

Materia: Televisión I

Titular: Carlos de Elía

Adjunto: Fernando Vailati

Objetivos generales:

El periodismo televisivo es, en la actualidad, el que ha conseguido mayor penetración en la sociedad; sin embargo es el que cuenta con menores posibilidades de formación en nuestro país.

El objetivo de estas doce clases es que los cursantes tengan un panorama claro de lo que significa el ejercicio del periodismo en un medio de alto impacto como la televisión. La propuesta es desarrollar de manera teórica las nociones básicas: los diferentes géneros, la producción y la operación técnica. Se trabajará sobre el tipo y registro de lenguaje apropiado, para evitar las expresiones artificiales que suelen caracterizar la lengua televisiva. Se abordará la transformación del periodismo televisivo gracias al aporte de las nuevas tecnologías: el periodismo ciudadano y sus alcances. Finalmente, se analizará el público al que va dirigido el producto para determinar intereses y preferencias con el objetivo de delinear mejor la apuesta del noticiero.

Esta formulación teórica será acompañada de una parte práctica en la que los cursantes se familiarizarán con la producción, postproducción y puesta al aire. El abordaje de estos aspectos teóricos y prácticos apunta al trabajo final que consistirá en la producción y la puesta al aire de un noticiero que se va a realizar en los estudios de Canal 13 y Todo Noticias.

1. El público de televisión

¿Quién mira qué? El target. La identidad de un noticiero. El zapping. El rating: la tentación del minuto a minuto. La tensión entre el rating y los contenidos periodísticos. Diferencias entre la edición gráfica y la edición en televisión. La responsabilidad.

2. La entrevista televisiva

El cronista y su rol en las entrevistas. ¿Escuchan las respuestas? El valor de la repregunta. Los diferentes tipos de entrevistas. Las conferencias de prensa. El cronista y la mala costumbre de "poner el micrófono". La importancia de la preparación. Estilos y formas para aprovechar al entrevistado.

3. La noticia televisiva

Estructura, proceso de preproducción y puesta al aire. Construcción de una identidad: manual de estilo, recursos audiovisuales, selección de los contenidos. Herramientas para hacer "televisiva"

una noticia: los límites de la ficcionalización. Información, opinión y jerarquización de las noticias.

4. Los noticieros de aire

La crónica para televisión: la edición y la redacción. La conducción y la puesta en el aire de un noticiero. Situaciones límite. La construcción de la credibilidad.

5. Los canales de noticias

La diferencia con los noticieros de aire. La producción sin fin y cómo sostener la "máquina sin cierre". La sinergia en una redacción de varios medios.

6. El lenguaje televisivo

Géneros discursivos en el noticiero. La oralización: armar textos para ser oídos. La elección de un vocabulario claro, sencillo y directo, la importancia de la cohesión y la repetición. El valor de la palabra para acompañar la imagen.

7. Los tipos textuales del noticiero

Características de los diferentes textos. La televisión en mudo: la necesidad de acompañar la imagen con un texto escrito en la pantalla. Empleo de las nociones teóricas en la redacción de: títulos, ventas, presentaciones de piso y videograph. .

8. La convergencia digital

Introducción. Panorama de los medios. Nuevas voces y nuevos actores en el escenario de la comunicación. Globalización y posmodernismo. La credibilidad como capital simbólico en disputa. La nueva audiencia: del consumidor al "prosumidor". Periodismo ciudadano vs. periodismo tradicional: la interacción entre dos medios aparentemente contrapuestos.

9. Periodismo ciudadano

Las primeras experiencias, los casos de medios internacionales. TN y la gente: génesis y desarrollo. Criterios de publicación: ¿Moderación total o publicación automática? Herramientas y tecnología. Comentaristas y trolls, la opinión de la audiencia.

10. Periodismo 2.0.

El público como protagonista. Las redes sociales se introducen en la agenda televisiva. Del RSS a Twitter, cómo canalizar información de un medio masivo en nuevos medios hiperindividuales. Tomando conciencia de las comunidades. Las redes sociales como fuentes.

11. Investigaciones periodísticas televisivas

El trabajo de campo. La documentación. La prueba. El rol de la cámara oculta. El manejo de información confidencial. Los límites. El lugar de la justicia. Las presiones.

12. Cobertura de notas, archivo, edición y publicación

Selección de noticias para un noticiero. Cobertura. ¿Qué quiero mostrar? La selección del material de archivo. ¿Cómo editar? La construcción de la nota en la cabina. Presentación y publicación.