

Universidad Nacional de Córdoba Facultad de Ciencias de la Comunicación

Cátedra:

Políticas de programación en TV (anual)
4to año orientación audiovisual

Profesores:

Lic. Ulises Oliva
Lic. Sofía Moroz

Programa de la asignatura Ciclo lectivo 2023



1- Objetivos

1.1- Objetivos generales

Brindar a las, los y les estudiantes 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 programática televisiva con el fin de que, a partir de aproximaciones teóricas y empíricas, las, los y les estudiantes logren construir saberes acerca de los factores que intervienen en el diseño de los contenidos televisivos.

1.2- Objetivos específicos

Presentar a quienes cursen las categorías de análisis frecuentemente utilizadas en el abordaje problemáticas sociológicas, comunicacionales y económicas, atendiendo con especial énfasis las propuestas elucidadas desde los núcleos problemáticos planteados por la economía política y los estudios culturales

Desarrollar abordajes que permitan, desde la discusión y el debate, comprender la complejidad social del producto televisivo y las variables que intervienen en sus fluctuaciones y movimientos.

Conocer, desde los análisis y las construcciones teóricas y empíricas, las distintas políticas que las empresas televisivas implementan sobre sus programaciones, focalizando la problemática en los canales de TV abierta de Córdoba y, dentro de ello, la problemática de género específicamente.



2- Contenidos

Unidad 1: 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.

Unidad 2: Economía política de los medios masivos y la TV

La reproducción social y sus momentos. Producción, distribución, circulación y consumo: procesos y vinculaciones. Lo material y lo simbólico. Proceso de trabajo y proceso de producción: fases y elementos. Relaciones sociales de producción. Plusvalor y otros excedentes. 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 3: La programación televisiva como producto social

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.

Unidad 4: género y programación televisiva

La mujer como fuerza de trabajo en los medios masivos y la TV. La presencia de la mujer en la pantalla televisiva: frecuencias, roles y construcción de la imagen. La discusión y los debates sobre la igualdad de géneros en los medios masivos y las empresas publicitarias.



3- Bibliografía

- 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.
- Lutsemberger 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.

Sólimo, Melisa: El rol de las mujeres en la pantalla televisiva: análisis cuantitativo. Tesis de grado, FCC, 2020.

Benassi, J y Uceda F: Continuidad de un trabajo exploratorio, tesis de grado FCC, 2017.



4- Requisitos para regularizar la asignatura

Ninguno: el sólo hecho de haberse inscripto en la materia otorga la regularidad.

5- Requisitos para promocionar la asignatura

La Cátedra brinda la posibilidad de promocionar la materia en forma directa, es decir, un mecanismo que permite aprobar la asignatura sin la instancia de un examen final. Para acceder a dicho beneficio, las, los y les estudiantes deben:

- a) aprobar 2 (dos) parciales con 7 (siete) puntos o más.
- b) Aprobar todos los trabajos prácticos.

Nota 1: si un/a/e estudiante no aprueba un parcial u obtiene una nota inferior a los siete puntos necesarios para aspirar a la promoción, podrá presentarse al correspondiente recuperatorio a los fines de obtener una calificación superior. El hecho de no presentarse a un parcial, o el no haberlo aprobado, no impide la posibilidad de lograr la promoción en el recuperatorio correspondiente.

Nota 2: Las notas definitivas de los parciales NO SE PROMEDIAN.

6- Parciales

La Cátedra propone 2 (dos) evaluaciones parciales, cada una de las cuales cuenta con su correspondiente recuperatorio. Estas son las fechas establecidas para cada caso:

Primer parcial: 7 de junio de 2023

Recuperatorio primer parcial: 14 de junio de 2023

Segundo parcial: 9 de noviembre de 2023

Recuperatorio segundo parcial: 16 de noviembre de 2023

Contenidos incluidos en el primer parcial: todos los temas correspondientes a la unidad 1 y 2.



Contenidos incluidos en el segundo parcial: todos los temas correspondientes a la unidad 3 y 4.

Los contenidos que se incluyen en ambos parciales serán abordados en horario de cursado, y buena parte de ellos se desarrollan con mayor detenimiento en la bibliografía básica aportada por la Cátedra. Sin embargo, otras problemáticas sólo serán expuestas en clase, no apareciendo éstas en la mencionada bibliografía. Por lo tanto, la asistencia a clases y la presencia en el horario de consulta puede resultar importante para completar el análisis de los contenidos que se incluyen en los parciales. De este modo, las fuentes de información y estudio recomendables son:

a) clases b) horarios de consulta c) apuntes de cátedra

NOTA: los parciales constan de cuatro preguntas. Las respuestas a las mismas no podrán ocupar un mínimo de 5 (cinco) carillas en cuerpo de letra promedio.

7- Trabajos prácticos

La Cátedra propone la realización de 7 (siete) trabajos prácticos que consisten en el análisis crítico de textos ofrecidos en su bibliografía. Estas actividades tienen como objetivo fortalecer la construcción de conocimientos acerca de categorías de análisis que resultarán indispensables para la comprensión de los fenómenos específicos referidos a la programación televisiva. Los trabajos deberán ser entregados en soporte digital interlineado sencillo, cuerpo de letra máximo 12 (doce), tamaño de hoja A4, margen normal y fuente Arial. Las fechas de presentación de los trabajos prácticos son las siguientes:

TP1: 12 de abril; TP2: 26 de abril; TP3: 10 de mayo; TP4: 31 de mayo; TP5: 7 de junio; TP6: 28 de setiembre; TP7: 19 de octubre.

Importante: los trabajos prácticos no entregados según lo antedicho, serán considerados como **no aprobados**.

Firma de libretas: 23 de noviembre de 2023 a las 19 hs.

Horarios de consulta: miércoles a las 17 hs. (primer cuatrimestre)
jueves a las 15 hs. (segundo cuatrimestre)

8- Otras actividades programadas por la Cátedra



- 1) Ciclo de disertaciones gratuitas y abiertas, a cargo de especialistas en Economía, TV y Género. Se organiza conjuntamente con la Secretaría de Extensión de la FCC y otorga certificados de asistencia. Serán tres disertaciones ocupando media jornada de clases cada una en el segundo cuatrimestre.
- 2) Participación en las actividades del Cineclub de la FCC: la Cátedra tendrá a cargo la propuesta de llevar en tres oportunidades a lo largo del año, la proyección de filmes en barrios populares, instituciones del tercer sector y/u organizaciones de base. Oportunamente se darán a conocer fechas, lugares y logística de realización.
- 3) Co-organización de viaje a Buenos Aires como parte de la formación académica, visitando canales de televisión (TN, TV Pública, C5n) y otros medios, a realizarse en el primer cuatrimestre de 2023.
- 4) Entrega de la Distinción Anual “Marcelo Slotowiagda” al periodista audiovisual del año.

Nota: Ninguna de estas cuatro líneas de trabajo implica evaluaciones que influyan en las notas o en la condición final de cada estudiante. Son invitados a participar pero no es obligatorio.

