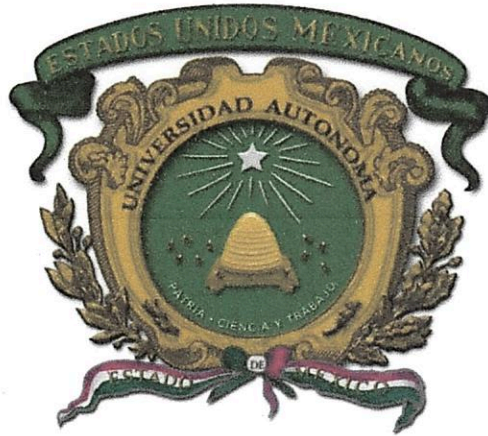


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN



PROGRAMA DE ESTUDIOS PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN AUDIOVISUAL

Elaboró:	Lic. Cuitláhuac Martín Gómez Salinas	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Mtro. Alejandro Cuadros Medina	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Mtro. Francisco Javier Martínez López	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Lic. Jorge Alberto Barajas Hurtado	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

Acta 729
28 de enero 2021
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Consejo Académico
PRESIDENCIA

Acta 811
29 de enero 2021
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Consejo Académico
SECRETARÍA



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.	5
IV. Objetivos de la formación profesional.	8
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	9
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	10
VII. Acervo bibliográfico.	12





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
audiovisual**

Carga académica

1

3

4

5

Horas teóricas

Horas
prácticas

Total de
horas

Créditos

Carácter

Obligatorio

Tipo

Taller

Periodo escolar

Quinto

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

Como parte de la Licenciatura en comunicación, la Unidad de Aprendizaje Producción y realización audiovisual, tiene el propósito de facilitar a los alumnos herramientas básicas, necesarias e imprescindibles para cultivar la creatividad vinculada al pensamiento crítico, ofreciendo a los alumnos los referentes teóricos necesarios para la creación y producción de conceptos audiovisuales destinados a su distribución en distintos medios.

Para lograrlo, se han desarrollado cuatro unidades, donde se le proporcionará al alumno las herramientas necesarias para el desarrollo de productos audiovisuales. En ese sentido, la unidad uno comienza identificando la percepción visual y sonora, para dar paso al funcionamiento de la cámara y las diversas posibilidades del lenguaje audiovisual, distinguir las distintas perspectivas de visualización; cámara objetiva, subjetiva y punto de vista. De esta forma, complementará el discurso visual con el apoyo de angulaciones, movimientos y emplazamiento de la misma.

En la segunda unidad, el alumno podrá analizar y desarrollar diversos géneros visuales como el de ficción y no ficción, así como realizar propuestas para formatos televisivos, musicales y, con ello, adentrarse en la experimentación visual del Video-Arte. También desarrollará spots, cápsulas y se adentrará en los nuevos formatos visuales que se están desarrollando a partir de los avances tecnológicos.

Para la tercera unidad aborda tanto la realización como el área conceptual de los medios audiovisuales. Es durante este proceso donde la actividad medular se enfoca en la comprensión del espacio, el tiempo de articulación secuencial y la unidad narrativa del relato audiovisual a través de elementos como las elipsis (y) analepsis, que proveen a la producción de continuidad discursiva. De igual forma, revisará la función narrativa del plano secuencia, el respaldo de la toma maestra y el juego de los *inserts* para dar énfasis y ritmo.

