

## TITULACIÓN: GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

### 1. DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

---

Nombre: **PROGRAMACIÓN Y GESTIÓN TELEVISIVA Y RADIOFÓNICA.**

Curso: TERCERO

Semestre: SEGUNDO

Tipo (Formación Básica/Obligatoria/Optativa): Obligatoria

Horas de clase semanales: 4 horas

Créditos totales (ECTS): 6

Año del Plan de Estudio: 2010

Profesor: Dr. Sergio Toledo Aral y D. Santiago Arenado Sampil

Dirección electrónica: [sergio.toledo@eusa.es](mailto:sergio.toledo@eusa.es) / [santiago.arenado@eusa.es](mailto:santiago.arenado@eusa.es)

### 2. DESCRIPTORES

---

La programación en radio y televisión es la principal estrategia con la que cuentan dichos medios de comunicación para llegar hasta su público objetivo. En esta asignatura se plantea la conceptualización y el análisis de la programación de los medios audiovisuales. De este modo, se expondrán y analizarán todas las técnicas y recursos que desarrollan las parrillas de programación. Estudiaremos todos los cambios y evoluciones que tienen lugar cada día en la radio y la televisión en España. Se profundizará en los métodos de análisis de programas y contenidos de radio y TV, y se motivará especialmente la reflexión crítica sobre el futuro de la programación audiovisual.

Es una asignatura de estudio crítico de los conceptos teóricos y también de análisis de la praxis de la programación radiofónica y televisiva. Una vez que el alumno posee un conocimiento básico de la televisión y la radio, es fundamental conocer las posibilidades de organización de sus productos, es decir, de la programación.

### 3. SITUACIÓN

---

Conocimientos y destrezas previos:

Los propios del grado

Recomendaciones y consejos de interés:

Tener ordenador o Tablet.

Adaptaciones para estudiantes con necesidades especiales:

Manejo fluido del español para estudiantes extranjeros.

### 4. OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

---

OBJETIVOS:

1. Conocer el contexto sociocultural audiovisual español, con especial atención a la programación televisiva y radiofónica.
2. Identificar las principales técnicas y estrategias del proceso de programación en televisión según los distintos modelos.
3. Analizar y entender de manera crítica los procesos de la oferta televisiva, su evolución y realidad actual en función de las audiencias.
4. Aplicar y gestionar la audimetría.
5. Adquisición de los conocimientos teórico-prácticos de las estructuras organizativas en el campo de la comunicación visual y sonora, así como su evolución y gestión a lo largo del tiempo, incluyendo la tributación audiovisual. Conocimiento e investigación de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores.

**COMPETENCIAS:**

## Competencias específicas:

E05. 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.

E06. 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.

E20. Capacidad para analizar y definir temas de interés dentro del campo de la comunicación que estén en relación con los ámbitos económicos y empresariales y perspectivas de análisis alternativos propuestos.

E72 Capacidad para la identificación de los parámetros políticos, económicos y culturales implicados en la comunicación audiovisual.

E73 Capacidad de adaptación a las estructuras y mecanismos legislativos autonómicos, nacionales e internacionales en el campo de la comunicación audiovisual.

## Competencias genéricas:

G04. Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades.

G06. 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.

G07. Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respecto por los derechos humanos.

G08. Fomento del espíritu emprendedor.

G09. Fomento de las garantías de igualdad.

**5. CONTENIDOS O BLOQUES TEMÁTICOS**

---

**1. CONTEXTO AUDIOVISUAL ESPAÑOL**

- 1.1. Modelos de televisión
- 1.2. Grandes grupos de comunicación
- 1.3. Contexto socioeconómico español

**2. EL SECTOR TELEVISIVO Y RADIOFÓNICO EN ESPAÑA**

- 2.1. La televisión en España
- 2.2. La radio en España
- 2.3. Otras plataformas

