

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES  
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO  
CARRERA DE DISEÑO DE IMAGEN Y SONIDO

Asignatura: Producción y Planificación

Cátedra: Rojze

Promoción: Por examen

Carga horaria: 60 hs.

Año Académico: 2006

Curso: Cuatrimestral

## PROGRAMA

- **Propuesta de la Cátedra**

El compromiso y la pasión por la materia a tratar son herramientas fundamentales para obtener resultados positivos en el esforzado camino de la construcción de conocimiento.

La enseñanza de la producción y la planificación de medios audiovisuales no puede estar desligada del contexto real de la materia en el entorno económico social. Por eso consideramos muy importante abordar aspectos tales como la relación entre el medio local y el global, la historia de los medios y sus métodos de producción, las consecuencias de estos métodos en el pasado y el presente, el contexto económico, entre otras cosas, estableciendo siempre un ida y vuelta entre teoría y práctica. No se trata de enunciar una lista enciclopédica de complejos ítems, esta propuesta apunta a entender las actuales condiciones de producción de los distintos medios que componen el universo audiovisual -con sus ventajas y desventajas- para, a partir de allí, propiciar acciones que ayuden a implementar mejoras, sin importar que sean grandes o pequeñas, de manera que la actividad de cátedra se inserte en el desarrollo de la producción audiovisual.

Expresado de otra manera, la acción universitaria, no es sólo dar clases, preparar trabajos prácticos acordes, evaluar y corregir. Es también traer los problemas de la realidad al mundo académico para intentar desde éste último aportar soluciones que mejoren la actividad; superando la instancia de acción pura, de práctica pura, que muchas veces imposibilita el proceso de reflexión sobre lo que se hace. La reflexión y la introspección son actividades necesarias en la producción de conocimiento nuevo. Al mismo tiempo, en esta relación de diálogo entre el mundo real y el mundo de las ideas, el conocimiento generado en las aulas de la universidad se enriquece, actualiza y complejiza en la comprensión de situaciones concretas. Lo contrario es pensar a la academia aislada del mundo, al teórico sumergido sólo en los "grandes problemas" que él percibe. Es necesario plantearse esta problemática a la hora de encarar la tarea simultánea de enseñar y aprender una disciplina. La enseñanza no es un proceso estanco que congela la búsqueda del conocimiento y la evolución de la materia tratada. Por el contrario, **docencia, investigación y transferencia** son preceptos fundamentales en esta búsqueda.

Si bien todo lo dicho hasta ahora puede no ser algo nuevo para muchas disciplinas del conocimiento, sí parece ser una novedad cuando queremos aplicarlo a la producción y planificación de medios audiovisuales. Y creemos que esto ocurre, en gran medida, por la relativa juventud de los medios audiovisuales en general y, en consecuencia, a lo reciente de su estudio.

Esta situación es fácilmente comprobable con el simple hecho de encarar una búsqueda bibliográfica sobre la materia. No estoy diciendo nada nuevo al informar que prácticamente no hay textos sobre la especialidad producidos en el mercado local o en nuestra lengua en forma original. El tamaño de nuestra "colección completa" es bastante pequeño, más aún si lo comparamos con el volumen que ofrecen otras disciplinas con mayor cantidad de años. Ahora, lejos de lamentarnos por esto, debemos ver a esta realidad como una excelente noticia: es enorme el mundo de lo que podemos investigar. Cuántas buenas cosas quedan por hallarse, cuántos desafíos de superación le esperan al mundo de la producción audiovisual. Casi tantos como las ganas de realizar nuevos proyectos.

El problema concreto del dictado de la materia en esta carrera en particular, tiene correlación precisamente con la dispar proporción entre lo basto del conocimiento a tratar y lo limitado de la carga horaria que la asignatura posee. A esto se agrega otra dificultad. La ausencia en el plan de estudios de algunas correlatividades necesarias que complementen el dictado. En 60 horas se debe explicar y aplicar todo lo concerniente a la Producción y la Planificación del producto audiovisual. No hay materias tales como Introducción a la Producción, Derecho Aplicado o Nociones de Economía y Administración. Por suerte, Comercialización y Difusión de los Medios sí existe y es la materia correlativa.

Este problema quizás sea un síntoma lógico de una Carrera que ha priorizado el diseño del producto y no ha puesto el acento -hasta ahora- en su efectiva producción, seguramente como

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES  
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO  
CARRERA DE DISEÑO DE IMAGEN Y SONIDO

Asignatura: Producción y Planificación

Cátedra: Rojze

Promoción: Por examen

Carga horaria: 60 hs.

