

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ENTRE RÍOS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
Licenciatura en Comunicación Social
Créditos Libres del Área de la Formación Práctica en Comunicación

Nombre de la propuesta:

Preproducción, Producción y Puesta al Aire de contenidos para *Aula A – FCEdu Streaming*

Cantidad de Créditos:

Créditos que otorga: 4

Horas de interacción pedagógica (totales): 15

Horas de trabajo autónomo (totales): 85

Horas de interacción pedagógica semanal:

3 (tres) horas de interacción pedagógica semanales

45 (cuarenta y cinco) horas totales en 15 semanas

Horas de trabajo autónomo:

55 (cincuenta y cinco) horas estimadas de trabajo autónomo de cada estudiante.

Destinatarios:

6 (seis) estudiantes de Segundo Año de la Licenciatura en Comunicación Social que tengan aprobado o regularizado el Taller de Producción en Lenguajes I: Comunicación Sonora o Comunicación Escrita

4 (cuatro) estudiantes de Segundo Año de la Licenciatura en Comunicación Social que tengan aprobado o regularizado el Taller de Producción en Lenguajes I: Comunicación Audiovisual

6 (cuatro) estudiantes de Segundo Año de la Licenciatura en Comunicación Social que tengan aprobado o regularizado el Taller de Producción en Lenguajes I: Comunicación Visual

Coordinación Técnica CEPCE: Oscar E. Bosetti

Docente responsable:

Pablo Feulliade

Profesores ayudantes:

Regina Kuchen

Federico Vimberg

Ramiro García Valentinuz

Presentación de la propuesta:

El 8 de noviembre de 2024 a partir de las 16 se inauguró el **canal de streaming Aula A - FCEdu Streaming** con la primera propuesta de programación. El canal se encuentra en el primer piso de la Facultad de Ciencias de la Educación en calle Alameda de la Federación 105 en Paraná en el espacio en que funcionan las distintas áreas del Centro de Producción en Comunicación y Educación (CePCE).

Su diseño y puesta a punto estuvo a cargo de la Coordinación Técnica del Centro de Producción en Comunicación y Educación (CePCE), las diferentes Áreas del Centro de Producción en Comunicación y Educación, el Departamento de Informática, el Área de Comunicación Institucional y el equipo de gestión de la Facultad.

A partir de esto, el programa de radio de la Facultad de Ciencias de la Educación “Hoja de Ruta: todos los caminos al conocimiento” que se emitía desde 2023 en Radio UNER Paraná, comenzó a realizarse en el canal de streaming Aula A y a difundirse también simultáneamente por el Sistema Integrado de Radios de la UNER (SIRUNER).

Al mismo tiempo desde sus inicios se vienen implementando convocatorias públicas regulares a docentes, estudiantes, no docentes y personas graduadas de la UNER para presentar propuestas de realización integral de programas de *streaming*. Como parte de este proceso, se delineó la grilla de programación de Aula A.

La producción de un programa para *streaming* requiere de diferentes lenguajes y procesos de preproducción, producción y edición en el que interviene la comunicación sonora, visual, audiovisual y escrita. Esto demanda un trabajo articulado entre las distintas áreas que integran el CePCE para poder presentar la programación.

En función de ello, la propuesta de créditos libres para *streaming* en el CePCE prevé que el estudiantado pueda sumarse a partir del recorrido realizado en el Taller de Producción en Lenguajes I: Comunicación Escrita, Comunicación Visual, Comunicación Sonora y Comunicación Audiovisual.

Dadas las características del streaming y de su contexto de recepción, lo visual adquiere un rol protagónico: no solo como soporte estético, sino como lenguaje que organiza y potencia la experiencia, facilita la identificación, dinamiza el discurso, ordena, contextualiza y estabiliza determinadas informaciones (por ejemplo, con los zócalos) y potencia la memorización de los contenidos. Lo visual se constituye en un acto comunicativo que articula significados, valores y narrativas. La modalidad identitaria que despliega resulta, por lo tanto, un dispositivo de mediación cultural que favorece la construcción de comunidad y la fidelización de audiencias.

El *streaming* se ha consolidado como una forma habitual de producir y de consumir contenidos. Desde un recital hasta una conferencia académica, cualquier actividad puede verse “*en vivo*”, sincrónicamente, y desde cualquier punto del mundo. En esa masificación, el verdadero giro no es técnico, sino cultural: pasamos de una lógica de transmisión masiva a una lógica de consumo selectivo.

