



UNIVERSIDAD DE PUERTO RICO EN CAROLINA  
**DEPARTAMENTO DE DISEÑO**

ARTES GRÁFICAS • DISEÑO DE INTERIORES • PUBLICIDAD COMERCIAL

## PRONTUARIO

Título	: <b><u>Introducción al Estudio de las Industrias Culturales</u></b>
Codificación	: <b>PUCO 4005</b>
Créditos	: Tres (3) créditos
Horas Contacto	: 45 horas por cuatrimestre
Pre-Requisitos	: AGRA 3005
Descripción	: El/la estudiante conocerá los medios con contenidos simbólicos y su ciclo de producción, distribución y consumo de su producción así como la utilización de estos medios por la publicidad y las relaciones públicas y la novedosa expresión cibernética de la comunicación a través del Internet, sus efectos globalizantes en el orden económico así como su potencialidad trasculturizadora.
Objetivos	: Al finalizar el estudio de las unidades del curso PUCO 4005, el/la estudiante podrá: <ol style="list-style-type: none"><li>1. Identificar las bases teóricas del concepto de industrias culturales.</li><li>2. Distinguir la relevancia económica de este sector de los procesos productivos contemporáneos.</li><li>3. Identificar los componentes económicos-productivos que integran las industrias culturales.</li><li>4. Examinar las teorías administrativas y su aplicación a la industria cultural.</li><li>5. Contrastar los procesos de fusión y transculturación contemporáneos logrados a través de la producción, distribución y consumo de los productos culturales de este segmento de producción de mercancías.</li><li>6. Reconocer el concepto de inclusión, aceptando y respetando las diferencias individuales.</li></ol>
Texto	: Baran, S. J. (2007). <i>Introduction to mass communication: Media literacy and culture</i> . Columbus, OH: McGraw Hill.

## Bosquejo de contenido y distribución de tiempo

Temas	Tiempo
I. Introducción	4 horas
A.    Acercamiento teórico a la propuesta de definición realizada por Max Horkheimer y Theodor W. Adorno.	
B.    Identificación de los componentes de las industrias culturales.	
II. La industria de producción editorial	4 horas
A.    La producción de libros	
B.    La circulación de la producción de libros	
C.    Los grupos internacionales	
D.    Los procesos de censura en la publicación de libros	
III. La producción de periódicos y revistas	6 horas
A.    La prensa local	
B.    El desarrollo de la prensa regional	
C.    La llamada prensa nacional	
D.    Las cadenas nacionales de producción de prensa	
Temas	Tiempo
E.    Los grupos económicos internacionales	
F.    La prensa gratuita	
IV. La industria cinematográfica	6 horas
A.    El llamado gran cine estadounidense	
1.    Contenidos y procesos de distribución	
2.    Moldeamiento de preferencias	
B.    La cinematografía europea, su importancia en la industria	
1.    Auge y decadencia	
C.    La cinematografía del resto del planeta	
1.    Retos y limitaciones	

V. El mundo de la discografía	4 horas
A. Nuevas tecnologías	
B. Concentración de capitales	
C. Universalización del mercado	
VI. El mundo radiofónico contemporáneo	6 horas
A. Diferentes formas de propiedad y uso	
B. Radios públicas, privadas, educativas, religiosas	
C. Grupos económicos	
VII. La televisión y su alcance internacional	6 horas
A. Formas de propiedad y uso	
B. Televisoras públicas, privadas, educativas, religiosas	
C. Grupos económicos	
VIII. La publicidad y las relaciones públicas en el entramado	4 horas
IX. El nuevo espacio de las industrias culturales: Internet	4 horas
X. Aspectos éticos en las industrias culturales	1 hora

#### Estrategias Instruccionales:

Se realizarán ejercicios en clase para ejemplificar los principios teóricos expuestos y actualizarlos de acuerdo con las nuevas tendencias en la comunicación. Para ello se utilizan en el curso estrategias como: conferencia, discusión, informes orales, mapas conceptuales, argumentaciones grupales, proyectos de investigación supervisada y la instrucción asistida por computadora.

#### Recursos para el Aprendizaje:

Como parte de los materiales, el estudiante debe tener un USB o “pen drive” para que guarde diariamente los talleres de práctica que se realicen en la sala de clases.

#### Estrategias de Evaluación:

En este curso se utilizan unos criterios de evaluación rigurosos, confiables y sistemáticos. Es fundamental la realización de los ejercicios de práctica para poner en función la teoría gramatical estudiada. Es

responsabilidad de cada alumno la realización de los ejercicios que se discutirán en clase. Con relación a los exámenes, se les administrarán:

1. Cuatro (4) pruebas de 50 puntos cada una, para un total de 200 puntos. (50%)
  2. Examen Final cien (100) puntos. (25%)
  3. Portafolio cien (100) puntos. (25%)
- Total= 100%

**Se realizará evaluación diferenciada a estudiantes con necesidades especiales.**

Sistema de Calificación:

El promedio será obtenido dividiendo el total de los puntos acumulados. La distribución final de las calificaciones será de la siguiente forma:

100% a 90%	=	A
89% a 80%	=	B
79% a 70%	=	C
69% a 60%	=	D
59% a 0%	=	F

Bibliografía:

Avilés, C., & Martínez, P. (2006). *Desorden déficit de atención (DDAH)*. Hato Rey, Puerto Rico: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc.

Bustamante, E. (2007). *Cultura y comunicación para el siglo XXI*. La Laguna-Tenerife, España: Ideco, SA.

Dominick, J. R. (2007). *La dinámica de la comunicación masiva*. Columbus, OH: McGraw Hill.

Instituto FILIUS. (2006). *Programa de computadora open book*. [programa de computadora y manual].

Thompson Publishing Group. (2007). *ADA compliance guide*. Washington, D.C.: Thompson Pub. Group.

Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los medios*. Argentina: Ediciones Paidós.

**La bibliografía sugerida con anterioridad al 2002 se considera necesaria debido a la naturaleza del curso.**

### Ley 51

**Los(as) estudiantes que reciban servicios de Rehabilitación Vocacional deben comunicarse con el(la) profesor(a) al inicio del cuatrimestre para planificar el acomodo razonable y equipo asistido necesario. También aquellos estudiantes con necesidades especiales que requieran de algún equipo de asistencia o acomodo deben comunicarse con el(la) profesor(a).**

Revisado (2011)