Año Académico: 2006

Curso: Cuatrimestral

consecuencia de la desequilibrada ecuación entre lo masivo del dictado de clases y la carencia de medios de producción para abastecer las necesidades planteadas desde lo educativo. Por todas estas situaciones propias de la Carrera en la actualidad, se impone la necesidad de un recorte de contenidos de la materia, la búsqueda de una perspectiva determinada y la selección de temas.

¿Cuál es perfil deseado? ¿Cuáles son los ejes temáticos? ¿Hacia dónde debe marchar la formación del estudiante dentro de este contexto acotado? La propuesta que se expresa a continuación es fruto de la elección y la experiencia de esta cátedra en estos últimos 3 años.

• **Objetivos**

1. Definición del campo de acción.

El programa previsto para la materia busca abarcar al conjunto de los medios audiovisuales. La convergencia tecnológica avanza aceleradamente y se hace cada vez más difícil distinguir la frontera entre lo específico de la producción de contenidos para cine y TV abierta, TV paga en sus amplísimas formas, lo virtual, el diseño de productos interactivos, el streaming, los video juegos y demás etcéteras. Todos ellos forman parte del universo de la producción y del ámbito laboral presente o futuro de los propios estudiantes.

Consecuentemente intentamos brindar una formación amplia, tomando como referencia al cine y la TV pero mencionando permanentemente las relaciones de éstos con el resto del universo planteado.

2. Contexto de la acción.

Consideramos muy importante la comprensión por parte de los estudiantes del contexto local. Las leyes marco, los organismos reguladores, las empresas del sector, las regulaciones del derecho autorral o los convenios colectivos forman parte de un contexto particular y específico del mercado local que el estudiante no puede desconocer. Sin embargo, no es lo único que el alumno debe entender del contexto, la competencia internacional, las ventajas comparativas, el mercado local, regional y global son algunos de los elementos que el productor formado tiene que comprender y saber relacionar a la hora de diseñar o gestionar un proyecto audiovisual.

3. El productor como motor de la industria. Compromiso y responsabilidad.

Esta propuesta pretende despertar en el estudiante la conciencia del lugar que ocupa la producción en el desarrollo del proyecto particular y de la industria en general. Así, en el futuro, más allá del puesto en que estén ubicados dentro de la organización productiva, sepan medir la importancia de su labor dentro del proyecto en el que participa y la relación de este con el contexto en el que se desarrolla.

4. Concepto de desarrollo de proyectos.

***Aprender a diseñar el proyecto audiovisual es el objetivo concreto de la formación propuesta. Para ello se abordan nociones de Dirección, Gerenciamiento o Administración de proyectos. Se acerca al estudiante a métodos realistas de evaluación y desarrollo tomando como ejemplos prácticos, por su enorme dimensión abarcativa y su capacidad de funcionar como modelos, al cine y la televisión abierta. Los estudiantes aprenden a manejar las herramientas de la materia en un contexto definido y homólogo al mercado real y por ende toman conciencia de los límites lógicos de las propuestas que ellos mismos motorizan.***

5. Integración del público en el diseño de producción.

Sin adentrarnos en los contenidos específicos de la materia Difusión y Comercialización de los Medios, como las estrategias específicas de distribución, el marketing del producto audiovisual o los contratos usuales, la cátedra propone y dicta contenidos que incorporan al público receptor desde el

**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES**  
**FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO**  
**CARRERA DE DISEÑO DE IMAGEN Y SONIDO**

**Asignatura:** Producción y Planificación

**Cátedra:** Rojze

**Promoción:** Por examen

**Carga horaria:** 60 hs.

**Año Académico:** 2006

**Curso:** Cuatrimestral

inicio del diseño audiovisual. Para ello el alumno se familiariza con conceptos básicos como Universo medido, Composición, Nivel Socioeconómico o target.

Pretender entender el proceso de creación y puesta en marcha del producto audiovisual sin la incorporación de este elemento sería enseñar a diseñar para nadie, corriendo así el riesgo de malas interpretaciones sobre el proceso de creación que pueden arrastrarse al campo profesional.

