

## Introducción a la producción de contenidos infantiles

Curso de Educación Permanente FIC UDELAR

CUPO: 20 estudiantes

Horas totales del curso: 15 (2 encuentros semanales de 2.5 horas)

Fecha de comienzo: 04/06

Días: desde el 4/6 al 15/6. Lunes, miércoles y viernes. .

Horario y lugar: 19:00 a 21:30. Salón 204. FIC.

Horas totales del curso: 15.

Costo total: \$1050 / Código de pago: 1072018

[Formulario de inscripción](#)

### Docente:

**Florencia Donagaray** (Montevideo, 1986) es Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Católica del Uruguay y Master of Arts en Children's TV Production por la Universidad de Salford, Inglaterra.

Trabaja principalmente en la producción de contenidos televisivos y desde hace algunos años se dedica casi exclusivamente al desarrollo y producción de contenidos infantiles.

En Uruguay ha trabajado como productora en canales de abiertos y de cable, tanto públicos como privados, produciendo programas en vivo (magazines, game shows, late shows), transmisiones en directo y documentales. También trabajó en el área de asistencia de dirección, producción de casting y jefatura de producción en películas y cortometrajes de las multipremiadas productoras Control Z Films y Mutante Cine.

A nivel internacional, en 2017 Florencia trabajó en el área de programación para CBBC, el canal para niños de entre 6 y 12 años de BBC Children's .

### Fundamentos generales del curso

#### Destinatarios

Profesionales, egresados y estudiantes avanzado con previa experiencia de producción audiovisual.

Se requiere que los participantes tengan manejo básico del idioma inglés (tanto a nivel de comprensión auditiva como lectora) dado que varios de los materiales con los que se trabajará estarán en ese idioma.

#### Objetivos

Comprender las particularidades, desafíos y oportunidades inherentes a la producción de contenidos audiovisuales para la audiencia infantil.

Lejos de ser un grupo homogéneo, la audiencia infantil engloba diferentes públicos; los grupos etarios comprendidos dentro de la niñez están asociados a diferentes capacidades cognitivas que marcan la forma en la que los niños y niñas decodifican y disfrutan de los contenidos audiovisuales. Mediante un estudio detallado de esos diferentes grupos etarios se analizará

cómo los diferentes componentes del lenguaje audiovisual pueden ser trabajados para lograr la atención del público infantil. Se trabajará en base a ejemplos de diferentes programas infantiles y a ejercicios en clase.

Asimismo, se analizará el estado de situación de la televisión infantil en Occidente, tanto a nivel del sector comercial como público. También, se discutirá la situación actual de la TV pública para audiencias infantiles en Latinoamérica, analizando el vínculo entre políticas públicas y TV infantil. Finalmente, se discutirá la situación particular de Uruguay y se verán las herramientas actuales para financiamiento y producción de contenidos audiovisuales para niños y niñas.

## Contenidos

A continuación se presenta un esquema de los núcleos temáticos que se propone abordar en las 6 clases. La distribución de los temas se hará teniendo en cuenta el tiempo que insumirán los ejercicios prácticos y el visionado de material audiovisual.

### Núcleo 1:

- Particularidades de la TV infantil (¿porqué el público infantil es diferente al público adulto? ¿cuando se puede hablar de TV para niños y cuando se habla de TV sobre niños? ¿cuáles son los desafíos inherentes a la producción de contenidos infantiles para el productor?)
- ¿podemos hablar de “el público infantil”? (estudio de los diferentes grupos etarios y las capacidades cognitivas asociadas a cada uno de ellos).
- visionado de diferentes contenidos infantiles destinados a distintos grupos etarios para analizar cómo el lenguaje audiovisual y narrativo puede trabajar con los desafíos cognitivos de cada edad.

### Núcleo 2:

- Concepto de calidad dentro de la TV infantil: ¿cuando podemos decir que un contenido para público infantil es bueno o malo?
- Modelo Público y modelo Privado: cómo los modelos de negocio impactan en los contenidos que se producen; qué buscan y fomentan las televisoras públicas y las cadenas privadas en un contenido audiovisual; cómo se mide la calidad y éxito de una serie para la TV pública y para las cadenas y cómo rinden cuentas.
- YouTube, Netflix y plataformas on demand: ¿cómo miran los niños hoy en día? características de consumo y visionado que se están viendo en estas plataformas en relación al público infantil.
- Regulación: ¿qué se está discutiendo actualmente sobre los desafíos y peligros inherentes a las plataformas de streaming pensadas inicialmente para adultos pero hoy utilizadas ampliamente por niños?
- ¿Broadcast vs On Demand? Cómo las televisoras públicas y las cadenas privadas están compitiendo con las nuevas plataformas.

### Núcleo 3:

- Producir para diferentes edades: ideas, desafíos editoriales, guiones. Géneros. ¿Qué funciona mejor para cada edad y porqué?
- ¿Cómo trabajar con niños en cámara? Responsabilidades civiles y legales al trabajar con niños. Proceso de castings y ensayos con niños tanto en ficción como documental.

