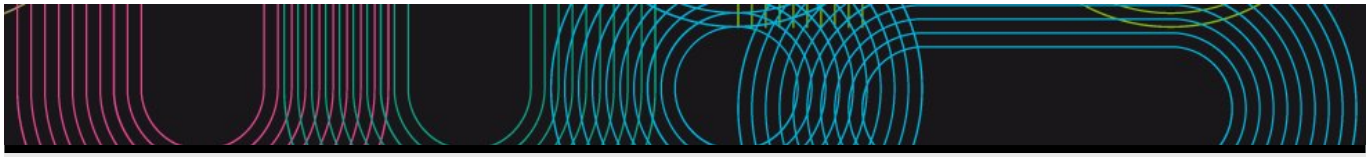

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Técnicas de programación para televisión				
Asignatura	Técnicas de programación para televisión			
Código	P04G070V01902			
Titulacion	Grado en Comunicación Audiovisual			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	3	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Valderrama Santomé, Mónica			
Profesorado	Valderrama Santomé, Mónica			
Correo-e	santome@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La llegada de la neotelevisión supuso cambios significativos en las estrategias y tácticas de programación y que ha supuesto transformaciones notables en la televisión pública a raíz del nacimiento de las televisiones privadas: la situación de competencia ha supuesto que para la acción de organizar la parrilla comienzan a emplearse unos criterios basados en estudios de audiencia previos la audiencia se convierte en protagonista, lo que supone la imposibilidad de planificar la emisión de determinados contenidos que no mueven a un amplio grupo de telespectadores como es el caso de aquellos espacios de carácter divulgativo o educativo teniendo que recurrir a una tipología diferente de canales como es el caso de los temáticos. La proximidad de las historias retransmitidas, la aplicación de un flujo continuo, la hibridación de los géneros, la anidación entre programas, la creación de sinergia, la emisión ómnibus, las plataformas megacontenedores, la hiperfragmentación, etc., todo ello son las nuevas prácticas que surgirán a partir del abandono de la paleotelevisión y el nacimiento de la televisión privada. Partiendo de esta idea nos proponemos con la materia Técnicas de programación para televisión no sólo conocer la evolución del medio televisivo y su actual contexto sino centrarnos en aquellos elementos y circunstancias que influencian la práctica de la programación en televisión y las técnicas específicas que se utilizan para ubicar los espacios en un orden que será denominado como rejilla o parrilla. No obstante, también nos adentraremos en la identidad televisiva y los distintos elementos que la configuran, centrándonos especialmente en el progreso experimentado por las piezas de continuidad y las fórmulas autopromocionales utilizadas por parte de las emisoras.			

Competencias	
Código	
B5	Habilidad para exponer los resultados de los trabajos académicos de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos de acuerdo a los cánones de las disciplinas de la comunicación.
C3	Conocimiento y aplicación de las técnicas y procesos de producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases, desde el punto de vista de la organización y gestión de los recursos técnicos, humanos y presupuestarios nos sus diversos soportes (cine, TV, venidlo, multimedia, etc.), hasta su comercialización.
C4	Conocimiento teórico-práctico de las estructuras organizativas en el campo de la comunicación visual y sonora, así como su evolución y gestión en el tiempo, incluyendo la tributación audiovisual. También comprende el conocimiento y la investigación de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores.
C8	Conocimiento, identificación y aplicación de recursos, elementos, métodos y procedimientos de los procesos de construcción y análisis de los relatos audiovisuales tanto lineales como no lineales.
C13	Conocimientos básicos para situar la actividad audiovisual en un contexto de competencia local, nacional e internacional.
C21	Capacidad para escribir con fluidez, textos, programaciones o guiones en los campos de la ficción cinematográfica, televisiva, videográfica, radiofónica o multimedia.
D1	Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales
D2	Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados

D5	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
D6	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

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Distinguir las estructuras organizativas en el campo de la comunicación visual y sonora, así como su evolución y gestión a lo largo del tiempo. También comprende el conocimiento y la investigación de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores	C3	
Aplicar estrategias de comunicación persuasiva en los mercados audiovisuales para la promoción de canales.	C8	
Identificar los mecanismos institucionales y legislativos de incidencia en el audiovisual.	C13	
Distinción de técnicas comerciales, de promoción, venta y distribución de producciones audiovisuales en televisión.	C4 C13	
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.	C4	
Analizar las estructuras, contenidos y estilos de la programación televisiva.	C3 C21	
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.	B5	
Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados		D2
Aplicar fundamentos analizados para situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades.		D1
Autoevaluar críticamente resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos creativos u organizativos.		D5
Organizar y programar tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de producción audiovisual.		D6

