

UNIVERSIDAD NACIONAL DE VILLA MARÍA



INSTITUTO ACADÉMICO PEDAGÓGICO DE CIENCIAS HUMANAS

CARRERA
Licenciatura en Diseño y Producción Audiovisual

ASIGNATURA
PROGRAMACIÓN Y GERENCIAMIENTO DE TV

DOCENTE RESPONSABLE
Prof. Titular Lic. Héctor R. GENTILE

CUERPO DOCENTE

Ciclo Lectivo:
2016

INDICE

I-	IDENTIFICACION DEL PROGRAMA	03
II-	OBJETIVOS DEL CURSO	
	INTRODUCCION	04
	GENERALES	05
	ESPECÍFICOS	05
III-	CONTENIDOS	
	UNIDADES 1, 2 y 3	06
	UNIDADES 4 y 5	07
	UNIDAD 6	08
IV-	METODOS DE EVALUACIÓN	
	CONDICIONES DE CURSADO, REGULARIZ., y APROBACIÓN	09
V-	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	10
VI-	LINEAMIENTOS METODOLÓGICOS	11
VII-	BIBLIOGRAFÍA	12

I- IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA DE ESTUDIO

DENOMINACIÓN: **PROGRAMACIÓN Y GERENCIAMIENTO DE TV**

CÓDIGO: **2EP4117**

CICLO: **Profesional**

CARRERA: **Licenciatura en Diseño y Producción Audiovisual**

INSTITUTO: **Instituto A. P. De Ciencias Humanas**

UBICACIÓN EN EL PROGRAMA DE ESTUDIOS: **Anual - 3er. Año de la carrera**

CRÉDITO HORARIO SEMANAL: **2 hs.**

CRÉDITO HORARIO TOTAL: **64 hs.**

CONDICIONES PARA CURSAR / RENDIR:

- **Para Cursar: Tener Regularizada “Diseño y Producción Audiovisual II” y tener Aprobada “Diseño y Producción Audiovisual I” y “Perspectivas teóricas de la comunicación”**
- **Para Rendir: Tener Aprobadas “Diseño y Producción Audiovisual II”**

DÍAS Y HORARIOS DE CLASES DE CONSULTA:

- **Clases teóricas: Jueves de 11 a 13 hs.**
- **Clases consultas y asesoramiento: Lunes de 18 a 20 hs.
Viernes de 11 a 12 hs.
Vía e-mail en forma permanente.**

II – OBJETIVOS DEL CURSO

INTRODUCCIÓN

El consumo de la televisión es hoy una realidad inquietante. Los medios de comunicación son un reflejo de los nuevos lenguajes basados en soportes audiovisuales.

La televisión es el medio de comunicación que ejerce mayor influencia en la sociedad. Independientemente de los objetivos que se plantee en la programación, desde un punto de vista global, podemos afirmar que la televisión educa, forma, influye en la cultura social de las audiencias, en las actitudes, en los valores, en los comportamientos, en el pensamiento, en la ideología, etc. Y no nos referimos sólo a programas de opinión, como pueden ser los informativos, los debates o entrevistas, sino cualquier programa, incluso un anuncio publicitario de pocos segundos.

La revolución de las telecomunicaciones y de la transmisión de datos ha empujado al mundo hacia el concepto de "aldea global". Hay quienes sostienen que los medios de comunicación tienden a reforzar los puntos de vista personales más que a modificarlos, y otros creen que, según quien los controle, pueden modificar decisivamente la opinión política de la audiencia. En cualquier caso, ha quedado demostrado que los medios de comunicación influyen a largo plazo, de forma sutil pero decisiva, sobre los puntos de vista y el criterio de la audiencia.

Umberto Eco decía ya en 1968, en su libro *Apocalípticos e Integrados* que "... la televisión es uno de los fenómenos básicos de nuestra civilización... un instrumento técnico en el cual una cierta organización hace llegar al público, en determinadas condiciones, una serie de servicios que pueden ir desde la comunicación comercial hasta la representación de Hamlet."

De aquí la importancia de tratar de desentrañar el lenguaje propio de la televisión, en particular el mensaje comunicacional que implica la programación de un medio televisivo. Desde la *paleo televisión*, como la llamara el mismo Eco, donde la programación estaba estructurada como una sucesión de emisiones diferenciadas, cada una con su contrato enunciativo específico para un espectador pasivo, hasta la *neo televisión* aparecida a partir de la liberación del mercado, distinguiéndose por propiciar la interactividad con el espectador que se supone activo, libre y determinante.