Resulta un lugar común, aunque necesario de imprescindible revisión, describir el espacio de los medios universitarios como un ecosistema público conformado por plataformas de comunicación, como radios, canales de televisión y portales digitales, gestionadas por instituciones de educación superior.

En nuestro país, esta trama es robusta y su historia cuenta con hitos insoslayables, como la fundación de la primera emisora del mundo en la Universidad Nacional de La Plata. En la actualidad está integrada por más de sesenta emisoras de radio, canales y portales web, nucleadas en organizaciones como la Asociación de Radiodifusoras Universitarias Nacionales Argentinas (ARUNA) y la Red de Comunicación Pública para la Ciencia (REDIAP). Estos espacios operan con un enfoque contrahegemónico, priorizando contenidos regionales, sociales y científicos frente a la centralización de los medios comerciales

Es relativamente reciente la irrupción del *streaming* en el contexto de los medios en general y de la comunicación universitaria en particular. En este nuevo ecosistema el reto consiste en pensarlo como una herramienta estratégica, capaz de amplificar mensajes y, al mismo tiempo, consolidar la identidad de quienes los producen. Porque cuando la tecnología se combina con contenidos socialmente significativos, lo que se genera no es solo alcance, sino también disfrute y confianza duradera.

Propósitos / objetivos:

Se aspira que, al finalizar este recorrido las y los estudiantes estén capacitados para:

- Determinar las reglas específicas que organizan las narrativas presentes en el *streaming*.
- Participar en el desarrollo de una producción para *streaming* en las instancias de preproducción, producción y puesta al aire de los programas de acuerdo con los diferentes lenguajes que intervienen en el mismo.
- Producir contenidos para el programa “*Hoja de Ruta*” y participar de otras producciones de **Aula A – FCEdu Streaming, de acuerdo con los diferentes lenguajes en que se coordine el trabajo: comunicación escrita, sonora, visual y audiovisual.**
- En el área del lenguaje visual se propone diseñar sistemas identitarios coherentes y funcionales para programas de streaming, entendiendo que cada elemento gráfico contribuye a potenciar la marca y la construcción de una comunidad en torno a la propuesta; comprender y aplicar estrategias de comunicación visual que respondan a las demandas visuales del tipo de discurso pretendido, atentos a sus efectos de sentido y realizar un análisis crítico, fundamentado y reflexivo acerca de las producciones gráficas y la de los pares.
- Reflexionar sobre las prácticas llevadas adelante y dar cuenta del proceso de aprendizaje desarrollado a través de la presentación de dos informes individuales.

Actividades

La secuencia de actividades que se enuncia más abajo se puede realizar tanto de manera individual como de a dos. No obstante esta aclaración, vale destacar que algunas producciones está previsto que se efectivicen de manera personal.

Metodología

La modalidad y la dinámica de trabajo propuesta por el equipo docente está basada en la expresión “*Hacer Streaming Haciendo Streaming*”.

Este enfoque epistemológico privilegia el aprender haciendo, donde el diálogo constante entre los saberes disciplinares y la experimentación directa coadyuva a la construcción del

conocimiento. Entendemos que la práctica de los diferentes lenguajes no se limita a la ejecución técnica, sino que constituye una práctica discursiva y habilita un espacio de reflexión sobre los procesos comunicacionales, las dinámicas de producción y cada decisión que se toma respecto de la construcción de los discursos.

Si bien el desarrollo de esta propuesta estará apuntado al canal de streaming de la FCEdu, Aula a, se espera fortalecer en el estudiantado las competencias específicas para que puedan extrapolar los conocimientos adquiridos a otras instancias similares. Es un anhelo que la trayectoria propuesta se convierta en un espacio de búsqueda e innovación, que los prepare para enfrentar escenarios comunicacionales dinámicos y complejos.

Habrán momentos teóricos y otras instancias en donde se debatirán de manera grupal, problemáticas relacionadas con el universo expresivo del *streaming* a partir de un sumario bibliográfico de lectura obligatoria. Dichos textos estarán acompañados por guías de lecturas para orientar su interpretación y análisis.

Trabajos Prácticos

Se proponen entre cinco y seis actividades que se dividirán en tres grupos de trabajo distribuidos entre: Producción Sonora y Escrita; Producción Audiovisual y Producción Visual.

En el área de Producción Sonora y Escrita:

Se buscará que cada estudiante alterne por los diferentes Roles y Funciones que hacen a la Preproducción, Producción y Puesta al Aire de un Programa de *Streaming*.

