



Ministerio de Cultura y Educación
 Universidad Nacional de San Luis
 Facultad de Ciencias Humanas
 Departamento: Comunicación
 Area: Area 8: Integración y Praxis

(Programa del año 2014)
 (Programa en trámite de aprobación)
 (Presentado el 07/10/2014 09:29:53)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
REALIZACION INTEGRAL DE TV	LIC.EN PRODUC. DE RADIO Y TV	012/0 9	2014	2° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
MELTO, LUCIANA MARIA	Prof. Responsable	P.Adj Semi	20 Hs
CARLINI GONZALEZ, MARIA CAROLI	Auxiliar de Práctico	A.1ra Exc	40 Hs
SANCHEZ BOUSQUET, MARIA ISABEL	Auxiliar de Práctico	A.1ra Semi	20 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
Hs	Hs	Hs	Hs	Hs

Tipificación	Periodo

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas

IV - Fundamentación

La asignatura se propone bajo la modalidad de seminario taller en el cual se propicien espacios de reflexión y realización de mensajes televisivos. Este espacio busca sostener un proceso de enseñanza/aprendizaje dialéctico, que permita al estudiante explorar y apropiarse de las herramientas comunicativas, narrativas y estilísticas básicas para desarrollar una tarea profesional comprometida; y al equipo docente conocer y acompañar los distintos momentos de dicho proceso tanto a nivel individual como grupal.

Se parte de la concepción del Productor Televisivo Integral capaz de generar contenidos audiovisuales, desarrollar proyectos y diseñar estrategias de difusión de mensajes en este medio. Desde esta perspectiva se propone la metodología de trabajo de elaboración de proyectos completos: desde la idea hasta el diseño de difusión y exhibición. La planificación de los trabajos prácticos surge de experiencias del campo laboral real (llamados a concursos o licitaciones de canales locales y/o nacionales), ajustando las exigencias al nivel de formación de los estudiantes. Consideramos de suma importante integrar vínculos concretos con el campo laboral en el espacio de formación de los estudiantes. Los contenidos están pensados como ejes transversales que atraviesan los distintos momentos de acción/reflexión en la producción de contenidos para televisión, sin implicar un orden de desarrollo lineal y cronológico.

Para la cohorte 2014 se propone que los estudiantes elijan el formato que desean profundizar en el recorrido final de su formación. Esta decisión se fundamenta en la necesidad de generar autonomía en los procesos de formación, respetando las diversidades e intereses de los estudiantes. En relación a este modo de organización de la asignatura, se proponen ejes temáticos comunes a todos los proyectos audiovisuales.

Así mismo, la bibliografía general propuesta en el programa se completará con bibliografía específica de acuerdo a los proyectos que definan los estudiantes.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

*Explorar las posibilidades del lenguaje televisivo.

*Adquirir los conocimientos básicos para diseñar, realizar y difundir mensajes televisivos.

*Generar espacios de reflexión y análisis de mensajes televisivos y modalidades de producción.

VI - Contenidos

Eje 1: Pensar la TV como espacio de construcción de sentido.

Concepciones y modelos de televisión: televisión pública, televisión comercial y televisión comunitaria y/o alternativa. La televisión local/regional: la programación como espacio de expresión de las identidades culturales de la comunidad. El lugar de lo cultural y educativo en la televisión pública.

Bibliografía eje 1:

APONTE, Douglas. Barrio TV. La nueva televisora popular de Caracas. Periódico Proceso. 20 de julio – 15 de agosto de 2010.

BECERRA, Martín. “La Televisión Pública en América Latina: Condiciones y desafíos” , cap. 1 en Pensar la Televisión Pública ¿Qué modelos para América Latina?. Ed. La Crujía, 2013.

DI GUGLIELMO, Hogo. Vivir del Aire: la programación televisiva vista por dentro. Ed. Bs. As. 2002

DURAN FERNANDEZ, Ramón. Tercera Piel. Sociedad de la imagen y conquista del alma. Ed. Virus. 1° Edición. Barcelona, 2010.

