

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	García Mirón, Silvia			
Profesorado	García Mirón, Silvia			
Correo-e	silviamiron@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	A chegada da neotelevisión conlevou cambios significativos nas estratexias e tácticas de programación así como transformacións notables na televisión pública a raíz do nacemento das televisións privadas: a situación de competencia supuxo que para a acción de organizar a grella comezan a empregarse uns criterios baseados en estudos de audiencia previos polo que a audiencia convértese en protagonista□, o que supón a imposibilidade de planificar a emisión de determinados contidos que non moven a un amplo grupo de telespectadores □como é o caso daqueles espazos de carácter divulgativo ou educativo□ tendo que recorrer a unha tipoloxía diferente de canles como é o caso dos temáticos. A proximidade das historias retransmitidas, a aplicación dun fluxo continuo, a hibridación dos xéneros, a anidación entre programas, a creación de sinerxía, a emisión ómnibus, as plataformas megacontenedores, a hiperfragmentación, etc., todo iso son as novas prácticas que xurdirán a partir do abandono da paleotelevisión e o nacemento da televisión privada. Partindo desta idea propómonos coa materia □Técnicas de programación para televisión□ non só coñecer a evolución do medio televisivo e o seu actual contexto senón centrarnos naqueles elementos e circunstancias que influencian a práctica da programación en televisión e as técnicas específicas que se utilizan para situar os espazos nunha orde que será denominado como grella. Por outra banda, tamén penetraremos na identidade televisiva e os distintos elementos que a configuran, centrándonos especialmente no progreso experimentado polas pezas de continuidade e as fórmulas autopromocionales utilizadas por parte das emisoras.			

Competencias	
Código	
B1	Coñecemento das características esenciais da comunicación, os seus elementos e os seus resultados.
B2	Coñecemento da realidade político-social do mundo na era da comunicación global.
B4	Habilidade para expor os resultados dos traballos académicos de maneira escrita, oral ou por medios audiovisuais ou informáticos de acordo aos canons das disciplinas da comunicación.
B5	Coñecemento dos valores constitucionais, principios éticos e normas deontolóxicas aplicables á 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.
C11	Capacidade para levar a cabo a análise das estruturas, contidos e estilos da programación televisiva.
D1	Comprender a importancia dos cambios tecnolóxicos, económicos e sociais no desenvolvemento de proxectos audiovisuais
D5	Comprender a importancia de desenvolver un respecto solidario polas diferentes persoas e pobos do planeta, polos valores universais de educación, cultura, paz e xustiza, polos dereitos humanos, a igualdade de oportunidades e a non discriminación por razóns de sexo, raza ou relixión.
D6	Comprender a necesidade da conservación do patrimonio lingüístico, audiovisual e cultural de Galicia

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe

1 - Aplicar estratexias de comunicación persuasiva nos mercados audiovisuais para a promoción de canles.	B1 B5		D5 D6
2 - Distinción de técnicas comerciais, de promoción, venda e distribución de producións audiovisuais en televisión.	B1	C11	D1
3 - 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.	B1 B2	C11	D1
4- Analizar as estruturas, contidos e estilos da programación televisiva	B1 B2	C11	
5 - Expor de forma adecuada os resultados dunha investigación de maneira oral ou por medios audiovisuais ou informáticos, conforme aos canons das disciplinas da comunicación.	B4		
6 - Capacidade de traballo en equipo e de comunicación das propias ideas mediante a creación dun ambiente propicio, así como capacidade para integrarse nun proxecto común destinado á obtención de resultados	B4		D5
7 - Organizar e programar tarefas, realizándoas de maneira ordenada adoptando con lóxica as decisións prioritarias nos diferentes procesos de produción audiovisual.	B1		D1

Contidos

Tema	
1. Introdución á programación televisiva.	1.1. Conceptualización terminolóxica e finalidade. 1.2. Programación: continuidade e fragmentación no discurso televisivo. 1.3. Paleotelevisión VS Neotelevisión. 1.4. A Postelevisión e novos hábitos de consumo televisivo (online).
2. A práctica da programación televisiva e criterios de apoio.	2.1. As grellas de programación e a súa división en franxas horarias. 2.2. A programación semanal: fidelización vertical VS fidelización horizontal. 2.3. A medición de audiencias como fundamentación previa para a tarefa de programación. 2.4. A programación segundo os públicos obxectivos. 2.5. O programador de televisión e as súas funcións. 2.5. Características do mercado de contidos.
3. Os contidos televisivos e a súa catalogación	3.1. Xénero, formato e programa: achegamento conceptual. 3.2. Orixe e influencias dos xéneros televisivos. 3.3. Tipoloxías de xéneros televisivos. 3.4. Hibridacións.
4. Estratexias e tácticas de programación televisiva	4.1. Estratexias de localización. 4.2. Estratexias de formato. 4.3. Estratexias de caracteres 4.4. Estratexias de programación na Postelevisión: sinerxia web TV, sinerxia multimedia e social TV.
5. Identidade televisiva.	5.1. A identidade televisiva: definición e funcións. 5.2. Elementos que compoñen a identidade televisiva. 5.3. A programación desde unha perspectiva publicitaria: cuestión de imaxe e posicionamento.
6. Tendencias e modelos de configuración das grellas nas canles e novas fórmulas de distribución de contidos televisivos.	6.1. A programación comercial. 6.2. A programación nas canles públicas. 6.3. A programación en canles autonómicas e/ou rexionais. 6.4. A programación das canles internacionais. 6.5. A programación xeneralista VS a programación temática. 6.6. Modelos aberto e pechado. Pay per view e televisión á carta multiplataforma. 6.7. A distribución de contidos nas plataformas OTTs.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Presentación	6	9	15
Estudo de casos	4.5	9	13.5
Traballo tutelado	6	36	42
Metodoloxías baseadas en investigación	3	18	21
Foros de discusión	3	12	15
Lección maxistral	22.5	0	22.5
Exame de preguntas de desenvolvemento	1	20	21

