



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Técnicas de programación para televisión

Materia	Técnicas de programación para televisión			
Código	P04G070V01902			
Titulación	Grao en Comunicación Audiovisual			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	3	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Valderrama Santome, Monica			
Profesorado	Valderrama Santome, Monica			
Correo-e	santome@uvigo.es			
Web	<a href="http://www.progratele.blogspot.com">http://www.progratele.blogspot.com</a>			
Descrición xeral	<p>Na Primeira están pasando Barça-RealMadrid, no mesmo instante en Antena 3 podemos observar que empeza unha serie de corte romántico da que emiten un especial de tres capítulos; este sería un exemplo de contraprogramación en sentido estrito. O motivo é que unha "praza forte" (fútbol) de case irrefutable éxito de audiencia non pode competir e facer un gasto inecesario iestéril para non obter o seguimento desexado. O máis intelixente parece ser intentar cativar o target tanxencialmente oposto. Esta apaixonante panorámica de loitas encarnadas pola mesma tarta publicitaria foi o núcleo de entendemento da confección das parrillas audiovisuais das últimas décadas e serán as estratexias das canles televisivas as que centrarán a materia que che propoñemos e que talvez xa escolliches.</p> <p>Pero tamén a evolución da autopublicidad, os novos formatos que han ir xurdindo ata a actualidade ou a imperante sinerxia entre programas serán os eixes desta asignatura, a cal permitirache falar sobre unha realidade próxima, cotiá e sobre a que todos opinan pero sen o calado que ti terás tras habela cursado.</p>			

## Competencias de titulación

Código	
A11	Coñecemento das estratexias de comunicación persuasiva nos mercados audiovisuais
A12	Coñecemento teórico-práctico dos mecanismos lexislativos de incidencia no audiovisual ou na comunicación, así como o réxime xurídico da súa aplicación nas producións audiovisuais. Incluindo tamén o coñecemento dos principios éticos e das normas deontolóxicas da comunicación audiovisual, en especial as relativas á igualdade de homes e mulleres, á non discriminación de persoas con discapacidade, e ao uso non sexista da imaxe feminina nos medios de comunicación de masas
A15	Coñecementos básicos para situar a actividade audiovisual nun contexto de competencia local, nacional e internacional, destacando as técnicas comerciais, de promoción, venda e distribución de producións audiovisuais, así como o fomento da actividade emprendedora e do concepto de empresa como unidade básica de produción audiovisual
A28	Capacidade para a identificación dos procesos e técnicas implicadas na dirección e xestión de empresas audiovisuais na súa estrutura industrial: produción, distribución e exhibición, así como de interpretar datos estatísticos do mercado audiovisual. Nesta competencia inclúese a xestión e organización dos equipos humanos para a produción audiovisual existente
A34	Capacidade para levar a cabo a análise das estruturas, contidos e estilos da programación televisiva e radiofónica así como as distintas variables que inflúen na súa configuración e procesos tanto comunicativos como espectaculares por eles xerados
A41	Habilidade para expoñer de forma adecuada os resultados dos traballos académicos de xeito oral ou por medios audiovisuais ou informáticos consonte os cánones das disciplinas da comunicación
A43	Capacidade para incorporarse e adaptarse a un equipo audiovisual profesional, facendo compatibles e mesmo sinérxicos os seus propios intereses particulares e os do proxecto colectivo no que se incorporou
A44	Capacidade para percibir criticamente a nova paisaxe visual e auditiva que ofrece o universo comunicativo que nos rodea, considerando as mensaxes icónicas como froito dunha sociedade determinada, produto das condicións sociopolíticas e culturais dunha época histórica determinada

A45	Capacidade para asumir o liderado en proxectos que requiran recursos humanos e de calquera outra natureza, xeríndoos eficientemente, asumindo os principios da responsabilidade social
B5	Práctica sistemática de autoavaliación crítica de resultados: valoración da importancia de corrigir e axustar constantemente os erros cometidos nos procesos creativos ou organizativos
B6	Orde e método: habilidade para a organización e temporalización das tarefas, realizándoas de xeito ordenado adoptando con lóxica as decisións prioritarias nos diferentes procesos de produción audiovisual

### Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
1. Distinguir as estratexias de comunicación persuasiva nos mercados audiovisuales	A11
2. Identificar os mecanismos institucionais e legislativos de incidencia no audiovisual	A12
3. Coñecer as técnicas comerciais, de promoción, venda e distribución de produccions audiovisuales en televisión	A15
4. Identificar os procesos e técnicas implicadas na dirección e xestión de empresas televisivas no que respecta a produción, distribución e exhibición así como interpretar datos estatísticos vinculados á medición de audiencias e investigacións de mercado no ámbito da televisión	A28
5. Analizar as estruturas, contidos e estilos da programación televisiva	A34
6. Expoñer de forma adecuada os resultados dunha investigación de xeito oral ou por medios audiovisuales ou informáticos conforme aos cánones das disciplinas da comunicación	A41
7. Percibir criticamente a nova paisaxe visual e auditiva que ofrece o universo comunicativo que nos rodea, considerando as mensaxes televisivas como froito dunha sociedade determinada, produto das condicións sociopolíticas e culturais dunha época histórica determinada	A44
8. Traballar en equipo e comunicar as propias ideas mediante a creación dun ambiente propicio, así como desenvolver a capacidade para integrarse nun proxecto común destinado a obtención de resultados	A43
9. Tomar decisións: capacidade para acertar ao elixir en situacións de incerteza, asumindo responsabilidades	A45
10. Autoevaluar criticamente resultados: valoración da importancia de corrigir e axustar constantemente os erros cometidos nos procesos creativos ou organizativos	B5
11. Organizar e programar tarefas, realizándoas de xeito ordenado adoptando con lóxica as decisións prioritarias nos diferentes procesos de produción audiovisual	B6

