RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes

Universidad
Nacional
de Quilmes

Carboni, Ornela

Rutinas productivas en medios de comunicación

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Compartir Igual 2.5
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/ar/

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:
Carboni, O. (2013). Rutinas productivas en medios de comunicación. (Programa). Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/5132

Puede encontrar éste y otros documentos en: https://ridaa.unq.edu.ar

Universidad
Nacional
de Quilmes
Roque Sáenz Peña 352 // Bernal
Buenos Aires // Argentina
t.: (+41 11) 4365 7100
f.: (+54 11) 4365 7101
info@unq.edu.ar

Departamento de Ciencias Sociales
Programa Regular – Curso Presencial

Carrera:	Diploma en Ciencias Sociales
Año:	2013
Curso:	Rutinas productivas en medios de comunicación
Profesora:	Ornela Carboni
Carga horaria semanal:	4 horas áulicas y 1 hora extra áulica
Horas de consulta extra clase:	Lunes de 18.00 a 19.00 hs.
Créditos:	10 créditos
Núcleo al que pertenece:	Electivo
Tipo de Asignatura:	Predominantemente teórica

Presentación:

El curso aborda los procesos de organización del trabajo en los medios de comunicación a partir de la década del ´80, teniendo en cuenta el impacto de la digitalización y de los desarrollos tecnológicos en los modos de organizar el trabajo.

Asimismo se identifican cambios en la economía política global que incluyen innovaciones tecnológicas en la producción, en la organización industrial y en los mercados globales que también operan en las lógicas propias del sector industrial cultural.

El capitalismo se encuentra atravesado por un proceso de transición hacia un sistema de producción que se sustenta en la fabricación de diversos productos, destinados a segmentos de mercados específicos que requieren de fuerza laboral adaptable y formada. Las industrias culturales no se encuentran exentas de estas transformaciones por lo cual resulta preciso analizar las mutaciones operadas en las formas de organización del trabajo y la valorización en relación con el mercado.

Se identifican analiza la *perfomance* de los profesionales de los medios (trabajadores creativos, personal técnico y artístico) para reflexionar sobre las rutinas de trabajo y la escisión que operó en relación al trabajo intelectual (de concepción) y al trabajo manual (de ejecución). Se pone énfasis en la aparición de nuevos oficios, la reducción de los costos mediante la simplificación de las fases de trabajo, la flexibilización de las plantillas y la descualificación de algunos oficios desplazados por la informática y las respectivas condiciones de empleo.

En este escenario, emergen los trabajadores *multiskilling* (múltiples habilidades) para desempeñar múltiples actividades (*multitasking*) que antes eran distribuidas entre varios empleados.

En síntesis, en las industrias culturales se están produciendo modificaciones que afectan a los tradicionales profesionales de los medios, se conforman perfiles polivalentes de trabajadores, irrumpen nuevas tecnologías y se establecen diferentes rutinas productivas.

Se considera la interacción establecida entre los diversos actores dado que constituye un eslabón clave para pensar tanto en el proceso de organización del trabajo como en el resultado derivado de estas actividades, es decir, los productos culturales.

Al mismo tiempo, se analiza la producción, la distribución y el consumo de contenidos en los medios digitales. Se intenta reflexionar sobre las rupturas y continuidades entre los "viejos" y "nuevos" medios, en lo que respecta al diseño y gestión de productos culturales para los nuevos dispositivos y soportes.

La materia se complementa con el estudio de casos específicos que permiten comprender las dinámicas de los procesos de organización del trabajo en los distintos medios de comunicación a través de la comprensión y el análisis de experiencias concretas.

Objetivos:

- Que los/as alumnos/as aprehendan las herramientas conceptuales para la identificación, interpretación y compresión de los procesos de organización del trabajo en las industrias culturales.
- Que los/as alumnos/as comprendan el impacto de las tecnologías y la digitalización en los procesos organización del trabajo en las industrias culturales según el modo de clasificarlas: lógica de flujo (radio/televisión), edición continúa (prensa gráfica) y edición discontinua (cine, disco, libro).
- Que los/as alumnos/as puedan debatir y reflexionar críticamente a partir de los temas trabajados en clase y de la bibliografía recomendada.

Contenidos mínimos:

Procesos de organización del trabajo en los medios de comunicación a partir de la década del ´80. Los profesionales de los medios (trabajadores creativos, personal técnico y artístico) y sus rutinas de trabajo. Impacto de las nuevas tecnologías y la digitalización en el proceso de trabajo y las tareas desarrolladas por los profesionales mediáticos. Nuevas condiciones tecnológicas, sociales y económicas del trabajo en las áreas de comunicación y cultura: tipos de experiencias y ocupaciones que ofrecen a los trabajadores de las industrias culturales: lógica de flujo (radio/televisión), edición continua (prensa gráfica) y edición discontinua (cine, disco, libro). Similitudes y diferencias en los procesos de organización del trabajo entre los medios públicos, comerciales y sin fines de lucro.

