



Ministerio de Cultura y Educación
 Universidad Nacional de San Luis
 Facultad de Ciencias Humanas
 Departamento: Comunicación
 Area: Area 7: Estrategias de Producción

(Programa del año 2023)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
PRACTICA INTEGRAL DE TV II	LIC.EN PRODUC. DE RADIO Y TV	012/09	2023	1° anual

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
SAAD, FERNANDO ANDRES	Prof. Responsable	P.Adj Semi	20 Hs
SANCHEZ BOUSQUET, MARIA ISABEL	Responsable de Práctico	JTP Exc	40 Hs
PEREYRA CERIGLIANO, ANA VERONI	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
2 Hs	Hs	Hs	2 Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoria con prácticas de aula	Anual

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
13/03/2023	18/11/2023	30	120

IV - Fundamentación

La presente asignatura permite a las y los estudiantes el conocimiento y práctica de los conocimientos sobre los diferentes formatos televisivos, las cualidades propias de la producción y desempeño profesional de las/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.

Con relación a esto, debemos comprender el marco de desarrollo de estos conceptos propuestos para el espacio curricular, que se exponen en los párrafos siguientes.

Dentro de los procesos de producción audiovisual, sean para formatos televisivos, cinematográficos o nuevos medios, la derivación de estos dentro de un modelo industrial necesita de un diseño específico de producción.

El desarrollo de la televisión pública y/o privada (como también en formatos mixtos), tanto a nivel nacional como internacional, también 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 estudiante 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 transnacional.

Dentro de la propuesta desarrollada, y teniendo en cuenta la secuencia didáctica planteada en los tres espacios curriculares destinados al aprendizaje de la producción televisiva (Práctica Integral de TV I, II y III), los contenidos centrales de esta cátedra están orientados a las temáticas relacionadas con programas informativos y noticieros.

Esta propuesta debe comprenderse en un contexto de permanente cambio y nuevas dinámicas, impuestas por los medios de comunicación y variedades de formatos. Siguiendo el correlato histórico, con la expansión de internet y la proliferación de dispositivos digitales, empleo de ordenadores, tecnología Mobile y la nueva conectividad, las dos primeras décadas del siglo XXI diversifican los formatos televisivos en nuevos modelos estéticos, narrativos, condicionando los modelos de negocios. A finales de la década de 1980 se producen fenómenos económicos de gran repercusión y cambio en las instituciones, empresas y casas productoras. La televisión broadcasting, devenida actualmente en el modelo networking, impone nuevas estrategias de expansión de los ciclos de ficción, documentales, y la necesidad de generar cambios en las estrategias narrativas con las cuales se formalizaban nuevos paradigmas en la producción.

Entendemos que no es posible conceptualizar lo televisivo desde un concepto único, sino que atiende o se desarrolla en unidades dinámicas donde lo estrictamente televisivo se constituye en un sistema comunicacional híbrido, donde confluyen las articulaciones de la urgencia de los hechos del presente, con las influencias e inclusiones de las narrativas cinematográficas, y las definiciones transicionales y de evolución permanente de los nuevos medios y formatos de distribución audiovisual.

La televisión en la actualidad no se concibe sólo en las modalidades de exhibición de la pantalla sincrónica, expandiéndose a modalidades distribuidas de formas alternadas en diferentes medios digitales, redes sociales, plataformas multimediales y dispositivos móviles. Esta alteración del modelo originario permite comprender lo televisivo desde diferentes modelos industriales e institucionales, periodísticos y de negocios, atravesados por la transición digital. Esta propuesta conceptual asume un valor social y profesional definidos en una transformación cultural, producto de nuestra época y las formas de consumo propiciadas por la dinámica e influencia tecnológica.

En el comienzo de la primera década del siglo XXI, el impacto de las nuevas tecnologías generó un cambio sin precedentes en la historia de los medios de televisión, que generó un nuevo paradigma que definió en primer orden la aparición de la disrupción con nuevos formatos de producir televisión.