**3. EL PROGRAMADOR Y EL GRUPO AUDIOVISUAL**

- 3.1. El programador y su equipo
- 3.2. El programador y la empresa
- 3.3. La identidad corporativa de la cadena: la autopromoción

**4. LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN**

- 4.1. Géneros y formatos televisivos y radiofónicos
- 4.2. Análisis de la parrilla de programación
- 4.3. La construcción de la parrilla
- 4.4. Estrategias y técnicas de programación

**5. LA AUDIMETRÍA**

- 5.1. Herramientas de medición de audiencia
- 5.2. Efectos en la parrilla por la competencia: la contraprogramación

**6. LA PROGRAMACIÓN DE LOS NUEVOS MEDIOS**

- 6.1. Nuevas formas de consumo televisivo
- 6.2. Consecuencias de las multiplataformas en las estrategias de programación

6.3. Los transmedia en la empresa audiovisual

## **6. TEMARIO DESARROLLADO**

---

### Temario de TV

#### **Tema 1. Dar audiencia a la “Audiencia de TV”**

- 1.1 Aproximación a la realidad televisiva española
- 1.2 La investigación cualitativa
- 1.3 La investigación cuantitativa
- 1.4 Organismos de investigación de audiencias.
- 1.5 La audimetría.
- 1.6 La audiencia social.

#### **Tema 2. Índices de audiencia**

- 2.1 Conceptos básicos
- 2.2 Significado de audiencia
- 2.3 Los índices de audiencia y su lectura
- 2.4 Indicadores para publicidad.

#### **Tema 3. La programación en TV.**

- 3.1 Definición
- 3.2 Estrategia y tácticas.
- 3.3 Programación como acto comunicativo
- 3.4 La parrilla de TV generalista.
- 3.5 La parrilla de TV temática
- 3.6 Las plataformas

#### **Tema 4. Gestión en TV**

- 4.1 Estructuras de organigramas.
- 4.2 Departamento de programación.
- 4.3 Características del programador.

## Temario Radio

### Tema 1. Introducción

- 1.1 Nuevos enfoques de la radio
- 1.2 Transformación técnica-comunicativa
- 1.3 Cambio en el proceso de producción

### Tema 2. Modelos de Radio

- 2.1 El modelo comunicativo generalista
- 2.2 Modelos temáticos o especializados
- 2.3 Ciberradio

### Tema 3. La programación en Radio

- 3.1 Innovación en los géneros
- 3.2 Modelos temáticos o especializados. La radio en Internet
- 3.3. Formatos de programación. Continuidad

### Tema 4. La audiencia

- 4.1 Conocimiento continuo de la audiencia
- 4.2 Modelos temáticos o especializados

### Tema 5. La Gestión

- 5.1 Innovaciones empresariales en la radio
- 5.2 Convergencias multimediáticas
- 5.3 La importancia del presupuesto y la financiación.

## **7. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES**

---

### Para Televisión

#### METODOLOGÍA

La asignatura se imparte desde una metodología que integra la teoría y la práctica. De las dos horas semanales una será teórica y otra práctica. La teoría se fundamenta en exposiciones de temas teóricos impartidos por el docente, que se verán implementados por ejemplos y ejercicios relacionados con la materia (parrillas de programación, estudios estadísticos, análisis y curvas de audiencias, discusión sobre la toma de decisiones de las cadenas...). La participación del alumno en el debate y análisis es fundamental en la asignatura.

En la fase práctica vamos a estimular la asimilación de conceptos mediante dos fórmulas:

- A) Una hora a la semana los alumnos divididos en grupos (representando a una cadena de televisión diferente cada semana) tienen que exponer en 10 minutos a toda la clase los movimientos de parrilla y la evolución de audiencia de dicho canal en esos siete días.
- B) Trabajos fin de curso: los grupos ya constituidos deberán presentar al docente por escrito y defender ante la clase un análisis detallado del canal o canales de televisión al que representan (Breve descripción corporativa de la cadena, y estudio profundo de la evolución de su programación y audiencia durante el periodo lectivo del curso. Por último y viendo los posibles huecos y carencias de parrilla, propondrán un formato creado ex profeso que se ajuste al target específico del emisor.) También analizarán la evolución de una Plataforma VOD asignada. Estos trabajos son de carácter obligatorio.  
El profesor coordinará con los diferentes grupos de alumnos el trabajo a realizar.

