

PROF.: ROSARIO DE MATEO PÉREZ

DEPARTAMENT DE PERIODISME

Lic. en CC. Económicas, UB., 1973.

Lic. en CC. de Informació, UAB., 1978.

Dra. en CC. de Informació, UAB., 1982.

TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN O DE SÍNTESIS SIGNIFICATIVOS

1. *Periodismo empresarial. El consumo de prensa escrita. Análisis de caso.* Barcelona, Mitre, 1985.
2. "Poder y Comunicación en Nicaragua 1933-1987". *Afers Internacionals.* Barcelona, primavera 1988.
3. *Structure, Property and Control of Spanish Television, 1956-88.* Ponencia presentada en 1988 ITSC-British Film Institute, Londres.

OBJETIVO DE LA ASIGNATURA

La Economía de la Información se ocupa tanto del análisis de la estructura organizativa de los medios de comunicación existentes, como del estudio de las determinaciones y efectos económicos de la Comunicación Social, traspasando el campo de la microeconomía para determinar la interrelación entre los procesos de comunicación y los fenómenos macroeconómicos.

TEMARIO

PARTE I: Introducción.

1. *El estudio económico de la información.*
Delimitación de los aspectos determinantes del fenómeno informativo. La noción económica de la información. La información: factor de producción y bien de consumo. La industria de los medios de información: su especificidad. Prospectiva de este tipo de industrias. Ambitos de estudio: prensa, radio, televisión, cine, vídeo, libro, disco, publicidad y nuevos medios electrónicos.
2. *Aspectos socioeconómicos y políticos de la información.*
La información: quién informa, sobre qué y con qué medios. Base económica. Superestructura. Influencia de la coyuntura sociopolítica en los productos de la información. Políticas económicas de comunicación.
3. *Tendencias económicas de la industria de la comunicación.*
Concentración vertical y horizontal en dicha industria. Densidad de relaciones entre las explotaciones del sector de información. Asociaciones profesionales y empresariales. Organismos estatales e internacionales del sector de la comunicación.
4. *Implicaciones económicas de la actual evolución de la comunicación a nivel mundial.*
Los nuevos planteamientos de la política económica de la comunicación. Internacionalización de la información e internacionalización del capital y de la producción. El Nuevo Orden Eco-

nómico Internacional y el Nuevo Orden Internacional de la Información. Políticas nacionales de información y el desarrollo socioeconómico. Plan Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC).

PARTE II: Economía de la prensa escrita.

5. *El marco jurídico.*
La libertad de explotación de la prensa escrita. Evolución de los requisitos exigidos para la constitución de empresas. La situación internacional. El caso español.
6. *La organización de la explotación de la prensa escrita.*
Estructura organizativa y tipos de propiedad. Explotación privada: individual y sociedades. Explotación pública. Monopolios estatales. Explotación mixta. Explotación en régimen socializado.
7. *Los costes de producción intelectual.*
Personal de redacción. Servicio de agencias. Servicios de documentación. Administración y gastos generales.
8. *Los costes de producción material.*
Materias primas y auxiliares. Personal de talleres. Costes de confección e impresión. Bienes de equipo e instalaciones. Inversiones. Amortizaciones.
9. *Los costes de distribución.*
Canales de distribución. El control de las tiradas y la difusión. Los organismos de control de la difusión. Costes aparentes, coste de invendidos y abonos. Sistemas de distribución: individual y cooperativas.
10. *Las fuentes de financiación.*
Venta directa de ejemplares. Suscripciones. Fijación administrativa de los precios y precio libre. Precio nominal y precio real de la prensa escrita. Los ingresos por publicidad. La prensa gratuita.
11. *Las ayudas de la Administración Pública a la prensa escrita.*
Las ayudas del Estado: su justificación. Sistemas de ayuda: la experiencia internacional y el caso español. La subvención de las Comunidades Autónomas para el uso de las lenguas minoritarias. Ayudas a la prensa local.
12. *La gestión financiera y la valoración de la explotación de la prensa escrita.*
La cuenta tipo de explotación. El balance y su verificación. El valor sustancial y el valor capitalizado de la explotación. Fondo de comercio o *good-will*.
13. *Los nuevos servicios comerciales de la explotación de la prensa escrita.*
Comercialización de archivos. Proveedores de videotex. Teletexto. Bases de datos. Nuevos tipos de mercado. Experiencias en otros países.

PARTE III: Economía de la radio.

