



DATOS IDENTIFICATIVOS

Técnicas de programación para televisión

Asignatura	Técnicas de programación para televisión			
Código	P04G070V01902			
Titulación	Grado en Comunicación Audiovisual			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	3	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Valderrama Santome, Monica			
Profesorado	Valderrama Santome, Monica			
Correo-e	santome@uvigo.es			
Web	http://www.progratele.blogspot.com			
Descripción general	<p>En La Primera están pasando Barça-Real Madrid, en el mismo instante en Antena 3 podemos observar que empieza una serie de corte romántico de la que emiten un especial de tres capítulos; este sería un ejemplo de contraprogramación en sentido estricto. El motivo es que una "plaza fuerte" (fútbol) de casi irrefutable éxito de audiencia no puede competir y hacer un gasto innecesario y estéril para no obtener el seguimiento deseado. Lo más inteligente parece ser intentar cautivar el target tangencialmente opuesto.</p> <p>Esta apasionante panorámica de luchas encarnizadas por la misma tarta publicitaria ha sido el núcleo de entendimiento de la confección de las parrillas audiovisuales de las últimas décadas y serán las estrategias de los canales televisivos las que centrarán la materia que te proponemos y que tal vez ya has escogido. Pero también la evolución de la autopublicidad, los nuevos formatos que han ido surgiendo hasta la actualidad o la imperante sinergia entre programas serán los ejes de esta asignatura, la cual te permitirá hablar sobre una realidad cercana, cotidiana y sobre la que todos opinan pero sin el calado que tú tendrás tras haberla cursado.</p>			

Competencias de titulación

Código	
A11	Conocimiento de las estrategias de comunicación persuasiva en los mercados audiovisuales
A12	Conocimiento teórico-práctico de los mecanismos legislativos de incidencia en el audiovisual o la comunicación, así como el régimen jurídico de su aplicación en las producciones audiovisuales. Incluyendo también el conocimiento de los principios éticos y de las normas deontológicas de la comunicación audiovisual, en especial las relativas a la igualdad de hombres y mujeres, la no discriminación de personas con discapacidad, y el uso no sexista de la imagen femenina en los medios de comunicación de masas
A15	Conocimientos básicos para situar la actividad audiovisual en un contexto de competencia local, nacional e internacional, destacando las técnicas comerciales, de promoción, venta y distribución de producciones audiovisuales, así como al fomento de la actividad emprendedora y del concepto de empresa como unidad básica de producción audiovisual
A28	Capacidad para la identificación de los procesos y técnicas implicadas en la dirección y gestión de empresas audiovisuales en su estructura industrial: producción, distribución y exhibición, así como de interpretar datos estadísticos del mercado audiovisual. En esta competencia se incluye la gestión y organización de los equipos humanos para la producción audiovisual existente
A34	Capacidad para llevar a cabo el análisis de las estructuras, contenidos y estilos de la programación televisiva y radiofónica así como las distintas variables influyentes en su configuración y procesos tanto comunicativos como espectaculares por ellos generados
A41	Habilidad para exponer de forma adecuada los resultados de los trabajos académicos de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos conforme a los cánones de las disciplinas de la comunicación
A43	Capacidad para incorporarse y adaptarse a un equipo audiovisual profesional, haciendo compatibles e incluso sinérgicos sus propios intereses particulares y los del proyecto colectivo en el que se ha incorporado
A44	Capacidad para percibir críticamente el nuevo paisaje visual y auditivo que ofrece el universo comunicativo que nos rodea, considerando los mensajes icónicos como fruto de una sociedad determinada, producto de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada

A45	Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente, asumiendo los principios de la responsabilidad social
B5	Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos creativos u organizativos
B6	Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de producción audiovisual