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Presentación	Defensa pública dos traballos tutelados
Estudo de casos	Estudio a través de casos actuales de grellas e estratexias en prime time, dos efectos de arrastre de audiencia co emprego da sinerxia programática e de cómo a autopublicidade nas canles temáticas é un factor de producto determinante cuantitativa y cualitativamente.
Traballo tutelado	Traballos de investigación revisados e orientados pola docente.
Metodoloxías baseadas en investigación	Tarefas prácticas de aula a partir de metodoloxías baseadas en investigación ou técnicas de investigación: seguemento de programas televisivos en emisión
Foros de discusión	Sesións de presentación de casos actuais e discusión en torno a eles e outras cuestións relacionadas cos contidos de a materia
Lección maxistral	Explicación teórica dos contidos.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Lección maxistral	Desenvolvemento en aula dos conceptos do programa previsto da materia por parte do docente en sesión presencial.
Estudo de casos	Análise de casos a través de grellas, exemplos recentes e consulta de fontes virtuais.
Traballo tutelado	Traballos de investigación supervisados sobre temáticas propostas relativas á materia.
Metodoloxías baseadas en investigación	Titorización do traballo de seguemento de programas en emisión

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Presentación	Exposición pública dos traballos tutelados ou análises de caso	20	B5		
Estudo de casos	Elaboración de análise sobre distintos casos ou problemáticas relacionadas co contexto e a realidade televisiva. Serán desenvolvidos na aula.	20	B1 B4	C11	
Traballo tutelado	Traballos investigación revisados e orientados pola docente. 1.- Comparativa grellas; fidelización vertical/horizontal; creación de sinerxias; análise de estratexias. 2.- Análise de identidade de canle/autopromoción/novos formatos autopublicitarios en televisión. 3.- Creación de canle con proposta de grella ou creación de formato televisivo.	40	B2	C11	D1
Metodoloxías baseadas en investigación	Seguemento de programas televisivos en emisión	10		C11	D1 D6
Exame de preguntas de desenvolvemento	Exame de desenvolvemento teórico sobre os contidos desenvolvidos nas sesións maxistrais.	10	B1	C11	

Outros comentarios sobre a Avaliación

- Para poder optar a estas porcentaxes na avaliación deben entregarse a totalidade dos traballos tutelados e realizar as súas presentacións na aula.

- A asistencia á materia é obrigatoria. Para poder ser avaliado da parte práctica da materia é un requisito imprescindible asistir ás sesións de prácticas. Aqueles con máis dun 50% de faltas de asistencia sen xustificar non serán avaliados.

- O exame final da materia non é obrigatorio.

- O exame terá lugar nas datas oficiais aprobadas polo centro.

- Aquelas alumnas e alumnos que por causas xustificadas non poidan acudir ás clases con regularidade deberán poñerse en contacto coa docente ao comezo do curso.

- Non serán avaliados aqueles traballos entregados fóra da data establecida.

- O sistema de avaliación para as convocatorias de xullo/fin de carreira será o mesmo que para a convocatoria do propio cuatrimestre.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Perebinossoff, Philippe, **Programming for TV, radio, and the Internet : strategy, development, and evaluation**, 2nd ed., Focal Press, 2005

Gómez-Escalonilla Moreno, Gloria, **La programación televisiva en España. Estudio de las parrillas de programación televisiva española desde 1956 a 1996 [Recurso de Internet]**, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2011

Álvarez-Monzoncillo, J.M., **Watching the Internet**, Media XXI, 2011

Blum Richard, A. Y Lindheim, R. D., **Programación de las cadenas de televisión en horario de máxima audiencia**, IORTV, 1989

Cebrián Herreros, M., **Información Televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación**, Síntesis, 1998

Cebrián Herreros, M., **Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet**, Paidós, 2004

Cortés, J.A., **La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión**, Eunsa, 1999

Huertas, A., **Cómo se miden las audiencias en televisión**, Libros de comunicación global, CIMS, 1998

Díaz, L, **La televisión en España (1949-1995)**, Alianza Editorial, 1994

Palacio, M, **Historia de la televisión en España**, Gedisa Editorial, 2001

Arana, E., **Estrategias de programación televisiva**, Editorial Síntesis, 2011

Contreras, J.M; Palacio, M., **La programación de televisión**, Editorial Síntesis, 2003

