

Gestión del patrimonio audiovisual en medios de comunicación

Consulte nuestra página web: www.sintesis.com
En ella encontrará el catálogo completo y comentado



Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra sin contar con autorización de los titulares de la propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (arts. 270 y sigs. Código Penal). El Centro Español de Derechos Reprográficos (www.cedro.org) vela por el respeto de los citados derechos.

Gestión del patrimonio audiovisual en medios de comunicación

Juan Carlos Marcos Recio (coord.)



Reservados todos los derechos. Está prohibido, bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil previstos en las leyes, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, íntegra o parcialmente, por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o por cualquier otro, sin la autorización previa por escrito de Editorial Síntesis, S. A.

© Juan Carlos Marcos Recio (coord.)

© EDITORIAL SÍNTESIS, S. A.
Vallehermoso, 34 - 28015 Madrid
Teléf.: (91) 593 20 98

Depósito Legal: M. 12.996-2013
ISBN: 978-84-995897-9-4

Impreso en España - Printed in Spain

ÍNDICE

RELACIÓN DE AUTORES	9
PRÓLOGO	11
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	15
<i>Juan Carlos Marcos Recio</i>	
1.1. Valor patrimonial y cultural: Patrimonio de la Humanidad	16
1.2. Patrimonio como elemento de información y recuperación	18
1.3. Enfrentarse al futuro: un reto de las tecnologías digitales	21
CAPÍTULO 2: PATRIMONIO EN PRENSA	23
<i>Juan Miguel Sánchez Vigil, María Olivera Zaldua y Antonia Salvador Benítez</i>	
2.1. Presentación y concepto	23
2.2. Antecedentes y documentación	25
2.3. La prensa como patrimonio hemerográfico	26
2.3.1. Catálogo Colectivo de Publicaciones Periódicas	26
2.3.2. Biblioteca Virtual de Prensa Histórica	27
2.4. Los centros de documentación: hemerotecas y bibliotecas	29
2.4.1. Hemerotecas	29
2.4.2. Bibliotecas	31

2.5. Las hemerotecas digitales de la prensa	38
2.5.1. Archivo de prensa de la Agencia EFE	39
2.5.2. Modelos: <i>ABC, La Vanguardia, El País, El Mundo</i>	40
2.6. Derechos y gestión	44
2.6.1. El Depósito Legal y los códigos de identificación	45
2.7. Hemerotecas digitales de prensa y revista histórica	46
CAPÍTULO 3: PATRIMONIO AUDIOVISUAL EN TELEVISIÓN	53
<i>Paloma Hidalgo Goyanes</i>	
3.1. Introducción	53
3.2. Patrimonio audiovisual: definición y composición	54
3.3. Marco legal del patrimonio audiovisual de televisión	55
3.3.1. Ámbito internacional	56
3.3.2. España	59
3.4. Proyectos y programas para la preservación del patrimonio audiovisual de televisión	61
3.5. Unidades de documentación en las empresas de televisión. La preservación del patrimonio audiovisual televisivo	63
3.6. Conservación y preservación del patrimonio audiovisual de televisión: problemática de los soportes materiales	66
3.7. El reto de la digitalización	72
3.8. Acceso a los fondos: asignatura pendiente de los archivos audiovisuales de televisión	77
3.9. Conclusiones	80
CAPÍTULO 4: PATRIMONIO RADIOFÓNICO: DE LA MÚSICA A LA EMISIÓN	83
<i>Laura Prieto Guijarro</i>	
4.1. Introducción	83
4.2. Breve historia de la radio	84
4.3. Patrimonio radiofónico: composición y legislación	89
4.4. Breve recorrido por los soportes sonoros	93
4.5. El camino hacia un mundo digital	101
4.6. Patrimonio en Internet	104
4.6.1. Cadena SER	104
4.6.2. Cadena COPE	105

Índice

4.6.3. Onda Cero	106
4.6.4. Radio Nacional de España	107
CAPÍTULO 5: PATRIMONIO CINEMATOGRAFICO	111
<i>Félix del Valle Gastaminza</i>	
5.1. Introducción: concepto de patrimonio cinematográfico	111
5.2. Apuntes históricos sobre la consideración del patrimonio cinematográfico	113
5.3. Patrimonio cinematográfico	116
5.3.1. La película cinematográfica	117
5.3.2. El deterioro de la película cinematográfica	119
5.3.3. Otros materiales: documentos cinematográficos, materiales técnicos y equipos	121
5.4. La puesta en valor del patrimonio cinematográfico	122
5.4.1. Recuperación	122
5.4.2. Restauración	123
5.4.3. Preservación	123
5.5. Los grandes fondos: filmotecas y archivos cinematográficos y audiovisuales	123
5.5.1. Las filmotecas en España	124
5.5.2. Otras instituciones relacionadas con el patrimonio cinematográfico	128
5.6. El patrimonio cinematográfico ante el cambio digital	129
CAPÍTULO 6: PATRIMONIO PUBLICITARIO	131
<i>Juan Carlos Marcos Recio</i>	
6.1. Introducción	131
6.2. Fuentes de información para el estudio del patrimonio y su relación con la documentación	133
6.2.1. Instituto Nacional de Publicidad	136
6.2.2. La formación publicitaria a través de la Universidad	138
6.3. Patrimonio publicitario: estudio, selección, análisis, creación y difusión ...	140
6.3.1. El valor patrimonial de la publicidad para los publicitarios	143
6.3.2. Estudio, selección y análisis	145
6.3.3. Creación/creatividad, difusión y recuperación	146
6.4. Museos de publicidad	148
6.4.1. Conservar la publicidad para comprenderla	149

6.4.2. Otras tareas en los museos de publicidad	151
6.4.3. Museos y colecciones nacionales de publicidad	153
6.4.4. Museos y colecciones universitarias y de investigación	157
6.4.5. Museos y colecciones en el ámbito iberoamericano	163
6.4.6. Museos y colecciones privadas de publicidad	168
6.5. ¿Dónde estamos y a dónde queremos llegar?	175
CAPÍTULO 7: PATRIMONIO FOTOGRÁFICO	177
<i>Juan Miguel Sánchez Vigil, María Olivera Zaldua y Antonia Salvador Benítez</i>	
7.1. Introducción	177
7.2. La fotografía como patrimonio	178
7.2.1. Llibre Blanc del Patrimoni Fotogràfic a Catalunya	180
7.2.2. Congresos del Photomuseum de Zarautz	181
7.3. Las instituciones y sus fondos	183
7.3.1. Organismos privados	184
7.3.2. Organismos públicos	191
7.4. De la gestión	201
7.4.1. Cesión, consulta y reproducción	202
7.4.2. Preservación y conservación	203
7.4.3. Gestión de derechos	205
7.5. Instituciones públicas con fondos fotográficos	207
BIBLIOGRAFÍA	215