6. Desarrollo de la tarea.

Dentro de la limitación planteada se intentan describir los métodos usuales para la organización del trabajo, los recursos en juego y las tareas habituales de la producción audiovisual y que el alumno logre aplicarlos por medio de Trabajos Prácticos de diseño de producción.

• **Contenidos**

1. Introducción y conceptos generales de la materia.  
La incumbencia de la producción. Desarrollo de proyecto. Proyecto cinematográfico. Proyecto televisivo. Producción ejecutiva en cine y televisión.
2. Propuesta estética. Propuesta de producción. Conceptos generales.
3. Herramientas para la organización del trabajo.  
Desglose y Rubros del desglose detallado.  
Cronograma de tiempos y plan de rodaje. Llamado de filmación.  
La rutina como base del modelo de programa en TV de no ficción.
4. La empresa televisiva.  
La organización del trabajo. Las diferentes áreas que la constituyen. El proceso de producción en la industria. Modelo de organización del programa en el marco de la empresa televisiva.
5. El equipo técnico en la industria cinematográfica. Su diseño. Roles típicos. Planteo de problemas y soluciones producto de la organización laboral.
6. Nociones de la legislación laboral. Convenios colectivos: SICA, SADEM, SADAIC, SUTEP  
Actores: Categorización y liquidación de haberes.
7. El diseño del proyecto audiovisual.  
El presupuesto como instrumento para la evaluación.  
Modelo de presupuesto del INCAA.  
Arriba y debajo de la línea.  
Modelo de presupuesto de proyecto televisivo.  
Equipamiento y procesos en TV Producción y Pos producción. Estándares de calidad. Ejemplos de operaciones en TV
8. Marco legal y su relación con el modelo productivo local.  
Ley de Cine. Cuota de Pantalla.  
La cadena de explotación de un film.  
Producción, distribución, exhibición. Home y TV Ventas exterior.  
INCAA: subsidios, créditos. Plan de fomento. Presentación del proyecto al INCAA, comisiones evaluadoras y sus resultados.  
TV: Ley de Radiodifusión.  
COMFER: licencias y operadores del mercado. Canales abiertos y pagos.  
Relación Negocio / Sistema de transmisión  
Bases económicas de cada sistema.

**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES  
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO  
CARRERA DE DISEÑO DE IMAGEN Y SONIDO**

