



Universidad
Internacional
de Valencia

Guía didáctica

ASIGNATURA: *Organización y producción televisiva y radiofónica*

Título: *Grado en Comunicación*

Materia: *Producción, Gestión y Desarrollo de proyectos audiovisuales*

Créditos: *6 ECTS*

Código: *24GCOM*

Curso: *2023-2024*

Índice

1.	Organización general	3
1.1.	Datos de la asignatura	3
1.2.	Equipo docente	3
1.3.	Introducción a la asignatura.....	3
1.4.	Competencias y resultados de aprendizaje	4
2.	Contenidos/temario	5
3.	Metodología	9
4.	Actividades formativas	9
5.	Evaluación.....	10
5.1.	Sistema de evaluación.....	10
5.2.	Sistema de calificación	11
6.	Bibliografía.....	12
6.1.	Bibliografía de referencia	12
6.2.	Bibliografía complementaria.....	13

1. Organización general

1.1. Datos de la asignatura

MÓDULO	Módulo de formación obligatorio
MATERIA	Producción, Gestión y Desarrollo de proyectos audiovisuales
ASIGNATURA	Organización y producción televisiva y radiofónica 6 ECTS
Carácter	Obligatorio
Curso	3º
Cuatrimestre	1º
Idioma en que se imparte	Castellano
Requisitos previos	Para el acceso a este Grado, se deben cumplir los requisitos de acceso que prevé el artículo 3 del Real Decreto 412/2014 de 6 de junio.
Dedicación al estudio por ECTS	25 horas

1.2. Equipo docente

Profesores	<p>Dra. Amparo Suay Madrid (radio) amparo.suay@professoruniversidadviu.com</p> <p>Cayetano Espinosa Bueso (televisión) cayetano.espinosa@professor.universidadviu.com</p>
-------------------	--

1.3. Introducción a la asignatura

La asignatura permite que el alumnado conozca los medios audiovisuales, desde una perspectiva teórica y con una aplicación práctica. Para ello, se abordarán las fases de producción en la elaboración de programas y contenidos, tanto en el ámbito radiofónico como televisivo, así como los modelos de organización empresariales de carácter público y privado. Además, estudiará los últimos formatos periodísticos generados con la digitalización, entre otros aspectos de interés.

1.4. Competencias y resultados de aprendizaje

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

CE13 - Generar información adaptada a los nuevos medios digitales.

CE14 - Organizar comunicación aplicable a espacios audiovisuales.

CE15 - Conocer el desarrollo productivo aplicado a las nuevas plataformas audiovisuales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA 1 – Comprender conocimientos teóricos relativos al ámbito de la televisión y de la radio, a través de los distintos géneros y programas, de acuerdo a su tipología y características.

RA 2 – Conocer las claves y rutinas profesionales para afianzar el criterio informativo y producir contenidos de calidad en radio y televisión.

RA 3 – Aplicar los conocimientos de una forma profesional, adquiriendo las competencias necesarias para desenvolverse en los distintos géneros, lenguajes, tecnologías y soportes, vinculados a la radio y a la televisión.

RA 4 – Desarrollar habilidades de aprendizaje necesarias para el dominio de las técnicas de producción de programas, a través de sus distintas fases (generación de la idea, redacción, planificación, locución, producción y realización), aplicadas también a la elaboración de contenidos radiofónicos y televisivos.

RA 5 – Desarrollar la capacidad de análisis de las distintas piezas y programas para la elaboración de mensajes adaptados al medio televisivo y al radiofónico, a través de las plataformas audiovisuales y formatos más novedosos.

RA 6 – Conocer los modelos de organización, tanto en la empresa radiofónica como en la televisiva (pública o privada).

2. Contenidos/temario

Radio

Unidad 1. La radio como medio de comunicación

- 1.1. Características generales.
- 1.2. Introducción a la historia de la radio en España.

Unidad 2. El lenguaje y tratamiento radiofónico de la información

- 2.1. Elementos del lenguaje radiofónico.
- 2.2. Normas de escritura “para el oído”.
- 2.3. Los recursos sonoros radiofónicos.

Unidad 3. Locución radiofónica

- 3.1. La voz profesional.
- 3.2. Técnica vocal: respiración, coordinación fono-respiratoria, articulación, resonancia.