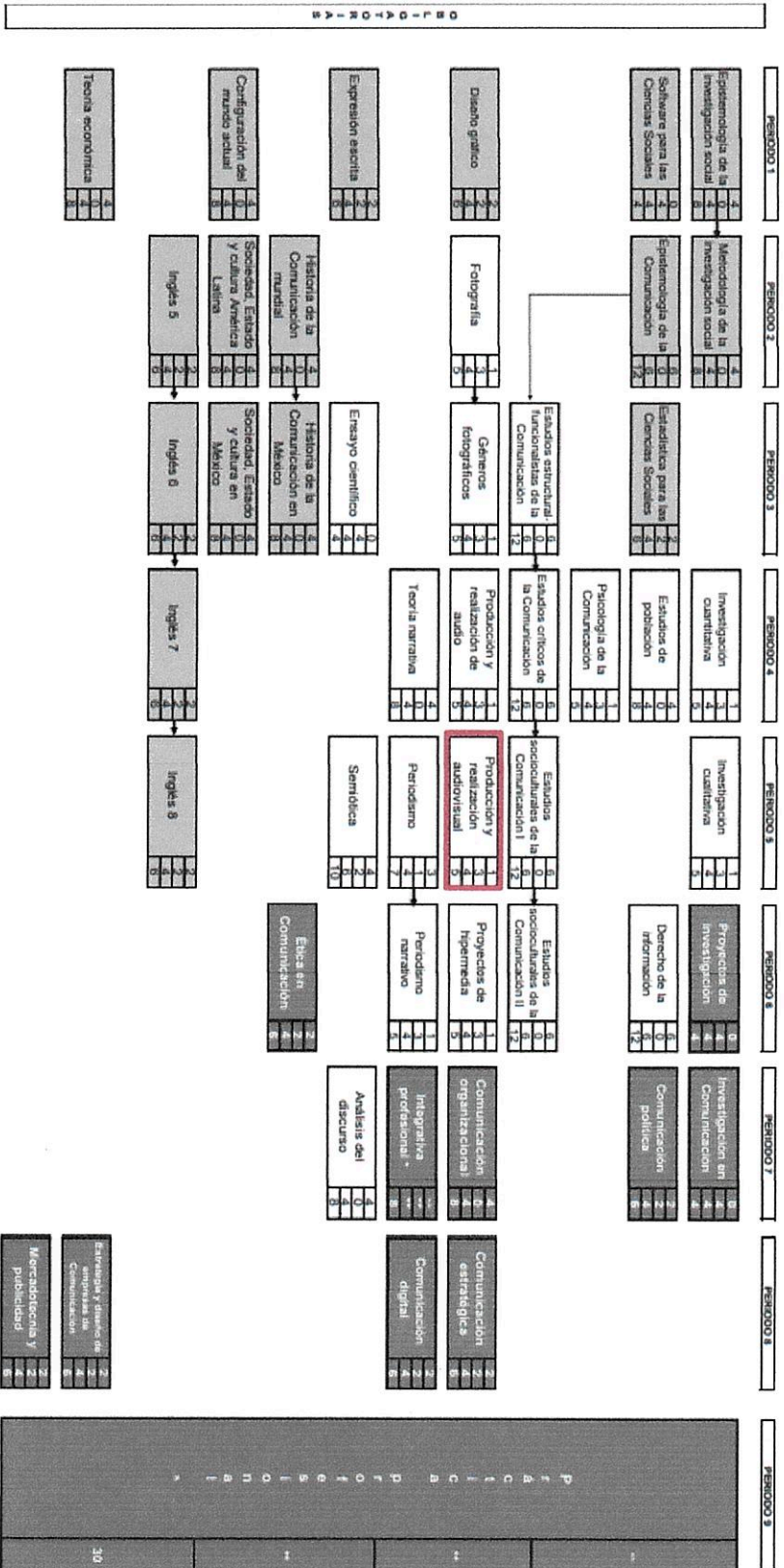
Por último, en la cuarta unidad, el alumno se adentrará en las categorías teóricas del montaje como lo propone Sergei Eisenstein, presupuestos que ayudan a dar diferentes perspectivas y ritmos, teorías y métodos de montaje aplicables a la postproducción, reconociendo los elementos tecnológicos necesarios para la creación de conceptos, utilizando el Hardware y el Software de edición de video, así como identificar los procesos de captura y salida de video, el funcionamiento de la edición de clips, las herramientas que ofrece el software para procesar imágenes e introducir efectos y, finalmente, apreciar el proceso de edición de audio aplicado al proyecto audiovisual y la edición final.



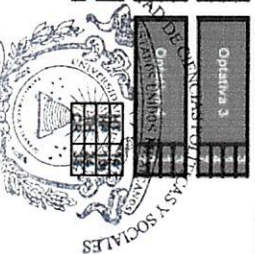


III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

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



DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS

PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8
						Guionismo 3.0 3.0 6.0	
						Producción editorial 3.0 3.0 6.0	Periodismo digital 3.0 3.0 6.0
						Comunicación y cambio social 3.0 3.0 6.0	Comunicación y educador 3.0 3.0 6.0
						Relaciones públicas 3.0 3.0 6.0	Estrategias de Comunicación pública 3.0 3.0 6.0
							Derechos de autor 3.0 3.0 6.0
							Intermedial / comunitario 3.0 3.0 6.0
						Artes y Comunicación 3.0 3.0 6.0	Estudios sobre cine 3.0 3.0 6.0
						Economía política de la Comunicación 3.0 3.0 6.0	

SIMBOLOGÍA

Unidad de aprendizaje	Hf: Horas teóricas Hp: Horas Prácticas Tt: Total de Horas CR: Créditos
-----------------------	---

→ 11 horas de sesión
Créditos mínimos: 22 y máximos: 40 por periodo escolar.
* Actividad académica.
** Las horas de la actividad académica.
† Un sistema que otorga créditos de base y actividades de integración.

Núcleo sustantivo	58
obligatorio, cursos y actividades 17 UA	34
	122
Núcleo integral	18
obligatorio, cursos y actividades 9 UA + 2*	18
	150
Núcleo integral	18
opcional, cursos y actividades 4	18
	168

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

Total del núcleo básico: acreditar 17 UA para cubrir 122 créditos

Total del núcleo sustantivo: acreditar 20 UA para cubrir 150 créditos

Total del núcleo integral: acreditar 13 UA + 2* para cubrir 118 créditos
--

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS	
UA obligatorias	46 + 2 Actividades académicas
UA optativas	4
UA a acreditar	50
Créditos	390

Consejo Académico
PRESIDENCIA

Consejo Académico
SECRETARÍA



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 audiovisuales empleando elementos simbólicos, semánticos, análisis del guion, puesta en cámara, puesta en escena, selección del material rodado, montaje y edición y coordinando elementos administrativos, legales, humanos, técnicos, tecnológicos y logísticos, para su venta, distribución, transmisión o proyección y generar soluciones audiovisuales destinadas a los diferentes fenómenos sociales, culturales, económicos y políticos que inciden en el entorno local, regional, nacional e internacional.