## TÉCNICAS DOCENTES

Exposición y debate. Sesiones prácticas. Trabajo colaborativo de los alumnos.

### Para Radio

Esta parte de la asignatura se imparte desde una metodología que integra la teoría y la práctica. La teoría se fundamenta en exposiciones de temas teóricos impartidos por el docente, que se verán implementados por ejemplos y ejercicios relacionados con la materia (Estudios estadísticos, análisis de audiencia, análisis de programación, manejo presupuestario,...). La participación del alumno en el debate y análisis es fundamental en la asignatura.

El temario consta de 5 epígrafes principales que abordan desde diferentes perspectivas el ámbito de la gestión y la programación en radio.

Comenzamos conociendo los nuevos enfoques del medio radio y la continua transformación técnico-comunicativa que ofrece el medio. Analizamos los diferentes modelos de radio, desde los temáticos o especializados a la ciber-radio. Abordaremos la programación creativa y los análisis de audiencias y el papel social de la radio y finalizaremos con el conocimiento de la empresa radiofónica, el manejo presupuestario y el futuro de la radio.

En la fase práctica vamos a estimular la asimilación de conceptos mediante dos fórmulas:

A) En clase y por pequeños grupos los alumnos deberán realizar un análisis de la organización y funcionamiento del sector radiofónico actual, divididos en empresas radiofónicas.

B) Trabajo fin de curso: los grupos ya constituidos deberán presentar al docente por escrito y defender ante la clase un programa de creación de un proyecto radiofónico acorde con los objetivos que cada grupo y el profesor establezcan en común.

Obviamente no se pueden repetir las empresas analizadas. El profesor coordinará con los diferentes grupos de alumnos el trabajo a realizar.

## **8. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN**

La asignatura se divide en Radio y Televisión. Habrá que superar las dos partes para tener aprobada la misma.

**HAY QUE PRESTAR ESPECIAL ATENCIÓN A LAS REGLAS DE ORTOGRAFÍA, YA QUE SE RESTARÁN PUNTOS POR FALTAS GRAVES EN EL EXAMEN TEÓRICO Y EN LOS TRABAJOS PRÁCTICOS.**

### **INFORMACIÓN SOBRE EL PLAGIO**

1. EUSA fomentará el respeto a la propiedad intelectual y transmitirá a los estudiantes que el plagio es una práctica contraria a los principios que rigen la formación universitaria. Para ello procederá a reconocer la autoría de los trabajos y su protección de acuerdo con la propiedad intelectual según establezca la legislación vigente.

2. El plagio, entendido como la presentación de un trabajo u obra hecho por otra persona como propio o la copia de textos (escritos y audiovisuales) sin citar su procedencia y dándolos como de elaboración propia, conllevará automáticamente la calificación numérica de cero en la asignatura independientemente del resto de las calificaciones que el estudiante hubiera obtenido.

**3. Los trabajos y materiales entregados por parte de los estudiantes tendrán que ir firmados con una declaración explícita en la que se asume la originalidad del trabajo, entendida en el sentido de que no ha utilizado fuentes sin citarlas debidamente.**

Ejemplo:

Yo,.....con DNI..... y mayor de edad, declaro la originalidad del presente trabajo y asumo que todas las fuentes usadas están debidamente citadas y referenciadas.

Fdo:.....

Para TV: Para poder superar la asignatura es IMPRESCINDIBLE APROBAR EL EXAMEN TEÓRICO.

Método A (Asistencia del 70% mínimo)

Para superar la asignatura en el apartado de Televisión, el alumnado deberá asistir a las clases teóricas y a las sesiones prácticas. Del mismo modo, deberá entregar y defender el trabajo grupal en el plazo establecido.

