



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 2016)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 07/04/2016 00:32:45)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
PRODUCCION Y REALIZACION TV	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2016	1° anual

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
ELORZA, ERNESTO	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
MELTO, LUCIANA MARIA	Prof. Colaborador	P.Adj Semi	20 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
3 Hs	Hs	Hs	Hs	3 Hs

Tipificación	Periodo
A - Teoría con prácticas de aula y campo	Anual

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
15/03/2016	16/11/2016	15	90

IV - Fundamentación

Una primera dimensión de la asignatura, concibe que la actividad profesional de los comunicadores en los medios consiste en una interpretación sucesiva de la realidad social. La realidad es permanentemente reducida a hechos que puedan comunicarse. El tratamiento mediático va formando la imagen cambiante de la realidad que es tomada por el público para enterarse de lo que pasa, comentarlo y hasta intervenir de alguna manera en ella. Los medios, y los comunicadores profesionales con ellos, actúan de este modo como mediadores generalizados (aunque no los únicos) entre la realidad-interpretada que ellos pueden presenciar y vivir cotidianamente, y la realidad contada que transmiten por distintos medios y soportes. Lo que no pasa en los medios no deja constancia y no influye. Los medios se constituyen de esta manera en el lugar común de la acción pública. El punto de partida de esta propuesta es reconocer en cada estudiante un sujeto que NO se plantea "consumir ideas" para reproducirlas compulsivamente, sino, por el contrario, alguien que se reconoce como capacitado para enfrentar un objeto de conocimiento, siempre inacabado, cambiante, y por ello inabarcable, que le genera permanentes dudas e interrogantes. Como antecedente de relevancia se considera que todos ya han cursado y aprobado asignaturas claves para la conformación de una base teórico-práctica requerible para asumir y encarar el proceso de Producción y Realización Televisiva. Ellas son "Comunicación Visual", "teorías de la comunicación I y II", "Semiótica I, II y III" y "Comunicación Audiovisual". Estos antecedentes configuran un escenario de trabajo donde es válido presumir que los alumnos tienen cierta experiencia en el manejo de categorías y técnicas inherentes al proceso de comunicación audiovisual.

Por otro lado, concebimos que la actividad profesional en la televisión no es ajena a las condiciones de un sistema de producción en el marco de una economía y sociedad capitalista. Sumado a esto, muchos de nuestros estudiantes son parte del sistema laboral, ya sea en el sector de medios u otros sectores del mundo del trabajo. Por tanto, el recorrido de nuestra asignatura pretende problematizar y abordar múltiples condiciones económicas y culturales a las que están sometidos los sistemas de medios, específicamente la televisión, y en consecuencia determinar y reconocer las condiciones laborales del

sector trabajador de la televisión. De esta manera, se pueden discutir algunas aproximaciones del escenario laboral al que se enfrentaran nuestros estudiantes, pero además, permite pensar y poner en práctica formas alternativas de organizar y financiar la producción, junto a objetivos comunicacionales diferentes a los hegemónicos.

Finalmente, hemos incorporado en la asignatura un espacio para prácticas socio-comunitaria. Entendiendo a estas, como prácticas educativas y políticas en el marco de una Universidad Pública en dialogo con las necesidades, las problemáticas y los saberes de los sectores populares y subalternos. Estas prácticas tienen como finalidad articular y poner en diálogo ciertos objetivos pedagógicos y contenidos curriculares necesarios para los estudiantes, con saberes y procesos de organización que se dan en la comunidad. Estos espacios incorporan discusiones y posicionamientos sobre diferentes problemáticas y aspectos de la realidad socio-política de la provincia y por otra parte, aportan dinámicas de trabajo asambleario con participación de vecinos y miembros de organizaciones sociales, en la realización técnica y de contenido, pero fundamentalmente, están atravesados por demandas reales de la comunidad.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

- Propiciar un espacio de reflexión sobre las diferentes formas de hacer televisión, analizando los múltiples sistemas ideológicos que la sustentan, e identificando diversas maneras de organizar y producir mensajes televisivos.
- Identificar los múltiples tensiones que determinan las condiciones laborales del sector trabajador de la televisión.
- Profundizar el análisis y uso de las herramientas para la producción de contenidos en el medio televisivo, poniendo énfasis en los formatos referenciales (informativos y documentales), mediante prácticas integradoras.
- Generar un espacio para que el estudiante pueda analizar diversos mensajes televisivos, con el fin de identificar herramientas técnicas, estéticas y narrativas de la televisión.
- Promover un modelo de producción alternativo, que perciba a la comunidad como actor protagonista del proceso, explorando dinámicas de creación participativas, especialmente, con sectores de la sociedad postergados.