Jauset, J.A., **La investigación de audiencias en televisión. Fundamentos estadísticos.**, Paidós, Papeles de Comunicación, 2000

Peñafiel Saiz, C.; López, N.; Fernández de Arroyabe, A. ;, **La transición digital de la televisión en España. Tecnología, contenidos y estrategias**, Editorial Bosch, 2005

Pérez de Silva, J., **La televisión ha muerto. La nueva producción audiovisual en la era de Internet: la tercera revolución industrial**, Gedisa, 2009

Piscitelli, A., **Post/televisión. Ecología de los medios en la era de Internet**, Paidós Contextos, 1998

Ramonet, I. (editor), **La post-televisión. Multimedia, Internet y globalización económica**, Icaria-Antrazyt, 2002

Wolton, D., **Internet, ¿y después?: una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación**, Editorial Gedisa, 2000

Barroso García, J., **Realización de los géneros televisivos**, Editorial Síntesis, 1996

Creeber, G. (Editor), **The television genre book**, Palgrave Macmillan-British Film Institute, 2001

González Oñate, C., **Nuevas estrategias de televisión: el desafío digital: identidad, marca y continuidad televisiva**, Ediciones de las Ciencias Sociales, 2008

Bibliografía Complementaria

Orza, Gustavo F., **Programación televisiva: un modelo de análisis instrumental**, La Crujía, 2002

Howard, Herbert H., **Radio, TV, and cable programming**, 2nd ed., Iowa State University Press, 1994

AA.VV., **Audiencia y Programación**, RTVV, 1993

Bruno, M.W., **Neotelevisión. Dalle Comunicazione di massa alla massa de comunicazione**, Rubbetino, 1994

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

Dayan, D. (comp.), **En busca del público. Recepción, televisión, medios**, Gedisa, 1997

Garmendia Larrañaga, M., **¿Por qué ven televisión las mujeres?: televisión y vida cotidiana**, Universidad del País Vasco, 1998

Matelski, M. J., **Programación diurna de televisión**, IORTV, 1992

Bustamante, E, **Historia de la radio y la televisión en España, una asignatura pendiente de la democracia**, Gedisa, 2013

Contreras, J.M., **El libro de la tele: anuario de la televisión en España**, Geca Consultores,, 1995

Díaz, L., **50 años de TVE**, Alianza Editorial, 2006

Abruzzese, A., Miconi, A., **Zapping. Sociología de la experiencia televisiva**, Ediciones Cátedra, 2002

Peñafiel, C., **Transformaciones de la radio y la televisión en Europa**, Servicio editorial de la Universidad del País Vasc, 2007

Tubella i Casadevall, I. ; Tabernero, C.; Dwyer, V., **Internet y televisión: la guerra de las pantallas**, Ariel, 2008

Pastoriza, F. R., **Perversiones televisivas. Una aproximación a los nuevos géneros audiovisuales**, IORTV, 1997

Costa, J., **Identidad televisiva en 4D**, Grupo Editorial Design, 2005

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Estratexias publicitarias e de relacións públicas para produtos audiovisuais/P04G070V01501

Guión, produción e realización de programas de ficción/P04G070V01602

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Guión, produción e realización para televisión/P04G070V01502

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Empresa: Dirección e xestión de empresas audiovisuais/P04G070V01302

Empresa: Mercadotecnia de produtos audiovisuais e multimedia/P04G070V01401

Teoría e historia dos xéneros audiovisuais/P04G070V01305

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===
Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada polo *COVID-19, a Universidade de Vigo establece unha planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución determíneo atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou parcialmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun modo máis áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===
* Mantéñense as mesmas metodoloxías docentes que para a docencia presencial pero empregarase a docencia síncrona nos mesmos horarios aprobados polo centro a partir do Campus Remoto da Universidade de Vigo.

* Mecanismo non presencial de atención ao alumnado (titorías): utilizarase o sistema de Despachos do Campus Remoto para realizar titorías individuais ou grupais, así como os foros da plataforma *Faitic e o correo electrónico para dúbidas puntuais.

* Non se producirán modificacións dos contidos a impartir

* Bibliografía adicional para facilitar o auto-aprendizaxe
- Web de Barlovento Comunicación: https://www.barloventocomunicacion.es/
- Web de Kantar Media: https://www.kantarmedia.com/é
- Web da AIMC: https://www.aimc.es/
- Estudo de vídeo online:
- Web *Hubspot (recursos): https://www.hubspot.es/
- Web iab: https://iabspain.es
- Indicacións básicas para a creación dun formato televisivo: https://cursosdeguion.com/5-como-crear-un-formato-televisivo/
- Web Cursos de guion online: https://cursosdeguion.com/
- Formatos de TV: https://eprints.ucm.é/56746/1/T41330.pdf

Facilitarase outra documentación e bibliografía (estudos, informes, etc.) en función do contido de cada tema e da actualización dos mesmos.

=== ADAPTACIÓN DA AVALIACIÓN ===
Só se producirá unha única modificación no sistema de avaliación: o cambio do exame (10%, non obrigatorio) por un traballo de proposta práctica individual