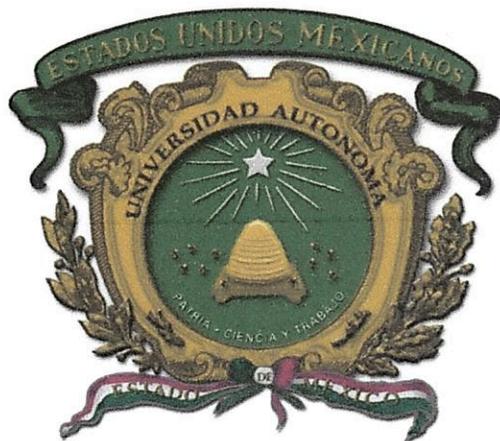


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN



PROGRAMA DE ESTUDIOS
PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN DE AUDIO

Elaboraron:	Lic. Cuitláhuac Martín Gómez Salinas	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Mtro. Francisco Javier Martínez López	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Mtro. Ricardo Téllez Recillas	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Lic. Héctor Rodrigo Vázquez García	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Dr. José Alfonso Aguilar Fuentes	Unidad Académica Profesional Huehuetoca

Fecha de aprobación:

H. Consejo Académico



H. Consejo de Gobierno





Índice

	Pág.
I. Datos de identificación.	3
II. Presentación del programa de estudios.	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular.	6
IV. Objetivos de la formación profesional.	8
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	10
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	11
VII. Acervo bibliográfico.	14





I. Datos de identificación.

Espacio académico
donde se imparte

**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Unidad Académica Profesional Huehuetoca**

Estudios profesionales

Licenciatura en Comunicación, 2018

Unidad de aprendizaje

**Producción y realización de
audio**

Carga académica

1

Horas
teóricas

3

Horas
prácticas

4

Total de
horas

5

Créditos

Carácter

Obligatorio

Tipo

Taller

Periodo escolar

Cuarto

Área
curricular

Comunicación

Núcleo de
formación

Sustantivo

Seriación

Ninguna

Ninguna

UA Antecedente

UA Consecuente

Formación común

No presenta

X





II. Presentación del programa de estudios

La unidad de aprendizaje Producción y realización de audio, forma parte de la Licenciatura en Comunicación y tiene la finalidad de proveer a los alumnos del conocimiento referente en la creación de conceptos sonoros para su aplicación en distintos medios; ofreciendo las herramientas necesarias para desarrollar el pensamiento creativo y crítico que posibilite proyectos para su transmisión y/o difusión.

En ese sentido, el alumno debe identificar las principales características del sonido, tales como: amplitud, frecuencia, tono, timbre, sonoridad, etc., para poder trabajar con ellas y manipularlas, para posteriormente conocer la función del lenguaje sonoro dentro de la producción. De esta forma podrá identificar los elementos importantes en las tres etapas de producción (preproducción, realización y postproducción) para su utilización como lenguaje de comunicación en proyectos sonoros.

Para el desarrollo de dichos proyectos sonoros, el alumno de Comunicación hará uso del equipo técnico necesario para la grabación y manejo de audio, tanto en una cabina de radio como en un estudio de grabación, el cual consiste en *hardware* (micrófonos, cables de audio, conectores, adaptadores, consolas, tarjetas de audio, computadoras, ecualizadores, reproductores, grabadoras) y *software* (ProTools^{MR}, Adobe Audition^{MR}, Cool Edit^{MR}, Audacity^{MR}, entre otros). El manejo de dicho equipo técnico le proporcionará al alumno las habilidades necesarias y competitivas para la creación de distintos productos sonoros, con base en las exigencias del mundo laboral, o bien para la experimentación y expresión artística.

El contexto actual demanda productos auditivos que abarquen no sólo a las formas tradicionales, como puede ser la radiofónica, sino que contiene un amplio espectro de acción para los profesionistas en Comunicación, por lo cual resulta fundamental conocer y desarrollar habilidades que les permitan desenvolverse profesionalmente desde cualquier género y/o formato que se requiera en el campo laboral según las necesidades y características de los diferentes mercados, como puede ser el político, educativa, organizacional, etc.

La creciente demanda y competencia por mensajes de naturaleza auditiva, ha generado nuevas formas de conceptualizar, realizar y ofrecer este tipo de mensajes, por lo cual resulta fundamental conocer la experimentación que se hace a través de la modificación de géneros ya establecidos para entender cómo aplicar los conocimientos técnicos y conceptuales, a una realidad en la que la creatividad y la experimentación cobran cada vez mayor relevancia en un contexto de constante evolución tecnológica.