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Distinguir las estrategias de comunicación persuasiva en los mercados audiovisuales.	A11
Identificar los mecanismos institucionales y legislativos de incidencia en el audiovisual.	A12
Conocer las técnicas comerciales, de promoción, venta y distribución de producciones audiovisuales en televisión.	A15
Identificar los procesos y técnicas implicadas en la dirección y gestión de empresas televisivas en lo que respecta a producción, distribución y exhibición así como interpretar datos estadísticos vinculados a la medición de audiencias e investigaciones de mercado en el ámbito de la televisión.	A28
Analizar las estructuras, contenidos y estilos de la programación televisiva.	A34
Exponer de forma adecuada los resultados de una investigación de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos conforme a los cánones de las disciplinas de la comunicación.	A41
Percibir críticamente el nuevo paisaje visual y auditivo que ofrece el universo comunicativo que nos rodea, considerando los mensajes televisivos como fruto de una sociedad determinada, producto de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada.	A44
Trabajar en equipo y comunicar las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como desarrollar la capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados.	A43
Tomar decisiones: capacidad para acertar al elegir en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades.	A45
Autoevaluar críticamente resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos creativos u organizativos.	B5
Organizar y programar tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de producción audiovisual.	B6

Contenidos

Tema	
1. Introducción a la programación televisiva.	1.1. Concepto de programación. 1.2. Paleotelevisión vs Neotelevisión. 1.3. La programación según los públicos objetivos. 1.4. Base científica para la elaboración de programaciones televisivas. Comprensión y lectura de indicadores resultantes de los métodos de investigación en audiencias.
2. Programa y programación.	2.1. Características del mercado de contenidos. 2.2. Los formatos de antena y los géneros de programas. 2.3. Hibridaciones.
3. Tendencias y modelos de configuración de las parrillas en los canales.	3.1. La programación comercial. 3.2. La programación en canales públicos. 3.3. La programación comunitaria y los canales internacionales. 3.5. La programación generalista. 3.4. La programación temática. 3.5. Modelos abierto y cerrado. Pay per view y televisión a la carta multiplataforma. 3.6. Programación multitasker.
4. La programación por franjas horarias	4.1. Day time. 4.2. Prime time.
5. La programación semanal.	5.1. Fidelización horizontal. 5.2. Fidelización vertical. 5.3. La sinergia programática.
6. Estrategias y tácticas de programación televisiva	6.1. Estrategias de localización. 6.2. Estrategias de formato. 6.3. Estrategias de caracteres
7. Elaboración de rejillas programáticas en función del público objetivo.	7.1. Confección de parrillas. 7.2. Fidelización y continuidad. 7.3. Plano de diseño. 7.4. Fichas y Análisis.

8. Autopublicidad e identidad televisiva.

8.1. Formatos de autopromoción y evolución histórica.

8.1.1. Teaser, promoción, genéricos, reciclaje, combopromo y promosong.

8.1.2. Nuevos formatos autopromocionales.

8.2. Identidad televisiva.

8.2.1. Empaqueta gráfico.

8.2.2. Elementos de continuidad.

8.2.3. Rostros de canal y contenidos.

8.3. Innovaciones: adaptaciones de cortinillas a blockbuster, volvemos en..., branding y otros.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Presentaciones/exposiciones	10	15	25
Estudio de casos/análisis de situaciones	10	5	15
Trabajos tutelados	10	20	30
Sesión magistral	15	0	15
Estudio de casos/análisis de situaciones	15	0	15
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	1	10	11
Trabajos y proyectos	30	9	39

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Presentaciones/exposiciones	Los trabajos de investigación han de defenderse públicamente en horario práctico una vez corregidos.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Estudio a través de casos actuales de parrillas y estrategias en prime time, de los efectos de arrastre de audiencia con el empleo de la sinergia programática y de cómo la autopublicidad en los canales temáticos es un factor de producto determinante cuantitativa y cualitativamente.
Trabajos tutelados	Trabajos investigación revisados y orientados por la docente. 1. Programación-tele-programa 2. Comparativa parrillas/ fidelización vertical, horizontal/estrategias. 3. Identidad de canal/autopromo/nuevos formatos. 4. Proyecto parrilla/programa/formato.
Sesión magistral	Explicación teórica y fundamentada en ejemplos reales y coetáneos de los epígrafes del programa.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Seguimiento y asesoría de los trabajos encargados a los alumnos en torno a la temática de la materia. Tras un análisis pormenorizado de un ejemplo siguiendo una estructura claramente definida se encarga una investigación similar que finalmente será expuesta en el aula.
Trabajos tutelados	Seguimiento y asesoría de los trabajos encargados a los alumnos en torno a la temática de la materia. Tras un análisis pormenorizado de un ejemplo siguiendo una estructura claramente definida se encarga una investigación similar que finalmente será expuesta en el aula.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Presentaciones/exposiciones	Exposición pública de los 4 trabajos de investigación tras su corrección por parte del docente	40
Trabajos tutelados	Trabajos investigación revisados y orientados por la docente. 1. Programación-tele-programa 2. Comparativa parrillas/ fidelización vertical, horizontal/estrategias. 3. Identidad de canal/autopromo/nuevos formatos. 4. Proyecto parrilla/programa/formato.	50
Sesión magistral	Examen teórico de preguntas de desarrollo	5
Estudio de casos/análisis de situaciones	Análisis de casos actuales para comprender los conceptos de fidelización horizontal, vertical, identidad televisiva y sinergia programática entre otros.	5

