

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA: Políticas de Programación

en TV

CICLO LECTIVO 2018

- a) Año en el que se ubica en el Plan '93: 4to
- b) Cuatrimestre al cual pertenece la asignatura: anual
- c) Ciclo al que pertenece la asignatura (Ciclo Básico/Ciclo Superior):
Superior

Orientación/es

- Investigación
- Institucional
- Gráfica
- Audiovisual
- Radiofónica

- d) **Equipo de Cátedra:** Mencionar a **todos los docentes integrantes** de la Cátedra

- **Apellido y Nombre: Ulises Oliva**
- **Cargo: Adjunto**
- **Dedicación: Semiexclusiva**
- **Titulación: Licenciado**
- **Apellido y nombre: Sofía Moroz**
- **Cargo: Auxiliar**
- **Dedicación: simple**
- **Titulación: Licenciada**

e) Objetivos de aprendizaje:

Brindar a los alumnos herramientas conceptuales para el abordaje de las problemáticas relacionadas a los medios masivos, con especial mención al caso de la TV.

Ofrecer metodologías de análisis e interpretación de la programación televisiva con el fin de que, a partir de aproximaciones empíricas, los alumnos logren construir saberes acerca de los factores que intervienen en el diseño de los contenidos televisivos.

f) Unidades y contenidos:

Unidad 1

a) acerca de los marcos teórico-sociológicos. El planteo epistemológico: razón positiva y razón interpretativa. Tipos de explicación: causal, teleológica, elección racional La visión respecto de lo social: holismo e individualismo. Tres análisis holistas: funcionalismo, estructuralismo, materialismo. Otros análisis particulares. Posiciones desde las Teorías de la Comunicación. Posiciones desde la Economía Política.

b) Economía política de los medios masivos: categorías y aplicación. La reproducción social y sus momentos. Proceso de trabajo y proceso de

producción: fases y elementos. Producción, distribución, circulación y consumo: procesos y vinculaciones. Hipótesis acerca de la intervención de los medios en la reproducción social. El producto de los medios, el problema de la mercancía y los debates sobre la lógica publicitaria y el trabajo en los medios. Las especificidades referidas a la TV.

Unidad 2

El fenómeno televisivo y la dimensión cultural. La discusión entre la Economía política y los Estudios culturales: propuestas y herramientas para el análisis. Principales estudios culturales sobre TV: Escuela de Birmingham y aportes en Latinoamérica. La importancia de la dimensión cultural en la configuración mediática.

Unidad 3

Programación televisiva: factores y competencia programática. Factores de programación televisiva y la construcción de los términos de la competencia mediática. Contenidos y géneros programáticos, públicos y segmentaciones: estrategias de programación. El caso de la TV en Córdoba. Investigaciones cuantitativas y cualitativas: TV y publicidad; género y TV.

g) Bibliografía básica y complementaria para cada unidad:

Bustamante, Enrique: la televisión económica, Gedisa, España, 1999.

Catalán, Carlos y Brunner, Joaquín: TV, mercado y moral; Los Andes, Chile, 1995.

Cuadernos Cicosul: Cinco ensayos sobre la comunicación de masas el poder político, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Lima, Perú, 1985.

De Certau, Michel: La invención de lo cotidiano, en revistas Espacios, Buenos Aires, 1987.

De Fleur, Melvin y otro: Teorías de la Comunicación de masas, Paidós, Bs. As., 1984.

Durandin, Guy: La información, la desinformación y la realidad, Paidós Comunicación, España, 1995.

Garnham, Nicolás: Economía Política Estudios Culturales: reconciliación o divorcio?, en revista Causas y azares, Nro. 6, Buenos Aires, 1997.

Getino, Octavio: La tercera mirada, Paidós estudios de comunicación, México, 1996.

Holzer, M.: Sociología de la comunicación, Akal, Madrid, 1978.

Landi, Oscar: Devórame otra vez, Planeta, Buenos Aires, 1997.

Lull, James: Medios, comunicación y cultura, Amorrortu, Buenos Aires, 1997.

Lutzeberger y otros: Cultura, comunicación de masas y lucha de clases, Nueva imagen, México, 1978.

Marx, Karl: Introducción a la crítica de la Economía Política, Cuadernos Pasado y Presente, Córdoba, 1969.

Marx, Karl: El Capital, Fondo de Cultura Económica, México, 1999.

Mattelart, Armand: La publicidad, Paidós comunicación, Buenos Aires 1991.

Mattelart, Armand y Mattelart Michele: Historias de las teorías de la comunicación, Paidós comunicación, Buenos Aires, 1997.

Mc Luhan, Marshall: Entender los medios de comunicación, Paidós Comunicación, 1996.

Martin Barbero, Jesús: De los medios a las mediaciones, G. Gilli, México, 1986.

Noelle-Neuman, Elizabeth: La espiral del silencio, Paidós, Bs. As., 1987.

Oliva, Ulises: Los medios masivos en la reproducción social, Comunicarte, Córdoba, 1997.

Oliva, Ulises: Sociedad y medios masivos, Ediciones del caminante, Córdoba, 1998.

Oliva, Ulises: Programación televisiva, una aproximación exploratoria, Ediciones del caminante, Córdoba, 1999.

O Sullivan, Tim i otros: Conceptos clave en comunicación y estudios culturales, Amorrortu editores, 1997.

Qualter, Terence: Publicidad y democracia en la sociedad de masas, Paidós comunicación, 1994.

Revista Diá-logos de la comunicación: nros. 27, 29, 38, 47, 48, 49 y 50, Felafacs, México.

Silverstone, Roger: TV y vida cotidiana, Amorrortu, Buenos Aires, 1996.

Vilches, Lorenzo: La manipulación de la información televisiva, Paidós, Barcelona, 1995.

h) Condición académica de los alumnos :

Regular si

Promocional si

Libre si

i) Modalidad evaluativa:

1. Parcial si

2. Prácticos si

3. Trabajos para promoción no

4. Examen final

4.1 Alumnos regulares si

4.2 Alumnos Libres si

j) Criterios de evaluación

Evaluación en base al logro de los objetivos planteados desde el programa. Capacidad de análisis.

k) Modalidad pedagógica:

Clases teórico-prácticas.

l) Cronograma tentativo de Cátedra

CRONOGRAMA TENTATIVO DE ACTIVIDADES DE CÁTEDRA 2018

ASIGNATURA / SEMINARIO:

| EXÁMENES PARCIALES | | 1º | 2º | 3º | | | |
|---|--|----------|--------|-----|------|-------------------|------|
| Fecha de examen | | 6 junio | 25 oct | | | | |
| Fecha de entrega de nota | | 7 junio | 26 oct | | | | |
| EXAMEN RECUPERATORIO | | 1º | 2º | | | | |
| Fecha de examen recuperatorio | | 13 junio | 1 nov | | | | |
| Fecha de entrega de nota recuperatorio | | 20 junio | 5 nov | | | | |
| TRABAJOS PRÁCTICOS / INFORMES EVALUABLES | | 1º | 2º | 3º | 4º | 5º | 6º |
| Fecha de entrega de Trabajo Práctico | | 4/4 | 18/4 | 2/5 | 23/5 | 30/5 | 27/9 |
| Fecha de entrega de nota | | | | | | | |
| OTRAS ACTIVIDADES DESTACADAS (Visitas, jornadas, charlas, etc.) | | | | | | Fecha | |
| Profesionales invitados (sin fecha hasta el momento) | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| FECHA DE FIRMA DE LIBRETAS (Día y horario) | | | | | | 8 noviembre 19 hs | |

(Presentar solo en formato digital al mail: academica@fcc.unc.edu.ar)