



ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL: Curso 2011-2012

Programa e Instrucciones

Profesores: Karen Arriaza Ibarra/Enrique Bustamante

METODOLOGIA DEL CURSO:

OBJETIVOS:

Materiales básicos:

El curso se preparará mediante los esquemas utilizados en Power Point (puestos a disposición de los alumnos), pero complementados siempre con los apuntes de clase y con la bibliografía recomendada.

Calificaciones:

La nota básica será fijada en base al examen final en la convocatoria oficial, que comprenderá sólo las materias impartidas en clase. Se podrán realizar trabajos destinados a subir la calificación del examen, pero estos nunca podrán servir para salvar un suspenso en los exámenes.

Prácticas:

-El componente práctico de esta materia (una cuarta parte de sus 4 créditos) se realizará en base a la realización y exposición de trabajos por los alumnos sobre estudios de caso de La estructura de la Comunicación Audiovisual y análisis de páginas Web dedicadas a la economía del Audiovisual en todas sus formas y actividades.

-Los trabajos: Voluntarios, realizados individualmente o por grupos de tres alumnos como máximo, habrán de ser acordados con el profesor y versarán sobre el análisis de casos concretos reales, de forma que la bibliografía sea sólo complementaria: pueden ser sobre un producto o servicio cultural, la evolución y estructura de una empresa o grupo, el proceso de creación o de organización del trabajo, el proceso de comercialización y marketing, las tareas y planes de comunicación, etc., siempre en el marco de una industria cultural concreta en España. Alternativamente, se propondrán informes o estudios accesibles en Internet y el análisis de páginas Web dedicadas al audiovisual.

Deberán ser entregados por escrito en su síntesis y conclusiones fundamentales a final del curso, antes del examen final.

-Algunos trabajos seleccionados por su temática o calidad serán expuestos y debatidos en clase con ayuda de elementos gráficos (transparencias, vídeo, pizarra)

Programa:

1.-Estructura de la Comunicación Audiovisual Internacional

- 1.1.Evolución histórica y situación actual (U.E., América Latina, U.S.A.)
- 1.2.Regulación europea y global: De la excepción cultural a las balanzas comerciales
- 1.3.Grupos Multimedia y Multinacionales

2.-La Estructura de la Industria Fonográfica:

- 2.1.La Industria Fonográfica internacional
- 2.2.Estructura fonográfica española
- 2.3.La música digital

3.La Estructura de la Radiodifusión

- 3.1.Estructura empresarial de la Radio en España



- 3.2.Regulación y políticas radiofónicas
- 3.3.La Radio Digital

4.-Estructura Cinematográfica

- 4.1.La Industria Cinematográfica Internacional
- 4.2.Estructura y Empresa del Cine en España
- 4.3.El cine Digital

5.-Estructura de la Televisión

- 5.1.Estructura y Empresa de la TV en España
- 5.2.Regulación y Políticas Televisivas
- 5.3. La Televisión Digital

6.-Estructura de la Publicidad Audiovisual

- 6.1.Estructura y Empresa de la Publicidad en España
- 6.2.Regulación y Autoregulación en la Publicidad Audiovisual
- 6.3.La Publicidad Audiovisual Digital

7.-Estructura del Audiovisual Digital

- 7.1.Mitologías y realidad del AV Digital
- 7.2.Estructura del AV Digital: Viejos y nuevos agentes
- 7.3.Modelos de negocio y nuevas cadenas de valor

8.-Estructura del Audiovisual Español

- 8.1.Regulación y Políticas Audiovisuales
- 8.2.Concentración y grupos Multimedia
- 8.3.Internacionalización del Audiovisual Español

BIBLIOGRAFIA POR AREAS TEMATICAS

Sobre el Audiovisual Internacional:

BASICA:

- BUSTAMANTE, E. (Coord.). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la Era Digital. Gedisa. 2003.
- BUSTAMANTE, E., FRANQUET, R., GARCÍA LEIVA, T., LÓPEZ, X., PEREIRA, X. Alternativas en los medios de comunicación digitales. Gedisa. Barcelona. 2008.
- Bustamante, E., (coord.). Culturas y Comunicación para el Siglo XXI. Diagnóstico y políticas públicas. Ideco. Santa Cruz de Tenerife. 2007.
- Bustamante, E. (Coord.). El Audiovisual Digital. Políticas y estrategias desde las Comunidades Autónomas. Ideco. Santa Cruz de Tenerife. 2009.

COMPLEMENTARIA:

Sobre el Audiovisual en España:

- Arriaza Ibarra, K. (2009) "The promotion of public interest through new policy initiatives for public television: the cases of France and Spain", *Interactions: Studies in Communication and Culture* 1:2, pp.267-282, doi:10.1386/iscc.1.2.267_1



-Arriaza Ibarra, K. (2008), “Origen y culminación de la reestructuración del ente público RTVE en la nueva corporación RTVE”. Nº 8 de la *Revista Enlaces* (ISSN: 1695-8543), Centro de Estudios Superiores “Felipe II” (Aranjuez), adscrito a la Universidad Complutense de Madrid.

http://www.cesfelipesecondo.com/revista/articulos2008/Art%C3%ADculo%20Karen%20Arriaza%20II_corregido.pdf

-Arriaza Ibarra, K. (2007), “La tensión entre las prioridades del Estado y los intereses del mercado: el caso de RTVE”, Nº 6 de la *Revista Enlaces* (ISSN: 1695-8543), Centro de Estudios Superiores “Felipe II” (Aranjuez), adscrito a la Universidad Complutense de Madrid.

