Ministerio de Cultura y Educación **(Programa del año 2020)**
Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Ciencias Humanas
Departamento: Comunicación
Area: Area 7:Estrategias de Producción

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
PRACTICA INTEGRAL DE TV II	LIC.EN PRODUC. DE RADIO Y TV	012/09	2020	1° anual

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
SAAD, FERNANDO ANDRES	Prof. Responsable	P.Adj Semi	20 Hs
DE LA NAVA, ANDREA MARIANA	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	4 Hs

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

Duración			
Desde	**Hasta**	**Cantidad de Semanas**	**Cantidad de Horas**
16/03/2020	20/11/2020	32	120

IV - Fundamentación

Dentro de los procesos de producción audiovisual, sean para formatos televisivos, cinematográficos o nuevos medios, la derivación de los mismos dentro de un proceso industrial da cabida a un diseño específico de producción.
El desarrollo de la televisión pública y privada, tanto a nivel nacional como internacional, responde a necesidades de información y comunicación deliberadas en el transcurso de la historia de los medios, según las necesidades de entretenimiento y/o cobertura de acontecimientos sociales.
Las modalidades de formatos en la televisión (entendiendo como formato la síntesis entre género, estilo y destinatario) permiten al alumno conocer las variantes de la puesta en escena televisiva según los diferentes manejos de información sobre el mundo real, la composición visual, y la presentación de ambos según un modelo expositivo que permita al público la rápida identificación del producto ofrecido, del estilo particular y los alcances mediáticos del mismo.
El formato televisivo interviene tanto en la producción como en la comercialización del producto audiovisual, y de allí su alcance ciudadano, provincial, nacional o trasnacional.
La presente asignatura permite el alumno el conocimiento y práctica de los conocimientos sobre los diferentes formatos televisivos, las cualidades propias de la producción y desempeño profesional de los profesionales en diferentes formatos y géneros de programas, planteando una secuencia didáctica sobre televisión de piso, en vivo y documental, según lo aprehendido en Práctica Integral de Televisión I, y como basamento teórico de la producción de ficción en Práctica Integral de Televisión III.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

La asignatura Práctica Integral de Televisión II se propone los siguientes objetivos actitudinales:

• Desarrollar la actitud crítica en el visionado de los programas televisivos.

• Desarrollar la creatividad personal para la producción en televisión.

• Alentar la escritura de diferentes formatos de televisión.

• Incentivar el trabajo grupal y las relaciones sociales, intrínsecas en las materias creativo artísticas.

VI - Contenidos

UNIDAD 1: El lenguaje televisivo

Objetivos Generales:
• Introducir al alumno en las características del lenguaje televisivo.
• Desarrollar las características generales de la producción para televisión.

Contenidos:
Introducción al lenguaje televisivo. Características inherentes a la televisión. Referencias de la escritura televisiva. Diferencias de lenguaje entre la televisión y el cine. Definiciones operativas de la televisión: funcionamiento de una cadena de televisión. Mercado y públicos de la televisión. Producción en estudio y exteriores. Corresponsalías. Televisión satelital. Nuevas tecnologías y nuevos medios. El trabajo de musicalización.

UNIDAD 2: Los formatos televisivos

Objetivos Generales:
• Introducir al alumno en la concepción del formato y su función en la producción televisiva.
• Elaborar una reseña histórica y clasificación de los formatos televisivos más conocidos.
• Desarrollar los vínculos intrínsecos entre formato televisivo y cultura nacional.

Contenidos:
Definición de Formatos televisivos. Base histórica de los formatos. Diferenciación de formato y género. Función del formato en la producción de televisión. Reseña histórica de los formatos de televisión. La audiencia y los formatos. Los géneros consuetudinarios. Relación de género con los patrones culturales de un país. Clasificación de los géneros: Noticieros (o informativos) y Clásicos, deportes y comedia.

UNIDAD 3: Formatos Noticieros o Informativos

Objetivos Generales:
• Introducir al alumno en la concepción del formato noticiero y sus variantes en la producción televisiva.
• Definir las referencias de público de los formatos noticieros o informativos.
• Analizar el flujo y manejo de la información en los formatos televisivos.

Contenidos:
Definición y nomenclatura de los formatos noticieros o informativos. Características de los noticieros. Referencias culturales y de público. Antecedentes del formato y fuentes históricas. La información en los medios de comunicación. La ética periodística. Modelos de programas: noticieros, investigación, entrevista, documentales. El público joven. La interactividad

con otros medios (internet, multimedia, telefonía,etc.). El documental televisivo como exploración de la realidad. Formatos transmedia de televisión, y web doc.

UNIDAD 4: Formatos Clásicos, Deportes y Comedia

Objetivos Generales:

• Introducir al alumno en la concepción de los formatos clásicos, deporte y comedia, y sus variantes en la producción televisiva.
• Estudiar los formatos de documental televisivo y su clasificación.
• Investigar la diversidad de programas no documentales y la mixtura de formatos.

Contenidos:

Introducción a los programas de investigación. Documentales de investigación. Formas de reconstrucción. La escritura de guiones documentales. La investigación. Procesos de producción de formatos documentales para televisión. La construcción de una identidad de programa, estilo y tono. La conducción de un programa televisivo documental, de investigación, o recreación. Programas de archivo. Programas de interés general o magazines. Programas de Concursos. Programas Reality Shows. Programas de cocina. Programas musicales.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Trabajo Práctico N° 1
-Realizar una entrevista grabada en video, en formato de informe especial sobre un tema de interés público.
Trabajo Práctico N° 2
-Realizar una propuesta integral de programa de televisión de media hora de duración, en formato de carpeta de presentación de proyectos. Realizar los siguientes elementos:
-Pautado general de la propuesta.
-Segmentos o secciones que la componen.
-Escribir las presentaciones de conductores.
-Grabar en vivo las presentaciones.

Trabajo Práctico N° 3
Desarrollar la producción integral y realización de un programa de televisión de media hora de duración, en vivo, incorporando los conocimientos aprehendidos en la asignatura.
El desarrollo deberá contemplar un modelo de estudio de mercado, desarrollo de producto, propuesta de publicidad para medios tradicionales y digitales, y plan de inversión o plan financiero.

VIII - Regimen de Aprobación

Para cursar y aprobar la materia, se adopta el Régimen de Promoción Sin Examen Final (Articulo 34 y 35, Ordenanza 13/03 C.S.).
Los alumnos/as deberán acreditar el 80% de asistencia, y aprobar el 100% de las evaluaciones una calificación no inferior a 7 (siete).
También se deberá APROBAR el 100% de los Trabajos Prácticos. Cada Trabajo Práctico podrá ser recuperado una vez, y será calificado como: Aprobado-Desaprobado.
Los PARCIALES se podrán recuperar dos veces. En caso de falta, el alumno/a deberá presentar el certificado correspondiente, sino no tendrá acceso a la instancia de recuperatorio.
La PROMOCIÓN GENERAL de la asignatura se alcanza con una calificación no inferior a 7 (siete), y la misma se determinada como PROMEDIO de las evaluaciones intermedias y el rendimiento en los Trabajos Prácticos.

IX - Bibliografía Básica

[1] - Kotler Keller (2012) Dirección de marketing. México: Pearson.
[2] -Nieto, José, Soro, David y Dauder, María de los Ángeles (2013) Marketing digital. España: Anaya.

[3] -Herbet Lettl (2010) Manual de producción de televisión. México: Cengage Learning.
[4] -Scolari, Carlos (2013) Narrativas transmedia. España: Deusto.
[5] -Billorou, Oscar (1990). Introducción a la publicidad. Buenos Aires: El Ateneo.
[6] -Escribir para la televisión. Gerald Kelsey. Paidós.
[7] -La caja lista: la televisión norteamericana de culto. Concepción Cascajosa Virino(Ed.). Laertes, 2007.

X - Bibliografia Complementaria

[1] -Aprile, Orlando. (1993) La publicidad Estratégica. Paidós. Buenos Aires
[2] -Aprile, Orlando y otros (2009) La publicidad cuenta su historia. La Crujía. Buenos Aires
[3] -Borrini, Alberto (1998) El Siglo de la publicidad. Atlántida. Buenos Aires.
[4] -Higgins, Dennis (1991) El arte de escribir publicidad: conversaciones con William
[5] Bernbach, Leo Burnett, Geoge, Gribbin, David Ogilvy y Rosser Reeves. McGraw-Hill.México
[6] -Scolari, Carlos (2015) Ecología de los medios. España: Gedisa.
[7] -Scolari, Carlos (2008) Hipermediaciones. España: Gedisa.
[8] -Arnanz, Carlos (2002) Negocios de televisión. España: Gedisa.
[9] -Billorou, Oscar (1992). Las Comunicaciones de Marketing: Publicidad, Promoción, Merchandising, Relaciones Públicas y Difusión Periodística.
[10] -Belch & Belch (2004). Publicidad y Promoción. Perspectiva de la Comunicación de marketing integral. Sexta edición. México. Mc Graw Hill.
[11] -La televisión criolla. Varela, Mirtha. Primera edición, julio 2005. Editorial Edhasa.
[12] -¿Qué es la televisión? Bethencourt, Tomás. Primera edición, año 1991. Editorial Granada E y D S.A.
[13] -La industria de la telenovela. La producción de ficción en América Latina. Mazziotti, Nora. Editorial Paidós.
[14] -Estamos en el aire. Una historia de la televisión en Argentina. Ulalovsky, Carlos; Itkin, Silvia; Sirvén, Pablo. Primera Edición, Junio de 2006. Emecé Editores. Argentina.
[15] -El guión. Robert Mc Kee. Editorial Ariel. Primera Edición, 2002. Barcelona, España.
[16] -Comparato, Doc. De la creación al guión. Instituto Oficial de Radio Televisión Española. Barcelona, España. Primera Edición: 1988. Segunda Edición: 1992, 1993.
[17] -Lorenzo, Vilchez (Compilador). Taller de escritura para televisión. Editorial Gedisa, Edición de 1999. Barcelona, España. 1999.

XI - Resumen de Objetivos

Formarse en situaciones reales de comunicación televisiva. Iniciarse en procesos de programación y producción. Conocer medios teóricos referidos a técnicas del lenguaje televisivo y soportes tecnológicos específicos.

XII - Resumen del Programa

Géneros y formatos televisivos. El género periodístico deportivo y sus características. Los programas de entretenimientos culturales. Presentación de espectáculos. La conducción y presentación de noticias. Entrevistas. Producción en estudio y exteriores. Corresponsalías. Televisión satelital. Nuevas tecnologías. Los tiempos. Musicalización.

XIII - Imprevistos

El cumplimiento del presente programa se define en función de poder desarrollar las prácticas de televisión en el estudio de la Facultad de Ciencias Humanas, dispuesto a tales fines.

XIV - Otros