KAPLÚN, Gabriel. “Cuatro ideas obvias sobre democratizar la comunicación”. Revista Electrónica Decisio: Saberes para la acción en educación de adultos. N° 10 Enero-Abril 2005. Ed. CREFAL (Centro de Cooperación Regional para la educación de adultos en América Latina y el Caribe.

http://tumbi.crefal.edu.mx/decisio/index.php?option=com_content&view=article&id=519&Itemid=124 Sitio consultado el 25/02/2013.

MASTRINI, Guillermo. “Medios públicos y derecho a la comunicación: una aproximación desde América Latina. 2011. Portal de la Comunicación InCom-UAB · Lecciones del portal. Original disponible en: http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?lng=esp&id=65

RINCÓN, Omar – Políticas Culturales de medios de Comunicación. Televisión Cultural. Revista Signos y pensamientos N° 32. 1998.

RODRÍGUEZ, Esteban; RELI, Mariana; APPELLA, Gabriel. “El derecho a tener derechos. Manual de derechos humanos para organizaciones sociales”. 1ra. edición, Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Universidad Nacional de La Plata), Colectivo de

Investigación y Acción Jurídica (CIAJ), Galpón Sur, La Plata, diciembre de 2008.

URANGA y otros. Programa de Capacitación y Fortalecimiento para Organizaciones Sociales y Comunitarias. Secretaría de Extensión Universitaria Facultad de Ciencias Sociales - Universidad de Buenos Aires. Bs. As., diciembre de 2009

Eje 2: Diseño y desarrollo de Proyectos para televisión.

Diseño de contenido para tv: de la idea a las estrategias de difusión.

Presentación de proyectos: requisitos formales en el armado y escritura de un proyecto audiovisual. Diseño de carpetas: imagen e identidad en los proyectos audiovisuales.

Narración televisiva: diseño de contenidos seriados: pensar la narración en capítulos y en bloques televisivos. Búsqueda de formatos eficaces en relación a diferentes públicos. Escritura audiovisual de contenidos documentales o referenciales.

Proceso de investigación y recolección de información. Investigación temática y estética.
Los títulos como carta de presentación: diseño de títulos y artística de los programas.

Bibliografía eje 2:

Guía Para La Presentación de Contenidos de TV Digital. Consejo Asesor del SATVD-T. Universidad Nacional de La Matanza.

DEL TESSO, Pablo. Guía de Desarrollo de proyectos. La metodología DPA en 13 pasos. Material capacitación producción de contenido para tv. 2005.

SORRENTINO, Pedro. “Criterios para postulación de proyectos a concursos del Plan de Fomento del SATVDT”. Revista electrónica Toma Uno. N° 1 – Año 2012. Universidad Nacional de Córdoba.

<http://publicaciones.ffyh.unc.edu.ar/index.php/toma1/index>. consulta febrero de 2013.

Eje 3 - Dirección de Producción para TV.

Diseño de producción de programas televisivos: estrategias de organización y financiamiento. Armado de presupuesto.

Estrategias de financiamiento: producción, co- producción, subsidios, concursos y cooperativas audiovisuales.

Reglamentación y regulación laboral. (definir algunas a abordar)

Legislación de derechos de autor y de explotación de los productos audiovisuales.

Pitching: espacios de ventas de ideas y de programas realizados.

Bibliografía eje 3:

GARCÍA SERRANO, Federico. Las técnicas del "pitching" en el mercado audiovisual español: del caramelo al guión.

Ponencia presentada en el Congreso Internacional Brand Trends, Valencia, 2009. Publicado en E-prints.

<http://eprints.ucm.es/8577/> consulta 5 de agosto de 2014

GUERRERO, Enrique. El productor ejecutivo de programas de entretenimiento. Jerarquías en la Producción audiovisual.

Revista electrónica Ámbitos, núm. 21, pp. 257-280. Universidad de Sevilla. Sevilla, España - 2012

ILABACA, Jorge. El Pitch Perfecto. Síntesis del seminario “Pitching Perfect” de Jan Miller realizado en la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños. Artículo publicado en la revista digital “ONOFF: revista para la industria audiovisual”. <http://www.onoff.cl/aula-det.php?ida=95> consulta 5 de agosto de 2014

INCAA. Programa de Concientización y Servicio al Exhibidor. Guía didáctica.

