



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 2024)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 21/05/2024 12:52:29)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
PRACTICA INTEGRAL DE TV II	LIC.EN PRODUC. DE RADIO Y TV	012/09	2024	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	2 Hs	Hs	2 Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoría con prácticas de aula	Anual

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
11/03/2024	15/11/2024	30	120

IV - Fundamentación

La presente asignatura permite a las y los estudiantes el conocimiento y práctica sobre los diferentes formatos televisivos, las cualidades propias de la producción y desempeño de las/os profesionales en diferentes formatos y géneros de programas de género informativo, 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.

En 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 a los y las estudiantes 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 espacios curriculares destinados al aprendizaje de la producción televisiva, los contenidos centrales de esta cátedra están orientados a las temáticas relacionadas con programas informativos y noticieros.

Desde la propuesta curricular de Práctica Integral de Televisión II comprendemos que no es posible definir 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.

Desde esta concepción, la producción de televisión es una materia que en las últimas dos décadas ha tenido numerosas variaciones, que atentan incluso con el concepto de su misma esencia. Desde la aparición de los servicios de suscripción por cable suplantando los aún presentes servicios de televisión abierta, hasta la aparición de las plataformas digitales, redes sociales, la distribución de noticias por nuevos medios, aplicaciones, transmisiones por sistemas satelitales, nuevos formatos (web series, web doc, televisión y productos transmediales, entre otros); el concepto de lo que supone un lenguaje televisivo se vuelve difuso, y a la vez, abierto.

Lo televisivo como objeto de estudio supone la creencia de dos instancias o conceptos centrales: el tipo de producción (diferenciando la televisión en vivo y producción de contenidos diferenciados), y el formato de distribución. Considerando ambas instancias, en el recorrido a desarrollar en esta currícula, avanzaremos en transitar dos variantes de la producción de modelos informativos, atendiendo a la presentación en vivo y la producción de noticias como insumo audiovisual.

Asimismo, y entendiendo la necesidad de incorporar las variantes actuales, en este espacio curricular se abordarán las bases de la producción audiovisual, desde los conceptos básicos del lenguaje televisivo, con un desarrollo desde los elementos de formato, con especificidad en formatos informativos para televisión y sus diferentes variantes actuales.

Desde la cátedra Práctica Integral de Televisión II proponemos un espacio de taller televisivo, complementado con el análisis y construcción teórica del estado de situación que, atendiendo a las características de la producción televisiva en las provincias, permita asentar práctica profesional, definida en estéticas, modelos productivos, y las articulaciones periodísticas conforme a líneas editoriales de correspondencia institucional, empresarial o mixtas.

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 productos audiovisuales de no ficción.
- Generar una mirada crítica desde el periodismo televisivo
- Desarrollar la creatividad personal para la producción en televisión.
- Alentar la escritura de diferentes formatos de televisión, dentro del género informativo.
- Incentivar el trabajo grupal y las relaciones sociales, intrínsecas en las materias creativo- artísticas.

VI - Contenidos

UNIDAD 1: El lenguaje televisivo

Objetivos:

- Introducir al alumno en las características del lenguaje televisivo.
- Desarrollar las características generales de la producción para televisión.

Contenidos:

Introducción al lenguaje televisivo. Narrativa y estética televisiva. 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 en los medios tradicionales. El trabajo de musicalización. Nuevos medios en lo televisivo: lo disruptivo.

UNIDAD 2: Los formatos televisivos

Objetivos:

- 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 género televisivo. Clasificación de los géneros: informativos, ficcionales y documentales. 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. Formatos y mercados internacionales. Nuevos formatos digitales. La entrevista: técnicas y herramientas de la producción periodística y la puesta en escena.

UNIDAD 3: Formatos Noticieros o Informativos

Objetivos:

- 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 ficcionales, entretenimiento y documentales

Objetivos:

- 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. 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 - Producción y realización de reel de noticias para redes

Grabación y edición de una noticia destinada a su publicación en redes sociales, sea en formato vertical (9:16) con destino a Instagram como reel o Tik Tok. La noticia tendrá una duración de 60 segundos, y deberá ofrecer la información con imágenes grabadas en piso, ilustraciones e imágenes de archivo/textos y otros recursos visuales. Se tendrán en cuenta criterios de chequeo de datos, fuentes de noticias, ritmo de la presentación. Podrá editarse en cualquier software o aplicación de edición de video.

Entrega: Marzo

-Trabajo práctico N°2 - Schedulle

Analizar y desglosar en un schedulle una nota televisiva, con emisión en vivo desde piso.

Se determinarán videos expuestos durante la nota, escenografía, sectores de grabación en el espacio, musicalización, recursos de ilustración de la noticia, y otros similares.

Entrega: Abril.

