

## Nombre de la asignatura: Producción Audiovisual

### a) Generalidades:

<b>Número de Orden: 41, 42 ó 43</b>	<b>Código: PAL0</b>	<b>Duración del Ciclo en Semanas: 16</b>
<b>Pre- Requisito (s): Diseño y Producción Audiovisual (DPA0)</b>	<b>Ciclo Académico: IX</b>	<b>Duración/Hora Clase: 50 minutos</b>
	<b>Área: Optativas</b>	<b>Número/Hora Clase por Ciclo: 64</b>
	<b>U. V.: 3</b>	<b>Horas Teóricas/Semanales: 2</b>
		<b>Horas Prácticas/Semanales: 2</b>

### b) Descripción de la asignatura:

La asignatura parte del conocimiento previo por parte del comunicador de los principales temas relacionados con el lenguaje y narrativa audiovisual, la redacción de guiones, conocimiento e identificación de los géneros audiovisuales, para adentrarse en la producción audiovisual orientada a dos grandes áreas: la publicidad y los documentales. Se contará con el apoyo y uso de programas como Adobe Premiere y adobe Audition. Al final del curso se espera obtener resultados grupales en forma de producciones audiovisuales concretas en las áreas de trabajo. Dichas producciones serán evaluadas.

### c) Objetivo General de la Asignatura:

- Conocer, comprender y saber aplicar las funciones y objetivos del área de producción audiovisual en empresas dedicadas a la publicidad, las relaciones públicas y a la promoción de imagen pública. Desarrollar proyectos de producción audiovisual documental orientados al periodismo, la educación o las ciencias sociales.
- Ofrecer los conocimientos necesarios para desempeñarse profesionalmente en productoras de cine y televisión, agencias de publicidad, productoras independientes, canales de TV abierta y de cable, productoras comerciales o independientes de videos.

### **Objetivos Cognitivos (conocer):**

- Obtener una visión integral y práctica de los procesos editoriales
- Conocer e identificar todos los elementos y técnicas necesarios para emprender proyectos audiovisuales
- Desarrollar la comprensión y las habilidades necesarias en las distintas funciones de producción audiovisual

### **Objetivos Procedimentales (saber hacer):**

- Manejar el software o programas pertinentes que permitirán trasladar el poner en marcha hasta su realización de una producción audiovisual.
- Realizar una producción audiovisual que se apegue a las necesidades educativas, comerciales, sociales y culturales de los diferentes públicos

### **Objetivos Actitudinales (ser):**

- Generar una actitud favorable hacia la continua investigación, discusión y proposición de producciones audiovisuales
- Fomentar solidez y dominio en los conocimientos básicos de la profesión de productor audiovisual
- Desarrollar en el comunicador las destrezas y nociones básicas para una eficaz inserción en el mundo profesional de la TV, el video comercial y documental
- Desarrollar la capacidad de organización y control de todos los procesos inherentes a una producción audiovisual

### **d) Contenidos:**

#### **UNIDAD 1: Producción audiovisual para las comunicaciones**

1. El concepto de producción
2. La producción en las agencias de publicidad
3. El departamento de producción
4. La producción en otras empresas de comunicaciones
5. Producción y relaciones públicas

6. El *event marketing*
7. Publicity: el videocomunicado

## **UNIDAD 2: Producción audiovisual para agencias de publicidad**

1. Del briefing al plan de comunicación
2. Sistemática del trabajo
3. De la creatividad a la producción
  - a. Concepto
  - b. Imagen
  - c. Copy
  - d. Sonido
4. Elementos claves de la producción
  - a. Planning
  - b. Presupuesto
  - c. Calendario
  - d. Logística
5. Producción audiovisual
  - a. Formatos
  - b. Mecánica de trabajo
  - c. Guión
  - d. Preproducción
  - e. Rodaje
  - f. Postproducción
  - g. Emisión
  - h. Evaluación

## **UNIDAD 3: Producción audiovisual con fines documentales**

1. Identificación del problema
2. Reflexión y discusión sobre el problema con el equipo de trabajo
3. Investigación
  - a. Equipo de investigación y funciones
  - b. Investigación documental
  - c. Investigación de campo
4. Sistemática del trabajo de producción

5. De la investigación a la producción
  - a. Concepto
  - b. Imagen
  - c. Guionista
  - d. Sonido
  
6. elementos claves de la producción
  - a. Planning
  - b. Presupuesto
  - c. Calendario
  - d. Patrocinadores
  - e. Logística
  
7. Producción audiovisual
  - a. Formatos
  - b. Mecánica de trabajo
  - c. Guión
  - d. Preproducción
  - e. Rodaje
  - f. Postproducción
  - g. Emisión
  - h. Evaluación

#### **e) Estrategia metodológica**

La asignatura se desarrollará un 50% teórico y un 50% práctico.

Durante el desarrollo del curso, será necesario:

- Leer los textos del manual y los auxiliares de acuerdo a lo especificado por el catedrático
- Realizar las actividades y los ejercicios de práctica e investigación solicitados.
- Diseñar en etapas un proyecto documental a elección.
- Visionar la filmografía y analizar la bibliografía sugerida.
- Asistir a las sesiones de asesoría pautadas con el docente.  
Trabajar con los resúmenes de contenidos.
- Estudiar los contenidos de cada clase e incorporarlos en la realización del Trabajo Final.
- Corrección y devolución del docente de cada trabajo entregado.
- Respuesta del docente a las diferentes inquietudes del estudiante vinculadas a los contenidos teóricos o a la realización de los trabajos prácticos
- Presentación y evaluación de un producto audiovisual final

**f) Bibliografía:**

<b>Nombre de la Obra</b>	<b>Autor</b>	<b>Casa editora</b>	<b>País</b>	<b>Año de edición</b>	<b>Número de ejemplares en biblioteca</b>
<i>Estética del Discurso Audiovisual</i>	Huertas, L.F	Editorial Mitre	España	1994	3
<i>Introducción al Lenguaje Audiovisual</i>	González Morantes	Editorial Mitre	España	1994	3
<i>Análisis sobre la teoría narrativa del cine de animación como estrategia en el proceso creativo para enriquecer los spots publicitarios animados</i>	Chavarría Carranza, Amada Emperatriz. Toruño Salazar, Erick Asdrúbal	Tesis de grado	El Salvador	2009	3
<i>Introducción a la tecnología audiovisual. televisión, video, radio</i>	Martínez Abadía, José	Paidós	Barcelona, España	1997	3
<i>La televisión: Una metodología para su aprendizaje</i>	Soler, LLorenc	Ediciones G. Gili	México	1991	3
<i>Comunicación en un Mundo Cambiante</i>	Dobkin, Bethami A.	Mc Graw Hill	México	2003	3

**Otra bibliografía**

<i>El documental, la otra cara del cine</i>	Breschand, Jean	Paidós	España Barcelona	2004	En proceso de compra (3)
<i>¿Cómo se hace un spot publicitario?</i>	Gurrea Saavedra, Álvaro	Universidad del país Vasco	Bilbao, España	2009	En proceso de compra (3)
<i>Teoría y técnica de la producción audiovisual</i>	De Marzal, Felici Javier	Tirant Lo Blanch	España	2008	En proceso de compra (3)