14. *Marco jurídico.*
Propiedad del espacio radioeléctrico. Normas internacionales. Monopolio estatal. Explotación pública y privada de los servi-

- cios radiofónicos. Concesión administrativa de las licencias. Asignación de frecuencias.
15. *Tipología empresarial según el ámbito de emisión de la radio.*
Emisoras locales. Emisoras regionales. Emisoras de alcance estatal. Las cadenas y *networks*. El caso español. Comparación con otros países occidentales.
 16. *Los costes de producción I.*
Estructura del proceso productivo. Factores de producción. Materias primas y auxiliares. Personal. Categorías. Política salarial. Productividad. Las asociaciones profesionales y empresariales radiofónicas.
 17. *Los costes de producción II.*
Costes de funcionamiento según programación. Servicios de agencias y documentación. Administración y gastos generales. Bienes de equipo e instalaciones, emisora y antenas. Inversiones y amortizaciones.
 18. *Las fuentes de financiación.*
Subvenciones del Estado y otros organismos públicos. Tasa por el uso del receptor. Publicidad. Venta de programas y otros ingresos. La experiencia internacional. El caso español.
 19. *La gestión financiera y la valoración de la explotación de radiodifusión.*
La cuenta tipo de explotación. El balance y su verificación. El valor sustancial y el valor capitalizado de la explotación. Fondo de comercio o *good-will*.

PARTE IV: Economía de la televisión.

20. *El marco jurídico.*
El marco jurídico general: televisión pública, televisión privada, monopolio y concurrencia. Los modelos televisivos en la experiencia internacional. El marco jurídico en España. Estatuto de Radio y Televisión. Ley de los terceros canales. Implicaciones económicas de la televisión privada.
21. *Estructura de propiedad de las emisoras de televisión.*
Servicios explotados por el Estado. Corporaciones públicas. Corporaciones privadas. Emisoras privadas comerciales. Otros modelos mixtos de propiedad. El modelo español.
22. *Los costes de producción I.*
Materias primas y auxiliares. Personal. Política salarial. Las asociaciones profesionales y empresariales de televisión. Servicios de agencias y documentación. Administración y gastos generales.
23. *Los costes de producción II.*
Bienes de equipo e instalaciones. Inversiones y amortizaciones. El coste global de la programación. Los mercados de programas.
24. *Las fuentes de financiación.*
Subvenciones del Estado y otros organismos públicos. Tasa por el uso del receptor. Publicidad. Venta de programas y otros ingresos. La experiencia internacional. El caso español.
25. *Gestión financiera y valoración de la explotación de televisión.*
La cuenta tipo de explotación. El balance y su verificación. El

valor sustancial de la explotación. El valor capitalizado de la explotación. Fondo de comercio o *good-will*.

26. *El futuro desarrollo de la industria televisiva.*
Nuevas tecnologías y transformación de los procesos de producción. La teledistribución. La televisión por cable. *Television-pay*. La televisión por satélite. La experiencia internacional. El caso español.

PARTE V: Industria audiovisual. Otros sectores.

27. *La interrelación de los medios audiovisuales.*
Las nuevas formas de explotación del audiovisual. Televisión y cine: relaciones. Programas europeos de promoción audiovisual.
28. *La industria videográfica.*
Producción de películas y magnetoscopios. Los canales de distribución. Su consumo. La piratería en el sector del vídeo. Intervención de la Administración Pública.
29. *La industria cinematográfica.*
El marco jurídico: estatal, nacional y comunitario. Evolución y situación actual del sector cinematográfico. Organización, costes y fuentes de financiación de la explotación de producción cinematográfica. La comercialización de los productos cinematográficos. Tendencias en el desarrollo del sector cinematográfico.

PARTE VI: La industria del libro.

30. *La explotación editorial.*
Estructura organizativa según tipos de propiedad. Actividades que desarrolla. Los costes de producción. La comercialización: distribución y venta. El mercado internacional. El mercado español.
31. *Fuentes de financiación y gestión financiera de la explotación editorial.*
Financiación privada. Las ayudas de la Administración Pública. La cuenta tipo de explotación. El balance y su verificación.

PARTE VII: La industria de la publicidad.

32. *El sector discográfico.*
Estructura organizativa. Editoras y distribuidoras. La comercialización. La promoción. Las multinacionales de la industria discográfica. El sector en España.
33. *Costes, financiación y gestión de la explotación discográfica.*
Los costes de producción. Los costes de edición. Fuentes de financiación. La cuenta tipo de explotación. El balance y su verificación.

PARTE VIII: La industria de la publicidad.

34. *El fenómeno económico de la publicidad.*
Delimitación de los aspectos determinantes de dicho fenómeno. La noción económica de la publicidad. La publicidad como producto final. La publicidad como bien de consumo. La importancia económica del sector publicitario.