VI - Contenidos

Contenidos transversales:

Eje 1: La televisión como parte de la industria cultural: economía de mercado y sociedad de consumo. La empresa televisiva, financiación, modelos y tendencias (desregulación, globalización, integración y convergencia). El sector trabajador de la televisión, condiciones laborales, normativas y sindicalización.

Bibliografía:

- Durán Fernández, R. (2010). La sociedad de consumo: el lujo al alcance de todos; y Aldea global, sociedad del espectáculo, nuevo espíritu del capitalismo y posmodernismo. En, Tercera Piel. Sociedad de la imagen y conquista del alma (pp 20-30). España: Virus ediciones. Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhbk5HSW1ianBSbGc>
- Bustamante, E (1999). La Televisión económica: financiación, estrategias y mercados. (Cap. 1, 2, 6 y 7). España: Ed. Gedisa. Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhbUFTSjB4WUpSWXc>
- Convenio Colectivo de Trabajo del Sindicato Argentino de Televisión, Servicios Audiovisuales Interactivos y Datos. Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhdl9veGhPVzZOSDg>
- Arias, C. y Crivelli, K. (2009). Ensayando prácticas de articulación colectiva: la Coordinadora de Trabajadores Precarizados de la Ciudad de Buenos Aires. Trabajo presentado en el 9no Congreso Nacional de Estudios del Trabajo, ASET, realizado Buenos Aires, Argentina. Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhcnRPUnJOXk4c0E>
- Henkel y Morcillo. (2013). La palabra liberada. Una crítica marxista a la Ley de Medios. Ed. Eudeba. Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhdEYyTEhJR2VRVWM>

Eje 2: El producto de la televisión: grilla de programación, formatos, géneros y audiencias. Medición de audiencia, metodologías y objetivos. La televisión pública, debates sobre la calidad, la innovación de los contenidos y el rol en la sociedad de consumo. Modelos, estereotipos e identidades hegemónicas en la televisión.

Bibliografía:

- Bustamante, E. (1999). La Televisión económica: financiación, estrategias y mercados (Cap. 8, 9 y 11). España: Ed. Gedisa.

Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhbUFTSjB4WUpSWXc>

-Blua, B. (2011). El rating de la televisión. Buenos Aires: Ed La Crujía. Link:

<https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhd083VjNjS0FyUGM>

-Mestanza, J y Fernandez, R. (2006). Analisis estrategico de la comercializacion de la television de pago en España. Revista Científica Esic Market. Agosto 241-281. Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhQU1QRVdvZXVGZEU>

-Di Guglielmo, H. (2010). Guerra de los formatos, Guerra de los horarios, Guerra de las repeticiones, Guerra por los ingresos. En, La programación televisiva en guerra (pp 19-69). Buenos Aires: Ed. La Crujía. Link:

<https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhbHUzV0FUZmVXV0E>

-Martínez, C. (2013). La televisión como laboratorio de innovación y Pakapaka: la construcción de un nuevo relato sobre la infancia. En Alfaro, M, Guérin, A; Miranda, A; Olivieri, R; Santagata, G. (Eds). Pensar la televisión pública. ¿Qué modelos para América Latina? (pp 142-150 y 409-420). Buenos Aires: Ed La Crujía. Link:

<https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhTGJ5Ym40cEVvTDg>

-Mazziotti, N. (2005). Los géneros en la Televisión pública. En Rincón, Omar (Comp). Televisión pública: Del consumidor al Ciudadano (pp 175-202). Buenos Aires: Ed La Crujía. Link:

<https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhVzFYenpfX2NvdW8>

-Richeri, G y Lasagni, M. (2006). La calidad como relación entre contenido y realidad y La calidad de los programas. En, Televisión y calidad. El debate internacional (pp 35-40 y 79-99). Buenos Aires: Ed La Crujía. Link:

<https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhSVFfRGFkQ2ZpWEE>

-Freitez, L. (2012). La Defensa no es el único rol de los Medios Públicos. En, Comunicación y revolución, los desafíos de la nueva etapa (pp 69-80). Venezuela. Ed Correo del Orinoco. Link:

<https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFheDdsazRjV0xnSjA>

-Hendel, L., Espíndola, M., Barcaglioni, L. Y Molina, S. (2010). Decálogos de violencia de género y trata de personas. Buenos Aires: Programa de Fortalecimiento de Derechos y Participación de las mujeres. Link:

<https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhbnNxajkbVJRZzA>

Eje 3: Etapas de la realización televisiva: Pre-producción, Producción y Post-producción. Diseño de la producción televisiva en estudio: diseño de ciclos, organización de la producción, equipos de trabajo, aspectos técnicos y logísticos de la producción en estudio de televisión.