<http://www.cesfelipesecondo.com/revista/articulos2007/art05.pdf>

-BUSTAMANTE, E. (Ed.) *Las Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*. Gedisa. Barcelona. 2011.

-BUSTAMANTE, E. (Coord.) *Comunicación y Cultura en la Era Digital. Industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona. Gedisa. 2002. (2ª Ed. actualizada 2004).

-E.Linde Paniagua/J.M. Vidal Beltrán. *Derecho Audiovisual*. Colex. Madrid. 2003, 2007.

*ATV/ EOI., 2010. *La Industria Audiovisual en España. Escenarios de un futuro digital*. http://media.eoi.es/nw/Multimedia/UltimasSubidas/Publicacion_LaIndustriaAudiovisuaIEspana.pdf

Sobre sectores y perspectivas del Audiovisual:

-BUSTAMANTE, E. *La televisión económica*. Gedisa. Barcelona. 1999. (2º ed. actualizada 2006)

-P.Serrano. *Traficantes de la información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles*. FOCA. Madrid. 2010.

*A.Sánchez Tabernero/N. Carvajal. *Media concentration in the European market. New trends and challenges*. Eunsa. Pamplona. 2010.

-GREENSNAKE, J.L. *Réquiem por la música, los artistas y la industria*. Fundación Autor. Madrid. 2004.

-M.Becerra/G. Mastrini. *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del Siglo XXI*. Prometeo. Buenos Aires. 2009.

*VV.AA. *La concentration dans les industries de contenu. Réseaux n°131*. París. 2005.

-NEGUS. K. *Los géneros musicales y la cultura de las multinacionales*. Paidós. Barcelona. 2005.

*Informe Infoadex sobre la Inversión Publicitaria en España, 2010-11

Sobre el Audiovisual Digital:

-CALVI. J. ¿Reproducción de la cultura o cultura de la reproducción?. Análisis económico, político y social de la distribución y el consumo de productos audiovisuales en Internet. Universidad URJC. Madrid. 2008.

-MARTIN BARBERO, J./ SANDULLI, F. “*Marketing*” en la Web: BIWAM identidad desnuda. Dossat. Madrid. 2006.

-VACAS, F. *Teléfonos móviles. La nueva ventana para la comunicación integral*. Creaciones Copyright. Madrid. 2007.



- IGARZA, R, VACAS, F., VIBES, F. La cuarta pantalla. Marketing, publicidad y comunicación en en la telefonía móvil. Lectorum-Ugerman. Buenos Aires. 2008.
- LACROIX, J.G./TREMBLAY G. *The Information Society and Cultural Industries Theory*. Current Sociology. Sage. Toronto. 1997.
- LIEVROUH, L.A./ LIVINGSTONE, S. (EDS.) *The Handbook of New Media*. Sage. Londres 2006.
- VANY, A. *Hollywood Economics*. Routledge. Londres. 2004.

Internet : (Sitios de documentación y estadísticas)

ESPAÑA.

-Fundación Alternativas: Laboratorio: www.fundacionalalternativa.com (monografías actuales (2005-2008) sobre: TV Pública, Consejos Audiovisuales, TV Local, TV Cultural, Propiedad intelectual en Internet, Industria del Disco *on line*, *TV Digital*, *Radio digital*). Observatorio de Cultura y Comunicación.

* Estudios de SOFRES, A.I.M.C. Y E.G.M.

-Unesco: www.unesco.org

-Consejo de Europa: www.coe.int

-Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. Informe anual: www.cmt.es

-Noticias de la Comunicación

-Panorama Audiovisual (EGEDA) (www.egeda.es)

-FAPAE: www.fapae.es

*Revista Telos: www.telos.es

-Dossier Telos: Una sociedad en movilidad: Nuevas fronteras. Abril, 2010. Madrid

-Dossier Telos: La Publicidad Interactiva . Nº 82. Enero 2010. Madrid.

-Dossier Telos : Contenidos digitales para la nueva televisión. Nº 84. Julio 2010. Madrid

Dossier Telos: Los derechos fundamentales en Internet. Nº 85. Octubre, 2010.

*Revista ZER: www.ehu.es/zer

•-Fundación Telefónica: LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN EN ESPAÑA (2000-2010): www.fundaciontelefonica.com

•Red.es. La Sociedad en Red: Informe anual de la Sociedad en Red en España. (2007-2010): www.ontsi.red.es

•Fundación Orange: España. Informe anual sobre la Sociedad de la Información en España. (2001-2010): www.fundacionorange.es

INTERNACIONAL:

-Comisión Europea (Cultura/Audiovisual-Educación): www.europe.eu.int

-Programa MEDIA: www.ec.europe.eu/apolicy/media/index-en.html

-Programa Ibermedia: www.programaibermedia.com

-Observatorio Audiovisual Europeo: www.obs.coe.int