

I.-LA ECONOMIA DE LA TELEVISION

- 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**

La economía de la Televisión

- **-La Economía, ausente durante décadas por:**
 - *Financiación pública**
 - *"Gratuidad" publicitaria**
 - Preponderancia de la TV política y cultural:**
"Un gigante social pero un enano económico"
 - Pero despegue económico: años 70-90**
- **Hoy: omnipresentes los imperativos económicos**

Una economía Política

- **Ausencia de una Economía en sentido estricto:**
 - * **Ausencia del mercado puro**
 - * **Actuación permanente del Estado (regulación, omisiones)**
 - * **Articulación Estado-Mercado**
- * **Complicidad grupos-Gobiernos**

Una Economía singular (I)

- **Mercancía: servicio televisivo**
- **Definición:**
 - *Análisis de formación de los precios
 - *De las modalidades de la competencia
 - *De la rentabilidad de las firmas
 - *Del funcionamiento de los mercados
- **Especificidad: "Raro ejemplo de empresa que busca maximizar el beneficio, distribuyendo gratuitamente sus productos "(P.Kopp) (Servicio costoso, pero gratuito y rentable)**
 - *Bien Público (estatal o privado)
 - *Monopolio Natural

Una economía singular (II)

- ***BIEN PUBLICO:**

- Accesible gratuitamente a todos
- Inagotable :el consumo no destruye el producto
- Difícil discriminar por precios (financiación)

- ***MONOPOLIO NATURAL:**

- Necesidades esenciales (interés general)
- Monopolio, superior a competencia (ahorros máximos, eficiencia)
- Innovación tecnológica permanente: ingentes inversiones

La TV en la competencia

- **TENDENCIA A LA CONCENTRACION MAXIMA:**
 - Costes fijos elevados (creación, producción)
 - Coste marginal nulo (por cada espectador suplementario)
 - =Economías de escala gigantescas
- **TEORIA DE ELECCION DE PROGRAMAS:**
 - En un sistema competitivo, las cadenas tenderán al público masivo y a la misma oferta
 - =Despilfarro de recursos, insatisfacción de los consumidores

Riesgos económicos especiales

- **Otras características peculiares:**
 - *Costes sin relación directa con beneficios
 - *Difícil previsión de la demanda (audiencia)
 - *Difícil valor del producto (en publicidad ,
audiencia futura=pasada)
 - *Competencia sobre programas (no sobre precios)
- *Fuentes financieras inestables (publicidad)

Una Economía compleja

- **Funciones económicas:**
 - *Producción programas-
->Vende derecho de uso
 - *Cadena TV ->Vende derecho de uso de la audiencia
 - *Emisión--
 - *Empresa telecomunicaciones->Vende servicio de transporte
- **Fase de control):**
- * **La distribución**
- **Mercado primario:**
compra-venta de programas
- **Mercado secundario:**
Venta del tiempo de espectador a la publicidad
- **TV de pago-digital:**
nuevos agentes

Diversas Economías de la TV:

- **-TV PUBLICA: *No vende nada (no-mercado)**
***Destinatario: el ciudadano**
- **-TV COMERCIAL:*Vende audiencias a anunciantes**
***Doble mercado: vende tiempos de espectador por dinero**
(economía de trueque) *Destinatario:
espectador-consumidor y anunciantes (cliente final)
- **- TV DE PAGO: *Vende disponibilidad de programaciones o**
consumo de productos concretos
- ***Destinatario: espectador como cliente final**
- **TV EN INTERNET: Hibridación de modelos: Ciudadanos,**
colegas, clientes

Con modelos financieros muy diferentes

- **-FINANCIACION PUBLICA:**
 - ***Canon:** impuesto regresivo - pero da más autonomía
 - - con límites de crecimiento (exenciones- evasión, saturación TV)
 - ***Subvenciones:** impuesto progresivo-con mayor dependencia
 - con límites económicos (déficit público)
- **PUBLICITARIA:***El anunciante, interlocutor privilegiado
 - *Maximización de la audiencia * Oferta homogénea
- **POR EL CONSUMIDOR:**
 - *Auténtico mercado de televisión *Mejor asignación de recursos
 - *Pero restricción artificial de acceso (sobre bien público)
- **-OPCION: DECISION POLITICA DE UN ESTADO-SOCIEDAD**

Una estructura de complejidad creciente

- PRODUCTORAS
- CADENAS DE TELEVISION
- ANUNCIANTES
- DISTRIBUIDORAS
- CENTRALES DERECHOS
 - *AGENCIAS DE SERVICIOS PLENOS
 - *AG. DE EXCLUSIVAS
- **CENTRALES DE COMPRA**
 - *INVEST.AUDIENCIAS
 - INVERSIONES
- En transición a la Era Digital:
 - Múltiples emisores
 - Multiplicación contenidos
 - Nuevos agentes
 - Nuevos usos sociales

La TV como Industria Cultural (I)

- ***CULTURA DE FLUJO:**
 - Productos insertos en flujo (programación)**
 - En continuidad temporal**
 - Financiada indirectamente (publicidad)**
 - Con alta obsolescencia comercial**
 - Pero menor riesgo (audiencia estable)**
- ***PRODUCTOS EDITORIALES:(libro, disco, cine)**
 - Productos aislados, pagados por el usuario,**
de larga vida comercial, pero con alto riesgo unitario

La TV como Industria Cultural (II)

- **LA UNICA I. C. ESTRICTA:**
- **Por estandarización del producto, racionalización de la distribución, e industrialización de todo el proceso productivo**
- **Asalarización dominante- división del trabajo extrema**
- **INDUSTRIA CULTURAL LIDER:**
 - Por su peso económico
 - Por su audiencia
 - Por su consumo de otros productos culturales
 - Por su promoción del resto de la cultura y la comunicación