LIENDO, Carlos. “Pensar para la producción audiovisual multiplataforma para la Televisión Digital”. Revista Pangea, Año 1 (2010) | Artículo n° 10 | Págs. 199 – 213. Red Académica Iberoamericana de Comunicación.

MARTINEZ ABADÍA, José. Dirección de producción para cine y TV. Barcelona 1997.

MEMELSDORFF, Juan Felix. Las productoras de contenidos- Los contratos artísticos, en “Servicio de comunicación audiovisual. Régimen legal. Derecho comparado”. Directores: Raúl Anfbal Etcheverry y Susana Pachecoy. 1° Edición. Ed.

LA LEY. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad de Bs. As. 2010.

Ejemplos de videos y entrevistas sobre pitching:

Video documental realizado por Colaboradores Honorarios del Seminario Taller de Audiovisual (STA) de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (Liccom) de la Universidad de la República (UdelaR) en el marco de DOCMONTEVIDEO 2010 <https://www.youtube.com/watch?v=cRAMhfIzP-I>

Pitching Documental DocMontevideo - La flor de la vida Publicado el 4/4/2014. Pitching del proyecto documental La flor de la vida, presentado por sus realizadoras Adriana Loeff y Claudia Abend en el Pitching Documental de DocMontevideo 2013 . <https://www.youtube.com/watch?v=lbW76PvDDn0>

VII - Plan de Trabajos Prácticos

TRABAJO PRÁCTICO FINAL

El trabajo práctico final del cuatrimestre consiste en una propuesta de programa seriado para televisión, en la que los estudiantes definirán el formato, la temática y duración, justificando su proyecto a partir del análisis del canal destinatario,

medio o soporte de exhibición, el público al que se dirijan y los objetivos comunicacionales que hayan definido.
El Trabajo consiste en la realización de un video piloto, el armado de la carpeta del proyecto y la realización del pitching de su proyecto.

El proyecto debe desarrollarse de manera integral: desde la idea hasta e diseño de las estrategias de difusión y exhibición.

Criterios de evaluación:

Trabajo grupal.

Presentación en tiempo y forma.

Propuesta y búsqueda estética.

Compromiso y profundidad en la investigación.

Diseño y armado de carpetas con identidad visual.

Claridad, coherencia y capacidades expresivas en el relato.

VIII - Regimen de Aprobación

Se han adoptado las figuras correspondientes a: Alumno Libre, Alumno Regular y Alumno Promocional

El alumno LIBRE, previo al examen final, deberá presentar y aprobar, la totalidad de los trabajos prácticos previstos en el programa.

En el examen final expondrán los temas que la cátedra solicite a programa abierto

El alumno REGULAR, para acceder al examen final, deberá cumplir con el 80% de las asistencias a clases teórico-prácticas, aprobar el 80% de los Trabajos prácticos evaluables. Se pueden recuperar un 50% de los trabajos prácticos.

El alumno PROMOCIONAL, para alcanzar la promoción sin examen, deberá asistir al 80% de las clases teórico-prácticas, aprobar el 100% de los trabajos prácticos evaluables y realizar un trabajo de integración final, con modalidad de coloquio. Se pueden recuperar un 50% de los trabajos prácticos.

La aprobación final de la asignatura se obtiene con una nota de 7(siete) como mínimo en la escala de 1 a 10.

IX - Bibliografía Básica

[1] Especificada en cada eje temático.

X - Bibliografía Complementaria

[1] Se incluirá bibliografía específica según lo requiera cada proyecto de los estudiantes.

XI - Resumen de Objetivos

Realizar una experiencia integral en la producción de mensajes para televisión, explorando los recursos estéticos y narrativos del medio y diseñando un esquema de producción acorde a las posibilidades reales de realización.

XII - Resumen del Programa

XIII - Imprevistos

XIV - Otros

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA

Profesor Responsable

Firma:

Aclaración:

Fecha: