



ESTRUCTURA DEL SISTEMA AUDIOVISUAL.

I PARTE: RADIO

DOCUMENTACIÓN BÁSICA:

Bolea de Anta, Adelaida: "La radio que viene ¿Hay alguien ahí?".

II Congreso Internacional AEIC. Málaga 2010

Bustamante Ramírez, E (Coord.)

Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España.

Editorial Gedisa. Barcelona 2002, 2004.

Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital.

Editorial Gedisa. Barcelona 2003.

Radio y Televisión en España. Historia de una asignatura pendiente de la democracia.

Gedisa Editorial. Barcelona 2006

Lopez Lita, Rafael.

Comunicación de las empresas. Las nuevas obligaciones.

Editorial de las Ciencias Sociales. Madrid 1.992.

Faus Belau, Ángel.

La radio en España (1896-1977)

Santillana ediciones generales S.L. Madrid 2007

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA:

TEMA 1. EMPRESA Y PROYECTO EMPRESARIAL

- Comunidad de Madrid. Guía para la creación de empresas. Última edición.

Roqueta Albert, Jordi

Plan General de Contabilidad y legislación mercantil básica.

Ediciones Valbuena-ADAMS. Barcelona.última edición.



Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad 1

Dirección General de Medios de Comunicación; Boletín Oficial del Estado. 1.990. Legislación sobre la radio y la T.V.. Madrid.

Nuevas normas de contabilidad. 2007. PGC. RD 1514/07

TEMA II. CULTURA CORPORATIVA, PROGRAMACIÓN Y MEDICIÓN DE LAS AUDIENCIAS. EL CASO DE LA RADIO.

Bolea de Anta, Adelaida.

De la publicidad a la comunicación corporativa. Conferencia.

III Jornadas de publicidad. Nuevos retos de la publicidad en el siglo XXI. Universitat Jaime I. Castellón. abril de 2004.

Bravo, J.

Contenidos y audiencias: Retos de la investigación. IV Ciclo de otoño de la Comunicación.

Edit. Fundación General U.C.M. Madrid 2000.

Costa. Joan.

Comunicación corporativa y revolución de los servicios.

Ediciones de las ciencias sociales. Madrid 1995

Madero, Felix, Gonzalez, Pedro Pablo, Gozalo Angel y otros.

Guía de estilo de ONDA CERO RADIO. Editado por la Cadena.

Sanz de la Tajada, Luis Angel.

Integración de la Identidad y la Imagen de la Empresa.

ESIC Editorial. Madrid. 1994.

Villafañe Gallego, Justo.

Imagen Positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas.

Edic. Pirámide. Madrid. 1.993.

La gestión profesional de la imagen corporativa.

Edic. Pirámide. Madrid 1999

Libro de Estilo de Telemadrid. Manual de diseño gráfico.

Ediciones Telemadrid. Madrid. 1.993.



TEMA III. LA EMPRESA AUDIOVISUAL: UNA APROXIMACIÓN AL PLAN DE MARKETING.

Balsebre, A, Ricarte, J.M. y otros.

Los mitos de la publicidad radiofónica. Cátedra. Barcelona 2006

Barbeito, M.

La radio, un medio publicitario infravalorado. En La Publicidad en radio. VI jornadas de comunicación social Universidad de Vigo. Pontevedra 2000.

Betés Rodríguez, Kety.

La construcción del relato publicitario en el medio radio. Tesis Doctoral. UCM 1999.

El sonido de la persuasión.

Universidad Cardenal Herrera- CEU. Fundación Universitaria San Pablo-CEU. Valencia 2002.

Bolea de Anta, Adelaida.

La publicidad en el ámbito local: Agencia, anunciante y medios locales. ComLoc 2003.

Edit. Publicacions de la Universitat Jaume I. Castellón 2004.

Cebrián, Mariano

Nuevos ámbitos radiofónicos para la publicidad. . En La Publicidad en radio. VI jornadas de comunicación social Universidad de Vigo. Pontevedra 2000.

Domingo Castaño, Jose.

Carrusel Deportivo. Diario de un año. Santillana Ediciones Generales, S.L. 2006. Libro y DVD.

García González, Aurora.

La producción publicitaria en la radio. Servicio de publicaciones de la universidad de Vigo. Vigo 1998.

Guijarro, Toni y Muela, Clara.

La música, la voz, los efectos y el silencio en publicidad.

Cie. Inversiones editoriales Dossat 2000. Madrid 2003

Ortíz, M.A. y Marchamalo, J.

Técnicas de comunicación en radio. La realización radiofónica. Paidós. Barcelona 1994.

Rodero Antón, Emma y otros.

La radio que convence. Manual para creativos y locutores publicitarios. Ariel. Barcelona 2004.

Schulberg, Bob.

Publicidad radiofónica. McGraw Hill. México 1992



Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad 1

VI Jornadas de Comunicación Social. La publicidad en la radio. Pontevedra octubre 1999.

TEMA IV. LA EMPRESA DE RADIO: ORÍGENES Y EVOLUCIÓN HISTÓRICA.

Bustamante, Enrique, Zallo, Ramón.

Las Industrias culturales. Akal Comunicación. Madrid 1.988.

Radio y Televisión en España. Historia de una asignatura pendiente de la democracia.

Gedisa. Barcelona. 2006.

De Aguilera Moyano, M.

"De la autarquía a la democracia: La radio española en los años sesenta y setenta". Ariel .
Madrid 1.989.

Balsebre, Armand.

Historia de la radio en España. Vol. I y II . Cátedra. Madrid 2001

Diaz, Lorenzo. La radio en España (1.923-1997) Alianza Editorial. Madrid. 1.997

Franquet, Rosa. La radio: De la telegrafía sin hilos a los satélites. (Cronología 1780-1984)
Editorial Mitre. Barcelona 1985

IORTV 2000. La radio musical en España. Historia y análisis.

Marqués, Paco. La radio que nos parió. Ibersaf. Madrid 2002

Martín-Caro Sánchez, Miguel Angel. Radio del Siglo XX. Fragua. Madrid 2000

TEMA V. LAS GRANDES CADENAS DE RADIO PRIVADA EN ESPAÑA: Evolución y perspectivas.

Sánchez Redondo, M.I.

Historia de la COPE (1950-1983). Una radio diferente.

Fundación Universitaria San Pablo-CEU. Valencia 2001

Noticias de la Comunicación. Las cuentas anuales de las empresas de radio españolas. Nov.
2007 (¿?)

TEMAVI. OTRAS CADENAS DE RADIO DE ÁMBITO NACIONAL Y LOCAL.

Barbeito Veloso, M^a Luz . Tesis.

La Radio galega en el ámbito rural : el caso del sur de Ourense

director: Emili Prado Picó. 1999

Blanco Campaña, Xosé Luís



Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad 1

Historia da radio en Galicia

Publicac. Santiago : Lea, 1999. Coleccion Textos. Media

Bonet, Montserrat

La Transformació de la ràdio local a Catalunya : perspectives de futur / Montse Bonet

TEMA VII. LA RADIO PÚBLICA EN EL ÁMBITO NACIONAL Y LOCAL.

Estatuto de R.T.V.E.

Nuevo estatuto de la RTV Pública de 2006.

Ley de terceros canales.

Chaparro Escudero, M.

Radiotelevisión pública local y alternativa : perspectivas : primer congreso de radio y televisiones locales, públicas y alternativas : Jerez de la Frontera, 23, 24 y 25 de enero de 1997 / , ed.

Editor: Sevilla : Asociación de Emisoras Municipales.

Nuevos retos para las televisiones y radios autonómicas / Jornadas organizadas por el Consejo de Administración de RTVA

Bas Portero, Juan José

El Naixement de la radiotelevisió autonòmica valenciana (1978-1989) : antecedents, gestació i constitució . .Editor: 2000

Tesi doctoral-Universitat Autònoma de Barcelona, Facultat de Ciències de la comunicació.

Louis, Peter / Booth, Jerry

Radio pública, privada, comercial y comunitaria. Edit. Paidós. Barcelona 1.992.

Peñafiel, Carmen

Las radios autonómicas y transformaciones de la radio entre 1.980-1.990

Servicio Editorial Universidad del País Vasco. Bilbao. 1.992

Santos Díez, María Teresa

La radio vasca (1978-1998). Servicio editorial de la Universidad del País Vasco, D.L.Bilbao 1999

TEMA VIII. LA RADIO FUERA DE ESPAÑA: UNA APROXIMACIÓN.