Contenidos

Tema	
1. Introducción a la programación televisiva.	1.1. Conceptualización terminlógica y finalidad. 1.2. Programación: continuidad y fragmentación en el discurso televisivo. 1.3. Paleotelevisión VS Neotelevisión. 1.4. La Postelevisión y nuevos hábitos de consumo televisivo (online).
2. La práctica de la programación televisiva y criterios de apoyo.	2.1. Las parrillas de programación y su división en franjas horarias. 2.2. La programación semanal: fidelización vertical VS fidelización horizontal. 2.3. La medición de audiencias como fundamentación previa para la tarea de programación. 2.4. La programación según los públicos objetivos. 2.5. El programador de televisión y sus funciones. 2.5. Características del mercado de contenidos.
3. Los contenidos televisivos y su catalogación	3.1. Género, formato y programa: acercamiento conceptual. 3.2. Origen e influencias de los géneros televisivos. 3.3. Tipologías de géneros televisivos. 3.4. Hibridaciones.
4. Tendencias y modelos de configuración de las parrillas en los canales.	4.1. La programación comercial. 4.2. La programación en canales públicos. 4.3. La programación comunitaria y los canales internacionales. 4.5. La programación generalista. 4.4. La progración temática. 4.5. Modelos abierto y cerrado. Pay per view y televisión a la carta multiplataforma. 4.6. Programación multitasker.
5. Estrategias y tácticas de programación televisiva	5.1. Estrategias de localización. 5.2. Estrategias de formato. 5.3. Estrategias de caracteres 5.4. Nuevas estrategias de programación en la Postelevisión: sinergia web TV, sinergia multimedia y social TV.

6. Identidad televisiva.	6.1. La identidad televisiva: definición y funciones. 6.2. Elementos que componen la identidad televisiva. 6.3. La programación desde una perspectiva publicitaria: cuestión de imagen y posicionamiento.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Presentaciones/exposiciones	6	12	18
Estudio de casos/análisis de situaciones	8	4	12
Trabajos tutelados	8	60	68
Debates	2	4	6
Sesión magistral	23	0	23
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	1	22	23

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

Metodologías

	Descripción
Presentaciones/exposiciones	Defensa pública de los trabajos tutelados.
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.
Debates	Planteamiento de debates o foros de discusión que serán desarrollados en las sesiones prácticas sobre determinados aspectos incluidos en los contenidos de la materia o sobre el contexto televisivo español actual.
Sesión magistral	Explicación teórica y fundamentada en ejemplos reales y coetáneos de los epígrafes del programa.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Seguimiento y asesoría de los trabajos encargados a los alumnos en torno a la temática de la materia que suponen el principal método de evaluación. Tras un análisis pormenorizado de un ejemplo siguiendo una estructura claramente definida se encarga una investigación similar que finalmente será expuesta en el aula. Se reservará tiempo de las sesiones prácticas para poder tutorizar el desarrollo de estos trabajos a las que resulta obligatorio su asistencia. El seguimiento del aprendizaje de los contenidos directos de la materia se realizará en las sesiones teóricas, prácticas y especialmente mediante la participación del alumno en los análisis de situaciones o en las sesiones de debate. En relación con cualquier otro tipo de duda, el alumno podrá consultar lo que precise sobre la materia en horario de tutorías, a través del correo electrónico del docente o en otras opciones incluidas en la plataforma Faitic.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Seguimiento y asesoría de los trabajos encargados a los alumnos en torno a la temática de la materia que suponen el principal método de evaluación. Tras un análisis pormenorizado de un ejemplo siguiendo una estructura claramente definida se encarga una investigación similar que finalmente será expuesta en el aula. Se reservará tiempo de las sesiones prácticas para poder tutorizar el desarrollo de estos trabajos a las que resulta obligatorio su asistencia. El seguimiento del aprendizaje de los contenidos directos de la materia se realizará en las sesiones teóricas, prácticas y especialmente mediante la participación del alumno en los análisis de situaciones o en las sesiones de debate. En relación con cualquier otro tipo de duda, el alumno podrá consultar lo que precise sobre la materia en horario de tutorías, a través del correo electrónico del docente o en otras opciones incluidas en la plataforma Faitic.
Trabajos tutelados	Seguimiento y asesoría de los trabajos encargados a los alumnos en torno a la temática de la materia que suponen el principal método de evaluación. Tras un análisis pormenorizado de un ejemplo siguiendo una estructura claramente definida se encarga una investigación similar que finalmente será expuesta en el aula. Se reservará tiempo de las sesiones prácticas para poder tutorizar el desarrollo de estos trabajos a las que resulta obligatorio su asistencia. El seguimiento del aprendizaje de los contenidos directos de la materia se realizará en las sesiones teóricas, prácticas y especialmente mediante la participación del alumno en los análisis de situaciones o en las sesiones de debate. En relación con cualquier otro tipo de duda, el alumno podrá consultar lo que precise sobre la materia en horario de tutorías, a través del correo electrónico del docente o en otras opciones incluidas en la plataforma Faitic.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Presentaciones/exposiciones	Exposición pública de los 4 trabajos de investigación tras su corrección por parte del docente	15	B5	C3 C4	
Estudio de casos/análisis de situaciones	Elaboración de análisis sobre distintos casos o problemáticas relacionadas con el contexto y la realidad televisiva. Serán desarrollados en el aula.	20		C8 C13 C21	
Trabajos tutelados	Trabajos investigación revisados y orientados por la docente. - -Comentario/reflexión sobre las estrategias de fidelización del canal o estudios de caso. Comparativa parrillas; fidelización vertical/horizontal; creación de sinergias; análisis de estrategias. Identidad de canal/autopromoción/nuevos formatos autopublicitarios en televisión. Construcción parrilla o proyecto programa/formato.	50	B5	C21	D1 D2 D5 D6
Debates	Debates o foros de discusión sobre contenidos relacionados con la materia o sobre el contexto televisivo español.	5	B5	C13 C21	D5 D6
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Examen de desarrollo teórico sobre los contenidos desarrollados en las sesiones magistrales.	10		C3 C4 C8 C13	

