



Universidade Federal do Espírito Santo
Centro de Artes
Programa de Pós-Graduação em Comunicação e
Territorialidades

2023/02

PLANO DE DISCIPLINA

Economía de las Industrias Culturales

Optativa Linha 1

Carga horária: 60h

Créditos: 4

EMENTA

El desarrollo de las industrias culturales. Consolidación de un modelo y crisis por la digitalización

OBJETIVOS

El propósito de la materia es acercar las principales líneas de investigación que han surgido desde la economía política para comprender las profundas transformaciones que enfrentan las industrias culturales desde la década del 80 en adelante. Dentro de las principales transformaciones se destacan la concentración de la propiedad, la convergencia de industrias y formatos, la creciente importancia del comercio global de productos simbólicos y las nuevas formas regulatorias que éste implica, y el creciente peso de los derechos de propiedad intelectual como forma de valorización de capitales.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Unidade 1 – Economía política de la comunicación;
Unidade 2 – Desafíos de la economía de las Industrias culturales;
Unidade 3 – Internet, una economía incierta;
Unidade 4 – Regulación estatal de las industrias culturales.

METODOLOGIA

Aulas dialogadas com a discussão e a indicação de principais conceitos de textos básicos e complementares indicados a cada semana. Realização de seminário.

BIBLIOGRAFIA

Bustamante, Enrique (Coord.) (2011) Las industrias culturales audiovisuales e Internet, IDECO, La Laguna, Tenerife. Capítulos 2, 3, 5 y 6

Bustamante, Enrique (2003) Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital, Gedisa, Barcelona.

"Colloquy" (1995) en Critical Studies in Mass Communication, Vol. 12, marzo, pags. 60-100. Traducido parcialmente en Revista Causas y Azares, N° 6, primavera 1997, Buenos Aires.

Herscovici, Alain (1995) Economia da cultura e da comunicação, Vitoria, Fundação Almeida.

Cunningham, Stuart (2011), "Las industrias creativas y algunas respuestas a sus críticos", en Ekonomiaz, Revista Vasca de Economía, Nº 78, Vitoria, Servicio de publicaciones del Gobierno Vasco.

Garnham, Nicholas (1990), "Contribution to a political economy of mass media", en Garnham, Nicholas (ed.), Capitalism and communication, Londres, Sage. Originalmente publicado con el mismo título por Media, Culture and Society, Vol. 1, 1979, pags. 123 a 146. Dos traducciones parciales al castellano pueden encontrarse en Moragas, Miguel de (ed.) (1985), Sociología de la comunicación de masas, Vol. 1, con el título de "Contribución a una economía política de la comunicación de masas", pags. 109-140; y en Richeri, Giuseppe (ed.) (1983), La televisión entre servicio público y negocio, Barcelona, Gustavo Gili, con el título, "La cultura como mercancía", pags. 20 a 31.

Gay Fuentes, Celeste (2003) "El derecho de propiedad intelectual: por un nuevo equilibrio entre creadores e interés general", en Enrique Bustamante (Coordinador) Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital, Gedisa, Barcelona.

Gómez Escalonilla, Gloria (2011), Incógnitas del libro digital, Universidad del Rey Juan Carlos, Madrid.

Igarza, Roberto (2010), eBooks. Hacia una estrategia del sector editorial, Cámara Argentina del libro, Buenos Aires.

Mansel, R y bE. Steinmueller (2020), Advanced introduction to platform economics, Edward Elgar: Chentelham.

Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín (2006) Periodistas y Magnates. Estructura y concentración de las Industrias culturales en América Latina, Prometeo, Buenos Aires.

Miguel de Bustos, J.C. y J Izquierdo-Castillo (2019): "¿Quién controlará la Comunicación? El impacto de los GAFAM sobre las industrias mediáticas en el entorno de la economía digital". Revista Latina de Comunicación Social, 74, pp. 803 a 821.

Mosco, Vincent (1996), La economía política de la comunicación, Barcelona, Bosch.

Murdock, Graham y Golding, Peter (1981), "Capitalismo, Comunicaciones y relaciones de clase", en Curran, James (ed.), Sociedad y Comunicación de masas, México, Fondo de Cultura Económica.

Smythe, Dallas (1983), "Las comunicaciones: "Agujero negro" del marxismo occidental", en Richeri, Giuseppe (ed.), La televisión entre servicio público y negocio, Barcelona, Gustavo Gili. El trabajo original "Communications: blindspot of western marxism" fue publicado en 1977 por Canadian journal of political and social theory, Vol. 1, nº 3, (pags 1-27).

Srnicek, N. (2018), Capitalismo de plataformas, Caja Negra: Barelona

Tremblay, Gaëtan (2011) "Desde la teoría de las industrias culturales. Evaluación crítica de la economía de la creatividad", en Enrique Bustamante, Industrias Creativas, Gedisa, Barcelona.

Zallo, Ramón (2011) Estructuras de la comunicación y la cultura, Gedisa, Barcelona. Capítulos 5 y 11.

Zallo, Ramón (1988) Economía de la comunicación y la cultura, Madrid, Akal.

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

1) Apresentação de seminário individual – 2 pontos. Cada aluna(o) deve escolher um texto a ser apresentado em aula (duração de 40 min), com o objetivo de relacionar seus conceitos e metodologias a possíveis aplicações no projeto de pesquisa da(o) mestranda(o).