Contenidos Temáticos o Unidades:

Unidad I: Los procesos de organización del trabajo en medios de comunicación

Definiciones conceptuales: las rutinas productivas y los modos de organización del trabajo. Identificación de los profesionales de los medios (trabajadores creativos, personal técnico y artístico). Naturaleza de los productos culturales, la división del trabajo entre la producción y réplica de los contenidos.

Unidad II: La producción en el sector audiovisual: la televisión, el cine y la radio.

El concepto audiovisual. Estilos, formatos, soportes y lenguajes. Guión, producción, post-producción y edición en cine y televisión. El desarrollo de los lenguajes audiovisuales para cine y televisión. Los contenidos audiovisuales y el desarrollo de distintas ventanas de exhibición (televisión, Internet, teléfonos móviles). Convenios de trabajo en televisión y modalidades de contratación.

Unidad III: La prensa gráfica: las rutinas de trabajo y la digitalización

Procesos de organización del trabajo en las redacciones de los medios informativos. Fases del proceso de trabajo. Digitalización e incorporación de tecnologías en las redacciones. Factores económicos y financiamiento que establecen límites a la producción. Tipos de trabajos y oficios.

Unidad IV: La producción de contenidos digitales

El debate entre "nuevos" y "viejos" medios. La re-utilización de los productos culturales en los medios digitales. La producción de contenidos digitales para diversos soportes y dispositivos (Internet, teléfonos móviles).

Bibliografía Obligatoria:

Unidad I

De Mateo Pérez, R. (2009) *Gestión de empresas de comunicación*, Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones (Capítulo V, pp. 150-188).

Roldán, M. (2011) "Nueva codificación de trabajo creativo televisivo y capitalismo informacional contemporáneo. Algunas implicaciones para el desarrollo en base a la experiencia argentina", en *Perspectiva Metodológicas, nº 12.*

Tremblay, G. (2011), "Industrias Culturales, economía creativa y sociedad de la información", en Albornoz, L. (comp.), *Poder, Medios, Cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*, Buenos Aires: Paidós. (pp. 109-119)

Zallo, R. (2007), La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio, en *Revista Zer Nº 22*, pp. 215-234, [En línea] Disponible en: http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer22-10-zallo.pdf

Unidad II

Barroso García, J. (1996), *Realización de los géneros televisivos*, Madrid: Editorial Síntesis. (pp. 22-57).

Bonet, M. (2007), Nuevos caminos para la radio. Un proceso productivo digital para un

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTIN
4

negocio analógico, en *Revista Telos*, N° 73.

Bulloni Yaquinta, M. N. (2008), La regulación social del trabajo de los técnicos cinematográficos argentinos: Un estudio en la producción de cine publicitario en el escenario de la post-convertibilidad, Tesis de Maestría en Ciencias Sociales del Trabajo: Universidad de Buenos Aires.

Carboni, O. (2012), Los procesos de organización del trabajo en las telenovelas Argentinas (1989-2001), Tesis de Maestría en Industrias Culturales políticas y gestión: Universidad Nacional de Quilmes.

Cardillo, L. (2011), "Barricada TV: Todas las noticias que en la teve no ves", en Vinelli, N. (comp.), *Comunicación y televisión popular*, Buenos Aires: Editorial Cooperativa El Río Suena.

Fernández Díez, F. y Martínez Abadía, J. (1994), *La dirección de producción para cine y televisión*. Buenos Aires: Paidós. (72-151).

Fernández Luzón, V. (2001), La irrupción de Internet en las rutinas productivas de los informativos diarios televisivos. El caso de TV3, Televisió de Catalunya. Tesis doctoral: Universidad Autónoma de Barcelona.

López Pumarejo, T (1987), *Aproximación a la telenovela*. Madrid: Ediciones Cátedra (pp. 81-108).

Scarabello, C. (2011), Tareas Productivas Un estudio comparativo sobre la generación de productos de ficción para la televisión abierta en Argentina. El caso del proyecto "La Boya". Tesina de grado: Universidad de Buenos Aires. (Capítulo III, pp. 76-122).

Material complementario: Guiones de ficciones televisivas. Convenios de trabajo y contratos.

Unidad III

Arrueta, C. (2010), *¿Qué realidad construyen los diarios? Una mirada desde el periodismo en contextos de periferia*. Buenos Aires: La Crujía. (pp. 95-157).

Camps, S. y Pazos, L. (2005), *Así se hace periodismo: manual práctico del periodista gráfico*, Buenos Aires: Paidós. (pp. 15-27).

Di Prospero. C y Maurello, M. E. (2010), "Los periodistas y las nuevas tecnologías", en Luchessi, L (comp.), *Nuevos escenarios detrás de las noticias. Agendas, tecnologías y consumo*. Buenos Aires: La Crujía. (pp. 51-70)

Martini, S. y Luchessi, L. (2004), *Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder*, Buenos Aires: Biblos (pp. 63-98)

Salaverría, R. y García Avilés, J. A. (2008), La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo, en *Tripodos*, N° 23: Barcelona.

Unidad IV:

Franquet, R. (2004), Asalto a la Red. La batalla decisiva de los medios de comunicación online. VII Congreso ALAIC, La Plata, Argentina.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE 5

Franquet, R. (2012), La adecuación de la estructura organizativa a las exigencias de una producción *cross-media*: el caso de la televisión pública italiana, Universidad Autónoma de Barcelona.