Unidad 4. Géneros radiofónicos

- 4.1. Especificidad del mensaje radiofónico.
- 4.2. Los géneros en la radio.
- 4.3. La noticia radiofónica.
- 4.4. La entrevista radiofónica.
- 4.5. El reportaje radiofónico.
- 4.6. La crónica radiofónica.
- 4.7. El análisis en radio.

Unidad 5. El programa radiofónico y fases de producción

- 5.1. Planificación del programa.
- 5.2. Estructuración del programa.

Unidad 6. El guión y la escaleta

- 6.1. El guión.
- 6.2. La escaleta.

Unidad 7. La adaptación digital de la radio: nuevos formatos y plataformas audiovisuales

7.1. Nuevos formatos de interacción y comunicación radiofónica.

- 7.1.1. Podcast.
- 7.1.2. La radio que se ve.
- 7.1.3. Aplicaciones móviles.

7.2. La transformación de la radio en España en el entorno multimediático: hacia un escenario digital y convergente.

- 7.2.1. Desarrollo en el sector.

Unidad 8. Modelos de organización de la empresa radiofónica

- 8.1. Modelo en la radio pública.
- 8.2. Modelo en radio privada.

Televisión

Unidad 1. La industria audiovisual

- 1.1. Nacimiento y evolución de la industria audiovisual
- 1.2. Principios económicos de la producción audiovisual
- 1.3. Sectores clásicos de la industria audiovisual

Unidad 2. Géneros de televisión

- 2.1. Entretenimiento
 - 2.1.1. Magazines
 - 2.1.2. Concursos
 - 2.1.3. *Reality-shows*
 - 2.1.4. Galas y especiales
- 2.2. Informativos e *infotainment*
 - 2.2.1. Informativo
 - 2.2.2. Avances y flash
 - 2.2.3. Ediciones especiales
 - 2.2.4. Reportajes de actualidad
 - 2.2.5. Entrevistas
 - 2.2.6. Programas de infoentretenimiento
- 2.3. Culturales
 - 2.3.1. Documentales
 - 2.3.2. Musicales
 - 2.3.3. Educativos
 - 2.2.4. Especializados
- 2.4. Ficción
 - 2.4.1. Cine
 - 2.4.2. Series / Miniseries
 - 2.4.3. Telenovelas
 - 2.4.4. Telefilms / *tv movies*
- 2.5. Deportes
 - 2.5.1. Específicos
 - 2.5.2. Retransmisiones de competiciones
 - 2.5.3. Eventos especiales

Unidad 3. Producción y elaboración de programas y contenidos

- 3.1. La producción de programas
- 3.2. El equipo de producción
- 3.3. Los profesionales
- 3.4. Presentación de proyectos
- 3.5. Las localizaciones y los decorados
- 3.6. El casting
- 3.7. Modalidades de producción y financiación
- 3.8. El desglose de guion
- 3.9. Contratación, seguros y propiedad intelectual
- 3.10. El plan de trabajo
- 3.11. El presupuesto
- 3.12. Producción exterior y retransmisiones
- 3.13. La grabación
- 3.14. Postproducción y presentación del producto
- 3.15. Emisión, explotación y marketing

Unidad 4. Programación en emisiones lineales

- 4.1. Ámbito regulatorio
- 4.2. Contextualización y tipología de los contenidos para emisión
- 4.3. Definición del perfil
- 4.4. La realidad de la programación
- 4.5. Diseño de la programación
- 4.6. Cuantificación del éxito. Audiencias lineales y en diferido.

Unidad 5. La nueva generación de contenidos audiovisuales

- 5.1. Evolución de la industria de contenidos audiovisuales
- 5.2. Apps de contenidos audiovisuales
- 5.3. El vídeo bajo demanda (VOD)
- 5.4. Cambio de paradigma y actores globales del VOD
- 5.5. Los *broadcasters* frente al VOD
- 5.6. Producción *crossmedia*, *transmedia* y *storytelling*. Más allá del contenido audiovisual.

Unidad 6. Modelos de organización de empresas televisivas

- 6.1. Modelo en las televisiones públicas
- 6.2. Modelo en las televisiones privadas
- 6.3. Los conglomerados mediáticos
- 6.4. Los nuevos modelos de organización

3. Metodología

La metodología de la Universidad Internacional de Valencia (VIU) se caracteriza por una apuesta decidida en un modelo de carácter e-presencial. Así, siguiendo lo estipulado en el calendario de actividades docentes del Título, se impartirán en directo un conjunto de sesiones, que, además, quedarán grabadas para su posterior visionado por parte de aquellos estudiantes que lo necesiten. En todo caso, se recomienda acudir, en la medida de lo posible, a dichas sesiones, facilitando así el intercambio de experiencias y dudas con el docente.

