

Modelo con los ítems que deben incluir los programas de Seminarios ad-hoc para la Carrera de Ciencias de la Comunicación – 2025 – En formato **Word** y de un máximo de **8 páginas**.

1-Denominación completa de la asignatura: Aclaración para quienes quienes decidan presentar un seminario TIF: deberán establecerlo en el título de la propuesta de la siguiente manera: “Seminario TIF:” Y a continuación el título temático que definan.

Seminario TIF: Televisión: programación, streaming y consumo. Herramientas teóricas y metodológicas para la elaboración del TIF

2. Justificación de la propuesta: problema planteado, ejes de articulación de los contenidos en el programa, vinculación con el plan de estudios vigente y otras asignaturas; y las modificaciones introducidas al programa si corresponde.

Según los datos de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital de 2023, el 91% de la población mira televisión, siendo el medio del sector audiovisual más elegido por la población argentina. Desde el campo académico de la comunicación la televisión como objeto de estudio ha sido ampliamente investigada y en Argentina existen numerosos trabajos que la han abordado desde diversas miradas, sintéticamente y sin agotar otras posibilidades podemos ubicar cuatro: los estudios basados en la economía política de la comunicación; aquellos trabajos que han profundizado en la televisión desde la perspectiva de los estudios culturales; los orientados a la dimensión discursiva-ideológica; y por último los historiográficos.

El objetivo de este seminario es contribuir en la elaboración del TIF brindando herramientas teóricas y metodológicas en el marco del análisis y la reflexión en torno a la televisión –en sus múltiples facetas y dimensiones- así como en el análisis en los estudios en torno al consumo. Partimos de entender que la televisión es un agente clave en la vida de las personas, la agenda televisiva construye un temario que opera en la mirada que se tiene del entorno. Hall (1981) afirma que la televisión es un medio de comunicación y un objeto que articula representaciones significativas; Stevenson (1998) sostiene que la subjetividad de la audiencia se va construyendo a través de la interacción con determinadas condiciones materiales y una variedad de formas simbólicas; Morley (1996) interpreta que la forma de ver televisión es una actividad que se puede realizar de diferentes maneras y con diversos marcos de atención. Actualmente, existe una amplia literatura que problematiza y discute sobre la situación contemporánea de la televisión, en torno a si “está muriendo” o “entrando en una nueva fase”, y sobre las tensiones entre medios broadcasting y sistemas postbroadcasting. Sin embargo, hay un punto en el que diversos autores coinciden: el desplazamiento hacia otras formas de consumo a partir de las múltiples pantallas, los servicios de *streaming* y el consumo *on demand*, que se manifiestan –en menor o mayor medida- en intereses transitorios de consumo y personalización de la recepción. Algunos datos en la Argentina ilustran estas modificaciones: en la última década se ha producido una migración de la audiencia hacia la televisión por cable, disminuyendo de manera sostenida a partir de 2006 el consumo de la televisión de aire. En abril de 2016 el total del cable superó en audiencia a los canales de aire. La tendencia es hacia el crecimiento de la televisión on demand, siendo Netflix la empresa líder en servicio de streaming en América Latina.

Asimismo, partimos del entender que la televisión abierta es el lugar privilegiado de producción de discursos para los grandes públicos, a diferencia de la segmentación y micro-segmentación de las ofertas de la televisión por cable, la televisión *on demand* y los servicios de *streaming*. La televisión

abierta del área metropolitana se encuentra conformada por cinco canales de gestión privada –*Canal 13, Canal 9,*

Telefé, Net Tv y América- y Televisión Pública de gestión estatal.

Las emisoras se caracterizan por ofrecer una programación generalista que se organiza a partir de la competencia. El canal que más se diferencia en cuanto a la programación es *Televisión Pública*, ya que al ser de gestión estatal ofrece otro tipo de contenidos más cercano a lo esperable de los medios públicos. Una de las tendencias predominantes en la televisión abierta privada son los programas basados en la estructura de un conductor/a y un conjunto de panelistas que conversan y discuten a partir de informes. En 2022 se llegó a contabilizar un total de 97 panelistas en 19 programas, el panelismo se impuso en la pantalla, y atraviesa diversos géneros televisivos (espectáculo, actualidad, deporte, magazines, entre otros) ocupado el 18% total de la programación (Heram, 2020).

Ahora bien, ante tal estado de situación seminario propone realizar un recorrido en múltiples dimensiones: por un lado focalizar en los diferentes modos y posibilidades en tanto perspectivas teórico-metodológicas para el estudio de la televisión, ofrecer un recorrido cronológico que permita comprender las características de la televisión argentina en diferentes momentos históricos desde sus inicios a la actualidad, y acercarnos a los estudios que se han ocupado de la televisión a partir de los análisis en recepción. Asimismo, se prevé otorgar un tiempo de la cursada para que los y las estudiantes comenten sus proyectos finales de graduación y a partir de sus propias inquietudes en torno a la temática del seminario y en vínculo con sus TIF, poder contribuir con textos y discusiones específicas en torno a los temas e intereses que vayan surgiendo.

3- Modalidad de la asignatura: se debe colocar: **Seminario**

4- Carga horaria semanal: se debe colocar: **4hs**

5- Carga horaria total: se debe colocar: **64hs**

6- Metodología de enseñanza: **Clases teórico-prácticas**

7. Cuatrimestre de dictado. Elegir el de preferencia entre: Curso de verano, 1ero o 2do de 2024 (El Curso de verano es únicamente posible para los seminarios tradicionales).