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

Unidad temática 1. La percepción, la cámara y lenguaje visual

Objetivo: Analizar la imagen mental, visual y sonora, a través del lenguaje audiovisual para su aplicación en el proceso de productos comunicativos audiovisuales.

Temas:

- 1.1 La imagen mental: Visual y Sonora
- 1.2 La visión y la cámara
- 1.3 Cámara objetiva, subjetiva y el punto de vista
- 1.4 El tamaño de cuadro
- 1.5 Composición audiovisual
- 1.6 Angulaciones de cámara
- 1.7 Movimientos de cámara
- 1.8 El fuera de campo
- 1.9 Iluminación aplicada al audiovisual
- 1.10 La importancia del sonido en el Audiovisual

Unidad temática 2 Géneros Audiovisuales. Forma y contenido

Objetivo: Crear productos audiovisuales mediante el uso de elementos formales y conceptuales a partir de una estructura narrativa para lograr una óptima comunicación con el lenguaje audiovisual.

Temas:

- 2.1 El guion
- 2.2 Géneros audiovisuales: Ficción y no ficción
- 2.3 Formato de televisión
- 2.4 Formato musical
- 2.5 Spot
- 2.6 Cápsula (*full track*)
- 2.7 Video-Arte
- 2.8 Nuevos formatos



Unidad temática 3 . El espacio, el tiempo, la realización

Objetivo: Analizar los elementos lingüísticos de la narrativa audiovisual, para producir secuencias, escenas y tomas conceptuales en productos comunicativos.

Temas:

- 3.1 Secuencia, escena y toma.
- 3.2 Elipsis y analepsis.
- 3.3 La continuidad.
- 3.4 El Plano-secuencia.
- 3.5 *Master shot* e *Inserts*: Escena maestra y protecciones.
- 3.6 Encadenamiento de planos.

Unidad temática 3 . Postproducción

Objetivo: Analizar los elementos tecnológicos necesarios, a través de los diferentes formatos, software y herramientas de edición para crear con la post producción un mensaje audiovisual a través de los diferentes tipos de montaje

Temas:

- 4.1 El Montaje y la yuxtaposición.
- 4.2 Técnicas de Montaje (De atracciones, rítmico, tonal, sobretonal, polifónico).
- 4.3 Formatos de imagen: lo análogo, digital, cine, TV.
- 4.4 Software y Hardware.
- 4.5 Flujo de trabajo y uso de buenas prácticas.
- 4.6 Proceso de captura y salida.
- 4.7 Edición Offline; la edición.
- 4.8 Herramientas de procesamiento de imágenes.
- 4.9 Herramientas de efectos y *Motion graphics*.
- 4.10 Edición de audio para procesos de postproducción audiovisual.
- 4.11 Edición On-line.



VII. Acervo bibliográfico

- Alten, Stanley R. (2013). *El sonido en los medios audiovisuales*. España: Editorial Donostiarra.
- Aumont, Jacques y Michel Marie, *Análisis del film*, Barcelona, Paidós, 2017. **PN1994 .A85**
- Bermejo Berros, Jesús. (2005). *Narrativa audiovisual*. México: Pirámide Ediciones.
- Fernández Díez, F; Martínez Abadía, J. (1999). *Manual Básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Madrid, España: Paidós. **PN1994 F47**
- Mases Blanch, Noemí, y otros. (2016). *Documentación audiovisual: documentación en la creación, producción y difusión de contenidos multimedia*. Barcelona, España: UOC.
- Milner, Greg. (2016). *El sonido y la perfección: una historia de la música grabada*. Madrid, España: Lovemonk.
- Niño, Víctor Miguel. (2017). *Los Medios Audiovisuales y las tic en la Enseñanza*. México: Eco Ediciones.
- Ortiz, M.A. & Volpini, F. (1995). *Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y fórmulas*. España: Paidós Ibérica.
- Pulencio, Enrique, *El Cine Análisis y Estética*, Colombia, 2018
- S. Simpsons, Robert. (2012). *Manual práctico para producción audiovisual*. España: Gedisa. **TS2301 A7 S55**
- Truby, J. (2009). *Anatomía del guion: el arte de narrar en 22 pasos*. Barcelona: Alba Editorial. **GR72.3 T78**
- Tubau, D. (2011). *El guion del siglo XXI: el futuro de la narrativa en el mundo digital*. Barcelona, España: Alba Editorial.