Esta concepción del fin de la televisión permite pensar en la multiplicidad de pantallas en la oferta de productos audiovisuales como factor de descentralización de la mirada sobre el dispositivo televisor. Del mismo modo, supone el reordenamiento de los programas en subproductos derivados en esa misma variedad de plataformas y medios digitales paralelos, para los cuales se deberán reorganizar las variantes de producción para la optimización de recursos en los nuevos modelos de negocios.

Por tanto, el lenguaje televisivo se vuelve, en tanto dinámica y evolución permanente, un espacio de adaptabilidad de los profesionales y los públicos en lo disruptivo, donde los cambios culturales y económicos del modelo actual comprenden formatos adaptados a un nuevo ecosistema digital de los medios.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

- Objetivos actitudinales

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

- Desarrollar la actitud crítica en el visionado de los programas televisivos de no ficción.
- 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:

- **Introducir al estudiante 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, pautado, guiones, estructura por bloques. 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. Nuevos medios en lo televisivo: lo disruptivo.

UNIDAD 2: Los formatos televisivos**Objetivos:**

- Introducir al estudiante 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 e informativos, y Clásicos, deportes y comedia. Formatos y mercados internacionales. Nuevos formatos digitales.

UNIDAD 3: Formatos Noticieros o Informativos**Objetivos:**

- Introducir al estudiante 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:**

- Introducir al estudiante 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. Producciones transmedia. El locutor en los medios audiovisuales. Conducción en informativos. Cómo comunicar noticias. Técnicas de locución.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

-Trabajo práctico N°1

Analizar una nota televisiva, y realizar el guionado o pautado de la misma.

Desarrollar el pautado para la presentación de la nota en piso.

Realizar un diseño de la presentación y nota, en el orden que consideren pertinente, con la puesta de cámara, y los tiempos de aire para grabarlo en vivo.

Grabar el vivo y editar la presentación completa.

-Trabajo práctico N°2

Seleccionar un tema de actualidad y realizar la producción periodística de un informe especial.

Realizar la producción integral del informe.

Diseñar y pautar la presentación en piso.

Grabar la presentación en vivo del informe, y editar la versión final del bloque.

-Trabajo práctico N°3

Diagramar la producción de entrevistas en piso.

Seleccionar entrevistado/a y realizar la investigación para la entrevista.

Disponer y grabar la entrevista en vivo, orientando a los/las conductores/as.

Editar la entrevista para su disposición en redes sociales.

-Trabajo práctico N°4

Se desarrollará el diseño y planificación de la CARPETA DE PRODUCCIÓN de un ciclo televisivo, o de streaming, redes en vivo, Twitch y/o similares. La duración máxima se establece en 8-12 minutos (producidos para aire).

Mínimo de notas a presentar: 2 (dos)

Elementos que integraran la carpeta:

ESTRUCTURA GENERAL

FORMATO

GÉNERO

DURACIÓN

ESTILO

BLOQUES

SECCIONES

TEMAS Y TÓPICOS

ESTÉTICA

ESTÉTICA Y REFERENCIAS

PUESTA DE CÁMARA

ESTÉTICA PRESENTACIÓN

BROCHURE

GRÁFICA

SEPARADORES

PRESENTACIÓN

GRAPH

-Trabajo práctico N° 5

Grabación en vivo del producto audiovisual, realizando la presentación general, secciones o segmentos del ciclo, presentación de notas, columnas y/o editoriales.

Edición final del producto y delivery digital para la cátedra.

VIII - Regimen de Aprobación

Para cursar y aprobar la materia, se adopta el Régimen de Promoción Sin Examen Final (Artículo 34 y 35, Ordenanza 13/03 C.S.).

Los alumnos/as deberán acreditar el 80% de asistencia, y aprobar el 100% de las evaluaciones parciales, consistentes en trabajos prácticos obligatorios, con una calificación no inferior a 7 (siete).

-Los trabajos prácticos tendrán instancias de recuperación, según la ordenanza vigente, es decir, “se sostendrán dos recuperatorio para todas las instancias evaluativas”. (Ord. CS 32/14 RECUPERATORIOS).