### Contidos

Tema	
1. Introducción á programación televisiva.	1.1. Concepto de programación. 1.2. Paleotelevisión vs Neotelevisión. 1.3. A programación segundo os públicos obxectivos. 1.4. Base científica para a elaboración de programacións televisivas. Comprensión e lectura de indicadores resultantes dos métodos de investigación en audiencias.
2. Programa e programación.	2.1. Características do mercado de contidos. 2.2. Os formatos de antena e os xéneros de programas. 2.3. Hibridacións.
3. Tendencias e modelos de configuración das parrillas nas canles.	3.1. A programación comercial. 3.2. A programación en canles públicas. 3.3. A programación comunitaria e as canles internacionais. 3.4. A programación generalista. 3.5. A programación temática. 3.6. Modelos aberto e pechado. Pay per view e televisión á carta multiplataforma. 3.6. Programación multitasker.
4. A programación por franxas horarias	4.1. Day estafe. 4.2. Prime estafe.
5. A programación semanal.	5.1. Fidelización horizontal. 5.2. Fidelización vertical. 5.3. A sinerxia programática.
6. Estratexias e tácticas de programación televisiva	6.1. Estratexias de localización. 6.2. Estratexias de formato. 6.3. Estratexias de caracteres
7. Elaboración de rexillas programáticas en función do público obxectivo.	7.1. Confección de parrillas 7.2. Fidelización e continuidade. 7.3. Plano de deseño. 7.4. Fichas e Análise.

## 8. Autopublicidade e identidade televisiva.

- 8.1. Formatos de autopromoción e evolución histórica.
  - 8.1.1. Teaser, promoción, xenéricos, reciclaxe, combopromo e promosong.
  - 8.1.2. Novos formatos autopromocionales.
- 8.2. Identidade televisiva.
  - 8.2.1. Empaqueta gráfico.
  - 8.2.2. Elementos de continuidade.
  - 8.2.3. Rostros de canle e contidos.
- 8.3. Innovacións: adaptacións de cortinillas a blockbuster, volvemos en..., branding e outros

### Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Presentacións/exposicións	10	15	25
Estudo de casos/análises de situacións	10	5	15
Traballos tutelados	10	20	30
Sesión maxistral	15	0	15
Estudo de casos/análise de situacións	15	0	15
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	1	10	11
Traballos e proxectos	30	9	39

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

### Metodoloxía docente

	Descrición
Presentacións/exposicións	Exposición pública dos traballos de investigación e aloxamento en slideshare das transparencias con etiquetas relacionadas coa temática abordada.
Estudo de casos/análises de situacións	Revisión de exemplos para comprensión da materia.
Traballos tutelados	Traballos de investigación revisados y orientados pola docente. <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Programación-tele-programa</li> <li>2. Comparativa grellas/ fidelización vertical, horizontal/estratexias.</li> <li>3. Identidade de canal/autopromo/novos formatos.</li> <li>4. Proxecto grella/programa/formato.</li> </ol>
Sesión maxistral	Explicación teórica dos contidos.

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos/análises de situacións	Tanto nos traballos de investigación coma na análise de casos con exemplos de sinerxia programática haberá unha avaliación continua e seguimento pormenorizado dos mesmos por parte da docente.
Traballos tutelados	Tanto nos traballos de investigación coma na análise de casos con exemplos de sinerxia programática haberá unha avaliación continua e seguimento pormenorizado dos mesmos por parte da docente.

### Avaliación

	Descrición	Cualificación
Presentacións/exposicións	Exposición pública dos 4 traballos de investigación despois das correccións oportunas por parte da docente.	40
Traballos tutelados	Traballos de investigación revisados e orientados pola docente. <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Programación-tele-programa</li> <li>2. Comparativa grellas/ fidelización vertical, horizontal/estratexias.</li> <li>3. Identidade de canle/autopromo/novos formatos.</li> <li>4. Proxecto grella/programa/formato.</li> </ol>	50
Sesión maxistral	Exame teórico de preguntas sobre os contidos abordados nas sesións maxistrais.	5
Estudo de casos/análise de situacións	Análise de casos actuais para comprender os conceptos de fidelización horizontal, vertical, identidade televisiva e sinerxia programática entre outros.	5

### Outros comentarios sobre a Avaliación

#### Bibliografía. Fontes 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.,

---

---

### **Recomendacións**

#### **Materias que continúan o temario**

Estrutura do sistema audiovisual/P04G070V01601

Guión, produción e realización de programas de ficción/P04G070V01602

---

#### **Materias que se recomenda cursar simultaneamente**

Estratexias publicitarias e de relacións públicas para produtos audiovisuais/P04G070V01501

Guión, produción e realización para televisión/P04G070V01502

---

#### **Materias que se recomenda ter cursado previamente**

Empresa: Dirección e xestión de empresas audiovisuais/P04G070V01302

Teoría e historia dos xéneros audiovisuais/P04G070V01305

---