Entre los objetivos planteados por la carrera están aquellas incumbencias que le permitan al profesional egresado resolver y asesorar en las diversas etapas de la producción, realización y en nuestro caso, en Difusión Audiovisual. Aquí es donde radica la importancia de asumir las responsabilidades individuales que le caben a los realizadores, a los comunicadores, y fundamentalmente a los programadores.

Pierre Bordieu dice en *Acerca de la Televisión* (ponencia emitida en programas de televisión en 1997) que en relación a estas responsabilidades "... hay que pasar al nivel de los mecanismos globales, al nivel de las estructuras. Platón decía que somos marionetas de los dioses. La televisión es un universo en el que se tiene la impresión de que los agentes sociales, teniendo las apariencias de importancia, de libertad, de autonomía e, incluso a veces un aura extraordinaria, son marionetas de un afán que hay que describir, de una estructura que hay que desmenuzar y poner al día."

OBJETIVOS GENERALES

- ✓ Promover la adquisición de los conocimientos necesarios para el desenvolvimiento eficaz en el medio comercial televisivo.
- ✓ Informar a los alumnos de la realidad en que se desenvuelven los medios de comunicación (Televisión). Sus recursos y forma de acceder a ellos con las producciones.
- ✓ Propender a la investigación de los diversos recursos teóricos-tecnológicos que existen en materia del estudio de los telespectadores, la medición de las audiencias y de la programación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Despertar el interés de los alumnos hacia las posibilidades del lenguaje específico de la televisión y en particular su programación y formatos y los efectos que este medio produce en la sociedad.
- ✓ Incentivar la visión crítica de la televisión, a través del estudio profundo de las técnicas de significación aplicada al género televisivo.

III – CONTENIDOS

UNIDAD 1: LENGUAJE DE TELEVISIÓN

- 1.1. Lenguaje o metalenguaje? Diferentes posturas. Análisis pormenorizado de las opiniones más importantes al respecto. Roman Gubern, Umberto Eco, Pierre Bordieu, Jesús González Requena, Carlo Solarino, Lorenzo Vilches, Chris Barker, Mario Carlón, etc.
- 1.2. La Programación como lenguaje.
- 1.3. Introducción a la problemática audiovisual argentina luego del cambio producido por la nueva Ley de SCA (Nº 26522)

UNIDAD 2: ESTRUCTURA COMERCIAL DE LA TELEVISIÓN

- 2.1. Organigrama comercial de un canal Público y de un canal Privado. Roles funcionales. Gerencia general. Gerencia Comercial. Gerencia Administrativa. Gerencia de Producción. Jefatura de producción. Dirección artística. Gerencia de Programación. Jefatura o Gerencia del Área Informativa.
- 2.2. Competencia de cada función. Cadena de decisiones programáticas. Unidad de programación. Segmentación dentro de la programación. La señal como producto. Compras de espacio.
- 2.3. Modalidades de operación de la televisión. Televisión Oficial. Televisión comercial. Televisión Cultural. Televisión Educativa. Aire. Cable. CCTV. Canales satelitales. Canales generalistas y especializados.

UNIDAD 3: PROGRAMACIÓN DE LA TELEVISIÓN.

- 3.1. Armado de las grillas de programación. Horarios de audiencia. Tipologías de programaciones "A". "B", "C", "D" y "E". Prime time. Costos de los segundos publicitarios y de los espacios programáticos.
- 3.2. Programación de Lunes a Viernes. Programación de Sábados y Domingos.
- 3.3. Institutos u organismos involucrados en las mediciones de audiencias. Metodologías. "Rating", "Share" y Universo Hogares. Categorías de audiencia de acuerdo a los perfiles "ABC 1", "D" y "E". Confiabilidad de las mediciones. Aspecto legal.
- 3.4. La publicidad en televisión. Tandas. Rutinas de transmisión. Aspectos legales.
- 3.5. Publicidad y Anunciantes. Grupos de Presión. Condiciones de Presión. Mercado Televisivo.

UNIDAD 4: TIPOS DE PROGRAMACIÓN

- 4.1. Las categorías o géneros televisivos. Estructura general. Clasificación. Tradicional: Educativos, Informativos y de Entretenimientos. Semejanzas y diferencias entre los distintos tipos.
- 4.2. Programas Periodísticos: Noticieros, Políticos, Entrevistas, Opinión, Servicios, de Actualidad.
- 4.3. Programas musicales, de Video Clips, con números en vivo. Recitales. Festivales.
- 4.4. Programas de entretenimiento: Juegos, Concursos. Entrevistas.
- 4.5. Programas ficcionales: Telenovelas. Miniserias. Telefilmes.
- 4.6. Programas documentales e históricos.
- 4.7. Programas de la realidad: Reality shows. Talk shows. Cómo se producen.
- 4.8. Programas deportivos: Grabados. En vivo. Eventos en directo.

UNIDAD 5: MARCO NORMATIVO

- 5.1. Ley de Radiodifusión N^a 22285 (1980). Decreto 288. Modificaciones por decretos de Necesidad y Urgencia de los gobiernos democráticos. Proyectos de Ley presentados en el Congreso a partir de 1983 y hasta llegar a la ley vigente actual.
- 5.2. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N^o 26522 (2009) y decreto 1225 (2010) y complementarios. Comparativa entre ambas leyes de 1980 y 2009. Estudio pormenorizado de artículos implicados en la programación y gerenciamiento de un medio televisivo (Público, Privado, Cooperativo y Universitario).
- 5.3. Decreto N^o 1148 (2009) de creación del sistema argentino de TV Digital. Decreto N^o 364 (2010) que declara de Interés público la plataforma digital argentina. Despliegue de las antenas digitales (EDT), alcances y programación de señales en cada región.
- 5.3. Ley de Derecho de Autor y Propiedad Intelectual N^o 11723 (1933) y sus actualizaciones. Sadaic. AADI-CAPIF
- 5.4. Leyes laborales. Sindicato Argentino de Televisión (SAT). Sociedad Argentina de Locutores (SAL). Círculo Sindical de la Prensa (Cispren). Sociedad General de Autores (Argentores) de Teatro, Cine, Radio y Televisión.

UNIDAD 6: LOS EFECTOS DE LA TELEVISIÓN

- 6.1. El lenguaje televisivo: la programación. El discurso global. Mensaje.
- 6.2. Efectos sociales. Efectos políticos. La televisión y las artes. Los efectos de la televisión sobre otros medios. Televisión y Educación.
- 6.3. La influencia de la televisión sobre los niños, adolescentes y jóvenes. Poder y persuasión de la imagen.
- 6.4. El análisis crítico. El realizador-sociólogo ante el fenómeno de la TV

IV – MÉTODOS DE EVALUACIÓN

CONDICIONES DE CURSADO – REGULARIZACIÓN – APROBACIÓN

EXAMEN PARCIAL

Por ser una materia de dictado anual, se tomarán dos parciales. El primero se tomará al finalizar el 1er. cuatrimestre y versará sobre los contenidos teóricos desarrollados. Tendrá recuperación. El segundo parcial será la realización de una monografía académica como Trabajo Final de la materia, que podrá ser recuperada una vez presentada en la fecha acordada y corregida por la cátedra.

CONDICION DE LOS ALUMNOS

Todos aquellos alumnos que cumplan con las directivas emanadas de la Universidad, en cuanto al régimen de correlatividades referidas a las materias que deban tener aprobadas y/o regularizadas, podrán cursar la presente materia. Al finalizar el ciclo lectivo, todos los alumnos quedarán encuadrados en alguna de las siguientes condiciones:

1. **ALUMNOS PROMOCIONALES:** Aquellos alumnos que al finalizar el año lectivo, hayan cumplido con el 80% de los trabajos solicitados y, además, hayan aprobado los parciales con una nota de 7 (SIETE) o más, serán considerados como *PROMOCIONALES*. Estos alumnos no deberán rendir examen final. La promoción será guardada hasta la fecha de examen del mes de Mayo del año 2012 exclusivamente.
2. **ALUMNOS REGULARES:** Aquellos alumnos que al finalizar el año lectivo, hayan cumplido con el 80% de los trabajos solicitados y, además, hayan aprobado los parciales con una nota mayor de 4 (CUATRO) y menor de 7 (SIETE), serán considerados como *REGULARES*. Se deja expresa constancia que la Monografía académica mencionada es considerada Trabajo Final y no puede faltar en ningún caso. Estos alumnos deberán presentarse a rendir examen final en alguno de los turnos de exámenes fijados por la Universidad.
3. **ALUMNOS LIBRES:** Aquellos alumnos que al finalizar el año lectivo, NO hayan cumplido con los trabajos solicitados, o que NO hayan aprobado alguno de los parciales en su fecha original o en su recuperatorio con una nota menor a 4 (CUATRO), serán considerados como *LIBRES*. Este alumno deberá acordar con el docente de la asignatura el o los trabajos que deberá presentar en la fecha de examen final de alguno de los turnos que fija la Universidad.

V – CRONOGRAMA

Ante la posibilidad cierta de que este sea el último año en que este Profesor dicte esta asignatura, es que algunos alumnos de la carrera que debían cursar la asignatura en forma condicional y no regular se aclaró a los mismos que este convenio es solo con este Profesor. Se pedirá que todos los alumnos estén en condiciones de normalidad después del turno de Mayo.

El dictado de la presente materia cuenta con la necesidad de la formación teórica investigativa (pesquisa bibliográfica) con miras a la realización del Trabajo Final, es por esto que el cronograma de actividades se irá acordando con los alumnos a medida que se avance en cada grupo de alumnos.

A modo de ejemplo van estas primeras clases:

Clase 1: Acordar el programa de estudios y dictado de la estructura de organización de una Empresa Multimedia. Grilla de Programación. Pedido de análisis de un programa a elección de los alumnos

Clase 2: Clase sobre la programación global de los programas televisivos en el contexto mundial y en Argentina en particular. Análisis del caso Clarín. Entrega de bibliografía para pesquisa de opinión del autor sobre Lenguaje Televisivo.

Clase 3: Discusión general sobre la existencia o no de un Lenguaje Televisivo de acuerdo a los autores estudiados.

VI – LINEAMIENTOS METODOLÓGICOS

ACTIVIDADES DE LOS ALUMNOS:

- ✓ Análisis crítico de programaciones diversas.
- ✓ Confección de grillas de programación.
- ✓ Investigación de temas relacionados. Pesquisa bibliográfica. Búsqueda en Internet.
- ✓ Redacción de Síntesis de diversos autores y de la Monografía académica final.

METODOLOGIA DE TRABAJO:

- ✓ Exposición oral. Debate.
- ✓ Proyección de Power Point confeccionados por la cátedra y videos ilustrativos.
- ✓ Trabajos grupales en clase y externos.
- ✓ Asesoramiento permanente.

VII – BIBLIOGRAFÍA

- AA.VV. (2004). "Lenguaje Audiovisual, un universo de sentidos". Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). Publicado en la Web del INCAA: <http://www.lenguajeaudiovisual.com.ar/>
- ALBORNOZ, Luis A. Y Otros. (2000). "Al fin solos ... La nueva televisión del Mercosur". Buenos Aires. Ciccus.
- ANDER EGG, Ezequiel (1996). "Teleadictos y Videotas en la aldea planetaria. Qué hace la televisión con nosotros". Buenos Aires. Lumen-Humanitas.
- ANDRADA, Ana y otro (2000) "Un fenómeno social llamado Publicidad". Córdoba. Brujas.
- BALLARIO, Jorge Alberto (1997) "Las imágenes ideales". Buenos Aires. El Otro.
- BARKER, Chris (2003) "Televisión, globalización e identidades culturales". Barcelona. Paidós.
- BARRAT, Patrice (1995). "The television space is under occupation", en Internet: <http://www.input-tv.org/newsletter/nlTVunderoccupation.html>
- BETTETINI, Gianfranco y COLOMBO, Fausto (1995) "Las nuevas tecnologías de la comunicación". Barcelona. Paidós.
- BETTETINI, Gianfranco (2da Edic.) "La conversación Audiovisual" Madrid, Ed. Cátedra
- BORDIEU, Pierre (1996) "Acerca de la televisión" y "El campo periodístico y la televisión". Textos de dos emisiones televisivas realizadas por el Colegio de Francia y difundida por París Premiere en Mayo de 1996. Trad. Roberto Marafiolli.
- BUSSO, Néstor, JAIMES, Diego (Comp.)(2011) "La Cocina de la Ley. El proceso de incidencia en la elaboración de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina". Buenos Aires. Farco Ed.
- CABERO ALMENARA, Julio (coord.) (1994). "Retomando un medio: la televisión educativa". Universidad de Sevilla. En Internet ver: <http://tecnologiaedu.us.es/revistaslibros/14.htm>
- CARLON, Mario (2006) "De lo cinematográfico a lo televisivo: metatelevisión, lenguaje y temporalidad", 1ª.ed. Buenos Aires. La Crujía
- CEBRIAN HERREROS, Mariano (1978) "Introducción al Lenguaje de la TV". Madrid. Pirámide.
- CASETTI, F. y Di CHIO, F. (1999) "Análisis de la Televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación". Barcelona. Paidós.
- COONS, John E. (Comp.) (1967) "Libertad y Responsabilidad de las emisoras de Radio y TV". México. Limusa-Wiley
- DE AGUILERA, Joaquín (1980) "La educación por televisión". Pamplona. Univ. De Navarra.
- ECO, Umberto (2004) "Apocalípticos e Integrados". Barcelona. Lumen y Fábula Tusquets. (Primera edición: 1986. Edit. Lumen)

- ECO, Humberto (1990). "La estrategia de la ilusión". Buenos Aires. Ed. Lumen/De la Flor. Cap. "TV: la transparencia perdida". En internet ver: <http://www.uap.edu.ar/signos/>.
- FAINHOLC, Beatriz (1984) "Los niños v la TV Argentina". Buenos Aires. Librería del Colegio.
- FURONES, Miguel A. (1980). "El mundo de la Publicidad". Barcelona. Salvat.
- GALLASO, Ma. Cecilia y TYMOSZCZUK, Mauro J. "Protagonistas" Trabajo Final de Grado de Lic. en Diseño y Prod. de Imagen (UNVM). Sin Publicar. Capítulo El Lenguaje Televisivo.
- GENTILE, Héctor R. Apuntes de la cátedra.
- GONZÁLEZ REQUENA, J. (1988) "El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad". Madrid. Cátedra.
- GRIMSON, A. Y VALERA, M. (1999) "Audiencias, cultura v poder. Estudios sobre televisión". Buenos Aires. Eudeba.
- GUBERN, Román (2000) "El eros electrónico". Madrid. Santillana.
- HALLORAN, James D. (1974). "Los efectos de la televisión". Madrid. Ed. Nacional.
- IMBERT, Gérard (2008) "El transformismo televisivo, posttelevisión e imaginarios sociales", Madrid, Ed. Cátedra
- LA FERLA, Jorge (2009). "Cine (y) digital. Aproximaciones a posibles convergencias entre el cinematógrafo y la computadora". Buenos Aires. Manantial.
- LA FERLA, Jorge, REYNAL, Sofía (Comp.) (2012) "Territorios audiovisuales". Buenos Aires. Librería.
- MANDER, Jerry (2004), "4 Buenas Razones Para Eliminar La Televisión", Barcelona, Ed. Gedisa
- MARTINEZ, Fabiana y otros (2007) "Discursos mediáticos y nuevas subjetividades", Córdoba, Ed. Publicaciones UNC
- MEYERS, William (1986) "Los creadores de imagen". Barcelona. Planeta.
- NOGUER, Jorge (1985). "Radiodifusión en la Argentina". Buenos Aires. Bien Común.
- OROZCO GOMEZ, Guillermo (2001) "Audiencias, Televisión y educación: una deconstrucción pedagógica de la 'Televidencia' y sus mediaciones". Revista Ibero Americana de Educación N° 27. Publicado en Internet: <http://www.campus-oei.org/revista/rie27a07.htm>
- ORTEGA RAMIREZ, Patricia (2002), "Los Medios Públicos en la Agenda Global". México, Fondo de Cultura Económica
- PERE-ORIOLO COSTA (1986) "La crisis de la televisión pública". Barcelona. Paidós Ibérica.
- PEREZ RODRIGUEZ, Ma. Amor (2004) "Los nuevos lenguajes de la comunicación". Barcelona. Paidós.
- PETIT, Cristina M. (Comp) (2001) "Televisión, la caja que socializa", Córdoba, Ed. Brujas.

- PEZZELLA, Mario (2004) "Estética del cine". Trad. Leyre Bozal Chamorro. Madrid. A. Machado Libros. Capítulos *Televisión y Fantasmagoría* y *El cine postelevisivo*.
- SANTOS HERNANDO, Gregorio (1977) "Los que hicieron 25 años de TV argentina". Buenos Aires. Herpa.
- SARTORI, Giovanni (1998) "Homo Videns. La sociedad teledirigida". Buenos Aires. Taurus.
- SORLIN, Pierre (2010) "Estética del audiovisual". Buenos Aires. La marca Editores.
- SORRENTINO, Pedro (2003). "Proceso de Reconversión de los SRT en el nuevo escenario tecnológico". Córdoba. Ed. Fac. de Filosofía y Humanidades (UNC).
- TOSI, Virgilio (1993). "El lenguaje de las imágenes en movimiento". México. Grijalbo.
- VEGA GUTIERREZ, Oscar (2005). ¿La cultura o el Mercado? Reflexiones en torno a la industria cultural Publicado en Internet:
<http://www.monografias.com/trabajos23/cultura-o-mercado/cultura-o-mercado.shtml>
- VELILLA, Martín (1980). "Psicoanálisis de la comercial de televisión". Barcelona. Hispano Europea.
- VILCHES, Lorenzo (1992) "La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión". Barcelona. Paidós