

## PREMISAS BÁSICAS PRÁCTICA: PROPUESTA CREATIVA PROGRAMA TV

Profesora María José Pérez del Pozo

### SIMULACIÓN:

Los estudiantes, organizados en grupos, simularán trabajar como **EQUIPOS DE CREADORES de contenidos para la televisión** sobre la base del siguiente supuesto:

Un importante canal de televisión realiza un encargo específico para la creación de un programa innovador, especializado en el área de Relaciones Internacionales y actualidad internacional vinculada a este tipo de contenidos. Se considera que la TV generalista cumple una función social básica, fundamentada en la divulgación del conocimiento y que, como reputado medio de comunicación de masas, continúa siendo un referente esencial para la audiencia y la opinión pública en general.

La idea es que el Programa se encuadre dentro del **género de ENTRETENIMIENTO**, aunque con vocación informativa/divulgativa. El objetivo es desarrollar un programa de televisión que logre captar el interés de la audiencia en contenidos internacionales especializados, sin hacer uso del recurrente dramatismo y la sucesión acelerada de noticias internacionales inconexas, que marcan y definen la pauta informativa de la inmensa mayoría de las informaciones de actualidad internacional que aparecen en los distintos espacios informativos de los medios de comunicación y plataformas, sin un mínimo espacio para la contextualización, el análisis, la reflexión y el debate.

El gran reto vinculado a este proyecto reside en que ningún programa televisivo puede llegar a abordar la enorme complejidad vinculada a las dinámicas de la realidad internacional, por lo que resulta necesario realizar un esfuerzo de **delimitación**. Un esfuerzo que nos servirá para definir el **contenido** del programa, así como **la forma** en la que será tratado, es decir, a través de qué recursos (entrevistas, tertulias, mapas, imágenes de archivo), **sin descuidar el fin último, centrado, de forma prioritaria, en la captación del interés de los jóvenes**, muy desvinculados de las dinámicas de la Sociedad Internacional de las que, precisamente, **depende su futuro**.

Asimismo, la necesidad de delimitar, obligará a reflexionar sobre el **enfoque** del programa, es decir, qué queremos contarle a la audiencia, cómo, en qué formato, siempre teniendo en cuenta los objetivos elementales: informar, analizar, concienciar y, al mismo tiempo, entretener; en definitiva, descubrir y compartir contenidos que susciten (y mantengan) el interés de las audiencias.

Así, sobre la base de estos objetivos clave (**targets**), se trataría de trabajar, **exclusivamente**, en la **fase creativa del programa**, descartando, por tanto, las fases operativas y técnicas. La idea se centraría, por tanto, en generar/proponer **contenidos en formato MAGAZINE TELEVISIVO, especializado en el área de Relaciones Internacionales**, con el fin de incorporar todo tipo de dinámicas para atraer a la audiencia.

*Estos programas, también son denominados "Programas ómnibus", debido a que en ellos se pueden incluir noticias, reportajes, entrevistas, espacios educativos y actuaciones artísticas. Cabe destacar que el magazine busca aproximarse a la actualidad, sin llegar a ser un espacio periodístico.*

**PUNTOS ESENCIALES PARA LA PROPUESTA CREATIVA:**

1.- **Investigación**: sitios web especializados, extraídos del Programa de la asignatura y otras fuentes. Se deberán afrontar dos tipos de investigaciones:

a) ***Conceptual***: aproximación a los temas a tratar. Por ejemplo, será necesario realizar un **repaso general a la actualidad internacional** para seleccionar aquellos temas que puedan ser más relevantes para el Programa. **El minutado de actualidad será obligatorio.**

b) ***Televisiva***: Recopilación de elementos que estructurarán la presentación: entrevistas, audios, imágenes de archivo para insertar en el programa. Por ejemplo, si se va a entrevistar a un activista medioambiental, habrá que conocer su trayectoria, si ha publicado libros, si ha realizado documentales...

2.- **Título del Programa**: A la hora de pensarlo, hay que tener en cuenta que debe ser informativo, pero también atraer/suscitar el interés de la audiencia.

3.- **Storyline**: Escribir la idea central del Programa de TV en unas 10 líneas máximo. Se trata de sintetizar para ofrecer una visión global/general de la idea, donde también deberá aparecer el enfoque o perspectiva que se quiera dar a la propuesta.