De igual manera, el alumno analizará e identificará las estructuras narrativas y las características genéricas que identifican a cada una de ellas acorde a su función mediática (entretener, educar, informar). Reconocerá los formatos de cada género radiofónico identificando los elementos que lo componen. Todo ello con la finalidad de que sea capaz de generar guiones para la creación de productos sonoros acordes a las exigencias del mercado laboral actual, que cumplan con las expectativas de calidad a nivel profesional y en los cuales sean el reflejo del dominio técnico y creativo del lenguaje sonoro y su aplicación en el desarrollo de



conceptos narrativos.

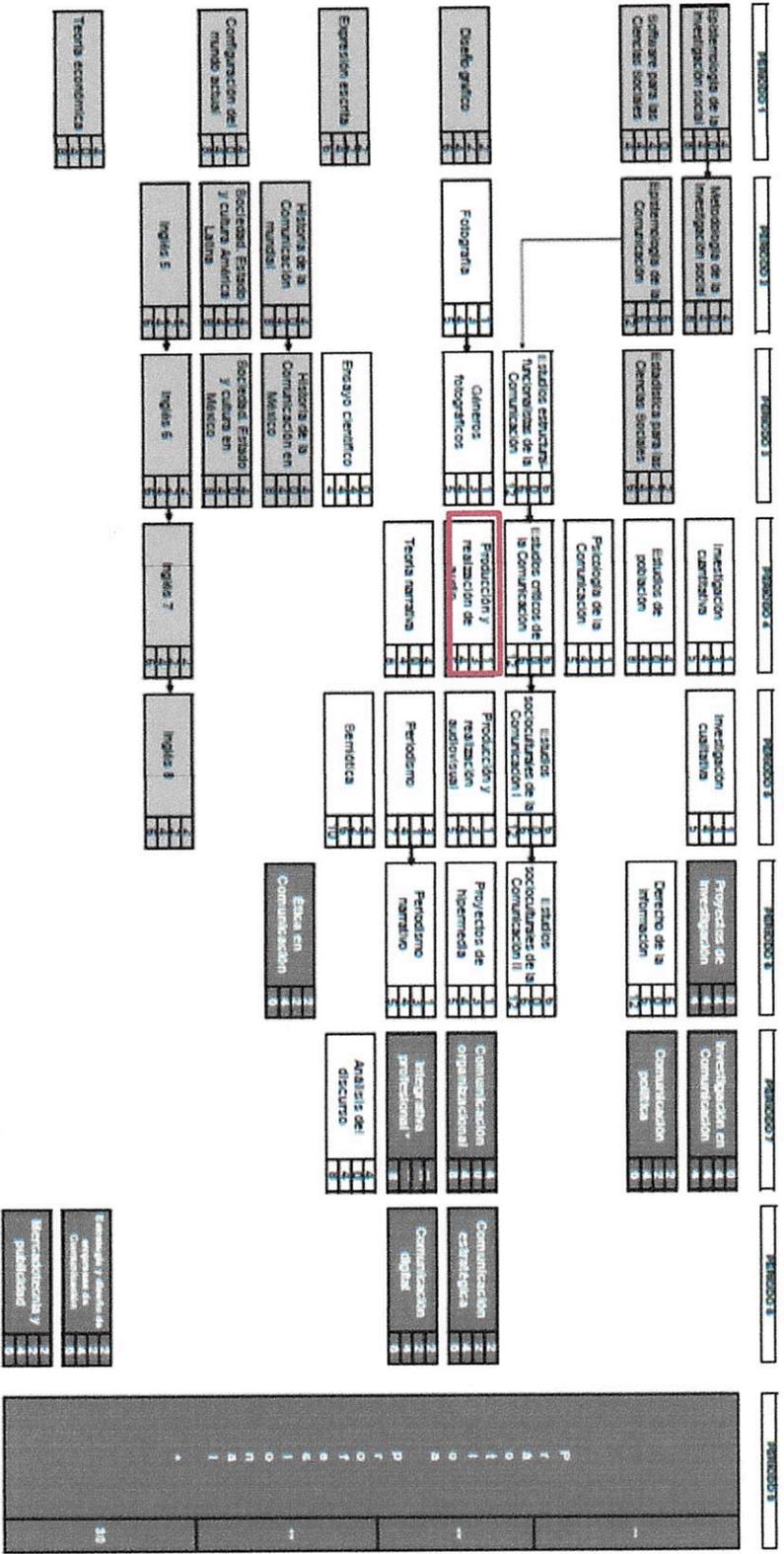
Finalmente, el desarrollo de productos sonoros, le permitirá al alumno aplicar los conocimientos y habilidades adquiridos para la producción y realización de proyectos audiovisuales, tanto para cine, televisión e internet, en videoclips, cortometrajes, largometrajes, programas, series, videojuegos, presentaciones multimedia, entre otros.





