

Plan 302 Lic.Publicidad y R. Públicas

Asignatura 30735 INDUSTRIAS CULTURALES

Grupo 1

Presentación

Asignatura optativa incluida en el primer ciclo de Publicidad y Relaciones Públicas que se imparte en el primer cuatrimestre y en la que se analiza la industrialización de la cultura centrándose, principalmente, en aquellos campos íntimamente ligados al ámbito publicitario.

Programa Básico

- Cultura e industrias culturales
- La edición de productos impresos: Libro, Prensa (Prensa diaria, Otras publicaciones periódicas)
- El cine
- La radio
- La televisión
- La era digital

Objetivos

OBJETIVOS GLOBALES DE LA ASIGNATURA:

Definir el panorama actual de las industrias culturales españolas que están ligadas de una forma más directa con los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- a) Definir lo que son las Industrias Culturales.
- b) Conocer la historia de estas industrias.
- c) Presentar la situación actual.
- d) Apuntar las tendencias de futuro.

Programa de Teoría

1. Introducción

La industria. Industria vs. Artesanía. Cultura. Industrias Culturales: tipologías.

2. Estructura de las industrias culturales

El sector de las industrias culturales en España. El trabajo creativo. El consumo cultural. La relación entre las administraciones públicas y las industrias culturales: los modelos europeo y americano. Los derechos de autor.

3. Las industrias culturales y la globalización

Desarrollo económico de las industrias culturales en el mundo. Concentración. Internacionalización. Factores que influyen en la internacionalización de una industria cultural.

4. La industria editorial

El libro: pasado, presente y futuro. Las políticas del libro. La prensa: orígenes, evolución y retos.

5. La industria discográfica

Las discográficas. Situación actual. Nuevos formatos, nuevos consumos. La música on-line. La piratería. La actuación de las administraciones públicas.

6. La industria cinematográfica

El mercado del cine en España. De las salas de exhibición al teléfono móvil. La piratería en el cine.

7. La industria radiofónica

Historia. El sistema radiofónico español actual. Retos de futuro.

8. La televisión

Evolución en España. Estructura del sector. ¿Hacia dónde va la televisión?

9. Los contenidos digitales

Internet: historia y situación actual. Los videojuegos: sector joven y potente.

Programa Práctico

Las prácticas se realizarán a medida que vayan finalizando cada uno de los temas y consistirán en reflexiones, por parte de los alumnos, acerca de la industrialización de cada uno de los campos presentados en la asignatura tratando de demostrar el componente industrial de dichos sectores culturales.

Evaluación

Bibliografía

- ALVAREZ, J.-M. (Coord.) (1994): La industria cinematográfica en España, Min. de Cultura, Madrid.
- ALVAREZ, J.-M. (1997): Imágenes de pago, Forja, Madrid.
- ARMENTIA, J. Y CAMINOS, J. M.; ELEGARAY, J.; MARÍN, F. Y MERCHÁN, I., (2000): El diario digital. Análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios, Bosch, Barcelona.
- BADIA, F. (2002): Internet: Situación y Perspectivas. La Caixa, Barcelona.
- BUSTAMANTE, E. / ZALLO, R. (1988): Las industrias culturales en España. Akal, Madrid.
- BUSTAMANTE, E. (Ed.). (1991): Telecomunicaciones y audiovisual. Encuentros y divergencias. Fundesco. Madrid.
- BUSTAMANTE, E. La Televisión Económica. Gedisa. Barcelona. 1999.
- BUSTAMANTE, E./ALVAREZ, J.-M. (Eds.), (1999): Presente y futuro de la TV Digital, Edipo, Barcelona.
- BUSTAMANTE, E. (Coord.), (2002): Comunicación y Cultura en la Era Digital. Industrias, mercados y diversidad en España, Gedisa, Barcelona.
- BUSTAMANTE, E. (Coord.), (2003): Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las Industrias Culturales en la Era Digital. Barcelona, Gedisa.
- DÍAZ NOCI, J. Y MESO AYERDI, K., (1999): Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, Bilbao.
- GUAL, J. Y RICART, J.E., (2001): Estrategias empresariales en Telecomunicaciones e Internet, Fundación Retevisión, Madrid.
- PABLOS, J. M., (2001): La Red es nuestra. El "periódico" telemático, la revista en línea, la radio digital y el libroweb cambiarán las formas de comunicación social, Paidós, Barcelona.
- RICHERI, G.. (1994): La transición de la televisión. Bosch, Barcelona.
- THORSBY, F.. (2001): Economía y Cultura. Cambridge University Press, Madrid.
- TREJO, R. (1995): La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes. Fundesco.
- VV.AA. (1994): La industria cinematográfica. Situación, BBV, Bilbao.
- VV.AA. (1992): El sector cultural en España en el proceso de integración europea, Min. de Cultura, Madrid.
- YUDICE, G. (2002): El recurso de la cultura, Gedisa, Barcelona.
- ZALLO, R. (1995): Industrias y políticas culturales en España y País Vasco, Univ. del País Vasco, Bilbao.