

TELEVISIÓN (2012)

(ASIGNATURA: ESTRUCTURA DEL SISTEMA AUDIOVISUAL, 4º CURSO)

PROGRAMA E INSTRUCCIONES DEL CURSO

ANEXO: TRABAJOS PROPUESTOS

Profesores: Enrique Bustamante/ Karen Arriaza Ibarra / Laia Falcón

SEGUNDA PARTE: EMPRESA DE TELEVISION

I.-LA ECONOMÍA DE LA TELEVISIÓN

- 1.1. Especificidad de la Economía de la TV: recursos y mercados
- 1.2. La transacción económica en la TV
- 1.3. La TV en el seno de las tendencias y transformaciones del Audiovisual

II.-DESREGULACIÓN Y POLÍTICAS DE TV EN EUROPA

- 2.1. Los modelos fundadores de la TV
- 2.2. Desregulación de la TV en Europa y en España
- 2.3. Regulación y política europea de la TV

III.-ECONOMÍA DE LA EMPRESA DE TELEVISIÓN PÚBLICA

- 3.1. Situación y estrategias de las TV públicas europeas
- 3.2. Marco legal y evolución de la TV pública en España
- 3.3. RTVE: evolución y situación empresarial.

IV.-ECONOMÍA DE LA EMPRESA DE TV PRIVADA

- 4.1. Naturaleza económica, modelos y situación internacional.
- 4.2. La TV privada en España: marco legal y evolución económica.
- 4.3. Las empresas de televisión privada y abierta en España: Antena 3 TV y Telecinco

V.- LA PROGRAMACIÓN DE LA TV

5.1. La programación como estrategia económica central . Evolución histórica.

5.2. Concepto, Tipologías y estrategias. Los macrogéneros televisivos.

5.2. Mercado y comercio internacional de programas.

VI.-LA PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS EN TV

6.1. Conceptualización económica y tipologías.

6.2. La producción de los grandes formatos televisivos.

6.3. Programación y producción independiente en España.

VII.-EL DOBLE MERCADO DE LA TV: PUBLICIDAD Y AUDIENCIAS

7.1. Singularidad de la publicidad televisiva. Indicadores y tipologías.

7.2. Estructura y actores de la publicidad en TV internacional y en España.

7.3. Las audiencias en TV: Medición, estructura y evolución

VIII.-ECONOMÍA DE LA TV REGIONAL Y LOCAL

8.1. Naturaleza económica y experiencia internacional

8.2. Marco legal de la TV regional y local en España

8.3. Evolución y situación económica de las TV Autonómicas y locales en España

IX.-ECONOMÍA DE LA TELEVISIÓN DE PAGO

9.1. Naturaleza económica de la TV de pago.

9.2. Soportes y modalidades de comercialización. Experiencia internacional.

9.3. La TV de pago en España. Empresas y mercados.

X.-LA TELEVISIÓN DIGITAL

10.1 .Transformaciones de la TV y convergencia con las telecomunicaciones.

10.2. La TDT: transición digital. Estrategias, contenidos, modelos de negocio.

10.3. TV e Internet. TV y dispositivos móviles.

ACTIVIDADES DOCENTES

*La parte teórica de la asignatura se desarrollará de acuerdo con el programa adjunto.

*La preparación de la materia se realizará, en primer lugar, sobre la base de la lectura obligatoria de las obras contempladas en la Bibliografía General, y de capítulos concretos de la Bibliografía General complementaria

*Además, las explicaciones de clase se basarán en cada tema en transparencias de Power Point que se pondrán a disposición de los alumnos. Estos materiales sin embargo, por su carácter esquemático, no son suficientes para preparar la asignatura y deberán ser complementados con los apuntes de clase y la bibliografía .

*También a lo largo del curso se proporcionará artículos, balances de empresa y legislación, que servirán de apoyo para la preparación de la asignatura, así como cuadros y gráficos actualizados en las diapositivas de Power Point.

* Por la naturaleza cambiante de las materias estudiadas se utilizarán ampliamente artículos recientes, especialmente de prensa especializada (Noticias de la Comunicación, TELOS, Intermedios, IP. Control, Anuncios...), y Anuarios y Memorias de empresa y páginas Web.

EVALUACIÓN

Se realizarán dos exámenes parciales de la asignatura: El segundo, de la parte correspondiente a TV., **el viernes 18 de Mayo de 2012.** Estos exámenes tendrán lugar en horarios y aulas del curso oficial, tendrán carácter liberatorio para las convocatorias de junio y septiembre , sin correr convocatoria oficial en caso negativo. **Los parciales de ambas temáticas no son compensatorios entre sí.** Su aprobación permitirá llegar, como máximo, hasta el nivel de notable.