ARTÍCULOS Y FOTOCOPIAS.



TEMA IX. LA RADIO EN LA ERA DIGITAL.

Bustamante, Enrique. (Coord.).

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

Cebrián, M.

La radio en la convergencia multimedia. Edt. Gedisa. Barcelona 2001

López, N y Peñafiel, C

La tecnología en radio. Principios básicos, desarrollo y revolución digital.

Edt. Universidad del país Vasco. Bilbao 2000

Gómez de Marcos, Fernando

Radiodifusión digital. Instituto Oficial de Radiotelevisión Española, D.L. Madrid 1997

M. Haye, Ricardo.

Hacia una nueva radio. Edit. Paidos. Barcelona 1995

Martinez Costa, María del Pilar

La radio en la era digital. Edit. Santillana. Madrid.1.999.

Peñafiel Saiz, Carmen y López Vidales, Nereida

La tecnología en radio : principios básicos, desarrollo y revolución digital.

Publicac. Bilbao : Universidad del País Vasco, D.L. 2000

TEMA X. LA RADIO EN EL ÁMBITO DE INTERNET.

Artículos en prensa especializada y páginas de Internet seleccionadas.

<http://www.guiadelaradio.com> emisoras españolas de radio en Internet

<http://www.internetradio.com> radios para Internet

II PARTE: TELEVISION

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



Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad 1

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.

*A. Durandez/A. Sánchez Tabernero. El futuro de la TV en España. Arthur Andersen/U. de Navarra. Madrid. 2000. (Capítulos:6-7-8-10-11)

Bibliografía complementaria: (Básica, en español: * y de ampliación: -)

Tema 1: LA ECONOMIA DE LA TV:

*Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. Informe del mercado de las Telecomunicaciones, 2007 (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 PUBLICA:

*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 l'era digital. CEDIC. Barcelona.2000.

*J.L. Manfredi. La TV pública en la transformación del Estado de bienestar.IAAP. Sevilla. 2003.



Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad 1

-Y. Achille. Etude comparative des chaînes européennes de télévision publique. Presses Universitaires de Grenoble. Grenoble. 1994.

-M. Raboy.(Ed.) . Public broadcasting for the 21st. Century. Luton Press. Luton (UK). 1997.

Tema 4: ECONOMIA DE LA EMPRESA DE TV PRIVADA:

*-Anuario de Televisión (GECA), 2006.Madrid

*J.R. Pérez Ornia (Ed.). La nueva perspectiva audiovisual. TV Madrid. Madrid. 1995.

*A. Le Diberder/N. Coste-Cerdan. Romper las cadenas. G. Gili. Barcelona.. 1990.

-J.Walker/D. Fergusson. The Broadcast Television Industry. Allyn & Bacon.Boston. 1998

Tema 5: PRODUCCION Y PROGRAMACION DE LA TELEVISION:

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

-Panorama Audiovisual (EGEDA)2007. Madrid

-Annuaire statistique 2007. Observatorio Europeo del Audiovisual. Estrasburgo.

-P. Marchetti. La production d'oeuvres audiovisuelles dans l'Union Européenne. Economica. París. 1997.

-F. Barca. Indies. Le societa di produzione televisiva in Gran Bretagna. Organizzazione e problemi. RAI /VQPT. Roma. 1998.

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

Tema 6: DOBLE MERCADO DE LA TV: PUBLICIDAD-AUDIENCIAS

*J. Callejo. Audiencias activas. El consumo televisivo: discursos y estrategias.. CIS/ Siglo XXI. Madrid. 1995.

*A. Mattelart. La publicidad. Paidós. Madrid. 1991.

*R. Eguizábal/A. Caro (Eds.) Medición, investigación, información de la publicidad. Edipo. Madrid. 1996.

-R. Collins/ N. Garhnam/ G. Locksley. The Economics of UK Television. Sage. Londres. 1988.

Tema 7: ECONOMIA DE LA TV REGIONAL Y LOCAL:

*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.