III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN, 2018



Consejo Académico
 PRESIDENCIA



Consejo Académico
 SECRETARÍA



Proyecto curricular de la Licenciatura en Comunicación
 Reestructuración, 2018
 Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



DESTINACIONES DE LOS CREDITOS DE APRENDIZAJE CURRICULARES

PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8
-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Autonomismo	1	1	1	1	1	1	1
Programa editorial	1	1	1	1	1	1	1
Comunicación y desarrollo social	1	1	1	1	1	1	1
Relaciones públicas	1	1	1	1	1	1	1
Periodismo digital	1	1	1	1	1	1	1
Comunicación y educación	1	1	1	1	1	1	1
Estudios de Comunicación pública	1	1	1	1	1	1	1
Derivados de autor	1	1	1	1	1	1	1
Investigación administrativa	1	1	1	1	1	1	1
Estudios sobre otros	1	1	1	1	1	1	1
Economía política de la Comunicación	1	1	1	1	1	1	1

SEMIOTICA

Unidad de aprendizaje	01	02	03	04
Unidad de aprendizaje	05	06	07	08
Unidad de aprendizaje	09	10	11	12

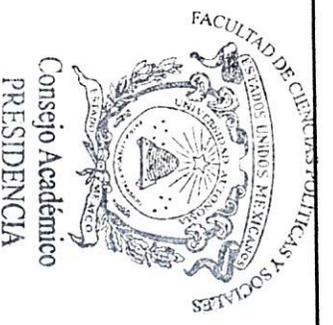
11 Semas de asignatura
 Créditos: 120 y 120 (6 por periodo) máximo
 Asignatura optativa
 Las horas de la asignatura son de 120 horas
 UA: espacio que debe propiciar, cultivar y fortalecer el desarrollo integral

INDICADORES DEL PLAN DE ESTUDIOS

Núcleo básico obligatorio: cursos y créditos: 17 UA, 60 créditos	Núcleo sustantivo obligatorio: cursos y créditos: 20 UA, 60 créditos	Núcleo integral obligatorio: cursos y créditos: 3 UA, 4 créditos	Núcleo integral optativo: cursos y créditos: 4 UA, 4 créditos	Todo el núcleo básico: créditos: 17 UA, para crédito: 122 créditos	Todo el núcleo sustantivo: créditos: 20 UA, para crédito: 120 créditos	Todo el núcleo integral: créditos: 13 UA, 2 para crédito: 118 créditos
--	--	--	---	--	--	--

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

UA OBLIGATORIAS	45	2	ACREDITAR 200 CREDITOS
UA OPTATIVAS	50	2	ACREDITAR 200 CREDITOS
UA 3	50	2	ACREDITAR 200 CREDITOS





IV. Objetivos de la formación profesional

Objetivos del programa educativo:

Son objetivos generales de los estudios profesionales de la Licenciatura en Comunicación, formar profesionales críticos y creativos en materia de procesos comunicativos mediáticos y no mediáticos con la finalidad de favorecer la opinión pública, el acceso y uso de los medios de comunicación, y de esta manera considerar a la información como base de la formación de modelos elementales de orden y de la comunicación como única posibilidad de generación de vida cultural y de esta manera contribuyan al progreso social, económico y cultural del país.

Generales

- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes y de apertura al mundo.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Convivir con las reglas de comportamiento socialmente aceptables, y contribuir en su evolución.
- Adquirir los valores de cooperación y solidaridad.
- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base de la creatividad.
- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar como profesional con autonomía.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas en una segunda lengua.
- Tomar decisiones y formular soluciones racionales, éticas y estéticas.
- Desarrollar su forma de expresarse, su creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar un juicio profesional basado en la responsabilidad, objetividad, credibilidad y la justicia.

