coord.). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la Era Digital. Gedisa. 2003.
- BUSTAMANTE, E., FRANQUET, R., GARCÍA LEIVA, T., LÓPEZ, X., PEREIRA, X. Alternativas en los medios de comunicación digitales. Gedisa. Barcelona. 2008.
- THORSBY, F.. Economía y Cultura. Cambridge University Press. Madrid. 2001.
- ZALLO, R.. Economía de la cultura y la comunicación. Akal. Madrid. 1988.

COMPLEMENTARIA:

- Bustamante, E., (coord.). Culturas y Comunicación para el Siglo XXI. Diagnóstico y políticas públicas. Ideco. Santa Cruz de Tenerife. 2007.
- Bustamante, E. (Coord.). El Audiovisual Digital. Políticas y estrategias desde las Comunidades Autónomas. Ideco. Santa Cruz de Tenerife. 2009.
- VOGEL, A. La industria de la cultura y el ocio. Un análisis económico. Datautor. 2004.
- VV.AA . Economía y Cultura. La tercera cara de la moneda. Convenio Andrés Bello. Bogotá. 2002.
- WILLIAMS, R. Cultura. Sociología de la comunicación y del arte. Paidós. Barcelona. 1982.
- Castells, M. Comunicación y poder. Alianza Editorial. Madrid. 2009.

Sobre las I.C. en España:

- BUSTAMANTE, E. (Coord.) Comunicación y Cultura en la Era Digital. Industrias, mercados y diversidad en España. Barcelona. Gedisa. 2002. (2ª Ed. actualizada 2004).
- GARCIA GRACIA, M.I./ZOFIO PRIETO, J.L. La dimensión sectorial de la Industria de la Cultura y del Ocio en España. (1993-1997). Datautor. Madrid. 2003.

Sobre Cultura artesanal:

- BALLART, J. /TRESERRAS, J.J. Gestión del patrimonio cultural. Aruiel. Barcelona. 2001.
- BOURDIEU, P./DARBEL, A. El amor al arte. Paidós. Barcelona. 2003.
- DELOCHE, B. El museo virtual. Trea. Gijón. 2002.
- LASUEN, J.R./ ARANZADI, J. El crecimiento económico de las artes. Fundación Autor. Madrid. 2002.
- TOWSE, R. (ED.) Manual de Economía de la Cultura. Fundación Autor. Madrid. 2005.
- SMIERS, J. No Copyright. Gedisa. Barcelona. 2008.

Sobre Tecnología e Industrias Culturales:

- FLICHY, P. Una historia de la comunicación moderna. G. Gili. . Mexico. 1993.
- FLICHY, P. Lo imaginario de Internet. Tecnos. Madrid. 2003.
- MATTELART, A. La invención de la comunicación. Bosch. Barcelona. 1995.
- CARDOSO, G. Los medios de comunicación en la sociedad en red. UOC. Barcelona. 2008.

Sobre sectores de las I.C.:

- BUSTAMANTE, E. La televisión económica. Gedisa. Barcelona. 1999. (2º ed. actualizada 2006)
- GREENSNAKE, J.L. Réquiem por la música, los artistas y la industria. Fundación Autor. Madrid. 2004.
- NEGUS. K. Los géneros musicales y la cultura de las multinacionales. Paidós. Barcelona. 2005.
- YUDICE, G. El recurso de la cultura. Gedisa. Barcelona. 2002.

Sobre Globalización y Diversidad:

- GARCIA CANCLINI, N..La globalización imaginada. Paidós. Buenos Aires.1999
- GARCIA CANCLINI, N. Diferentes, desiguales, desconectados. Mapas de la interculturalidad. Gedisa. Barcelona.2004.
- MARTIN BARBERO, J. Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. FCE. Santiago de Chile. 2002.
- MATTELART, A . Diversidad cultural y mundialización. Paidós. Barcelona. 2006.
- SMIERS, J. *Un mundo sin copyright. Artes y medios en la globalización.* Gedisa. 2006.-VV.AA. Informe Mundial sobre la Comunicación y la Información. Unesco/Cindoc. Madr. 2000.
- VV.AA. Cultura y sustentabilidad en Iberoamérica. Interarts/OEI. Madrid. 2005.
- WARNIER, J.P. La mundialización de la cultura. Gedisa. Barcelona. 2005.

Sobre la Era Digital:

GENERAL

- ALMIRON, N., Y JARQUE, J.M., El mito digital. Discursos hegemónicos sobre Internet y periodismo. Anthropos. Barcelona. 2008.
- GAPTEL. Contenidos digitales. Nuevos modelos de distribución on line. Junio 2006. (www.red.es)
- GUALLARTE, C/ GRANGER, J.R./ RODRÍGUEZ, P. El sector de contenidos digitales: agentes y estrategias. Centre d'Economia Industrial. Barcelona. 2005.
- VV.AA. Dossier La industria de contenidos digitales. Telos, nº 69. Fundación telefónica. Madrid. Octubre 2006. (www.telos.es)
- PISANI, F., Y PIOTET, D. La alquimia de las multitudes. Paidós. Barcelona. 2008
- CONTRERAS, F.R. Re(d)Unidos. Cultura, Innovación y Comunicación. Anthropos. Barcelona, 2009.