1er cuatrimestre

8. Objetivos generales y objetivos específicos

Objetivo general:

- Contribuir en la elaboración del TIF brindando herramientas teóricas y metodológicas en torno a la televisión y el consumo audiovisuales

Objetivos específicos:

- Comprender las distintas perspectivas teórico-metodológicas para el análisis de la televisión.
- Analizar las características de la televisión en diferentes momentos históricos.
- Reflexionar en torno a los consumos audiovisuales.

9. Contenidos desglosados por unidades o módulos

Unidad 1: La televisión: modos de abordaje

Reflexiones en torno a la televisión. Aportes de diversas perspectivas para el análisis del medio: semiótica, estudios culturales, economía política de la comunicación e historia de los medios. Propuestas de análisis. Análisis de grillas de programación.

Unidad 2: Televisión: cambios y continuidades

Recorrido histórico por diferentes momentos de la televisión argentina desde sus inicios a la actualidad. Televisión en tiempos de *streaming* y *on demand*. Broadcasting y postbroadcasting. La televisión y la política, televisión y juventud, televisión y sexualidades, panelismo, series de televisión, youtubers.

Unidad 3: Televisión y consumo

Los estudios en consumos culturales en Argentina: etapas, polémicas y discusiones. Los aportes de los Estudios Culturales a los estudios en recepción. Apropiación, recepción y consumo. Audiencias y públicos. Análisis de casos. Múltiples pantallas y recepción.

10. Bibliografía general y específica dentro de cada unidad

Unidad 1

Becerra, M. (2015). *De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.

Carlón, M. y Scolari, C. A. (Eds). (2009). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.

Casetti, F. y di Chio, F. (1999). Análisis de la televisión. Un mapa. En *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós. Pp. 19-43.

Heram, Y. (2016). La televisión argentina: historia, composición y crítica de medios. En revista *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 22. Pp. 1039 – 1050.

Varela, M. (2005). *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna 1951-1969*. Buenos Aires: Edhasa.

Varela, Mirta. (2010). La televisión: el espacio vacío de la crítica. *Imagofagia*. 2.

Williams, R. (2011 [1974]). *Televisión. Tecnología y forma cultural*. Buenos Aires: Paidós.

Unidad 2

Carlón, M. (2020). El gigante del streaming hogareño. Pasado, presente y futuro de Netflix. *Revista digital UBA FADU*.

Carlón, M. (2016). *Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre la posttv, el post-cine y y youtube*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.

Heram, Y. (2018). Intratables: el panelismo de ´todas las voces todas. *Revista Pilquen* Vol. 21 N° 20. 2018. Pp. 54 - 68.

Orza, G. F. (2002). *Programación televisiva*. Buenos Aires: La Crujía.

Orozco, G. (Coords.) (2020). *Televisión en tiempos de Netflix. Una nueva oferta mediática*. Guadalajara: Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades Unidad de Apoyo Editorial.

Siri, L. (2016). El rol de Netflix en el ecosistema de medios y telecomunicaciones: ¿el fin de la Tv y el cine? *Hipertextos* Vol. 4, N 5. Pp. 47-109.

Unidad 3

AA.VV. Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2013/2023. Disponible en

https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2023/05/encc2023_informe_preliminar.pdf

Carlón, M. y Fausto Neto, A. (Comps.) (2012). *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía.

Grillo, M., Papalini, V. y Benítez Largui, S. (2016). *Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO. Grimson, A. y Varela, M. (1999). *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre la televisión*. Buenos Aires: Eudeba.

Heram, Y. (2018). ¿Por qué *Showmatch*? Un acercamiento al consumo televisivo de uno de los programas más vistos en Argentina. En revista FONSECA, Journal of Communication. 2018. N 16. Editorial Universidad de Salamanca. Pp. 177-190.

Jacks, N. (2011). Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro. Quito: Editorial "Quipus".

Martel, F. (2015). *Smart. Internt(s): la investigación*. Buenos Aires: Taurus.

11. Régimen de evaluación y promoción: se deberán seguir los requisitos establecidos en el [Reglamento Académico](#), con referencia a la asistencia, la regularidad, tipos de promoción y evaluación (parciales, monografías, trabajos prácticos, exámenes o coloquios finales).

Entrega de Trabajo Final que cumpla según los términos que se establezcan el Reglamento de TIF

12. Modalidad de aprobación: Elegir entre Promocionable o con Examen final obligatorio (los Seminarios TIF deberán dictarse con Examen final obligatorio)

Examen Final Obligatorio

13. Docente a cargo y equipo docente. Funciones de cada integrante informando nombre, apellido y DNI de cada uno. Los seminarios pueden estar dictados por un docente a cargo y hasta dos docentes ad honorem como equipo.

Yamila Heram, Adjunta, docente a cargo cumpliendo las funciones de preparación del programa, dictado, evaluación

Agustina Ahibe, JTP, confección de consignas para trabajar cada clase, dictado de algunos contenidos específicos y evaluación

Lucía Pildain, Ayudante de segunda, acompañamiento grupal de lxs estudiantes y dictado de un contenido específico