Particulares

- Analizar procesos comunicativos desde diferentes perspectivas teóricas de la comunicación, a través de metodologías cuantitativas y cualitativas para realizar investigaciones que expliquen fenómenos sociales, culturales, económicos y políticos que inciden a nivel local, regional, nacional e internacional y que contribuyan al desarrollo social y cultural.





- Evaluar proyectos de comunicación en grupos sociales focalizados como: etnias, grupos rurales, urbanos y de segmentos sociales específicos desde la teoría de sistemas, estructural funcionalista, e interaccionismo simbólico, a través de la identificación de sistemas de comunicación estructurados por componentes mediáticos, no mediáticos, híbridos, propios de los contextos culturales para preservar el tejido social, la solidaridad, la corresponsabilidad y potenciar los vínculos sociales así como coadyuvar en el acceso, diálogo y participación en el cambio social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular planes, programas y estrategias de comunicación organizacional y estratégica desde la teoría de sistemas, a través de la revisión del proceso de comunicación interpersonal e institucional para la elaboración de modelos de análisis y contenidos comunicativos, mejorar la calidad y pertinencia de sus servicios y contribuir al desarrollo económico-social- político.
- Evaluar productos comunicativos de orden material y/o discursivos claros y críticos para organizaciones y medios de comunicación y cultura mediante la aplicación de la teoría del discurso, la teoría de la narración, teorías de la comunicación, sociotecnología y técnicas fotográficas y creativas para la producción de audio y audiovisual, para promover la diversidad en los medios de comunicación y garantizar el derecho a la información en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular contenidos periodísticos en distintos géneros y soportes mediáticos a través del análisis de las características narrativas y argumentativas de los géneros informativos como: nota informativa, entrevista, la crónica y el reportaje; e interpretativos: artículo, columna, editorial y cartón, y su intencionalidad comunicativa para favorecer la formulación de la opinión pública respecto a problemáticas, actores sociales o cuestiones públicas y promover el reconocimiento y garantizar el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación.
- Evaluar campañas publicitarias y propagandísticas de productos, servicios, marcas, ideas o causas sociales específicas a través de técnicas de la mercadotecnia y de la administración, sistemas científicos de argumentación, para contribuir al desarrollo político, social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.

Objetivos del núcleo de formación:

Desarrollará en el alumno el dominio teórico, metodológico y axiológico del campo de conocimiento donde se inserta la profesión.

Comprenderá unidades de aprendizaje sobre los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para dominar los procesos, métodos y técnicas de trabajo, los principios disciplinares y metodológicos subyacentes; y la elaboración o preparación del trabajo que permita la presentación de la evaluación profesional.



Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Apreciar las propuestas teóricas más significativas de las ciencias de la comunicación: estructural-funcionalismo, estudios críticos y estudios socioculturales, a través del estudio de perspectivas teórico-metodológicas: históricas, cuantitativas, cualitativas, que permitan analizar e intervenir en problemáticas de la comunicación social y la cultura.

Crear productos comunicativos, empleando técnicas de producción y realización de audio y audiovisual, de hipermedia, de diseño gráfico, fotografía, periodismo, para mejorar la comunicación estratégica y organizacional.

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje

Crear productos comunicativos con contenido sonoro, empleando elementos propios del lenguaje radiofónico: voz, efectos, música y silencio y coordinando elementos administrativos, legales, técnicos, tecnológicos, creativos, que contribuyan al desarrollo colaborativo, para su venta, distribución o transmisión en el ámbito social, desde un nivel local a un nivel global.





VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización

Unidad temática 1. Características del sonido y lenguaje sonoro

Objetivo: Examinar las características del sonido (amplitud, frecuencia, tono, timbre, sonoridad, etc.) y del lenguaje sonoro, mediante el uso de ejemplos en audio, para su producción.

Tema:

1.1 ¿Qué es y cómo funciona el sonido?

- 1.1.1 La amplitud
- 1.1.2 La frecuencia
- 1.1.3 El tono
- 1.1.4 El timbre
- 1.1.5 La sonoridad
- 1.1.6 Los Fx

1.2 Utilización del lenguaje sonoro

- 1.2.1 La voz (locución)
- 1.2.2 La música
- 1.2.3 Los efectos
- 1.2.4 El silencio

Unidad temática 2. Aspectos técnicos en la producción de audio

Objetivo: Probar los equipos técnicos (hardware y software) que se utilizan en la realización de proyectos de audio, mediante su manejo e instalación para crear distintos productos sonoros.