2) Trabalho escrito – 8 pontos. Artigo apresentado no *template* de uma revista da área de Comunicação e Informação (Qualis B1 ou B2), no qual o aluno deve apresentar, discutir e relacionar questões trabalhadas na disciplina com o seu projeto de pesquisa. O artigo deverá expor claramente a pergunta de pesquisa, os objetivos, os objetos de análise acompanhados da metodologia, da problematização, da revisão da bibliografia pertinente e dos resultados da investigação.

CRONOGRAMA

Aula 1 – Introducción a la Economía política de la comunicación

Bibliografía Básica: Mosco, Vincent (1996), La economía política de la comunicación, Barcelona, Bosch..

Aula 2 – La economía política de la comunicación en América Latina.

Bibliografía Básica: 1) Mastrini, G., y Bolaño, C. (Eds.). (1999). Globalización y monopolios de la comunicación en América Latina. Buenos Aires: Biblos.

2) Becerra, M., y Mastrini, G. (2006). Senderos de la economía de la comunicación: un enfoque latinoamericano. CIC: Cuadernos de información y comunicación(11), 111-128..

Aula 3 – Um programa para la economía política de la comunicación

Bibliografía Básica: 1) Garnham, Nicholas (1990), "Contribution to a political economy of mass media", en Garnham, Nicholas (ed.), Capitalism and communication, Londres, Sage. Originalmente publicado con el mismo título por Media, Culture and Society, Vol. 1, 1979, pags. 123 a 146.

2) Murdock, Graham y Golding, Peter (1981), "Capitalismo, Comunicaciones y relaciones de clase", en Curran, James (ed.), Sociedad y Comunicación de masas, México, Fondo de Cultura Económica.

Bibliografía complementar: Smythe, Dallas (1983), "Las comunicaciones: "Agujero negro" del marxismo occidental", en Richeri, Giuseppe (ed.), La televisión entre servicio público y negocio, Barcelona, Gustavo Gili. El trabajo original "Communications: blindspot of western marxism" fue publicado en 1977 por Canadian journal of political and social theory, Vol. 1, nº 3, (pags 1-27).

Aula 4 – Industrias Culturales e Industrias Creativas

Bibliografía Básica: 1) Tremblay, Gáetan (2011) "Desde la teoría de las industrias culturales. Evaluación crítica de la economía de la creatividad", en Enrique Bustamante, Industrias Creativas, Gedisa, Barcelona.

2) Cunningham, Stuart (2011), "Las industrias creativas y algunas respuestas a sus críticos", en Ekonomiaz, Revista Vasca de Economía, Nº 78, Vitoria, Servicio de publicaciones del Gobierno Vasco.

Aula 5 – Elementos básicos de Economía Cultural.

Bibliografía Básica: 1) Zallo, Ramón (2011) Estructuras de la comunicación y la cultura, Gedisa, Barcelona..

Aula 6 – Economía de la industrias del libro.

Bibliografía Básica: 1) Gómez Escalonilla, Gloria (2011), Incógnitas del libro digital, Universidad del Rey Juan Carlos, Madrid.

2) Igarza, Roberto (2010), eBooks. Hacia una estrategia del sector editorial, Cámara Argentina del libro, Buenos Aires.

Aula 7 – Economía de la industria de la música.

Bibliografía Básica: 1) Bustamante, Enrique (Coord.) (2011) Las industrias culturales audiovisuales e Internet, IDECO, La Laguna, Tenerife. Capítulos 2, 3, 5 y 6
2) Bustamante, Enrique (2003) Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital, Gedisa, Barcelona.

Aula 8 - Economía de la industrias del cine.

Bibliografía Básica: 1) Bustamante, Enrique (Coord.) (2011) Las industrias culturales audiovisuales e Internet, IDECO, La Laguna, Tenerife. Capítulos 2, 3, 5 y 6
2) Bustamante, Enrique (2003) Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital, Gedisa, Barcelona.

Aula 9 - Economía de la industrias de la prensa.

Bibliografía Básica: 1) Bustamante, Enrique (Coord.) (2011) Las industrias culturales audiovisuales e Internet, IDECO, La Laguna, Tenerife. Capítulos 2, 3, 5 y 6
2) Bustamante, Enrique (2003) Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital, Gedisa, Barcelona.

Aula 10 - Economía de las industrias de la radio y la televisión.

Bibliografía Básica: 1) Bustamante, Enrique (Coord.) (2011) Las industrias culturales audiovisuales e Internet, IDECO, La Laguna, Tenerife. Capítulos 2, 3, 5 y 6
2) Bustamante, Enrique (2003) Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital, Gedisa, Barcelona.

Aula 11 - Plataformas de internet y economía digital

Bibliografía Básica: 1) Srnicek, N. (2018), Capitalismo de plataformas, Caja Negra: Barcelona
2) Miguel de Bustos, J.C. y J Izquierdo-Castillo (2019): “¿Quién controlará la Comunicación? El impacto de los GAFAM sobre las industrias mediáticas en el entorno de la economía digital”. Revista Latina de Comunicación Social, 74, pp. 803 a 821.
Bibliografía complementar: Mansel, R y bE. Steinmueller (2020), Advanced introduction to platform economics, Edward Elgar: Chentelham.

Aula 12 - Derechos de propiedad intelectual

Bibliografía Básica: Gay Fuentes, Celeste (2003) “El derecho de propiedad intelectual: por un nuevo equilibrio entre creadores e interés general”, en Enrique Bustamante (Coordinador) Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital, Gedisa, Barcelona.

Aula 13 - Seminario discente.

Aula 14 - Seminario discente.

Aula 15 - Seminario discente.

PROFESSOR: Dr. Guillermo Mastrini - gmastr@yahoo.com.ar