De esta manera -y considerando a esta experiencia como una Práctica Preprofesional- se tenderá a materializar la idea de conocer y practicar las distintas rutinas contenidas en la Producción Periodística Integral.

Esto incluye la escritura de 2 (dos) guiones, la realización de 2 (dos) entrevistas, la participación como columnista en alguno de los 2 (dos) programas.

En el área de Producción Audiovisual:

Se trabajará en el diseño de la puesta en escena de los programas de *streaming*, puestas de cámaras, puestas de luces, registro en cámara e iluminación para entrevistas, registro de sonido directo, edición de materiales audiovisuales para el “croma” en articulación con el área de Comunicación Visual, sonorización y posproducción de los materiales audiovisuales para las producciones periodísticas.

En el área de Producción Visual:

Se trabajará en la marca gráfica a partir de algunas preguntas: ¿Para qué una marca? Elementos marcarios. ¿Cómo se construye una identidad visual? Aspectos semánticos del tipo o cómo seleccionar una tipografía que refuerce la identidad del programa. ¿Isotipo o logotipo? Colores y sensaciones asociadas. ¿Cómo generar y aplicar una paleta cromática? Sistema visual. En articulación con producción audiovisual se trabajará la **fotografía** para experimentar con cambios en la luz, introducir los principios básicos de la iluminación fotográfica. Fotografía de los conductores: retrato, plano medio y americano, en función de un uso promocional. Chroma key. Fotografía de objeto según cumpla una función escenográfica o a los efectos de ser animado. Cómo la luz incide en los distintos materiales y los efectos que genera. En **Fondos y zócalos** se indagará y experimentará con el espacio-pantalla. Retícula modular. Modificación de la escena con el uso de fondos. ¿Cómo relacionar la imagen del estudio con estrategias escenográficas digitales? El diseño de fondos y la relación con la incorporación de videos o animaciones. Idea de máscara. Ubicación de los protagonistas fotografiados para flyer publicitario. Combinatorias. Interacción de los elementos gráficos en la pantalla: posibilidades y limitaciones. En **animaciones** se trabajará la generación de movimiento relacionados con el fondo diseñado previamente. En el eje

Animación de la marca y de objetos específicos se propondrá ¿cómo pensar el movimiento en relación a los conductores y al ritmo del programa. Aspectos visuales y técnicos de la animación.

Modalidad y condiciones de evaluación y acreditación

El régimen de evaluación propone la condición de estudiante regular con promoción

Tras la presentación de cada una de las entre cinco y seis actividades propuestas habrá un espacio de interacción con la y/o el estudiante para la realizar la correspondiente autoevaluación y evaluación de lo realizado. En tal sentido, esta instancia dialogará con los principios institucionales, con los objetivos y propósitos anotados más arriba, con la modalidad de trabajo y el tiempo disponible para su materialización.

Bibliografía

Berti, Agustín (2025). *“Plataformas de Streaming: Una Economía de la Dispersión”*, Córdoba, Argentina: Editorial Universidad Nacional de Córdoba. 1° Edición.

Busso, Mariana (2025). *“Los «Canales de Streaming» en Argentina: Continuidades y Rupturas en su Configuración Mediática”*, Paraná, Entre Ríos, Argentina: del prudente Saber y el máximo posible de Sabor N° 22, julio-diciembre 2025.

Carpintero, Carlos (2007) “Construir identidad” en *Sistemas de identidad, Sobre marcas y otros artificios*. Buenos Aires. Editorial Argonauta.

Cháves, Norberto y Beluccia, Raúl (2003) *La marca corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos*. Buenos Aires. Paidós.

Saavedra Burgwardt, M. M. (2023). *“Las Plataformas de Streaming ¿Una Alternativa a la TV Tradicional? Una Reconfiguración en las Prácticas de Consumo.”* [Tesis de grado, Universidad de San Andrés. Departamento de Ciencias Sociales]. Repositorio Digital San Andrés. <http://hdl.handle.net/10908/23762>

Cronograma

Las Actividades previstas se desarrollarán en el lapso de 4 (cuatro) meses.

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
Edición de materiales audiovisuales	X			
Escritura del Primer Guion/Trabajo propuesta comunicación visual y audiovisual	X			

Entrevista 1		X		
Redacción del Informe Parcial		X		
Escritura del Segundo Guion/Desa rrollo actividades Comunicaci ón visual y audiovisual			X	
Entrevista 2			X	
Participaci ón como Columnista en uno de los dos programas /Desarrollo actividades comunicaci ón visual y audiovisual				X
Redacción del Informe Final				X