*M. Moragas/C. Garaitonaindía/B. López (Eds.) . Televisión de proximidad en Europa. Aldea Global. Barcelona. 1999.



Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad 1

- G.Richeri (Ed.)Le televisioni pubbliche nelle regioni d'Europa. RAI-VQPT. Roma. 2005.
- F. Barca/ P. Novella. Televisioni locale in Italia. Organizzazione e programmi. RAI/ VQPT. Roma. 1996.

Tema 8 : 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.
- *J.M. Alvarez. Imágenes de pago. Fragua. Madrid. 1997.
- B.Miège/P.Pajon/J.M. Salaüm. L'industrialisation de l'audiovisuel. Aubier. París. 1986.
- P.R. Parsons/ R.M. Frieden. The Cable and Satellite Television Industries. Alwyn and Bacon. Boston. 1998.
- R.L. Champion/ B. Danard. TV de penurie, TV d'abondance.. Documentation Française. 2000

Tema 9: LA TV DIGITAL:

- *ImpulsaTDT. Informe 2007. (www.impulsatdt.es)
- *GAPTEL. La Televisión Digital. 2005. (www.red.es)
- *GAPTEL. Contenidos digitales. Nuevos modelos de distribución on line. Junio 2006. (www.red.es)
- *GUALLARTE, C/ GRANGER, J.R./ RODRÍGUEZ, P. El sector de contenidos digitales: agentes y estrategias. Centre d'Economia Industrial. Barcelona. 2005.
- *E. Bustamante /J. M. Alvarez (Eds.) Presente y futuro de la TV Digital. Edipo. Barcelona. 1999.
- D. Gerbag. The Economics, Technology and content of Digital TV. Kluwer. Boston. 1999.
- T.M. Todreas. Value creation and branding in Digital TV Age. Quorum. Wesport. 1999.
- L. Tettamanzi. Spettatori nella Rete. RAI. Roma. 2000.

TEMA 10:LA CONCENTRACION DE LA EMPRESA DE TV:

- *A. Mattelart. La comunicación-mundo. Fundesco. Madrid. 1993.
- *J.C. Miguel. Los grupos multimedia. Estructuras y estrategias en los medios europeos. Bosch. Barcelona. 1993.
- 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. Univ. de Navarra. Pamplona. 2002.

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

RADIO: OTRAS FUENTES DE INTERÉS.

- ⇒ Estudios de SOFRES, A.I.M.C. Y E.G.M.
- ⇒ TELOS. Segunda etapa.
- ⇒ Noticias de la Comunicación 2006-2007
- ⇒ Prensa económica. Expansión, Gaceta de los Negocios, etc.
- ⇒ Secciones sobre comunicación de la prensa diaria.
- ⇒ Revistas de economía.
- ⇒ Internet.

Direcciones de interés en Internet:

Algunas Cadenas Españolas de Radio EN Internet

◇ Cadena 100

<http://www.cadena100.es>

◇ Cadena 40

<http://www.cadena40.es>

◇ Cadena COPE

<http://www.cope.es>

◇ Cadena SER

<http://www.cadenaser.es>

◇ Catalunya Radio

<http://www.catradio.es>

◇ El Mundo Radio

<http://www.elmundoradio.com>

◇ Onda Cero



<http://www.ondacero.es>

◇ Radio Nacional de España

<http://www.rtve.es/rne/index.htm>

Algunas Cadenas Españolas de Radio PARA Internet

◇ Radiocable

<http://www.xpress.es/radiocable>

◇ Net Radio

<http://www.netradio.net>

◇ <http://www.webjet.es/jrcaastro>

◇ <http://.morfeo.com> todas las radios de habla hispana por Internet

TV: OTRAS FUENTES.

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:

-Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. Informe anual: www.cmt.es

-Noticias de la Comunicación

-Intermedios

-Anuario de Televisión (GECA)

-Panorama Audiovisual (EGEDA) (www.egeda.es)

-Anuario SGAE (www.sgae.es)

-FAPAE: www.fapae.es

*Revista Telos: www.telos.es

*Revista ZER: www.ehu.es/zer

*Revista Análisi: www.portaldelacomunicacion.es

-Cinevideo20: www.cinevideo20.es

-Cine y TeleInforme: www.cineytele.com



Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad 1

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

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