En lo que se refiere a las metodologías específicas de enseñanza-aprendizaje, serán aplicadas por el docente en función de los contenidos de la asignatura y de las necesidades pedagógicas de los estudiantes. De manera general, se impartirán contenidos teóricos y, en el ámbito de las clases prácticas se podrá realizar la resolución de problemas, el estudio de casos y/o la simulación.

Por otro lado, la universidad y sus docentes ofrecen un acompañamiento continuo al estudiante, poniendo a su disposición foros de dudas y tutorías para resolver las consultas de carácter académico que el estudiante pueda tener. Es importante señalar que resulta fundamental el trabajo autónomo del estudiante para lograr una adecuada consecución de los objetivos formativos previstos para la asignatura.

4. Actividades formativas

Durante el desarrollo de cada una de las asignaturas, se programan una serie de actividades de aprendizaje que ayudan a los estudiantes a consolidar los conocimientos trabajados.

A continuación, se relacionan las actividades que forman parte de la asignatura:

1. Actividades de carácter teórico

Se trata de un conjunto de actividades guiadas por el profesor de la asignatura destinadas a la adquisición por parte de los estudiantes de los contenidos teóricos de la misma. Estas actividades, diseñadas de manera integral, se complementan entre sí y están directamente relacionadas con los materiales teóricos que se ponen a disposición del estudiante (manual y material complementario). Estas actividades se desglosan en las siguientes categorías:

- a. Clases expositivas
- b. Observación y evaluación de recursos didácticos audiovisuales
- c. Estudio y seguimiento de material interactivo

2. Actividades de carácter práctico

Se trata de un conjunto de actividades guiadas y supervisadas por el profesor de la asignatura vinculadas con la adquisición por parte de los estudiantes de los resultados de aprendizaje y competencias de carácter más práctico. Estas actividades, diseñadas

con visión de conjunto, están relacionadas entre sí para ofrecer al estudiante una formación completa e integral.

3. Tutorías

Se trata de sesiones, tanto de carácter síncrono como asíncrono (e-mail), individuales o colectivas, en las que el profesor comparte información sobre el progreso académico del estudiante y en las que se resuelven dudas y se dan orientaciones específicas ante dificultades concretas en el desarrollo de la asignatura.

4. Trabajo autónomo

Se trata de un conjunto de actividades que el estudiante desarrolla autónomamente y que están enfocadas a lograr un aprendizaje significativo y a superar la evaluación de la asignatura. La realización de estas actividades es indispensable para adquirir las competencias y se encuentran entroncadas en el aprendizaje autónomo que consagra la actual ordenación de enseñanzas universitarias. Esta actividad, por su definición, tiene carácter asíncrono. Los trabajos podrán hacerse de manera individual o grupal.

5. Prueba objetiva final

Como parte de la evaluación de cada una de las asignaturas, se realiza una prueba (examen final). Esta prueba se realiza en tiempo real (con los medios de control antifraude especificados) y tiene como objetivo evidenciar el nivel de adquisición de conocimientos y desarrollo de competencias por parte de los estudiantes. Esta actividad, por su definición, tiene carácter síncrono.

5. Evaluación

5.1. Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad se sustenta en los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), y está adaptado a la estructura de formación virtual propia de esta Universidad. De este modo, se dirige a la evaluación de competencias.

Sistema de Evaluación	Ponderación
Portafolio*	60 %
<i>Colección de tareas realizadas por el alumnado y establecidas por el profesorado. La mayoría de las tareas aquí recopiladas son el resultado del trabajo realizado dirigido por el profesorado en las clases prácticas, tutorías colectivas, etc. Esto permite evaluar, además de las competencias conceptuales, otras de carácter más práctico, procedimental o actitudinal.</i>	

Las actividades evaluables que conforman el portafolio son las siguientes:

- **Estudio de casos:** 30%
- **Resolución de problemas:** 30%
- **Actividad de Masterclass, vinculada a la parte de televisión:** Se sumará entre 0,1 y 0,5 puntos a la calificación final, a los alumnos que entreguen la actividad.