Tema:

- 2.1 Propiedades y elementos técnicos de la cabina de producción
- 2.2 Tipos de micrófonos y técnicas de microfoneo
- 2.3 Los principales conectores para audio
- 2.4 La consola mezcladora
- 2.5 La interfaz
- 2.6 La evolución del audio: de lo análogo a lo digital
- 2.7 Software para edición digital
- 2.8 Formatos de audio



Unidad técnica 3. Experimentación sonora

Objetivo: Diseñar productos comunicativos de experimentación, para su difusión a través de medios tradicionales o digitales, que permitan resolver problemáticas sociales de comunicación política, educativa, organizacional y artística.

Temas:

- 3.1 El sonido en la naturaleza y los espacios temporales: planos y montaje sonoro (Estampa Sonora)
- 3.2 Experimentación y creatividad (Radio-arte)
- 3.3 Aplicación (Radiofilm o Radiodrama)

Unidad temática 4. Géneros y formatos radiofónicos

Objetivo: Crear productos sonoros, a partir del uso de elementos formales de los distintos géneros radiofónicos.

Temas:

- 4.1 Guion
- 4.2 Géneros radiofónicos
 - 4.2.1 Informativo
 - 4.2.2 Opinión
 - 4.2.3 Dramatizaciones
 - 4.2.4 Musical
- 4.3 Formatos Radiofónicos
 - 4.3.1 Spot
 - 4.3.2 Cápsula
 - 4.3.3 Entrevista
 - 4.3.4 Rúbrica
 - 4.3.5 Radio-reportaje

Unidad temática 5. La producción de audio y los medios visuales

Objetivo: Distinguir las diversas tendencias de producción y realización sonora, aplicadas a los medios visuales, para la creación de mensajes con alto impacto en la sociedad

Temas:

- 5.1 Los Foleys
- 5.2 Montaje sonoro
- 5.3 Diseño de ambientaciones sonoras para audiovisuales



VII. Acervo bibliográfico

Básico:

Cacho, L. (2007). *El radioarte, un género sin fronteras*. México. Trillas. **PN1991.3.M4 C35 2007**

Cuenca, I. Gómez, E. (1997). *Tecnología básica del sonido I y II*. Madrid. Thompson Paraninfo.

Cuadrado, F. Ferrer, J. (2019). *Teoría y técnica del sonido*. España. Síntesis.

De Anda y Ramos F. (2011). *La radio. Un gigante dormido*. México. Trillas. **PN1991.55 .A52 2003**

Digón, A. Ferrer, J. (2015). *Configuración y ajustes de sistemas de sonido: Curso práctico*. Madrid. Altaria.

Gargiulo, S. (2016). *Estrategias aplicadas para sus realizadores y teorías afines*. Argentina.

Luna, F. (). *Diseño de sonido para producciones audiovisuales*.

Moreno, I. (2003). *Narrativa audiovisual publicitaria*. Madrid. Paidós. **P 302 M67 2003**

Romero, Josué (2018), *Manual de Audio y Mixer*, Universidad APEC: España

Yúdice, G. (2007). *Nuevas tecnologías, música y experiencia*. Barcelona. Gedisa. . **ML3795 .Y8 2007**

Schafer, M. (1998). *Limpieza de oídos: Notas para un curso de música experimental*. Ricordi Americana.

Schafer, M. (1998). *El paisaje sonoro y la afinación del mundo*. Intermedio Editores.

Complementario:

En red:

Manual de laboratorio Producción de Audio (2020):

https://issuu.com/disenio.udb/docs/manual_produccion_de_audio_2020

Chalkho, R. J. (2008) *Diseño sonoro y producción de sentido: la significación de los sonidos en los lenguajes audiovisuales*. Tesis de Maestría. Universidad de Palermo. Facultad de Diseño y Comunicación:

http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/47%20RosaChalkho.pdf

El sonido:

<http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/276/A4.pdf?sequence=4>

Conceptos fundamentales del sonido para consulta:

<http://www.acdacustics.com/files/conceptos.pdf>

Espacios sónicos. Intersección entre arquitectura y sonido (2014). Tesis doctoral de Beatrice Goller. Universidad Politécnica de Madrid

http://oa.upm.es/38300/1/BEATRICE_GOLLER.pdf

Tipos de micrófonos y patrones polares (2015):

https://www.youtube.com/watch?v=_aAMXxpr0IA