Examen teórico, que supondrá el 50% de la nota final del alumno. Este examen versará sobre los temas del programa académico y su aplicación práctica. Se compondrá de dos preguntas teóricas y una práctica ( bien de una curva de audiencia, una parrilla, o un artículo a comentar). Por lo tanto, el examen estará aprobado cuando la nota esté comprendida entre un mínimo de 2,5 puntos y un máximo de 5 puntos. Una vez que esto haya ocurrido, a esa nota se le sumará la calificación obtenida en la parte práctica y el total deberá ser igual o superior a 5 puntos.

La parte práctica supondrá el otro 50% de la nota, es decir 5 puntos, y está formada por:

A) 20% Asistencia y exposición semanal de los movimientos de parrilla y la evolución de audiencia del canal asignado al grupo en esos siete días. La nota máxima es de 2 puntos.

B) 30% Trabajos fin de curso en grupo. Los trabajos además de ser presentado al profesor, deberán ser expuestos y defendidos en el aula. La nota máxima es de 3 puntos.

Método B

Los alumnos que no asistan a clase tendrán:

- a) Un examen final del temario de la asignatura. (50% de la nota. 5 puntos)
- b) Trabajos fin de curso a realizar en pequeños grupos. (30% de la nota. 3 puntos)
- c) Un trabajo individual (a pactar con el profesor) sobre análisis de programación y audiencias de una cadena nacional o internacional durante un período de tiempo determinado consensuado con el docente. (20% de la nota. 2 puntos)

Para Radio:

Para superar la asignatura en el apartado de Radio, el alumnado deberá asistir a las clases teóricas y a las sesiones prácticas. Del mismo modo, deberá entregar y defender el trabajo grupal en el plazo establecido. La evaluación consta de un examen teórico que supondrá el 60% de la nota final del alumno. Por lo tanto, el examen teórico estará aprobado cuando la nota sea igual o mayor a 3 puntos. Para poder superar la asignatura es IMPRESCINDIBLE APROBAR LA PARTE TEÓRICA. Una vez que esto haya ocurrido, a esa nota se le sumará la calificación obtenida en la parte práctica y el total deberá ser igual o superior a 6 puntos.

La parte práctica supondrá el otro 40% de la nota, es decir 4 puntos, y está formada por:

- A) Exposición en clase. Exposición de conclusiones del grupo de trabajo. La nota máxima es de 2,5 puntos.
- B) Trabajo fin de curso. Deberá ser presentado por escrito al profesor. La nota máxima es de 1,5 puntos.

Los alumnos que no pueda acudir a clase tendrán:

- A) Examen final con el temario de la asignatura (70% de la nota, 7 puntos)
- B) Un trabajo individual y por escrito a pactar con el profesor (30% de la nota, 3 puntos)

-----  
En las siguientes convocatorias (segunda y tercera) se aplicará el método B (los trabajos grupales se harán de manera individual).

## 9. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN

---

### Para TV

#### ESPECÍFICA

- Álvarez Monzorcillo, J.M.: “La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios”, Ariel, Madrid 2011.
- Arana, E.: “Estrategias de programación televisiva”, Síntesis, Madrid 2011.
- Carreras Lario, N: “TVE en sus inicios. Estudio sobre la programación”, Fragua, Madrid 2012.
- Contreras, J.M.; Palacio, M.: “La programación de televisión”, Síntesis 2001.
- GECA: “El anuario de la televisión”, GECA, Madrid. Ediciones anuales desde 1998 hasta la actualidad.
- KANTAR: Anuario de la televisión 2018, 2019, 2020 , 2021, 2022 y 2023
- Neira, E. “La otra pantalla. Redes sociales, móviles y la nueva televisión.” UOC, Barcelona 2015.
- PANERA ALONSO, A. *¿Por qué triunfa la televisión comercial?*, Plaza y Valdés, 2013.
- Quintas Froufe, N. y González Neira, A. (coord.) (2015). La participación de la audiencia en la televisión: de la audiencia activa a la social. Madrid: AIMC. Recuperado de [https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2017/05/2016\\_01participacion\\_audiencia\\_tv.pdf](https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2017/05/2016_01participacion_audiencia_tv.pdf)
- Toledo, S.: “Cómo crear un programa de televisión. Creatividad y su aplicación a lo audiovisual”, Laertes, Barcelona 2012.
- Vaca, R.: “El puzle de la audiencia televisiva”, Fundación Exlibris, 2009.
- Villagrasa, J.M. : “¡Atrápalos como puedas! La competencia televisiva: programación y géneros”. Tirant lo Blach, Valencia 2011.

