Universidad de Navarra

Promoción y venta de artes escénicas

Guía docente 2026-27

PRESENTACIÓN

Breve descripción: Esta asignatura proporciona un esquema conceptual sobre la gestión, venta, promoción y modelos de negocio de las artes escénicas.

Se abordarán cuestiones como la cadena de valor artística, el papel de las agencias y los managers, la distribución de artistas y espectáculos. El papel de los festivales de artes escénicas como plataformas de venta, como negocio o como instrumento de la industria turística.

- **Titulación**: Comunicación Audiovisual y Programa en Producción de Artes Escénicas
- **Módulo/Materia**: VII; optativa
- **ECTS**: 3
- **Curso, semestre**: 4º, 1º
- **Carácter**: Obligatoria para el Programa
- **Profesorado**: Íñigo Alberdi, Ana Cabo, Lourdes Esqueda
- **Idioma**: Castellano
- **Aula, Horario**: FCOM-14, viernes de 10:00 a 12:00
- Cronograma

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

Competencias de la asignatura:

1. Conocer el mercado cultural y artístico y su función dentro de la sociedad actual, su relación con los factores sociales y culturales y su influencia en el desarrollo de la creación artística.
2. Potenciar la visión global de los circuitos de las Artes Escénicas actuales, siendo capaces de desarrollar proyectos de gestión cultural y artística avanzados.
3. Desarrollar la capacidad investigadora para el desarrollo de estudios futuros utilizando adecuadamente las técnicas de gestión de las Artes Escénicas y Musicales.
4. Manejar los principios de creación y gestión de proyectos culturales y artísticos vinculados a la responsabilidad empresarial y del mercado global.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (GRADO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL):

1.CONOCIMIENTOS

RA4 - Identificar las principales manifestaciones culturales, literarias y artísticas más relevantes de la cultura occidental, desde sus orígenes hasta el mundo contemporáneo.

RA24 - Conocer los principios básicos de dirección y gestión de empresas de comunicación audiovisual (producción, distribución y exhibición/difusión).

RAO1 - Adquirir conocimientos específicos de diversas áreas de interés profesional.

2.HABILIDADES

RAO8 Conocer y poner en práctica diferentes técnicas y herramientas de marketing y de planificación de medios.

3.CAPACIDADES

RA20 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

RA28 - Analizar los formatos audiovisuales en el contexto de la estructura y mercados de la comunicación audiovisual.

PROGRAMA

Introducción

Parte I

El hecho musical. Las cifras de la música.

Las orquestas sinfónicas. Legislación laboral.

Festivales/temporadas de música, teatro y ópera.

Música y teatro en comunidad. Proyectos de inclusión social.

Creación y recuperación del repertorio. Derechos de autor.

Distribución de artistas y espectáculos.

Parte II

La paradoja de los festivales de artes escénicas.

Modelos internacionales de festivales de Artes Escénicas.

Festivales de artes escénicas en España. Su contenido artístico, financiación y venta.

Análisis comparativo de la comunicación y promoción de estos festivales.

Taller práctico I: Identificación en Pamplona de espacios para un festival.

Taller práctico II: Búsqueda de contenido escénico para los espacios selecciondos.

Taller III: Diseño de campaña de promoción: objetivos, planificación y redes sociales.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clases expositivas, prácticas y seminarios: 22 horas

Actividades no presenciales* (individuales o en grupo): 26 horas

Examen: 2 horas

Estudio personal: 25 horas

Total: 75 horas

*Entre ellas, se dará la posibilidad a los alumnos de asistir a uno o más conciertos con los profesores de la asignatura.

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

20% Asistencia y participación en clase

30% Trabajos individuales o en grupo

50% Examen final/presentación de proyectos

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

100% examen final

*Si tienes necesidades especiales de aprendizaje, por favor infórmalo a Noelia Romero para que notifique a los profesores y podamos adaptar las clases a tus necesidades.

HORARIOS DE ATENCIÓN

Dra. Lourdes Esqueda Verano (lesqueda@unav.es)

- Despacho 2571
- Edificio Ismael Sánchez Bella
- Horario de tutoría: jueves 12:00-14:00, previa cita

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía recomendada de carácter general

Prieto de Pedro, Jesús. *Cultura, culturas y constitución*. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. Madrid, 2013. Localízalo en la Biblioteca (Ed. 1992).

VVAA/SEGIB. *Carta Cultural Iberoamericana*. Secretaría General Iberoamericana, 2006. Disponible en: https://www.segib.org/wp-content/uploads/xvi_culturaccl-1.pdf

Otros recursos

CULTURABase. Base de datos con series estadísticas culturales. Madrid, Ministerio de Cultura.

http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/culturabase/portada.html?L=0

Abierto al público. Redescena, Red Española de Teatros, Auditorios, Circuitos y Festivales de Titularidad Pública.

https://www.redescena.net/proyectos-de-la-red/ficha-proyecto.php?id_proyecto=5

Documentos COFAE. Coordinadora de ferias de artes escénicas del Estado Español.

https://www.cofae.net/documentos.php

Memorias y estadísticas

Anuario de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales 2017. Fundación SGAE. Madrid, 2017.

http://www.anuariossgae.com/anuario2017/home.html#

Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2014-2015.

Subdirección General de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Madrid, Septiembre 2015

https://www.mecd.gob.es/dam/jcr:ad12b73a-57c7-406c-9147-117f39a594a3/encuesta-de-habitos-y-practicas-culturales-2014-2015.pdf

Monografías y artículos seleccionados

Bernstein, Joanne Scheff, Ma*rketing tras bambalinas. Cómo crear y conservar el público para las artes escénicas,* CONACULTA. Ciudad de México, 2008. Localízalo en la Biblioteca

Colomer, Jaume, *Marketing de les artes escénicas: creación y desarrollo de públicos.* Cuadernos Gescénic. Bissap Consulting, Barcelona, 2009 Localízalo en la Biblioteca

VVAA. *Sobre ocio creativo: situación actual de las Ferias de Artes Escénicas.* Documentos de Estudios de Ocio, núm. 41. Universidad de Deusto. Bilbao, 2010.

Tomlinson, R. Y Roberts, T. *Aforo completo. Cómo convertir los datos en audiencias.* Fundación Autor, Ediciones y publicaciones Autor, SRL. Madrid, 2011.Localízalo en la Biblioteca

VVAA. *Estudio sobre Redes y Circuitos de Espacios Escénicos Públicos en España 2006–2010.*

La Red Española de Teatros, Auditorios, Circuitos y Festivales de titularidad pública. Madrid, 20 12https://www.redescena.net/redaccion/EstudioRedesyCircuitos_2012.pdf

Colomer, Jaume, L*a formación y gestión de los públicos escénicos en una sociedad tecnológica.* Fundación Autor, Ediciones y publicaciones Autor, SRL. Madrid, 2013.Localízalo en la Biblioteca

Marín, Miguel Ángel, *Challenging the Listener: How to Change Trends in Classical Music Programming*. Resonancias, vol. 22 (2018), pp. 115-130. Instituto de música de la Facultad de Artes de la Pontificia Universidad Católica de Chile. http://resonancias.uc.cl/images/N42/Separatas/Marin.pdf