4.- **Sinopsis**: Representa un elemento más elaborado. Se trata de presentar la estructura del programa de una forma más desarrollada: objetivo, número de programas, periodicidad, bloques, secciones, categoría de los entrevistados/tertulianos, mecanismos de interacción con la audiencia, audiencias prioritarias, presencia de las redes y otros recursos digitales

5.- **Propuesta estética o diseño audiovisual** para el Programa: identificar los recursos expresivos a utilizar: colores, música, escenografía, mapas, vídeo, pantallas, atriles...

## PROPUESTAS DE CONTENIDOS PARA EL MAGAZINE TELEVISIVO EN RELACIONES INTERNACIONALES: A CONSIDERAR POR LOS EQUIPOS CREATIVOS

### RECURSOS:

- **Minutados de actualidad (obligatorio)/Agendas de actualidad semanal**
- Noticias y reportajes
- Tertulias y entrevistas: Expertos (profesores, periodistas, políticos, activistas...)
- Repaso de galería de imágenes (útil para el minutado)
- Sección para fotoperiodistas
- Sección para corresponsales
- Sección para *freelance*
- Sección cine: películas y documentales vinculados al área de RRII
- Sección libros
- Sección mapas
- Sección verificación
- Blogs
- Youtubers
- Concursos y premios
- OTROS

### CONTENIDOS:

- Temáticas sectoriales y regionales
- Relaciones de conflicto y de cooperación
- Ejemplos de solidaridad internacional
- Geopolítica
- Fronteras
- Otras dimensiones: ciberseguridad, medioambiente, armamento, migraciones, manipulación, refugiados, trata de personas, mafias y otras redes criminales, suministros energéticos, recursos minerales estratégicos, seguridad alimentaria...
- Temas monográficos que sean especialmente relevantes
- Temas vinculados a Actores Internacionales: movimientos sociales, actores subestatales, minorías culturales, Estados, OIG
- Análisis Prospectiva
- Análisis de fuentes de información
- Política exterior de España: España en el Mundo y El Mundo en España:
  - Erasmus en España
  - Españoles Erasmus
  - Inmigrantes en España
  - Españoles emigrados
  - Actuación ONG

- 
- ***En caso de que algún/algunos integrante/s del Grupo NO realice/n su aportación personal al trabajo colectivo y una vez notificada esta circunstancia, se procederá al reajuste inmediato de los miembros del grupo con el fin de que la práctica grupal pueda ser valorada de forma adecuada, acorde con el trabajo real de los estudiantes que aporten su esfuerzo y dedicación.***

## **MODELOS PROGRAMAS TV A CONSIDERAR:**

### **CUATRO POR CUATRO**

[https://www.cuatro.com/mas-de-cuatro/REC\\_0\\_1013775002.html](https://www.cuatro.com/mas-de-cuatro/REC_0_1013775002.html)

<https://www.servimedia.es/noticias/64431>

### **EN PORTADA**

<https://www.rtve.es/play/audios/en-portada/>

### **NACIMIENTO DE ARTE: ASOCIACIÓN RELATIVA A LA TELEVISIÓN EUROPEA (ARTE)**

<https://www.arte.tv/sites/corporate/es/el-nacimiento-de-arte/>

### **ARTE:**

Una experiencia sin precedentes cofinanciada por la Unión Europea y que tiene como objeto la distribución en varios idiomas de contenidos audiovisuales de calidad.

ARTE es una Agrupación Europea de Interés Económico (AEIE) con sede en Estrasburgo, compuesta y financiada por una parte francesa, ARTE France, en París, y otra alemana, ARTE Deutschland, en Baden-Baden, encargadas de editar y suministrar programas. Ambas están representadas en las instancias de decisión.

