



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 2019)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
PRODUCCION Y REALIZACION TV	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2019	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
PEREYRA, FLORENCIA	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
3 Hs	Hs	Hs	Hs	3 Hs

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

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
18/03/2019	11/11/2019	30	90

IV - Fundamentación

Una primera dimensión de la asignatura, concibe que la actividad profesional del sector trabajador de la comunicación 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 las y los comunicadores, 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. En este contexto, se ha instalado la concepción sobre los medios como espacio hegemónico para dejar constancia sobre lo que sucede en la sociedad. Así los medios se constituyen en el lugar común de la acción pública.

Uno de los puntos 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 en proceso de formación para enfrentar un objeto de conocimiento, siempre inacabado, cambiante, a veces difuso, y por ello inabarcable, que le genera permanentes dudas e interrogantes.

Esta dimensión implica a la vez, continuar el proceso de autoreconocimiento como realizadores y realizadoras. Para la cual, se traza una continuidad con los contenidos abordados en la asignatura de Comunicación Audiovisual y se plantea un trabajo de profundización en la labor realizativa y de producción audiovisual, enmarcada en producciones destinadas para el sistema televisivo.

En una segunda dimensión, 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 los medios u otros sectores del mundo del trabajo. Por lo tanto, el

recorrido de nuestra asignatura pretende problematizar y abordar las 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 televisiva, junto a objetivos comunicacionales diferentes a los hegemónicos.

En este sentido, hemos incorporado en la asignatura espacios de reflexión, material teórico y prácticas que apuntan a pensar la comunicación y específicamente la televisión, desde otra perspectiva diferente a la hegemónica. La televisión alternativa y los procesos de intervención marcados por la línea teórico/práctica de la comunicación popular y/o comunitaria, son de gran relevancia en un campo de disputa como es la comunicación y la producción televisiva, a través de concebirlas desde otro modo de organizar y definir la producción y la distribución audiovisual.

Esta orientación en la asignatura, responde a que realizamos esta práctica educativa y política en el marco de una Universidad Pública, partiendo de la premisa que la Educación Pública debe estar en diálogo con las necesidades, las problemáticas y los saberes de los sectores populares y subalternos.

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 y las estudiantes tienen cierta experiencia en el manejo de categorías y técnicas inherentes al proceso de la producción y realización televisiva.

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 las múltiples tensiones que determinan las condiciones laborales del sector trabajador de la televisión y las condiciones materiales de producción.
- 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

Unidad 1: El producto de la televisión: grilla de programación, criterios de calidad y medición de audiencia. Canales de televisión y producción audiovisual en la provincia de San Luis. Diseño y presentación de ciclos televisivos: formatos y pautas generales para el desarrollo de una idea televisiva.

Unidad 2: Producción y realización televisiva: escritura y narrativa audiovisual, desde la idea al guionado (sinopsis, tipos de guiones, escaletas y pautados). Estructura y procedimientos narrativos. Organización de la producción y realización en estudio de televisión y exteriores (equipos de trabajo, aspectos técnicos, logísticos y legales)

Unidad 3: La entrevista televisiva: investigación, guionado y elementos periodísticos y documentales de su realización. Registro de entrevistas en estudio y exteriores: aspectos estéticos, narrativos y técnicos (puesta en escena, iluminación, encuadre y sonido).

Unidad 4: La televisión como industria cultural: cambios tecnológicos y pautas de consumo. La empresa televisiva, estrategias de financiación, modelos y tendencias (desregulación, globalización, integración y convergencia). Modelos de televisión pública y alternativa: otras formas de financiación, organización, producción de contenidos y gestión de medios. El sector trabajador de la televisión, condiciones de trabajo y sindicalización.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

***Práctico integrador final del 1º CUATRIMESTRE:**

Proyecto: Realización integral de un informe periodístico para televisión de una duración no mayor a 5 minutos. Modalidad del trabajo: Grupal. Se acompañará la entrega del audiovisual con una carpeta de presentación que contenga la información detallada a continuación y que es parte de diferentes prácticas solicitadas en el recorrido cuatrimestral:

- 1) Ficha con los siguientes datos correspondientes al programa periodístico donde se insertará el informe: Nombre del programa, público, horario o modalidad de emisión, duración y breve referencia de la línea editorial periodística y estilo narrativo de la emisión.
- 2) Presentación de una sinopsis y tratamiento estético sobre el informe a realizar.
- 3) Investigación temática: precisar fuentes de información, preguntas claves, objetivos y enfoque del informe, listado e informe sobre escenarios donde se realizará el registro audiovisual.
- 4) Escaleta del informe.
- 5) Presentación de la Gráfica correspondiente al programa periodístico y al informe

***Práctico integrador final del 2º CUATRIMESTRE con opciones:**

Opción 1): Diseño de un ciclo de televisión de entrevistas y realización del programa piloto. Duración 24 minutos dividido en dos bloques y la temática debe ser orientada al interés cultural, social o estético-artístico.

Opción 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 y las necesidades de la comunidad.

Se acompañará la entrega del audiovisual con una carpeta de presentación que contenga la información detallada a continuación: Ficha técnica con título, duración y público objetivo. Sinopsis del ciclo, sinopsis del piloto, enfoque, propuesta estética, punto de vista narrativo, guiones elaborados.

En todas las instancias de realización se observarán los siguientes puntos: 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- 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.

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

VIII - Regimen de Aprobación

Se han adoptado las figuras correspondientes a: libre, regular y promocional. En todos los casos se pondrá especial énfasis en realizar una evaluación del proceso y el producto.

El alumno LIBRE , previo al examen final, deberá presentar y defender ante la cátedra una realización en vídeo documental de 12/15 minutos de duración, sobre tema y pautas formales de producción aportadas por el equipo docente, con sus correspondientes guiones literario, técnico y de edición. 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 de 1 a 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 de 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 promoción 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] UNIDAD 1: Bustamante, E. (1999). La Televisión económica: financiación, estrategias y mercados (Cap. 8, 9 y 11).

España: Ed. Gedisa.

[2] 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.

[3] Blua, B. (2011). El rating de la televisión. Buenos Aires: Ed La Crujía.

[4] 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.

[5] Consejo Asesor del SATVD y Universidad Nacional de La Matanza. Guía para la presentación de Contenidos de televisión Digital.

[6] UNIDAD 2: Comparato, D. (2009). De la creación al guión. Arte y técnica de escribir para cine y televisión (pp 107-201; 286-302). Buenos Aires: Ed. La Crujía.

[7] Preloran, J. (1978). El cine documental etnobiográfico (pp 73- 116). Buenos Aires. Ed. Busqueda.

[8] 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.

[9] Busaniche, B. (2010). Argentina Copyleft. La crisis del modelo de derecho de autor y las prácticas para democratizar la cultura. Ed. Boll Cono Sur. Fundación Vía.

[10] Memelsdorff, J. (2010). Las productoras de contenidos. Los contratos artísticos, en “Servicio de comunicación audiovisual. Régimen legal. Derecho comparado”. Directores: Raú Etcheverry y Susana Pachecoy. 1º Edición. Ed. LA LEY. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad de Bs. As.

[11] UNIDAD 3: Arfuch, L. (1995). La entrevista una invención dialógica. Buenos Aires. Ed. Paidós.

[12] 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.

[13] Rabiger, Michael. (2005). “Dirección de Documentales” 3ra. Edición. Instituto Oficial de Radio y Televisión. Traducción. M. Luisa de Diego Morejón. Madrid.

[14] UNIDAD 4: 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.

[15] Bustamante, E (1999). La Televisión económica: financiación, estrategias y mercados. (Cap. 1, 2, 6 y 7). España: Ed. Gedisa.

[16] Arroyo, L, Becerra, M, Castillejo, A y Santamaría, O. (2012). Cajas Mágicas: El renacimiento de la televisión pública de América Latina. España: Tecnos.

[17] Vinelli, N. (2014). La Televisión desde abajo, historia, alternatividad y periodismo de contrainformación. Buenos Aires: Ed. Cooperativa Gráfica el Río Suena.

[18] Baranchuk, M (2016). Los trabajadores de los medios y sus organizaciones. (pp 23-93; 165-186) Buenos Aires. Ed. Patria Grande.

[19] Convenio Colectivo de Trabajo del Sindicato Argentino de Televisión, Servicios Audiovisuales Interactivos y Datos.

X - Bibliografía Complementaria

[1] 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.

[2] Bandrés, E., Avilés, J., Pérez, G. y Pérez, J. (2000). El periodismo en la televisión digital. España: Ed. Paidós.

[3] Cerezo Gilarranz, J. (2010). La televisión que viene. Evoca. Cuadernos de Comunicación. Madrid: Ed. Evoca Comunicación e Imagen.

[4] 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.

[5] 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.

[6] Henkel y Morcillo. (2013). La palabra liberada. Una crítica marxista a la Ley de Medios. Ed. Eudeba.

[7] 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.

[8] Martínez, C. y Salviolo, C. (2013). La televisión como laboratorio de innovación y Pakapaka: la construcción de un nuevo relato sobre la infancia (pp 141-150 y 409-420). En, Pensar la televisión pública. ¿Qué modelos para América Latina?.

- Miranda, A; Olivieri, R; Santagata, G. (Eds). Buenos Aires: Ed La Crujía.
- [9] 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.
- [10] 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.
- [11] Toussaint, F. (2017). Televisión pública en América Latina: su transición a la era digital. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales. Universidad Nacional Autónoma de México. Nueva Época, Año lxii, núm. 229. pp. 223-242.
- [12] Ley 11.723 Propiedad intelectual.
- [13] Varela, M. (2001). De la tv criolla al ritual televisivo global. Revista todo es historia, 411, 7-16.

XI - Resumen de Objetivos

- Reflexionar sobre los múltiples sistemas ideológicos que sustentan la industria televisiva.
- Reflexionar sobre diferentes modelos de producción, organización y financiación televisiva.
- Identificar las múltiples tensiones que determinan las condiciones laborales y materiales de producción.
- Profundizar el análisis y uso de las herramientas para la producción de contenidos en el medio televisivo.
- Identificar herramientas técnicas, estéticas y narrativas de la televisión.

XII - Resumen del Programa

- La televisión como industria cultural: economía de mercado y sociedad de consumo.
- Organización de la producción, equipos de trabajo, aspectos técnicos y logísticos de la producción y la realización en estudio de televisión y en exteriores.
- Televisión pública y televisión alternativa. Debates y otras formas de organizar la producción y la distribución.
- La entrevista televisiva. Investigación y aspectos narrativos.
- El producto de la televisión: aspectos generales de la grilla de programación. Licencias y legislación de propiedad intelectual y de explotación de los productos audiovisuales.

XIII - Imprevistos

El equipo de la asignatura adhiere a las medidas de fuerza coordinadas desde la Asociación de Docentes Universitarios San Luis (ADU). De tal forma, el calendario así como los contenidos pueden sufrir modificaciones.

XIV - Otros