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para poder optar a estos porcentajes en la evaluación deben entregarse la totalidad de las pruebas y tener una asistencia regular a las sesiones prácticas.

Fuentes de información

Perebinosoff, Philippe, **Programming for TV, radio, and the Internet : strategy, development, and evaluation**, 2nd ed.,

Gómez-Escalonilla Moreno, Gloria, **La programación televisiva en España. Estudio de las parrillas de programación televisiva española desde 1956 a 1996 [Recurso de Internet]**,

Orza, Gustavo F., **Programación televisiva : un modelo de análisis instrumental**,

Howard, Herbert H., **Radio, TV, and cable programming**, 2nd ed.,

- **AA.VV., Audiencia y Programación**, RTVV, Valencia, 1993.
- **Barroso García, J., Realización de los géneros televisivos**, Síntesis, Madrid, 1996.
- **Blum Richard, A. Y Lindheim, R. D., Programación de las cadenas de televisión en horario de máxima audiencia**, IORTV, Madrid, 1989.
- **Bruno, M.W., Neotelevisión. Dalle Comunicazione di massa alla massa de comunicazione**, Rubbetino, Messina, 1994.
- **Cebrián Herreros, M., Información Televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación**, Síntesis, Madrid, 1998.
- **Cortés, J.A., La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión**, Eunsa, Navarra, 1999.
- **Cubells, M., ¿Quién cocina la televisión que comemos? La dieta televisiva y sus cocineros?**, Carroggio, S.A. de Ediciones, 2006.
- **Dayan, D. (comp.), En busca del público. Recepción, televisión, medios**, Gedisa, Madrid, 1997.
- **Garmendia Larrañaga, M., ¿Por qué ven televisión las mujeres?: televisión y vida cotidiana**, Universidad del País Vasco, 1998.
- **Gómez-Escalonilla, G., Programar televisión: Análisis de los primeros cuarenta años de la programación televisiva en España**, Dickinson, 2003.
- **González Requena, J., El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad**, Cátedra, Madrid, 1999.
- **Huertas, A., Cómo se miden las audiencias en televisión**, Libros de comunicación global, CIMS, Barcelona, 1997.
- **Orza, Gustavo F., Programación televisiva: Un modelo de análisis instrumental**, La Crujia Editores, 2002.
- **McLeish, R., Técnicas de creación y realización en radio**, IORTV, Madrid, 1985.
- **Matelski, M. J., Programación diurna de televisión**, IORTV, Madrid, 1992.
- **Martí Martí, J.M., Modelos de programación radiofónica**, Feed Back Ediciones, Barcelona, 1994.
- **Salo, G., ¿Qué es eso del formato?: Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión?**, Gedisa, 2003.
- **Valderrama Santomé, M., A publicidade televisiva en Galicia: Análisis de emisores, soportes e tendencias creativas (1960-2000)**, Xunta de Galicia, Santiago de Compostela, 2008.

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Estructura del sistema audiovisual/P04G070V01601

Guión, producción y realización de programas de ficción/P04G070V01602

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Estrategias publicitarias y de relaciones públicas para productos audiovisuales/P04G070V01501

Guión, producción y realización para televisión/P04G070V01502

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Dirección y gestión de empresas audiovisuales/P04G070V01302
