

## Departamento de Ciencias Sociales

### Programa Libre

<b>Carrera:</b>	Diploma en Ciencias Sociales Ciclo de Complementación Curricular (CCC)
<b>Año:</b>	2020
<b>Curso:</b>	Rutinas productivas en medios de comunicación
<b>Créditos:</b>	10 créditos
<b>Núcleo al que pertenece:</b>	Electivo
<b>Tipo de Asignatura:</b>	Predominantemente teórica

#### **Presentación:**

El curso aborda los procesos de organización de organización productiva y del trabajo en los medios de comunicación a partir de la década de 1980, a partir del impacto de la digitalización y de los desarrollos tecnológicos en las formas de organizar el trabajo.

Asimismo, se identifican las transformaciones en la economía política global que incluyen las innovaciones tecnológicas en la producción, en los modos de organización industrial y en los mercados globales que inciden en las lógicas propias del sector ligado a las industrias culturales.

El capitalismo está 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 del capital en relación con el mercado.

Se analiza la *performance* 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). El foco está 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 comprensión 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 continua (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 productiva y del trabajo en los medios de comunicación a partir de la década de 1980. 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 (industria discográfica y de videojuegos)**

Los procesos de trabajo y la cadena de valor de las industrias discográficas y de los videojuegos. 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*, n° 12.

Martel, F. (2014), *Cultura Mainstream*. CABA: Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara. (pp.13-22 y pp. 415-443).

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* N° 22, pp. 215-234, [En línea] Disponible en: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer22-10-zallo.pdf>

### **Unidad II**

Bulloni Yaquina, 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. (Capítulo III, pp. 56-95).

Carboni, O. (2015), Los procesos de organización productiva y del trabajo en las tiras diarias de la televisión abierta argentina (2002-2012), Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales, UBA. Capítulo V (Excepto Puntos, 5.2, 5.2.1, 5.3)

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 Suená.

López, D. (2012), Profesional multitarea y contenido multiplataforma: nuevas prácticas en la radio contemporánea. EDICIÓN No. 84: LOS USOS Y LAS PRÁCTICAS DE LA COMUNICACIÓN ENERO – JUNIO 2012.

García, A. (2013). De la radio interactiva a la radio transmedia: nuevas perspectivas para los profesionales del medio. ICONO14 | Año 2013 Volumen 11 N° 2.

Martinchuk, E. & Mietta, D. (2007), *Televisión para periodistas. Un enfoque práctico*. Buenos Aires: La Crujía (pp. 72-96)

**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).

Clauso, R. (2010), *Cómo se construyen las noticias*. Buenos Aires: La Crujía (Capítulos 2 y 11).

Boczkowski, P. (2006). *Digitalizar las noticias: innovación en los diarios online*. Buenos Aires: Ediciones Manantial. (Capítulo III, pp. 77-104).

Retegui, L. (2013). TIC e industrias culturales. ¿Un avance sobre el trabajo creativo?. Ponencia presentada en el ENACOM 2013, Río Cuarto.

Salaverría, R. (2016), *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Ariel: Barcelona (*Ciberperiodismo en Iberoamérica: marco general y Capítulo Argentina*).

Salaverría, R. (2017), Tipología de los cibermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación, en *Revista Mediterránea de Comunicación*. 8(1), 19-32. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.1.2>.

### **Unidad IV:**

Arango Archila, F. (2016), El impacto de la tecnología digital en la industria cinematográfica. *Dixit* n.º 24 : enero-junio 2016.

Carboni, O. (2017), "La televisión abierta en Internet: los casos de Telefe y El Trece", en Arrueta, C y Labate, C (comp) *La comunicación digital : redes sociales, nuevas audiencias y convergencia : desafíos y oportunidades para la industria, el Estado y los usuarios*, San Salvador de Jujuy : Editorial de la Universidad Nacional de Jujuy - EDIUNJU (pp. 201-218)

Carlón, M. (2016), "Contrato fundacional, poder y mediatización: noticias desde el frente sobre la invasión a Youtube, campamento de los bárbaros", en Carlón, M. (2016) *Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post tv, el post cine y Youtube*. La Crujía: Buenos Aires.

Carlón, M. (2009), "¿Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era", en Carlón, M. y Scolari, C (comp.) *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. La Crujía: Buenos Aires (pp. 159-187).

Manrubia Pereira, A. M. (2014): El proceso productivo del videojuego: fases de producción. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 19. Núm. Especial Marzo.

Miguel de Bustos, J. C. (2009) *Cambios institucionales en las industrias culturales. Hacia una economía directa o reticular*. Disponible en [http://www.portalcomunicacion.com/ESP/n\\_aab\\_lec\\_3.asp?id\\_llico=27&index=0](http://www.portalcomunicacion.com/ESP/n_aab_lec_3.asp?id_llico=27&index=0)

Siri, L. (2015), El rol de Netflix en el ecosistema de los medios y telecomunicaciones: ¿El fin de la televisión y el cine?, en *Hipertextos, Vol 3, N° 5*, Buenos Aires, Julio/Diciembre 2015. (pp. 69-99).

Rodríguez-López, J. & Aguaded-Gómez, I. (2015). La cadena de valor del vídeo musical: el videoclip en el circuito comercial de las industrias culturales, *Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 2015, n°9.

Trenta, M. (2014): Modelos de negocio emergentes en la industria del videojuego, *Icono 14*, volumen (12).

### **Bibliografía de consulta:**

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>

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

Henry, L. (2013), Flexibilización productiva y difusión del trabajo independiente en la prensa escrita argentina. Un estudio sobre las condiciones de empleo de los periodistas colaboradores,

en *Trabajo y Sociedad*, N° 21, invierno 2013, Santiago del Estero  
Sancha, D. (2008), La convergencia de redacciones en la era de jardín abierto, en *Quadernos del CAC*, julio 2008. Disponible en: [www.cac.cat](http://www.cac.cat).

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).

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

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

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).

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, YouTube. 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.

### **Evaluación:**

La evaluación consistirá en un examen oral sobre los contenidos abordados en cada una de las unidades temáticas.