<https://www.arte.tv/sites/corporate/es/nuestra-organizacion/>

[https://www.arte.tv/es/videos/politica-y-sociedad/?gclid=EAlaIQobChMly-njk4DY\\_AIVIWDmCh0atA9ZEAMYASAAEgJRrPD\\_BwE](https://www.arte.tv/es/videos/politica-y-sociedad/?gclid=EAlaIQobChMly-njk4DY_AIVIWDmCh0atA9ZEAMYASAAEgJRrPD_BwE)

### **ARTE: MAGAZIN DE GEOPOLÍTICA/EL REVÉS DE LOS MAPAS**

<https://www.arte.tv/es/videos/108458-016-A/el-reves-de-los-mapas/>

### **EUROPA CREATIVA: PRORAMA MEDIA**

<https://europacreativa.es/europa-creativa/>

## **ENTREGA TRABAJOS:**

Cada grupo hará entrega de sus respectivos trabajos el mismo día de la presentación programada para su grupo específico.

La propuesta se entregará en dos formatos:

1.- **Presentación en Power Point**: Entre 4 y 5 diapositivas diseñadas para la exposición en clase.

2.- **Documento de Word**: Texto que, a su vez, constará de DOS PARTES.

2.1. Desarrollo de ideas y planteamiento de la propuesta (3-4 folios/1 cara)

2.2. Fuentes de información: 1 folio/1 cara

***Extensión máxima: 5 folios a ordenador/1 cara***

## **INSTRUCCIONES:**

1.- Se trabajará aportando **mapas, fotografías, diseños, incluso audios...**, con el fin de reforzar el **componente audiovisual**.

2.- Cada grupo deberá **referenciar correctamente LAS FUENTES** empleadas en el proceso de documentación y elaboración.

**EL USO DE FUENTES DE INFORMACIÓN INTERNACIONAL, PREFERIBLEMENTE ESPECIALIZADA, ES OBLIGATORIO.** Las fuentes deberán citarse convenientemente, es decir, **no será suficiente referenciar los links**. Es preciso citar: AUTOR, TÍTULO ARTÍCULO, TÍTULO PUBLICACIÓN, FECHA Y LINK.

*Ejemplo:*

*Sánchez Tapia, F. (2020). "Geopolítica en el Mediterráneo Oriental: algo más que gas". Ministerio de Defensa. Instituto Español de Estudios Estratégicos. Energía y Geoestrategia 2020, pp. 105-169. Disponible en: [https://www.ieee.es/Galerias/fihero/cuadernos/Energia\\_y\\_Geoestrategia\\_2020.pdf](https://www.ieee.es/Galerias/fihero/cuadernos/Energia_y_Geoestrategia_2020.pdf)*

Se valorará de forma especial **la diversificación y especialización (evitar fuentes generalistas)** en el uso de fuentes de información y documentación, así como la capacidad de citar las fuentes correctamente. Se desestimarán aquellas fuentes en las que sólo se inserte el *link* correspondiente.

**En el caso de que no se siga el ejemplo y se citen mal las fuentes, se procederá a penalizar el trabajo con (-0,25 puntos)**

3.- Cada grupo expondrá su propuesta en una presentación en clase. **Cada grupo dispondrá de 10-15 minutos (máximo).**

4.- A ser posible, cada grupo elegirá **un portavoz (máximo dos)** para realizar la presentación en clase. La idea es agilizar las exposiciones y fomentar el debate.

5.- En la **EXPOSICIÓN ORAL**, se valorará, fundamentalmente, la capacidad de los alumnos a la hora de ajustarse debidamente al tiempo asignado (**unos quince minutos máximo**); el reparto equilibrado del tiempo de exposición entre las diferentes partes del trabajo; **el uso adecuado del léxico propio de la materia**; la capacidad oratoria; la captación de la atención y el interés por parte de los compañeros (la audiencia); el uso acompasado de imágenes y discurso; así como, la capacidad de respuesta a las preguntas planteadas. Asimismo, **las preguntas formuladas por los compañeros de clase en relación al tema de la exposición se tendrán muy en cuenta para valorar la participación y el interés de los estudiantes.**

6.- ENTREGA: El *power point* y el documento de *Word* **deberán ser entregados** el día programado para la presentación del grupo, vía correo electrónico. Los retrasos en la entrega serán **penalizados con (-0,25 puntos).**

<p><b><u>CADA UNA DE LAS PROPUESTAS PRESENTADAS SERÁN COMENTADAS/VALORADAS EN CLASE, DE ACUERDO CON CRITERIOS DE ORIGINALIDAD, CREATIVIDAD, ESFUERZO Y RELEVANCIA.</u></b></p>
--