POR SECTORES

- ALONSO, M.El libro en un libro. Ed. De la Torre. Madrid. 2004.
- BADIA, F. Internet: Situación y Perspectivas. La Caixa. Barcelona. 2002.
- FRANQUET, R./ LARREGOLA, G. (Eds.).Comunicar a l'Era Digital. SCC. Barcelona. 1999.
- CALVI. J.¿Reproducción de la cultura o cultura de la reproducción?. Análisis económico, político y social de la distribución y el consumo de productos audiovisuales en Internet. Universidad URJC. Madrid.2008.
- GRETEL. Convergencia, Competencia y Regulación en los mercados de las telecomunicaciones, el audiovisual e Internet. COIT. Madrid. 2000.
- GUAL, J. Y RICART, J.E. *Estrategias empresariales en Telecomunicaciones e Internet.* Madrid: Fundación Retevisión. 2001.

- MARTIN BARBERO, J./ SANDULLI, F. Marcating en la Web: BIWAM identidad desnuda. Dossat. Madrid. 2006.
- VACAS, F. Teléfonos móviles. La nueva ventana para la comunicación integral. Creaciones Copyright. Madrid. 2007.
- IGARZA, R, VACAS, F., VIBES, F. La cuarta pantalla. Marketing, publicidad y comunicación en en la telefonía móvil. Lectorum-Ugerman. Buenos Aires. 2008.

Complementaria para investigación sobre Era Digital (en otros idiomas)

- *BALPE, J.P. (Dir.). L'art et le numérique. Hermes..París.2000.
- *BENHAMOU, F. L'économie de la culture. La Decouverte. París. 1996.
- BONET, LL., y NÉGRIER, E. La Politique Culturelle en Espagne. Khartala. París. 2007.
- DAGNAUD, M./ BONNET, M./ DEPONDT, S. Médias: promouvoir la diversité culturelle. CGP. París. 2000.
- HERSCOVICI, A.. Economie de la Culture et de la Communication. L'Harmattan. París. 1994.
- FLICHY, P. L'innovation technique. La Découverte. País. 1995.
- HUMPHREYS, P./SIMPSON, S. Globalisation, Convergence and European Telecommunications Regulation. Elgar Publishing. Londres. 2005.
- LACROIX, J.G./TREMBLAY G. The Information Society and Cultural Industries Theory. Current Sociology. Sage. Toronto. 1997.
- LIEVROUH, L.A./ LIVINGSTONE, S. (EDS.) The Handbook of New Media. Sage. Lonbres 2006.
- MIÈGE, B. *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.2000.
- VANY, A. Hollywood Economics. Routledge. Londres. 2004.

Internet : (Sitios de documentación y estadísticas)

ESPAÑA.

- INAEM: www.inaem.mcu.es
- Centro de documentación teatral: www.mcu.es/mensup/rcd/cdteatro,
<http://documentacionteatral.mcu.es>
- Revista dosdoce: , www.dosdoce.com, www.comunicación-cultural.com
- Fundación Alternativas: Laboratorio: www.fundacionalalternativa.com (monografías actuales (2005-2008) sobre: TV Pública, Consejos Audiovisuales, TV Local, TV Cultural, Propiedad intelectual en Internet, Industria del Libro, Disco *on line*, *prensa on line*, *TV Digital*, *Radio digital*, *Revistas Culturales on line*) . Observatorio de Cultura y Comunicación.

D Estudios de SOFRES, A.I.M.C. Y E.G.M.

-Unesco: www.unesco.org

-Consejo de Europa: www.coe.int

-Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. Informe anual: www.cmt.es

-Noticias de la Comunicación

-Panorama Audiovisual (EGEDA) (www.egeda.es)

-FAPAE: www.fapae.es

*Revista Telos: www.telos.es

-Dossier Telos: Una sociedad en movilidad: Nuevas fronteras. Abril, 2010. Madrid

-Dossier Telos: La Publicidad Interactiva . N° 82. Enero 2010. Madrid.

-Dossier telos :Contenidos digitales para la nueva televisión. N° 84. Julio 2010. Madrid

Dossier Telos: Los derechos fundamentales en Internet. N° 85.Octubre, 2010.

*Revista ZER: www.chu.es/zer

•-Fundación Telefónica: LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN EN ESPAÑA (2000-2010): www.fundaciontelefonica.com

•Red.es. La Sociedad en Red: Informe anual de la Sociedad en Red en España. (2007-2010): www.ontsi.red.es

•Fundación Orange: España. Informe anual sobre la Sociedad de la Información en España. (2001-2010): www.fundacionorange.es

INTERNACIONAL:

-Comisión Europea (Cultura/Audiovisual-Educación): www.europe.eu.int

-Programa MEDIA: www.ec.europe.eu/apolicy/media/index-en.html

-Programa Ibermedia: www.programaibermedia.com

-Observatorio Audiovisual Europeo: www.obs.coe.int