35. *Situación actual y futuro del sector publicitario.*
Interrelación medios de comunicación-publicidad. Los anunciantes. Agencias y medios: internacionalización creciente de la producción y la distribución de la publicidad. El papel de las multinacionales en este sector. Consolidación de los grupos dominantes del mercado. Nuevas tecnologías y transformaciones del sistema publicitario.

PART IX: Las agencias de información.

36. *Las agencias de prensa.*
Su desarrollo a nivel mundial. Las agencias locales. Las agencias en España. Costes de funcionamiento. Fuentes de financiación. Los servicios de noticias de los periódicos.
37. *Las agencias de información audiovisual.*
Costes de transmisión. Redes de transmisión. Los servicios controlados por las organizaciones internacionales. Participación española

PARTE X: Los nuevos medios en el sector de la información.

38. *La industria electrónica de la comunicación.*
Los sectores de la industria electrónica. Centros hegemónicos de producción tecnológica. Sectores principales de consumo de la industria electrónica. Relación entre empresas productoras de hardware y las que prestan servicios de información. El valor económico de la investigación en nuevas técnicas de información. Planes europeos.
39. *Situación actual y futuro de los nuevos medios.*
Características básicas de la nueva sociedad telemática. La experiencia japonesa: el informe Jacudi. La experiencia americana en el sector. Informes y posiciones iniciales en Europa: el informe Nora-Minc. Panorama actual en la CEE. La experiencia española: el Plan Electrónico e Informático Nacional (PEIN), la Ley para la Ordenación de las Comunicaciones (LOT) y leyes del audiovisual.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- AA.VV.: *El cine y el Estado.* Madrid, Ministerio de Cultura, Secretaría General Técnica, 1982.
- AEDE: Número extraordinario: "La Prensa en Europa", núm. extra 20., Madrid, 2º semestre de 1987.
- BARRON, G.: "L'information économique et sociale au stade du capitalisme monopoliste d'Etat." en *Economie et Politique*, núm. 172-173. París, 1968.
- BELL, Daniel: *El advenimiento de la sociedad postindustrial.* Madrid, Alianza, 1976.
- BONELL, R.: *Le cinéma exploité.* Paris, Seuil, 1978.
- BOYD-BARRET, O. y PALMER, M.: *Les agences mondiales d'information.* París, Moreau, 1981.
- BUSTAMANTE, E.: *Los amos de la información en España.* Madrid, Akal, 1982.

- CARRERAS, Lluís de: *La ràdio i la televisió a Catalunya avui*. Barcelona, Edicions 62, 1987.
- CHISMAN, F.P.: "Beyond deregulation: Communications policy and economic growth." *Journal of Communications*, núm. 32, 1982.
- COLEMAN, H.: *Case studies in broadcast management: Radio and Television*. Nueva York, Hastings House, 1987.
- COMPAINÉ, B.M.: *The newspaper industry in the 1980's. An assessment of economics and technology*. White Plains. Nueva York, Knowledge Industry, 1980.
- COMPAINÉ, B. M.: *Who owns the media?. White Planes*. Nueva York, Knowledge Industry, 1982.
- DÍAZ, A.: *La empresa de radio en USA*. Pamplona, Eunsa, 1984.
- DOSSIERS DE L'AUDIOVISUEL: Número 13: "L'Europe des programmes". 1987.
- FERNÁNDEZ SHAW, F.: *Organización Internacional de las telecomunicaciones y de la radiodifusión*. Madrid, Tecnos, 1978.
- FLICHY, P.: *Las multinacionales del audiovisual. Por un análisis económico de los media*. Barcelona, Gustavo Gili, 1982.
- GARCÍA LABRADO, F.: *La ayuda económica del Estado a la prensa*. Pamplona, Eunsa, 1975.
- GARNHAM, N.: "Contribution to a political economy of mass-communication." *Media, Culture and Society*, vol. 1, 1979, núm. 2.
- GOROSTIAGA, E.: "Notas para un concepto de la empresa en radiotelevisión." en *Medios audiovisuales*, núm. 56. Madrid, 1976.
- GOURNAY, Ch.; MUSSO, P.; PINEAU, G.: "Télévisions déchainées: la déréglementation en Italie, en Grande Bretagne et aux Etats Unis" en *INA/CNET/ La Documentation Française*. París, 1985.
- GUBACK, Th.: *La industria internacional del cine*. Madrid, Fundamentos, 1980.
- GUILLOU, B.: "Les stratégies multimédias des groupes de communication" en *La Documentation Française*, París, 1985.
- HAMELINK, L. J.: *Finanzas e información*. México, Ilet, 1984.
- HAMELINK, L. J.: *La aldea transnacional El papel de los trusts en la comunicación mundial*. Barcelona, Gustavo Gili, 1981.
- HUET, A. y TON, J. et altri.: *Capitalisme et industries culturelles*. Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 1978.
- IGLESIAS, F. y VERDEJA, S.: *Marketing y gestión de periódicos*. Pamplona, Eunsa, 1988.
- JANUS, N.: *Advertising and the mass media: transnational link between production and consumption*. *Media, Culture and Society*. vol. 3, 1981, núm. 1.
- JOSÉ i SOLSONA, Carles: *EL sector cinematogràfic a Catalunya: Una aproximació quantitativa*. Barcelona, Alba, 1983. 2 vol.
- LAMBERTON, D.M.: *Economía de la información y del conocimiento*. México, Fondo de Cultura Económica, 1977.
- LHOEST, H.: *L'interdépendence des média*. Estrasburgo, Consejo de Europa, Dossiers sur les mass-media, núm. 4, 1983.
- MARSHALL, A.: *Changing the world The printing industry in transition*. Londres, Comedia, 1983.
- MATEO, Rosario de: *Periodismo empresarial. El consumo de prensa escrita. Análisis de caso*. Barcelona, Mitre, 1985.
- MATTELART, A.: *Multinacionales y sistemas de comunicación. Los aparatos ideológicos del imperialismo*. México, Siglo XXI, 1977.
- MURDOCK, G. y JANUS, N.: "La communication de masse et l'industrie publicitaire". París, Unesco, Doc. d'information núm. 97, 1985.