### Núcleo 4:

- Aproximación a la investigación cualitativa: ¿cómo entender a nuestro público objetivo? Técnicas para desarrollar grupos focales en edades infantiles.

### Núcleo 5:

- Contexto de la TV infantil a nivel occidental; tendencias editoriales y estilísticas.
- Contexto latinoamericano: análisis del estado de situación de la TV infantil en la región.
- Realidad en Uruguay: estado de situación de la TV infantil en nuestro país.

## Metodología

Seminario que incluye la realización de algunas actividades prácticas en modalidad taller..

**Se obtiene certificado de Asistencia.**

### **Bibliografía recomendada**

- Bult, J. W. (2007). Children in the centre. *Television*, 20 (2007/E, S.) (p.10-11). Acceso: [http://www.br-online.de/jugend/izi/english/publication/television/20\\_2007\\_E/bult\\_sushi\\_engl.pdf](http://www.br-online.de/jugend/izi/english/publication/television/20_2007_E/bult_sushi_engl.pdf)
- Calvert, S., Wilson, B. (2008). *The handbook of children, media, and development* (Handbooks in communication and media). Chichester, U.K.; Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- ComKids. (December, 21, 2016). *Por que produzir não ficção para crianças? Kez Margrie*. Acceso <https://www.youtube.com/watch?v=VcFaoHgMXG4>)
- Common Sense Media. (2017). News and America's Kids: How young people perceive and are impacted by the news. Acceso: <https://www.commonsensemedia.org/research/news-and-americas-kids>
- Do Amaral, V. (2007). *A vida afetiva: emoções e sentimentos*. 1st ed. Natal: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, pp.1-12.
- Drogos, K. Wilson, B. (2009). Children and adolescents: distinctive audiences of Media Content. In Oliver, M. Nabi, R. *The SAGE handbook of media processes and effects*. (pp. 469-485) London: SAGE
- Duhalde, A. (2017). *Alta Noticia*. Programme 14th July 2017. [Television series episode]. Buenos Aires: Paka-Paka. Acceso: <http://www.pakapaka.gob.ar/videos/132638>
- Fuenzalida, V. (2012). *Resignificar la educación televisiva: desde la escuela a la vida cotidiana*. Universidad de Chile. DOI:10.3916/C36-2011-02-01
- Fuenzalida, V. (2010). *La Recepción activa de la TV*. Universidad de Chile.
- Galpin, A. (2017). *Researching Children 2017 student copy- 2* [PowerPoint slides]. Acceso: [5\\_1&content\\_id=2402130\\_1](https://www.researchingchildren.org.uk/content/id/2402130_1)
- Götz, M. (2016). How children negotiate their identity development with television. *Television*, 29 (2016/E) (p.38-43). Acceso: [http://www.br-online.de/jugend/izi/english/publication/television/29\\_2016\\_E/Goetz\\_How\\_children\\_negotiate\\_their\\_identity.pdf](http://www.br-online.de/jugend/izi/english/publication/television/29_2016_E/Goetz_How_children_negotiate_their_identity.pdf)
- Litosseliti, L. (2007). *Using focus groups in research*. 1st ed. London: Continuum.
- Livingstone, S. (2016). A day in the digital life of teenagers. *The Conversation*. Acceso: <https://theconversation.com/a-day-in-the-digital-life-of-teenagers-58553>
- Ofcom. (2014). *Children's online behaviour: issues of risk and trust*. Acceso: <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/childrens/online-behaviour>
- Ofcom. (2016). *Children and parents media use attitudes: report 2016*. Acceso: from: [https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf\\_file/0034/93976/Children-Parents-Media-Use-Attitudes-Report-2016.pdf](https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0034/93976/Children-Parents-Media-Use-Attitudes-Report-2016.pdf)
- Orozco, G. (2012). *Valerio Fuenzalida y sus propuestas para la televisión, audiencias y educadores*. Universidad de Guadalajara.

- Piaget, J. (2013). *The child's conception of physical causality*. (International library of psychology. Developmental psychology; 18). Hoboken: Taylor and Francis.
- Rubin, A. (2009). Uses and gratifications, an evolving perspective of Media Effects. In. Oliver, M. Nabi, R. *The SAGE handbook of media processes and effects*. (pp. 147-169). London: SAGE
- Scantlin, R. (2008). Media Use across Childhood. In Calvert, S., Wilson, B. *The Handbook of Children, Media, and Development*. (pp. 51-73). Chichester, U.K.; Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Sherbert Research. (2013). *BBC Trust review of the BBC's Children's Services Cbeebies and CBBC. Report on the findings from qualitative research*. Acceso:  
[http://downloads.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/our\\_work/childrens\\_services/audience\\_research.pdf](http://downloads.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/our_work/childrens_services/audience_research.pdf)
- Smith, S., Pieper, K. Moyer-Guse. E. (2008). News, reality shows, and Children's Fears: Examining Content patterns, theories and negative effects. In Calvert, S., Wilson, B. *The Handbook of Children, Media, and Development*. (pp. 214-234). Chichester, U.K.; Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Strasburger, V., Wilson, B. (2002). *Children, adolescents, & the media*. Thousand Oaks, Calif.; London: SAGE.