

## **Estructura de la Comunicación Audiovisual**

3º Comunicación Audiovisual  
Curso 2009-2010

Profª Raquel Vinader Segura  
[rvinader@cesfelipesecondo.com](mailto:rvinader@cesfelipesecondo.com)

---

### **OBJETIVOS:**

Dar una visión general sobre el funcionamiento de las industrias culturales: editoras de libros, discos, prensa, radio, televisión, videojuegos; tanto desde el punto de vista de la adaptación de éstas a un nuevo entorno digital, lo que permitirá al alumno el conocimiento de sus singularidades.

### **PROGRAMA:**

- 1) LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL:
  - a. Las industrias culturales. Concepto y tipología
- 2) LA INDUSTRIA EDITORIAL:
  - a. La concentración editorial.
  - b. La revolución digital.
- 3) LA EMPRESA DE PRENSA:
  - a. Balance de la prensa escrita en España. Proyección internacional
  - b. Prensa gratuita y prensa *On Line*.
  - c. Las Agencias Informativas
- 4) LA EMPRESA FONOGRAFICA:
  - a. Estancamiento del mercado. Estrategias
  - b. Derechos de autor y música en Internet.
- 5) LA EMPRESA DE CINE:
  - a. Una lenta recuperación.
  - b. Incertidumbres antes el mercado digital. E-cinema.
- 6) LA EMPRESA DE RADIO:
  - a. El panorama radiofónico español.
  - b. El lento camino hacia la radio digital.
- 7) LA EMPRESA DE TELEVISIÓN:
  - a. Crisis en la televisión pública
  - b. La televisión digital
  - c. Nuevos soportes de comunicación: Internet y dispositivos móviles
- 8) EL RETO DEL VIDEOJUEGO EN LÍNEA: UN MERCADO CRECIENTE.

## **CLASES**

Lunes de 11:30 a 13:00 horas

Miércoles de 09:30 a 11:00 horas

## **CRITERIOS DE EVALUACIÓN:**

La evaluación se realizará en base a una prueba evaluatoria que se realizará al final del cuatrimestre. Se valorará no sólo el contenido sino también la presentación del mismo, la expresión y las faltas de ortografía. Más de dos faltas de ortografía supondrán el suspenso del examen y, por tanto, de la asignatura.

La asistencia a clase es obligatoria. El alumno deberá haber asistido más de la mitad de las clases para poder presentarse al examen final de la asignatura.

## **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

- BUSTAMANTE, E. (Coord.) (2002). Comunicación y Cultura en la Era Digital. Industrias, mercados y diversidad en España. Barcelona. Gedisa.
- BUSTAMANTE. (Coord.) (2003). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las Industrias Culturales en la Era Digital. Gedisa. Barcelona.
- BUSTAMANTE (1999). La Televisión Económica. GEDISA. Barcelona.
- EGEDA (2005). Panorama Audiovisual 2005. Egeda. Madrid.
- GECA (2005). Anuario de la Televisión. GECA. Madrid.
- MIGUEL, J.C. (1993). Los Grupos Multimedia. Bosch. Madrid.
- NIETO, A.; IGLESIAS, F. (2000) Empresa Informativa, Ariel. Barcelona.
- RICHERI, G. (1994). La transición de la televisión. Bosch. Barcelona.
- SÁNCHEZ BLEDA, P (Coord.) (2005). Libro Blanco del Audiovisual. Hacia una nueva política del audiovisual. Écija Abogados. Madrid.
- SÁNCHEZ TABERNERO, A. (2000). Dirección estratégica de empresas de comunicación. Cátedra. Madrid.