**Asignatura: Producción y Planificación**

**Cátedra: Rojze**

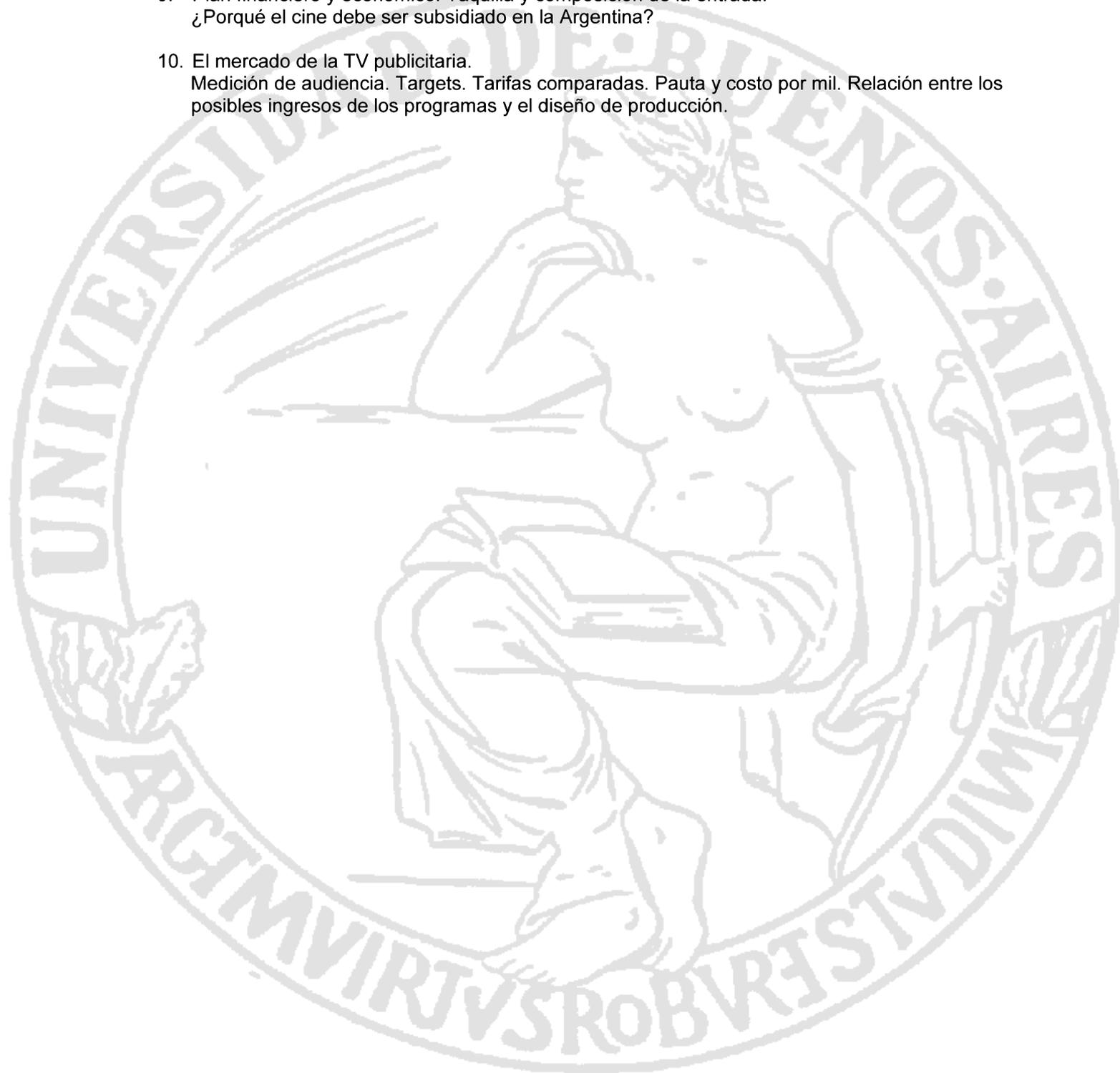
**Promoción: Por examen**

**Carga horaria: 60 hs.**

**Año Académico: 2006**

**Curso: Cuatrimestral**

9. Plan financiero y económico. Taquilla y composición de la entrada.  
¿Porqué el cine debe ser subsidiado en la Argentina?
10. El mercado de la TV publicitaria.  
Medición de audiencia. Targets. Tarifas comparadas. Pauta y costo por mil. Relación entre los posibles ingresos de los programas y el diseño de producción.



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES  
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO  
CARRERA DE DISEÑO DE IMAGEN Y SONIDO

Asignatura: Producción y Planificación

Cátedra: Rojze

Promoción: Por examen

Carga horaria: 60 hs.

Año Académico: 2006

Curso: Cuatrimestral

• **BIBLIOGRAFIA**

(Deberán atenerse a las normas bibliográficas: (AUTOR – *Título* – Editor)

- Por tema o unidad (obligatoria)
- General o recomendada (no obligatoria)

• **FILMOGRAFIA**

(Deberán atenerse a las normas filmográficas: ("*Título*" – Director – Año)

- Por tema o unidad (obligatoria)
- General o recomendada (no obligatoria)

• **Pautas de evaluación**

- Criterios generales para la evaluación del curso.
- Conceptos de evaluación parciales por Trabajo Práctico (podría ir en la Guía de T.P.)
- Criterios generales para el examen final (para las asignaturas de promoción por examen final)

• **Reglamento de Cátedra**

- Total de asistencia requerida
- Tipo de asistencia requerida
- Porcentaje de Trabajos Prácticos

• **Listado de docentes**

Gabriel Rojze - Profesor Titular.  
Cecilia Diez – Profesora Adjunta.  
Eleonora Rolandi - Jefa de Trabajos Prácticos.  
Alfredo Caro - Jefe de Trabajos Prácticos.  
Juan Martín Bartomioli - Ayudante.  
Laura Perelli - Ayudante.

----- (hoja aparte) -----

**GUIA DE TRABAJOS PRACTICOS (máximo 1 página por TP)**

Irán detallados los Trabajos Prácticos a realizar, según el siguiente detalle:

• **Tema**

- Denominación y/o número
- Pautas y objetivos
- Implementación  
Aquí se definirán las técnicas específicas (si las hubiera); como será la entrega de ese trabajo práctico, (paneles, carpetas, VHS, DVD, etc.); condiciones de entrega (cantidad, calidad o tipo de formato).
- Duración (Cantidad de clases y fechas de entrega).

FIRMA DEL TITULAR O ADJUNTO A CARGO