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

Perebinossoff, 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**,

Álvarez-Monzoncillo, J.M., **Watching the Internet**,

Blum Richard, A. Y Lindheim, R. D., **Programación de las cadenas de televisión en horario de máxima audiencia**,

Bruno, M.W., **Neotelevisión. Dalle Comunicazione di massa alla massa de comunicazione**,

Cebrián Herreros, M., **Información Televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación**,

Cebrián Herreros, M., **Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet**,

Valderrama Santomé, M., **http://www.prograteles.blogspot.com.es/p/textos.html ARTÍCULOS PUBLICADOS SOBRE PROGRAMACIÓN**,

Cortés, J.A., **La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión**,

Dayan, D. (comp.), **En busca del público. Recepción, televisión, medios**,

Garmendia Larrañaga, M., **¿Por qué ven televisión las mujeres?: televisión y vida cotidiana**,

Huertas, A., **Cómo se miden las audiencias en televisión**,

Matelski, M. J., **Programación diurna de televisión**,

Bustamante, E, **Historia de la radio y la televisión en España, una asignatura pendiente de la democracia**,

Contreras, J.M., **El libro de la tele: anuario de la televisión en España**,

Díaz, L, **La televisión en España (1949-1995)**,

Díaz, L., **50 años de TVE**,

Palacio, M, **Historia de la televisión en España**,

Abruzzese, A., Miconi, A., **Zapping. Sociología de la experiencia televisiva**,

Arana, E., **Estrategias de programación televisiva**,

Contreras, J.M; Palacio, M., **La programación de televisión**,

Jauset, J.A., **La investigación de audiencias en televisión. Fundamentos estadísticos.**,

Peñafiel Saiz, C.; López, N.; Fernández de Arroyabe, A. ;, **La transición digital de la televisión en España. Tecnología, contenidos y estrategias**,

Peñafiel, C., **Transformaciones de la radio y la televisión en Europa**,

Pérez de Silva, J., **La televisión ha muerto. La nueva producción audiovisual en la era de Internet: la tercera revolución industrial**,

Piscitelli, A., **Post/televisión. Ecología de los medios en la era de Internet**,

Ramonet, I. (editor), **La post-televisión. Multimedia, Internet y globalización económica**,

Tubella i Casadevall, I. ; Tabernero, C.; Dwyer, V., **Internet y televisión: la guerra de las pantallas**,

Wolton, D., **Internet, ¿y después?: una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación**,
Barroso García, J., **Realización de los géneros televisivos**,
Creeber, G. (Editor), **The television genre book**,
Pastoriza, F. R., **Perversiones televisivas. Una aproximación a los nuevos géneros audiovisuales**,
Costa, J., **Identidad televisiva en 4D**,
González Oñate, C., **Nuevas estrategias de televisión: el desafío digital: identidad, marca y continuidad televisiva**,

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
Teoría e historia de los géneros audiovisuales/P04G070V01305