-Trabajo práctico N°3 - Guionado

Analizar y desglosar en un guión televisivo un informe periodístico televisivo, editado.

Se identificarán recursos narrativos, expositivos, formas de presentar información, entrevistas, materiales de archivo, y otros elementos que conformen la noticia, en el modo en el cual es presentado en se formato final.

Entrega: Abril.

-Trabajo práctico N°4 - Exposición temática Unidad 2.

Se realizarán exposiciones temáticas en base a contenidos de la Unidad 2, a los fines de profundizar y ejemplificar los contenidos desarrollados. Cada grupo realizará una exposición de hasta 15 minutos, con los recursos visuales/auditivos que consideren pertinentes. Del mismo modo, el grupo deberá presentar un informe escrito de hasta dos páginas con un resumen del tema, indicando las fuentes empleadas.

Entrega: Mayo.

-Trabajo práctico N°5 - Diseño y desarrollo de entrevistas televisivas/audiovisuales.

Se realizará un ciclo común entre la totalidad de grupos del curso. Cada grupo tendrá a su cargo el desarrollo de una entrevista, bajo el mismo formato y duración, eligiendo entrevistado/a y conductor/a para la grabación en vivo en el estudio de televisión.

Entrega: Mayo.

-Trabajo práctico N°6 -Análisis de producción de noticias

Se realizará el análisis de producción de una noticia, sea en piso y grabada o un informe especial. El material será entregado por la cátedra, y los/las estudiantes analizarán cuáles son los recursos empleados para la construcción de la noticia.

Los recursos se definen en tanto cómo se piensa la construcción de la noticia para disponerla al público, cómo contar en imágenes, qué recursos técnicos y materiales fueron necesarios para contar esa noticia, dando cuenta de las gestiones necesarias para su concreción.

Entrega: junio.

-Trabajo práctico N°7

Análisis de formato informativo

Se realizará el análisis de noticieros. Se dispondrá de un noticiero por cada grupo, para su análisis complejo referido a los recursos propios que definen el formato, sean: bloques, notas, trabajo de piso, apertura, cierre, zócalos (graph), musicalización, avances, escenografía/s, planos, producción periodística.

Se presentará un informe escrito de hasta 5 páginas, y se expondrá en clase una síntesis del análisis.

Entrega: agosto.

-Trabajo práctico N°8 - Exposición temática Unidad 3.

Se realizarán exposiciones temáticas en base a contenidos de la Unidad 3, a los fines de profundizar y ejemplificar los

contenidos desarrollados. Cada grupo realizará una exposición de hasta 15 minutos, con los recursos visuales/auditivos que consideren pertinentes. Del mismo modo, el grupo deberá presentar un informe escrito de hasta dos páginas con un resumen del tema, indicando las fuentes empleadas.

Entrega: Agosto.

-Trabajo práctico N°9 -Informe especial

Se realizará la investigación, guionado y desarrollo de un informe especial de hasta 3 (tres) minutos de duración. El tema estará relacionado con temas de actualidad e interés, dentro del mes en curso, empleando los recursos apprehendidos en la cursada. Se podrán emplear todo tipo de materiales de trabajo, incluyendo presentaciones en piso, archivo, grabaciones previas, entrevistas.

El material podrá ser destinado al trabajo final de la asignatura.

Entrega: Setiembre

-Trabajo práctico N°10 -Trabajo Práctico Final

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 10 minutos (producidos para el aire).

Mínimo de contenidos a presentar: un informe especial de hasta 3 (tres) minutos (con un mínimo de cinco testimonios reales), segmentos especiales (columnas editoriales, temáticas, etc.), presentaciones en vivo, entrevista de actualidad, análisis de noticia en piso.

Desarrollo: Presentación de carpeta con el diseño general del formato (agosto). Desarrollo de ensayos y pruebas de formato (setiembre). Grabación en vivo (setiembre/octubre). Edición final (octubre/noviembre). Presentación Pública (noviembre).

VIII - Regimen de Aprobación

-La modalidad de aprobación refiere a lo normado en la Ord. C.S. N°13/03 sobre el Régimen Académico de la UNSL.

-El espacio es de carácter promocional, contemplando una nota mínima de 7 (siete) de promedio de prácticos, con el 70% mínimo de asistencia a clases.

Se sostendrán dos

recuperatorio para todas las instancias evaluativas”. (Ord. CS 32/14 RECUPERATORIOS).

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

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

[4] -Guevara, A. (2003) El entrenador personal. Editorial La Crujía . Capítulo 14: La conducción. -Rodero Antón, E. (2007). Caracterización de una correcta locución informativa en los medios audiovisuales. Universidad de Salamanca.

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

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA

Profesor Responsable

Firma:

Aclaración:

Fecha: