

PROGRAMA MEDIOS DE COMUNICACIÓN II. UNIVERSIDAD DE CONGRESO

- **Departamento:** Comunicación
- **Carrera:** Licenciatura en Comunicación
- **Asignaturas correlativas previas:** Medios de Comunicación I
- **Asignaturas correlativas posteriores:** Medios de Comunicación III
- **Profesor:** Mgt. Jorge C. Dragonetti

OBJETIVOS GENERALES

- Introducir a los futuros comunicadores en los conocimientos profesionales y técnicos de los medios audiovisuales.
- Conocer las particularidades de la labor profesional en televisión y cine.
- Producir y comunicar secuencias informativas para medios audiovisuales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Comprender el sistema de medios audiovisuales a nivel nacional y provincial y su inserción en las sociedades contemporáneas.
- Analizar el papel de los medios audiovisuales como vehículos de los intercambios sociales.
- Conocer los enfoques teóricos que sustentan las actuales investigaciones de medios de comunicación.
- Conocer y valorar las características particulares de los medios audiovisuales, como canales de comunicación social, y su proceso de elaboración en el ámbito del ejercicio del periodismo.
- Desarrollar habilidades para investigar, crear y producir mensajes periodísticos para la televisión.
- Reconocer los diversos géneros cinematográficos, las diferentes corrientes artísticas en el mundo del cine y su historia como así también el papel del comunicador en el proceso creativo de un filme.
- Analizar la importancia que implica conocer el mapa de medios de comunicación audiovisuales desde el punto de vista estratégico de las organizaciones.

- Desarrollar una actitud responsable en la comunicación a partir de comprender las relaciones que existen entre los medios, el poder, y la ciudadanía.

CONTENIDOS

Unidad I. Introducción a los medios audiovisuales

Evolución histórica de la televisión en Argentina y el mundo. Inicios, desarrollo, situación actual y perspectivas a nivel nacional e internacional. Géneros: informativo, magazine, ficción, entretenimiento, educativo-cultural y reality show. Perfil de los programas. La retórica y el lenguaje televisivo. Redes sociales y TV: su impacto en el abordaje de programas informativos, magazines y reality shows. La TV en Internet. Particularidades de la comunicación televisiva. Mapa de la televisión en Mendoza y Argentina: relevamiento del contenido y niveles de audiencia.

Unidad II. La producción en televisión

Hablar y escribir para televisión. Glosario básico utilizado en un estudio de televisión y en la producción televisiva. Aspectos técnicos involucrados en la producción televisiva. Metodología y técnicas para elaborar y desarrollar guiones y storyboards. Pautas de edición y planificación de una producción para TV. Frente a la cámara: técnicas básicas para la presentación de documentales y programas informativos. Requisitos del presentador/conductor. Los noticieros o informativos. La transmisión en directo y grabada. Mediciones. El rating. El periodismo ciudadano: el ciudadano como testigo y cronista de una noticia.

Unidad III. La entrevista en televisión, la investigación periodística en TV y periodismo de catástrofes

La entrevista en Televisión: los recursos expresivos del periodista delante de la cámara. La entrevista en el estudio de televisión. La entrevista en exteriores. Documentación y preparación de la entrevista. Montaje o edición de la entrevista. Tipología de la entrevista televisiva. La investigación periodística en televisión. Las cámaras ocultas. Responsabilidad jurídica de los profesionales. Periodismo de catástrofes. Cobertura de la guerra. La responsabilidad social del periodista en la emergencia.

Unidad IV. Los medios audiovisuales, la ciudadanía, las organizaciones y el poder político

Los conflictos de la política y los medios audiovisuales. La influencia de la TV en los procesos electorales. Consumos culturales y estudio de los efectos. Medios, ¿quién influye a quién? Desde la teoría de la manipulación a los efectos limitados: teoría del establecimiento de agenda y teoría del encuadre. La conferencia de prensa. Particularidades de la relación con los medios desde lo institucional.

Unidad V. El lenguaje cinematográfico

Breve reseña de la historia del cine. Cine contemporáneo. Cine nacional. Cine documental, cine argumental, cine comercial y de entretenimiento, cine de autor. Géneros. Corrientes artísticas, sus

principales características y sus máximos exponentes. Guión y adaptaciones. Cortometrajes, mediometrajes y largometrajes. La estructura fílmica. Secuencia. Escena. Plano. Tomas. Recursos expresivos, transiciones y efectos. Narración cinematográfica: paralela, onírica, elipsis, tiempo y espacio, acción y ritmo. La fotografía, el encuadre. La banda de sonido. Los elementos simbólicos. Roles en una producción cinematográfica. Elementos para la crítica cinematográfica.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- **Clases teóricas** –se utilizarán como apoyo presentaciones digitales, videos y películas-

- **Actividades prácticas individuales o grupales:** análisis y producción de mensajes televisivos, ejercicios de lectura y redacción para TV, producción y emisión de una entrevista, redacción de crítica cinematográfica, presentación ante cámaras de mensajes de interés general y periodístico, producción de guión para cortometraje documental.

- **Recursos didácticos**

Considerando que 2013 es año electoral en Argentina, algunos trabajos prácticos estarán orientados a la investigación y la cobertura informativa en los medios audiovisuales de este acontecimiento.

Visita a Canal 7 de Mendoza, perteneciente al Grupo UNO.

Análisis de diversas escenas y secuencias de películas.

Análisis de programas de TV de diversos géneros.

EVALUACIÓN Y REGULARIDAD

- Asistencia 75% mínimo
- Trabajos prácticos formales: cuatro (4) que deben ser aprobados con el 60%
- Trabajos prácticos informales: todos los que se estimen necesarios. Deben ser aprobados el 60% de los mismos con un mínimo de 60% como nota.
- Evaluaciones parciales: dos (2) exámenes, 1 recuperatorio. Los alumnos deben aprobar como mínimo dos (2) de las tres (3) instancias para mantener su regularidad y acceder al examen final o a la promoción directa.

PROMOCIÓN

- Promoción directa: se obtiene aprobando los dos (2) parciales con nota mayor al 80% y con el 60% de resultado positivo en el resto de las actividades programadas, que se volcarán a la escala de calificación numérica de uno (1) a diez (10).

- Para los alumnos regulares que no obtienen el 60%, tienen la opción de la promoción de un examen final.
- Los alumnos que obtengan un puntaje menor a 40%, equivalente a 4 (cuatro), deben recurrir a la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA

AMADO, Adriana (2010), "El show de la realidad", en revista Noticias, Clases magistrales, 18/09/2010, ed. 1760

ARUGUETE, Natalia (2009). "Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting". Revista Ecos de la comunicación, año II, Nº 2

AUMONT, Jacques, Alain Bergala, Michel Marie y Marc Vernet, Estética del cine. Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje, Barcelona, Paidós, 2010.

AUMONT, Jacques y Michel Marie, Diccionario teórico y crítico del cine, Buenos Aires, La Marca Editora, 2006.

BECERRA, Martín y Guillermo Mastrini (2004). "Industrias culturales y telecomunicaciones en América Latina. Las industrias info-comunicacionales ante la Sociedad de la Información". Revista Telos Nº 61, octubre-diciembre

BORDWELL, David, El arte cinematográfico, Barcelona, Paidós, 2010.

CAMPS, Sibila. Periodismo sobre catástrofes. Buenos Aires. De. Paulinas. 1991.

CAMPS, Sibila y PAZOS, Luis. Justicia y televisión. La sociedad dicta sentencia. Buenos Aires. Perfil, 1999.

CARLÓN y SCOLARI (2009) El fin de los medios masivos, Buenos Aires: La Crujía.

CASTELLS, Manuel (2009). Comunicación y poder. Madrid, Alianza

CASTELLS, Manuel (2008). "Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I). Los medios y la política". Telos, Nº 74, enero-marzo.

FANG, Irving. Noticias para televisión. Buenos Aires. Marymar. 1977.

FONT, Domènec, Cuerpo a cuerpo. Radiografías del cine contemporáneo, Madrid, Galaxia Gutenberg, 2012.

HERMIDA, Luis María y Valeria Satas. TV Mani Programas inolvidables de la televisión argentina. Ed. Sudamericana. 1999.

McQUAIL, Denis. La acción de los medios. Buenos Aires: Amorrortu. 1998.

MORANDINI, Norma (2000) La gran pantalla. Periodismo en televisión: de Meustadt a Pergolini. Ed. Sudamericana.

RINCÓN, Omar (2005). Televisión pública: del consumidor al ciudadano, Buenos Aires, La Crujía.

VANOYE, Francis y Anne Goliot-Lété, Principios de análisis cinematográfico, Madrid, Abada, 2008.

VERÓN, Eliseo (1999). Efectos de agenda. Barcelona: Gedisa.

WAISBORD, Silvio, entrevista de Aruguete N. “Los medios tradicionales también marcan la agenda de las redes sociales”. Página 12. 2012. En: <http://www.pagina12.com.ar/diario/dialogos/21-200401-2012-08-06.html>.

WOLF, Mauro (1994). Los efectos sociales de los media. Barcelona, Paidós.

WOLTON, Dominique. (1995) Elogio del gran público. Barcelona, Gedisa.

Lectura de textos periodísticos de diarios locales y de Buenos Aires.