PARA SUBIR NOTA:

Los alumnos que aprueben por parciales y que deseen mejorar su calificación, podrán elegir entre presentarse a un examen especial que se celebrará en la misma fecha, lugar y hora que el examen final oficial de Junio o bien presentar en clase una investigación sobre algún aspecto complementario a los temas del programa o críticas a textos, siempre que sean propuestos y tutelados por el profesor, preferentemente sobre los textos propuestos en el Anexo.

II PARTE: TELEVISIÓN

Bibliografía general:

-Sobre Economía y empresa de TV:

*E. Bustamante. La Televisión Económica. GEDISA. Barcelona. Segunda edición. 2005.

*E. Bustamante. (Coord.). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las Industrias Culturales en la Era Digital. Gedisa. Barcelona. 2003. (Capítulo VI)

*Giuseppe Richeri. La transición de la televisión. Bosch. Barcelona. 1994 (Partes I y II). -Sobre la TV en España:

*E. Bustamante. Radio y Televisión en España. Historia de una asignatura pendiente de la democracia. Gedisa. Barcelona. 2006.

*E. Bustamante. (Coord.). Comunicación y Cultura en la Era Digital. Industrias, mercados y diversidad en España. Barcelona. Gedisa.(Capítulo VI). Segunda edición. 2004.

-Bustamante, E. (Coord.), 2009. El Audiovisual Digital. Políticas y estrategias desde las Comunidades Autónomas. Ideco. Santa Cruz de Tenerife.

Bibliografía complementaria: (Básica, en español, y de ampliación –en otros idiomas)

Tema 1: LA ECONOMIA DE LA TV:

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

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

-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 no131. París. 2005.

-A.Sánchez Tabernero/N. Carvajal. Media concentration in the European market. New trends and challenges. Eunsa. Pamplona. 200

-Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. Informe del mercado de las Telecomunicaciones, 2010 (Capítulo de Audiovisual).: www.cmt.es*-Towse, R. (ED.) Manual de Economía de la Cultura. Fundación Autor. Madrid. 2005.

-J.-C. Paracuellos. La télévision. Clefs d'une économie invisible. La Documentation Française.París. 1993.

-C.Dematté/ F.L. Perretti. L'impresa televisiva. Etas. Milán. 2002.

Tema 2 : DESREGULACION Y POLITICAS DE TELEVISION:

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

-R. Humphrey/S. Simpson. Globalization, Convergence and European Telecommunication Regulation. Edward Elgar Publishing. Cheltenham. 2004.

-T. Weymouth/B. Lamiret (Eds.) . Markets and Myths. Forces for change in the European Media.Longman. Londres/ N. York. 1996.

Tema 3: ECONOMIA DE LA EMPRESA DE TELEVISION PÚBLICA:

-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 Volume I Number 2. University of Westminster.

-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>

*R.Zallo. Estructuras de la Comunicación y la cultura. Políticas para la Era Digital. Gedisa. Barcelona. 2011.

-Iosifidis, P., Public Television in the Digital Era. Palgrave Macmillan. Londres 2007.

*Informe del Consejo para la Reforma de los medios públicos en España. 2005.(www.presidencia.gov.es, www.mpr.es/gabprensa, www.lamoncloa.es).

*M. Moragas/E. Prado. La televisión pública a la era digital. CEDIC. Barcelona.2000.

*Dossier Infoamérica: El futuro de la televisión pública", no 3-4. 2010. (www.infoamerica.org)

-F.Rui Cadima. A crise do audiovisual europeu. Formal Press. Lisboa. 2007.

-J.S. Duran Froid. La televisión espagnole: un contre-modèle?. Orphrys. Paris. 2009.

Tema 4: ECONOMIA DE LA EMPRESA DE TV PRIVADA:

*R.Reig. Los dueños del periodismo. Estructura mediática mundial y de España. Gedisa. Barcelona. 2011.

*Grupo Trabucom. III Informe sobre la transparencia en el sector audiovisual Edit. Universidad Complutense. Madrid. 2010.

* A. Baraybar. Marketing en televisión. Fragua. Madrid. 2006.

*J.P. Artero. Modelos estratégicos de Telecinco (1990-2005).

*I.Fernández Alonso/ Miquel de Moragas (Eds.) Communication and Cultural Policies in Europe. Incom/UAB. Barcelona. 2008.

-Hallin, D. & Mancini, P. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Cambridge University Press. 2004

*M. Medina. European Television Production. Pluralism and concentration. Eunsa. Pamplona.2004.

Tema 5: LA PROGRAMACION EN LA TELEVISION:

*J.M.Contreras/M. Palacio. La programación de televisión. Síntesis. 2001.Madrid.

*Panorama Audiovisual (EGEDA)2006-2211. Madrid

*L.Vilches (Coord.) Mercados globales, historias nacionales. Gedisa. Barcelona. 2009.

-D'Haenens, L. and Saeys, F. (editoras), Western Broadcast Models: Structure, Conduct and Performance. Communications Monograph, Vol. 5. Mouton de Gruyter. New York / Berlín 2007.

-Annuaire statistique 2009-11. Observatorio Europeo del Audiovisual. Estrasburgo.

-M. Buonanno (Ed.) Le radici e le foglie. Zone/RAI. Roma. 2006.

TEMA 6: LA PRODUCCIÓN EN TELEVISIÓN:

*J.M. Villagrasa. Atrápalo como puedas. La competencia televisiva: Programación y géneros. Tirant lo Blanch. Valencia. 2011.

-R. Colón. La industria de la televisión. Edit. UOC. Barcelona. 2006.

*Panorama Audiovisual (EGEDA)2006-2011 (y Anexos). Madrid

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

Tema 7: DOBLE MERCADO DE LA TV: PUBLICIDAD-AUDIENCIAS

*J.J. Igartúa/Angel Gabilondo (Eds.)Audiencias y medios de comunicación. Edic. Universidad de Salamanca. Salamanca. 2003.

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

*Informe Infoadex sobre la Inversión Publicitaria en España, 2010. -A. Huertas. La audiencia investigada. Gerdisa. Barcelona. 2002.

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

Tema 8: ECONOMIA DE LA TV REGIONAL Y LOCAL:

*Bustamante, E. (Coord.). El Audiovisual Digital. Políticas y estrategias desde las Comunidades Autónomas. Ideco. Santa Cruz de Tenerife.2009.

*I.Sarabia/ J. Sánchez (Coords.) Dossier: La investigación en España sobre la TDT. Revista Sphera Pública, no 9. Universidad de Murcia. Murcia. 2009.

*Marzal, J y Casero, A. (Eds.), 2007.El desarrollo de la televisión digital en España. Nettiblo. La Coruña.

* F. López Cantos. La situación de la TV Local en España. Aldea Global.Zaragoza. 2005. -G.Richeri (Ed.)Le televisioni pubbliche nelle regioni d'Europa. RAI-VQPT. Roma. 2005.

- Tema 9 : ECOMOMIA DE LA TV DE PAGO:

*AIMC/Zenithmedia, 2006. *El libro verde de los canales temáticos*. Madrid.

*M.Cebrián. Modelos de TV generalista, temática, y convergente con Internet. Paidós. Madrid. 2002.

*A.Sánchez Tabernero. Los contenidos de los medios de comunicación. Deusto.Barcelona. 2008.

***Tema 10: LA TV DIGITAL:**

*J.M. Alvarez (Coord.) La televisión etiquetada. Nuevas audiencias, nuevos negocios. Fundación Telefónica/Ariel. Madrid. 2011.

-BUSTAMANTE, E., FRANQUET, R.,GARCÍA LEIVA,T, LÓPEZ, X., PEREIRA, X. Alternativas en los medios de comunicación digitales.Gedisa. Barcelona. 2008.

*M.Francés (Coord.) Hacia un nuevo modelo televisivo.Contenidos para la TV Digital. Gedisa. Barcelona. 2009.

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

*Impulsa TDT. Informe final 2010 (www.impulsatdt.es)

*Evoca 2010. La Televisión que viene
.http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos3.pdf

*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.

-Dossier Telos: Una sociedad en movilidad: Nuevas fronteras. Abril, 2010. Madrid
-F.rui Cádima. A televisao, o digital e a cultura participativa. Media XXI. Lisboa. 2011.

-L. Tettamanzi. Spettatori nella Rete. RAI. Roma. 2000.

OTRAS FUENTES RELEVANTES:

Por la temática cambiante de esta asignatura se trabajará con fuentes periódicas de actualidad, anuarios, revistas y sitios Web, de entre los cuales se recomienda especialmente el seguimiento de las siguientes

ESPAÑA

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

-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

*Revista ZER: www.ehu.es/zer

-Cinevideo20: www.cinevideo20.es

-Cine y TeleInforme: www.cineytele.com

-Academia de TV (Carta de Ajuste): www.academiatv.es

•-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

Grupos Audiovisuales España:

○ Grupo PRISA: www.prisa.es ○ Grupo Planeta: www.planeta.es ○ Grupo Vocento: www.vocento.com ○ La Sexta: www.lasexta.com ○ ONO: www.ono.es ○ Radio Televisión Española (RTVE): www.rtve.es ○ Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA): www.forta.es ○ Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía: www.canalsur.es ○ Corporació Catalana de Radio i Televisió: www.ccrtv.cat ○ Ente Público Radio Televisión Madrid: www.telemadrid.es ○ Entidad Pública Radiotelevisión Valenciana: www.rtvv.es ○ Compañía de la Radio Televisión de Galicia: www.crtvg.es ○ Euskal Irrati Telebista: www.eitb.com ○ Ente Público Radiotelevisión Canaria: www.tvcanaria.tv ○ Ente Público Radiotelevisión Castilla-La Mancha: www.rtvcm.es ○ Radiotelevisión de la Región de Murcia: www.rtrm.es ○

Corporación Aragonesa de Radio y Televisión: www.aragontelevision.es ○ Ente Público de Comunicación del Principado de Asturias: corporativo.rtpa.es ○ Ens Públic de Radiotelevisió de les Illes Balears: www.ib3.es ○ Local Media TV: www.localmediatv.com

INTERNACIONAL:

-Comisión Europea (Cultura/Audiovisual-Educación): www.europe.eu.int
-Programa MEDIA: www.ec.europa.eu/apolicy/media/index-en.html -Programa Ibermedia: www.programaibermedia.com -Observatorio Audiovisual Europeo: www.obs.coe.int -Televisión en USA: www.fcc.gov.us

Principales páginas webs de cadenas de TV:

Estados Unidos:

○ Time Warner Inc: www.timewarner.com/corp ○ The Walt Disney Co: corporate.disney.go.com ○ News Corporation: www.newscorp.com ○ CBS Co: www.cbcorporation.com
○ Viacom Inc: www.viacom.com ○ NBC Universal www.nbcuni.com ○ Univision Communications Inc: www.univision.net/corp **Alemania:** ○ Grupo Bertelsmann AG: www.bertelsmann.com ○ Grupo Axel Springer: www.axelspringer.de ○ Grupo ProSiebensat1: www.prosiebensat1.de ○ Grupo RTL: www.rtlgroup.de **Francia:** ○ Grupo Vivendi: www.vivendi.com ○ Grupo France Televisions: www.francetelevisions.fr ○ Grupo TF1: www.tfl finance.fr ○ Grupo M6: corporate.m6.fr ○ Mediametrie: www.mediametrie.fr ○ Tns-Sofres: www.tns-sofres.com **Italia:** ○ Grupo Mediaset: www.mediaset.it ○ Grupo Telecom Italia Media: www.telecomitaliamedia.it ○ Auditel: www.auditel.it **Reino Unido:** ○ Grupo Pearson: www.pearson.com ○ BBC: www.bbc.co.uk ○ ITV: www.itvplc.com ○ Five: www.five.tv ○ British Sky Broadcasting: www.sky.com ○ Broadcasters Audience Research Board: www.barb.co.uk

ANEXO:

INSTRUCCIONES TRABAJOS 2011-2012:

ESTRUCTURA DEL SISTEMA AUDIOVISUAL

Los trabajos de curso permiten complementar la calificación del examen, nunca sustituirlo.

Deben ser propuestos al profesor, con el nombre de los autores, comprometiéndose estos a realizarlos antes de final de curso.

Serán individuales salvo expresa autorización del profesor.

Serán expuestos en clase para su debate por los autores con ayuda, en su caso, de elementos gráficos: Power Point, vídeos, etc.

Permitirán complementar así las explicaciones y esquemas de clase mediante la discusión de los principales elementos de transformación del audiovisual en la actualidad.

Deben basarse en los informes propuestos por el profesor, pero pueden ser complementados con otras fuentes bibliográficas señaladas en la bibliografía de la materia. Toda fuente utilizada debe ser cumplidamente citada, prohibiéndose absolutamente el uso de materiales de divulgación como Wikipedia.

Los documentos propuestos son:

*Dossier Infoamérica: El futuro de la televisión pública”, nº 3-4. 2010.
(www.infoamerica.org) (Elegir un solo artículo en inglés o español)

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

ELEGIR:

*Diagnóstico del Audiovisual: (Cap 2: pags. 19-29)

*Sector Producción: (Cap 4: Pags. 52-70)

*TV Digital: (pags. 173-215)

*IAB, 2010. CUADERNOS DE COMUNICACIÓN INTERACTIVA

El Libro Blanco de IAB **LA TELEVISIÓN INTERACTIVA**

http://www.iabspain.net/ver.php?id_categoria=9&mod=descargas