#### GENERAL

- Callejo, J. : “Investigar las audiencias. Un análisis cualitativo”, Paidós, Barcelona 2001.
- Gordillo, I. : “ La hipertelevisión: géneros y formatos”, Ciespal, Quito 2009.
- Gómez-Escalonilla, G.:”Programar televisión. Análisis de los primeros cuarenta años de programación televisiva en España”, Dykinson, Madrid 2003.
- Huertas, A.: “La audiencia investigada”, Gedisa, Barcelona 2002.
- Jauset, J.M.: “La investigación de audiencias en televisión”, Paidós, Barcelona 2000.
- Lacalle, C.: “ El espectador televisivo”, Gedisa, Barcelona 2001.
- Orza, G.F.:”Programación televisiva”, la Crujía, Buenos Aires 2002.
- Palacio, M.: “Historia de la televisión en España”, Gedisa, Barcelona 2000.
- Saló, G.: “¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión”, Gedisa, Barcelona 2003.

#### OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN (DIRECCIONES DE INTERNET)

- [www.aimc.es](http://www.aimc.es)
- [www.kantarmedia.es](http://www.kantarmedia.es)
- [www.rtve.es](http://www.rtve.es)
- [www.telecinco.es](http://www.telecinco.es)
- [www.antena3.es](http://www.antena3.es)
- [www.cuatro.es](http://www.cuatro.es)
- [www.lasexta.es](http://www.lasexta.es)
- [www.forta.es](http://www.forta.es)
- [www.barloventocomunicacion.es](http://www.barloventocomunicacion.es)
- [www.geca.es](http://www.geca.es)
- [www.vertele.com](http://www.vertele.com)
- [www.formulatv.com](http://www.formulatv.com)
- [www.prnoticias.com](http://www.prnoticias.com)
- [www.tuitele.com](http://www.tuitele.com)
- <http://ecoteuve.economista.es/audiencias/>



## Para Radio

### ESPECÍFICA

- *Modelos de radio, desarrollo e innovaciones*. Mariano Cebrián Herreros. Editorial Fragua. 2007
- *Curso de redacción periodística en prensa, radio y televisión*. Pastora Moreno Espinosa. Editorial Mad. 1998
- *Periodismo de radio. De los estudios al ciberespacio*. Universidad Cardenal Herrera-CEU. Valencia.2005
- *La radio en España 1923-1997*. Alianza Editorial. Madrid 1997
- *Comunicación radiofónica*. Julia González Conde. Universitas. Madrid.2001

### GENERAL

- *Concentración y pluralismo en la radio española*. Francisco Iglesias. Eunsa. Pamplona.2005
- *La radio en la era digital*. El País/Aguilar. Madrid. 1997

### OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN (DIRECCIONES DE INTERNET)

- [www.pressnetweb.com](http://www.pressnetweb.com)
- [www.asociacionprensa.org](http://www.asociacionprensa.org)
- [www.dircomsevilla.com](http://www.dircomsevilla.com)
- [www.ojd.es](http://www.ojd.es)
- [www.periodistadigital.com](http://www.periodistadigital.com)
- [www.sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com](http://www.sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com)
- [www.periodismo.org](http://www.periodismo.org)