Sistema de Evaluación	Ponderación
Prueba final*	40 %
<i>La realización de una prueba con preguntas de tipo test cuyas características específicas serán definidas por el profesor</i>	

***Es requisito indispensable para superar la asignatura aprobar cada apartado (portafolio y prueba final) con un mínimo de 5 para ponderar las calificaciones.**

Los enunciados y especificaciones propias de las distintas actividades serán aportados por el docente, a través del Campus Virtual, a lo largo de la impartición de la asignatura.

Atendiendo a la Normativa de Evaluación de la Universidad, se tendrá en cuenta que la utilización de **contenido de autoría ajena** al propio estudiante debe ser citada adecuadamente en los trabajos entregados. Los casos de plagio serán sancionados con suspenso (0) de la actividad en la que se detecte. Asimismo, el uso de **medios fraudulentos durante las pruebas de evaluación** implicará un suspenso (0) y podrá implicar la apertura de un expediente disciplinario.

5.2. Sistema de calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en los siguientes cálculos y términos:

Nivel de aprendizaje	Calificación numérica	Calificación cualitativa
Muy competente	9,0 - 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 -6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 -4,9	Suspenso

Sin detrimento de lo anterior, el estudiante dispondrá de una **rúbrica simplificada** en el aula que mostrará los aspectos que valorará el docente, como así también los **niveles de desempeño que tendrá en cuenta para calificar las actividades vinculadas a cada resultado de aprendizaje.**

La mención de «**Matrícula de Honor**» podrá ser otorgada a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los estudiantes matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de estudiantes matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

6. Bibliografía

6.1. Bibliografía de referencia

- Alonso, N. (2016). *Del broadcasting al webcasting: evolución del consumo televisivo en España desde el encendido digital*. Tesis doctoral. Universitat de València, Comunitat Valenciana.
- Basté, C. y Peralta, M. (2016). *El guión en la televisión de entretenimiento y actualidad*. Barcelona: Editorial UOC.
- Campos-Freire, F. (2016). *Situación Actual y Tendencias de la Radiotelevisión Pública en Europa*. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela (USC) y FORTA.
- Cebrián, M. (2007). *Modelos de radio, desarrollos e innovaciones*. Del diálogo y participación a la interactividad. Madrid: Editorial Fragua.
- Clares, J., Ripoll, J. y Vaquer, A. (2013). *Distribución audiovisual en Internet: VOD y nuevos modelos de negocio*. Barcelona: Editorial UOC.
- Neira, E. (2016). *La otra pantalla: redes sociales, móviles y la nueva televisión*. Barcelona: Editorial UOC.
- Orihuela, J. L. (2015). *Los medios después de internet*. Barcelona: Editorial UOC.
- Palacio, M. (2015). *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Pérez, G. (2010). *Informar en la e-televisión. Curso básico de Periodismo Audiovisual*. Pamplona: Eunsa. V.04 9 Guía didáctica Generación multimedia de contenidos informativos.
- Rodero, E.; Alonso, C. M.; Fuentes, J. A. (2004). *La radio que convence. Manual para creativos y locutores publicitarios*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Rodero, E. (2011). *Creación de programas de radio*. Madrid: Síntesis.

6.2. Bibliografía complementaria

- Díaz Nosty, B. (2017). Diez años que cambiaron los medios (2007-2017). Barcelona: Ariel y Fundación Telefónica. Recuperado de https://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/602/
- Dijck, J., Van Poell, T. & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. New York, NY: Oxford University Press.
- Flores, J. (2010). *Tecnologías del ecosistema periodístico*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Gómez de Travesedo Rojas, R. y Gil Ramírez, M. (2020). Generación Z y consumo de información política: entre la televisión y los nuevos formatos mediáticos. *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, 50, 62-79.
- Gómez Rubio, Leire; López Vidales, Nereida; y Vicente Torrico, David (2018): La televisión informativa en el entorno digital: análisis de las ediciones diarias de las cadenas generalistas líderes de audiencia en España, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 24 (1), 193- 212.
- Gómez Valdés, S. (2020). *El lugar de la cultura en la programación televisiva*. Madrid: Cátedra.
- Masip, P.; Aran-Ramspott, S.; Ruiz-Caballero, C.; Suau, J.; Almenar, E.; Puertas-Graell, D. (2020). Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo. *El profesional de la información*, v. 29, n. 3, e290312.

<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.12>

- Rodero, E. (2020). La radio: el medio que mejor se comporta en las crisis. Hábitos de escucha, consumo y percepción de los oyentes de radio durante el confinamiento por el Covid-19. *El profesional de la información*, v. 29, n. 3, e290306.

<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.06>