

COMUNICACIO AUDIOVISUAL I PUBLICITAT

Estructura del Sistema Audiovisual

Codi:

Nombre de crèdits: 8,00

Semestre: Segon

Professora responsable: Imma Tubella

ESTRUCTURA DEL SISTEMA AUDIOVISUAL

Objectius:

L'assignatura intentarà analitzar els canvis en l'estructura del sistema audiovisual produïts per la implantació de les noves tecnologies.

Contingut:

1. Anàlisi del mercat mundial de l'audiovisual.
2. Descripció dels tres principals mercats.
3. Introducció a alguns mercats secundaris emergents.

1. Anàlisi del mercat mundial de l'audiovisual.

- 1.1. Les 100 primeres empreses mundials de l'audiovisual.
- 1.2. Els recursos.
 - 1.2.1. Diversitat (publicitat i sponsoring, abonaments, cable bàsic, pay-per-view, entrades cinema, subvencions...).
 - 1.2.2. Diferències USA / Japó / Europa.
 - 1.2.3. Mercats "conexes": edició musical, videojocs.

2. Descripció dels tres principals mercats.

- 2.1. El mercat americà de l'audiovisual.
 - 2.1.1. Grans tendències econòmiques, estructurals, de producció i de programació.
 - 2.1.2. El cinema.
 - 2.1.2.1. La producció.
 - 2.1.2.2. La distribució.
 - 2.1.2.3. L'explotació.
 - 2.1.2.4. Relacions cinema / TV.
 - 2.1.3. La Televisió.

- 2.1.3.1. Estructura: networks, estacions afiliades i independents, el servei públic, la televisió per cable, la televisió interactiva, la televisió digital.
- 2.1.3.2. La producció: per als networks, per al cable, per a les agències de publicitat, per al mercat sindicat.
- 2.1.3.3. La programació. Tendències.
- 2.1.4. El vídeo.
 - 2.1.4.1. Creixement.
 - 2.1.4.2. Mercat de programes.
- 2.1.5. Els videojocs.
 - 2.1.5.1. Evolució de la implantació.
- 2.1.6. Influència de la indústria audiovisual nord-americana sobre el mercat audiovisual.
 - 2.1.6.1. Evolució general.
 - 2.1.6.2. Exportació.
- 2.2. El mercat europeu de l'audiovisual.
 - 2.2.1. Grans tendències econòmiques, estructurals, de producció i de programació.
 - 2.2.2. El cinema.
 - 2.2.2.1. La producció.
 - 2.2.2.2. La distribució.
 - 2.2.2.3. L'explotació.
 - 2.2.2.4. Films europeus vs. films americans.
 - 2.2.2.5. Relacions cinema / TV.
 - 2.2.3. La Televisió.
 - 2.2.3.1. Estructura. Desregulació, transnacionalització, evolució de models de finançament, evolució tecnològica. Públic vs. privat. Evolució de l'oferta. Cadenes temàtiques /cadenes generalistes. Cable i satèl·lit.
 - 2.2.3.2. La producció. Característiques i problemes. La por a la diversitat. Importació / exportació.
 - 2.2.3.3. Anàlisi de graelles.
 - 2.2.4. El vídeo.
 - 2.2.4.1. Evolució del sector.
 - 2.2.5. Els videojocs.
 - 2.2.6. La política audiovisual europea.

2.3. El mercat japonès de l'audiovisual.

2.3.1. Grans tendències econòmiques, estructurals, de producció i de programació.

2.3.2. El cinema.

2.3.2.1. La producció.

2.3.2.2. La distribució.

2.3.2.3. L'explotació.

2.3.2.4. Films japonesos vs. films americans.

2.3.2.5. Relacions cinema / TV.

2.3.3. La televisió.

2.3.3.1. Estructura. Televisió pública, televisió privada. Les xarxes. Els models. Desenvolupament del cable i del satèl·lit. L'Alta Definició.

2.3.3.2. La producció. El mercat asiàtic. Proteccionisme cultural.

2.3.3.3. Anàlisi de les graelles.

2.3.4. El vídeo.

2.3.4.1. Evolució del mercat.

2.3.5. Els videojocs.

3. Mercats secundaris emergents.

3.1. Àfrica del Sud.

3.2. Austràlia / Nova Zelanda.

3.3. Brasil.

3.4. Canadà.

3.5. Europa de l'Est.

Sistema d'avaluació

Treball d'anàlisi i examen final.

Bibliografía

- Comunicación Social 1995 / Tendencias. Informes Anuales Fundesco, Madrid, 1995.
- ÁLVAREZ MONZONCILLO, José M^a; IWENS, Jean Luc. El futuro audiovisual en España, transformaciones ante el nuevo marco europeo. Ed. Fundesco, Col·lecció "Secciones" núm. 6, Madrid, 1992.
- BAGET i HERMS, Josep M. Història de la Televisió a Catalunya. Centre d'Investigació de la Comunicació, Col·lecció "Informes" núm. 9, Barcelona 1994.
- COLOMBO, F., *La realidad como espectáculo*, Gustavo Gili.
- Converses de la pedrera, Autopistes de la informació, ICC 1994
- DOYLE, Marc. The future of Television, a global overview of Programming Advertising Technology and Growth. NTC Business Books, Chicago, 1992.
- ECHEVARRIA, J. Telépolis, Destino, 1995
- FLICY, P. Las multinacionales del audiovisual. Por un análisis económico de los media. Ed. Gustavo Gili, Col·lecció "GG MassMedia", Barcelona, 1982.
- GILDER, George. Life after Television. Ed. W. W. Norton & Company, New York, 1994.
- GUILLOU, Bernard. Transformaciones de los sistemas audiovisuales: causas y retos. Revista Telos núm. 15, Madrid, 1988.
- LANGE, André; RENAUD, Jean-Luc. The future of the European Audiovisual Industry. Ed. The European Institute for the Media, "Media Monograph" 10, Düsseldorf, 1989.
- MARIET, François. La Télévision américaine, médias, marketing et publicité. Ed. Economica, París, 1994.
- MIGUEL, J.C. Los grupos multimedia, estructura y estrategias en los medios europeos. Bosch Comunicación, Barcelona, 1993.
- MURCIANO, M. Estructura y dinámica de la comunicación internacional. Ed. Bosch, 1992
- NEGROPONTE, N. Mundo digital (Being Digital, Hodder & Stoughton, , Londres, 1995)
- NEGROPONTE, N. Pluralistic, not imperialistic. Wired, març, 1995
- RICHERI, Giuseppe. La transición de la Televisión. Ed. Bosch Comunicación, Barcelona, 1994.
- SÁNCHEZ TABERNERO, Alfonso. Concentració de la Comunicació a Europa. Centre d'Investigació de la Comunicació, Barcelona, 1993.