Prado, E. (2010), Contenidos y servicios para la televisión digital, en *Revista Telos* N° 84.

Scolari, C. (2009), "This is the end. Las interminables discusiones sobre el fin de la televisión, en Carlón, M. y Scolari, C (comp..) *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. La Crujía: Buenos Aires (pp. 189-208).

Bibliografía de consulta:

Aguado, J. M y Martínez, I. (2006), El proceso de mediatización de la telefonía móvil: de la interacción al consumo cultural, en *Revista Zer*, N° 20.

Becerra, M y Mastrini, G. (2006), *Periodistas y magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, Buenos Aires: Prometeo. (pp. 37-69)

Dantas, M. (2011), "Nueva etapa de la industria cultural: de la lógica fabril a los *jardines amurallados*", en *Revista Herramientas Web*, dic. 2011, [En línea] Disponible en: http://www.herramienta.com.ar/herramienta-web-10/nueva-etapa-de-la-industria-cultural-de-la-logica-fabril-los-jardines-amurallados

García Mirón, S. (2010), Televisión y redes sociales: presencia de la estrategia 3.0 de Antena 3 en Facebook, Universidad de Vigo: España.

Hesmondhalgh, D y Baker S. (2008), "Creative Work and Emotional Labour in the Television Industry", en *Theory, Culture & Society*, Vol. 25(7–8), Los Angeles, London, New Delhi, and Singapore: SAGE. (pp. 97–118).

Masip, P. (2005) "Rutinas periodísticas e internet en la información diaria". Congrés Internacional Comunicació i Realitat. Maig. Barcelona.

McKercher, C. y Mosco, V. (2008), *The laboring of communication: will knowledge workers of the world unite?*. USA: Lexington Books.

Roldán, M. (2008) "Capitalismo Informacional, industrias de la comunicación y organización del trabajo en la producción de contenidos en la rama editorial. Reflexiones sobre su contribución al desarrollo en la Argentina 2000s" en Susana Sel (Comp.). *Imágenes, palabras e industrias de la Comunicación. Estudios sobre el capitalismo informacional contemporáneo.* Buenos Aires: La Tinta ediciones, pp.11-51.

Ruano, S. (2009), Internet y la telefonía móvil nuevos soportes para distribuir contenidos audiovisuales, en *Revista Electrónica Razón y Palabra*, N° 68.

Rullani, E. (2004), "El capitalismo cognitivo ¿un *déjà-vu*?", en Moulier Boutang, Y. *et al.* (comp.) *Capitalismo Cognitivo, Propiedad Intelectual y Creación Colectiva*, Madrid: Traficantes de Sueños.

FOLIO 6

Salaverría, R. (2003), ¿Hacia dónde se dirige la convergencia de medios?, en *Mediacción Consultores*, Universidad de Navarra, [En línea] Disponible en: http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5107/1/medoc-0411-01.pdf.

SInCA, Sistema de información cultural de Argentina Secretaría de cultura de la Nación. (2009) ¿Que ves cuando me ves. La televisión argentina como industria cultural? Buenos Aires. Colección cultura y economía. (Cap. I y III).

Ursell, G.(2000), "Television Production: Issues of exploitation, commodification and subjectivity in the UK television labour markets", en *Media, Culture & Society*, Vol. 22: 805-825. Londres: Sage Publications.

Varela, M. (2009), "El miraba televisión, you tube. La dinámica del cambio en los medios", en Carlón, M. y Scolari, C (comp..) *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. La Crujía: Buenos Aires (pp. 209-227).

Williams, R. (2011), *Televisión: tecnología y forma cultural*, Buenos Aires: Paidós.

Modalidad de dictado:

El curso presenta una propuesta metodológica teórica-práctica basada en clases de carácter expositivo teórico/conceptual a cargo de la docente y complementado por instancias de participación en las cuales los/as alumnos/as deberán vincular los aspectos prácticos con la bibliografía obligatoria.
El diseño macro del curso propone una abordaje teórica/conceptual sobre los ejes claves del programa y un análisis teórico-práctico sobre la organización del trabajo en las industrias culturales.

Actividades extra-áulicas obligatorias:

Los/as alumnos/as deberán realizar trabajos prácticos con consignas que se entregarán durante las clases presenciales que complementaran el trabajo desarrollado en el aula. Asimismo deberán buscar en diarios y revistas nacionales o extranjeras material relacionado con los conceptos desarrollados en el aula.

Evaluación:

La evaluación se compondrá de:
a) La participación de los/as alumnos/as en el desarrollo de las clases expositivas y la predisposición para la realización de actividades dentro del espacio áulico.
b) Se evaluarán los contenidos de la materia mediante dos parciales de carácter escrito individual sobre la bibliografía obligatoria.
c) Finalmente se tomará un examen oral final integrador.
La exigencia de asistencia a un porcentaje de clases, los puntajes necesarios para la aprobación de la materia y las instancias de recuperación se adecuarán a las normas del Régimen de Estudios vigente.

CARBONI, ORNELA VANINA