Bibliografía:

-Martínez Abadía, J, Fumàs i Vila, P y otros. (2004). El estudio de video; Profesionales del estudio de video y Proceso de producción. En, Manual básico de tecnología audiovisual y técnicas de creación, emisión y difusión de contenidos (pp 159-178). Barcelona: Ed. Paidós. Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhWTRhcTBLyXNCZmc>

-Martinchuk, E y Mietta, D. (2007) Televisión para periodistas. Un enfoque práctico. (2º Ed, pp 72-82 y 108-173). Buenos Aires: Ed. La Crujía. Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFha1hFX2cwaXpGUG8>

Eje 4: La televisión alternativa, otras formas de organización, producción, construcción de contenidos y gestión de medios. Televisión y prácticas socio-comunitarias, aportes desde la producción televisiva en problemáticas sociales. Producir televisión en y con la comunidad.

Bibliografía:

-Vinelli, N. (2014). La Televisión desde abajo, historia, alternatividad y periodismo de contrainformación. Buenos Aires: Ed. Cooperativa Gráfica el Río Suena. Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhY0o5MI9KRmswU3M>

-Cicalese, G. (2010). Las dimensiones de un proyecto de intervención comunitaria. En Cicalese, G (Ed) Comunicación Comunitaria. Apuntes para abordar las dimensiones de la construcción colectiva. (pp 139-197). Buenos Aires: Ed. La Crujía. Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhWTNobXMtQW5LbTA>

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Proyecto 1: Diseño de un ciclo de televisión de entrevistas y realización del programa piloto: Grabación en diferido y con producción en estudio, duración 24 minutos dividido en dos bloques y la temática debe ser orientada al interés cultural, social

o estético-artístico.

PARCIAL: Realizar un trabajo individual de análisis en profundidad de un ciclo de TV acordado con el equipo docente. En su reflexión, el alumno debe integrar los conceptos centrales trabajados en la asignatura desde la bibliografía obligatoria, la bibliografía complementaria u otras que surjan de sus búsquedas personales.

Proyecto 2: Diseño y realización de un proyecto audiovisual para televisión. La temática y el formato tiene que partir de una necesidad concreta de algún espacio, sector u organización de la comunidad. El formato se acordará en relación a los requerimientos del producto.

En todas las instancias de realización se evaluará. Narración: presentación de la información en forma clara y atractiva para el espectador (Estructura narrativa). Coherencia entre los objetivos propuestos, los modos que se eligen para narrar y el público al que se dirige el mensaje. Utilización del lenguaje audiovisual. (Video- imágenes- gráficas- 3 bandas de audio: música, ambiente y voces). Calidad técnica y estética: Encuadre/ composición. Iluminación. Calidad del registro de sonido directo y grabado. Musicalización, Edición y mezcla.

VIII - Regimen de Aprobación

Se han adoptado las figuras correspondientes a: alumno Libre, alumno Regular y alumno Promocional. En todos los casos se pondrá especial énfasis en realizar una evaluación de proceso y de producto. El alumno LIBRE, deberá rendir con el material teórico propuesto en el programa y pautar un tema específico con el equipo docente para su desarrollo en profundidad. En el examen final expondrá los temas que la cátedra solicite a programa abierto. La aprobación final se alcanza con una calificación de 4 (cuatro), en la escala del 1 al 10. 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. La aprobación final se alcanza con una calificación de 4 (cuatro), en la escala del 1 a 10.

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. Integrar un equipo de trabajo que haya realizado un proyecto integralmente, asumiendo un rol específico y determinado, y ser evaluado individual y grupalmente.

Como instancia final cada grupo de trabajo realizará una integración/defensa del producto final.

Se pueden recuperar un 50% de los trabajos prácticos.

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

IX - Bibliografía Básica

- [1] -Durán Fernández, R. (2010). La sociedad de consumo: el lujo al alcance de todos; y Aldea global, sociedad del espectáculo, nuevo espíritu del capitalismo y posmodernismo. En, Tercera Piel. Sociedad de la imagen y conquista del alma (pp 20-30). España: Virus ediciones. Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhbk5HSW1ianBSbGc>
- [2] -Bustamante, E (1999). La Televisión económica: financiación, estrategias y mercados. (Cap. 1, 2, 6 y 7). España: Ed. Gedisa. Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhbUFTSjB4WUpSWXc>
- [3] -Convenio Colectivo de Trabajo del Sindicato Argentino de Televisión, Servicios Audiovisuales Interactivos y Datos. Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhdI9veGhPVzZOSDg>
- [4] -Arias, C. y Crivelli, K. (2009). Ensayando prácticas de articulación colectiva: la Coordinadora de Trabajadores Precarizados de la Ciudad de Buenos Aires. Trabajo presentado en el 9no Congreso Nacional de Estudios del Trabajo, ASET, realizado Buenos Aires, Argentina. Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhcnRPUnJUOXk4c0E>
- [5] -Henkel y Morcillo. (2013). La palabra liberada. Una crítica marxista a la Ley de Medios. Ed. Eudeba. Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhdEYyTEhJR2VRVWM>
- [6] -Bustamante, E. (1999). La Televisión económica: financiación, estrategias y mercados (Cap. 8, 9 y 11). España: Ed. Gedisa. Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhbUFTSjB4WUpSWXc>
- [7] -Blua, B. (2011). El rating de la televisión. Buenos Aires: Ed La Crujía. Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhd083VjNjS0FyUGM>
- [8] -Mestanza, J y Fernández, R. (2006). Análisis estratégico de la comercialización de la televisión de pago en España. Revista Científica Esic Market. Agosto 241-281. Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhQU1QRVdvZXVGZEU>
- [9] -Di Guglielmo, H. (2010). Guerra de los formatos, Guerra de los horarios, Guerra de las repeticiones, Guerra por los ingresos. En, La programación televisiva en guerra (pp 19-69). Buenos Aires: Ed La Crujía. Link:

<https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhbHUzV0FUZmVXV0E>

[10] -Martínez, C. (2013). La televisión como laboratorio de innovación y Pakapaka: la construcción de un nuevo relato sobre la infancia. En Alfaro, M, Guérin, A; Miranda, A; Olivieri, R; Santagata, G. (Eds). Pensar la televisión pública. ¿Qué modelos para América Latina? (pp 142-150 y 409-420). Buenos Aires: Ed La Crujía. Link:

<https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhTGJ5Ym40cEVvTDg>

[11] -Mazziotti, N. (2005). Los géneros en la Televisión pública. En Rincón, Omar (Comp). Televisión pública: Del consumidor al Ciudadano (pp 175-202). Buenos Aires: Ed La Crujía. Link:

<https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhVzFYenpfX2NvdW8>

[12] -Richeri, G y Lasagni, M. (2006). La calidad como relación entre contenido y realidad y La calidad de los programas.

En, Televisión y calidad. El debate internacional (pp 35-40 y 79-99). Buenos Aires: Ed La Crujía. Link:

<https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhSVFfRGfKQ2ZpWEE>

[13] - Freitez, L. (2012). La Defensa no es el único rol de los Medios Públicos. En, Comunicación y revolución, los desafíos de la nueva etapa (pp 69-80). Venezuela. Ed Correo del Orinoco. Link:

<https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhEddsazRjV0xnSjA>

[14] -Hendel, L., Espíndola, M., Barcaglioni, L. Y Molina, S. (2010). Decálogos de violencia de género y trata de personas.

Buenos Aires: Programa de Fortalecimiento de Derechos y Participación de las mujeres. Link:

<https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhbNxaJkzbVJRZzA>

[15] -Martínez Abadía, J, Fumàs i Vila, P y otros. (2004). El estudio de video; Profesionales del estudio de video y Proceso de producción. En, Manual básico de tecnología audiovisual y técnicas de creación, emisión y difusión de contenidos (pp 159-178). Barcelona: Ed. Paidós. Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhWTRhcTBLYXNCZmc>

[16] -Martinchuk, E y Mietta, D. (2007) Televisión para periodistas. Un enfoque práctico. (2º Ed, pp 72-82 y 108-173).

Buenos Aires: Ed. La Crujía. Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFha1hFX2cwaXpGUG8>

[17] -Vinelli, N. (2014). La Televisión desde abajo, historia, alternatividad y periodismo de contrainformación. Buenos Aires: Ed. Cooperativa Gráfica el Río Suena. Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhY0o5Ml9KRmswU3M>

[18] -Cicalese, G. (2010). Las dimensiones de un proyecto de intervención comunitaria. En Cicalese, G (Ed) Comunicación Comunitaria. Apuntes para abordar las dimensiones de la construcción colectiva. (pp 139-197). Buenos Aires: Ed. La Crujía.

Link: <https://drive.google.com/open?id=0BxxIwGnl5RFhWTNobXMtQW5LbTA>

X - Bibliografía Complementaria

XI - Resumen de Objetivos

XII - Resumen del Programa

XIII - Imprevistos

XIV - Otros

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA	
	Profesor Responsable
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	