-En el caso que lo considere pertinente, y con una antelación de hasta 2 (dos) semanas, los/las docentes podrán plantear un examen parcial integrador por cuatrimestre, a los fines de evaluar al estudiantado.

-La PROMOCIÓN GENERAL de la asignatura se alcanza con una calificación no inferior a 7 (siete), y la misma se determina como PROMEDIO de las evaluaciones intermedias y el rendimiento en los Trabajos Prácticos.

-En esta asignatura no se podrá acceder a la condición de libre, ni de estudiante regular, debido a las características de la materia. La metodología de la materia implica un trabajo de seguimiento donde el estudiante debe realizar una práctica diaria para lograr los objetivos propuestos. Por ese motivo es que no se permite la realización con examen final.”

IX - Bibliografía Básica

[1] -Lettl, H. (2010) Manual de producción de televisión. México: Cengage Learning.

[2] -Saad, F. y De La Nava, A. (2021) La producción televisiva en entornos digitales. NEU, Argentina.

[3] -Gordillo, I. (2009) La hipertelevisión. Editorial Quipus, Ecuador. (Capítulo género Informativo, pág. 45).

[4] -Roitberg, G. y Piccato, F. (2015) Periodismo disruptivo. La Crujía, Buenos Aires.

[5] -Rodero Antón, E. (2007). Caracterización de una correcta locución informativa en los medios audiovisuales. Universidad de Salamanca.

[6] -Guevara, A. (2013) El entrenador personal. Editorial Iberoamericana Comunicación. Capítulo 14: La conducción.

X - Bibliografía Complementaria

[1] -Amado, A. (2021) Las metáforas del periodismo. Ampersand, Buenos Aires, Argentina.

[2] -Saló, G. (2003) ¿Qué es eso del formato? Gedisa, España.

[3] -Scolari, Carlos (2015) Ecología de los medios. Gedisa, España.

[4] -Scolari, Carlos (2008) Hipermediaciones. Gedisa, España.

[5] -Alves, R. (2022) Diversidad en el periodismo latinoamericano. Kight Center, Estados Unidos.

[6] -Arnanz, C. (2002) Negocios de televisión. Gedisa, España. .

[7] -Billorou, O. (1992). Las Comunicaciones de Marketing: Publicidad, Promoción, Merchandising, Relaciones Públicas y Difusión Periodística.

[8] -Varela, M. (2005) La televisión criolla. Argentina, Editorial Edhasa.

[9] -Bethencourt, T. (1991) ¿Qué es la televisión? Editorial Granada E y D S.A.

[10] - Ulalovsky, C.; Itkin, S.; Sirvén, P. (2006) Estamos en el aire. Una historia de la televisión en Argentina. Emecé Editores. Argentina.

[11] -Comparato, D. (1998) De la creación al guión. Instituto Oficial de Radio Televisión Española. Barcelona, España.

[12] - Vilchez, L. (Compilador). Taller de escritura para televisión. Editorial Gedisa, Edición de 1999. Barcelona, España. 1999.

[13] -Amado Suárez, A. (2007) Periodismo de calidad. Debates y desafíos. La Crujía, FOPEA, Buenos Aires, Argentina.

[14] - Kotler, K. (2012) Dirección de marketing. México: Pearson.

[15] -Scolari, C. (2013) Narrativas transmedia. España: Deusto.

[16] -Guevara, A. (2006). Locución. El entrenador personal. Ed. Galerna. Bs As.

[17] c) Referencias Institucionales y Bibliotecas

[18] -AAP, Asociación Argentina de Publicidad - <http://www.aap.org.ar>

[19] -AD Latina - www.adlatina.com (Sitio Mundial de spots publicitarios y propaganda)

[20] -Latin Spots - www.latinspots.com (Sitio Latino de spots publicitarios)

[21] -Business Bureau <https://bb.vision/> - (Grupo estadístico abocado al análisis de consumo audiovisual en América)

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

XIV - Otros