- NIETO, A.: *El concepto de empresa periodística*. Pamplona, Eunsa, 1967.
- NIETO, A.: *La empresa periodística en España*. Pamplona, Eunsa, 1973.
- NIETO, A.: *La prensa gratuita*. Pamplona, Eunsa, 1984.
- NORA, S. y MINC, A.: *La informatización de la sociedad*. México, Fondo de Cultura Económica, 1980.
- PAULIC, B. y HAMELINK, C.: "The New International Economic Order. Links between economics and communications". Paris, Unesco, *Doc. d'information*, núm. 98, 1985.
- POMONTI, J.: "La communication: besoin social ou marché?". Paris, *La Documentation Française*, 1980.
- POWELL, W.: "Competition versus concentration in the book trade". *Journal of Communication*, vol. 30, 1980, núm. 2.
- RENAUD, J.L. y LITMANB: "Chaging dynamics of the overseas market place for TV programming. The rise of international coproduction". *Telecommunications Policy*, vol. 9, 1985, núm. 3.
- RICHERI, G.: *El universo telemático. Trabajo y cultura en el futuro inmediato*. Barcelona, Mitre, 1984.
- SANTINI, A.: *L'aide de l'Etat à la presse*. Paris, PUF, 1966.
- SCHILLER, H.: *El poder informático. Imperios tecnológicos y relaciones de dependencia*. Barcelona, Gustavo Gili, 1983.
- SERNA, V.: "La ayuda del Estado, una institución en Europa. Idea común con realización multiforme". *Aede*, núm. 3. Madrid, 1980.
- SMITH, A.: *Goodbye Gutenberg. La revolución del periodismo electrónico*. Barcelona, Gustavo Gili, 1983.
- TALLON, J.: *Empresa y empresario de la información*. Madrid, Dossat, 1981.
- TOUSSAINT, N.: *La economía de la información*. Vilassar de Mar, Oikos-Tau, 1979.
- TYDEMAN, J. y JAKESKELM, E.: *New Media in Europe. Satellites, cable, VCRs and videotex*. Londres, McGraw-Hill, 1986.

EVALUACIÓN

Los alumnos podrán acogerse a uno de los dos métodos de evaluación siguientes:

1. Evaluación periódica a lo largo del curso: Se realizará a través de las siguientes pruebas:
 - a) Dos (2) exámenes sobre el contenido del programa.
 - b) Un trabajo de curso desarrollando un tema relacionado con la asignatura. El tema y proyecto de trabajo se decidirá de acuerdo con la profesora.
 - c) Lectura obligatoria de los libros que se propondrán a lo largo del curso.
2. Examen final: Comprenderá toda la materia del programa. Los alumnos que opten por el primer sistema de evaluación deberán obtener calificación suficiente en todas las pruebas realizadas. Caso de no conseguirlo, o de no realizar la totalidad de las pruebas, podrán acogerse al examen final.