**Departamento:** Ciencias de la Comunicación

**Carrera:** Licenciatura en Ciencias Humanas – Comunicación Social **Asignatura:** Práctica de la Producción en Comunicación **Código/s:** 6159 **Curso:** Quinto Año

### Comisión: A

**Régimen de la asignatura:** Anual A**signación horaria semanal:** 4 horas **Asignación horaria total:** 120 Horas

**Profesor Responsable:** Pascual, Carlos Esteban, Asaad, Claudio

**Integrantes del equipo docente:** Ceppa, Patricia

**Año académico:** 2024

**Lugar y fecha:** Río Cuarto, 7 de Marzo de 2024

### FUNDAMENTACIÓN

La asignatura es un espacio de desarrollo y producción de las fases principales de la comunicación visual y audiovisual, desde la concepción de la idea hasta la construcción del mensaje en medios gráficos y audiovisuales, sus características y formas de funcionamiento. Intentado una formación integral en cuestiones relacionadas con la producción Comunicacional.

La actividad comunicativa está pensada como difusión de actividades de instituciones gubernamentales o no gubernamentales de bien público. Así como también, la base de campañas de salud, culturales y sociales. Esta capacitación viene a sumar al perfil del Licenciado en Ciencias de la Comunicación con orientación en Comunicación Institucional, un aspecto disciplinar que se articula con las asignaturas de la especialidad en las que la comunicación visual y audiovisual aparece como uno de los componentes de importancia para el éxito de las planificaciones e intervenciones diseñadas por el futuro profesional.

### OBJETIVOS

* + Profundizar en el conocimiento de los elementos básicos de la producción comunicacional.
  + Conocer los alcances y características de cada una de las fases de la producción.
  + Capacitar a los alumnos en las habilidades para construir y trabajar en proyectos de producción visual y audiovisual.
  + Fomentar la capacidad crítica del alumno a la hora de enfrentarse al análisis de los mensajes comunicacionales.
  + Conocer la importancia de la Tecnología Audiovisual como determinante de los Diseños y Procesos de Producción Audiovisual.
  + Manejo de la Cámara de Video con criterio de lenguaje y su posterior proceso de edición.

1. **CONTENIDOS (**Presentación de los contenidos según el criterio organizativo adoptado por la cátedra: unidades, núcleos temáticos, problemas, etc. y mención del nombre de los trabajos prácticos según esa organización).

# Unidad I

**El equipo de producción**. Narrativa y creatividad Audiovisual. Los mecanismos de la comunicación Audiovisual en video. La estructura visual de los anuncios audiovisuales. La estructura de los anuncios con Guión. Creatividad Sonora.

# Unidad II

**La Construcción de Sentido**(s). Naturalidad y Convención. Campo y Fuera de Campo. El ojo y la Cámara. Plano, toma,

escena y secuencia. Encuadre. Composición.

La Puesta en Escena. Iluminación

# Punto de Vista. Perspectiva. Representación Sonora.

# Factores Estéticos e Ideológicos. Montaje y Edición. Continuidad.

# Unidad III

**Tecnología y Producción**: La Tecnología Audiovisualcomo determinante de los Diseños y Procesos de Producción. La tecnología de imagen fija (Fotografía) La Tecnología de imagen en movimiento (Video). La Cámara fotográfica. Criterios Fotométrico y de Iluminación. Los Formatos de Video en la Producción Audiovisual. Procesos de Producción en Calidad.

## La Cámara de Video: Estructura, funcionamiento y manejo. Uso de la óptica videográfica en función del lenguaje. Soportes de Registro y Circulación de las Producciones Audiovisuales. Análisis de un Original de cámara y sus posibilidades de ordenamiento con criterios de montaje. Los Software de Edición: Home - Semi Pro y Pro, como determinantes de los procesos de Diseño y circulación de los Productos Audiovisuales. El software de Edición

**Unidad IV**

Diseño Editorial. Cómo se debe trabajar en el Diseño Editorial. La Publicación: Propósitos, tipo, medio y público. Texto: Maquetación y Retícula. Elementos de la retícula: Títulos, textos, imágenes, ilustración, blancos. Composición y ubicación de los elementos. Equilibrio. Tensión.

**Unidad V**

**Los nuevos soportes electrónicos**: Internet. Seguimiento y evaluación de una campaña comunicacional. Análisis de una campaña publicitaria.

### METODOLOGIA DE TRABAJO

Se trata de una metodología participativa de enseñanza - aprendizaje en encuentros teóricos y prácticos diseñados a partir de un modelo de taller en el que se favorecerá la interacción de los estudiantes entre sí y con los nuevos conceptos.

Atendiendo al modelo constructivista de la enseñanza y el aprendizaje, se recuperarán los saberes aprendidos, con la intención de vincularlos y fortalecerlos con las teorías de la comunicación que abordan la problemática de la Comunicación Visual y Audiovisual y sus prácticas. Un importante eje en la enseñanza, es el de fortalecer las técnicas y procesos de producción, atendiendo a los contextos de demanda, las singularidades de los grupos y la accesibilidad tecnológica. El propósito de esta propuesta de trabajo es cumplir con los objetivos planteados en este programa de la asignatura, y con los criterios de evaluación.

1. **EVALUACIÓN** (explicitar el tipo de exámenes parciales y finales según las condiciones de estudiantes y los criterios que se tendrán en cuenta para la corrección).

# Evaluaciones parciales:

## Una primera evaluación surgirá del promedio de cada uno de los trabajos prácticos realizados. Una segunda evaluación surgirá de un trabajo integrador final

Los criterios a tener en cuenta en las evaluaciones son:

**Requisitos para aprobación de los exámenes parciales:** Trabajo final Integrador: Se evaluará procesos y resultados, considerados éstos acordes a la temática seleccionada, la investigación realizada y el abordaje práctico en función de los objetivos y las estrategias comunicativas y creativas planteadas. La producción final deberá resultar coherente con el proceso llevado a cabo y de un nivel que se corresponda con las exigencias técnicas establecidas.

**Requisitos para la aprobación de tos trabajos prácticos:**

Ser presentados en la fecha establecida.

La presentación será conforme a la exigencia de la cátedra, en cuanto a prolijidad, creatividad y uso adecuado de la técnica exigida.

Deberán expresar correctamente los conocimientos y el vocabulario de cada uno de los temas elaborados.

Se podrán recuperar los trabajos prácticos de acuerdo a la modalidad que fije la cátedra.

* 1. **REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE LAS DIFERENTES CONDICIONES DE ESTUDIANTE** (regular, promocional, vocacional, libre).

# REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE DIFERENTES CONDICIONES DE ESTUDIANTE:

Los alumnos regulares deberán cumplimentar los siguientes requisitos: Asistencia al 80% de las clases teórico prácticas.

Realización del 80% de los trabajos prácticos que fije la cátedra. Desarrollo del trabajo final integrador

Aprobación del 80% de los trabajos prácticos con nota de 5 o más. Los estudiantes podrán recuperar hasta el 50% de los trabajos prácticos.

Aprobación del trabajo final integrador con nota de 5 o más.

### BIBLIOGRAFÍA

* 1. **BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA**

**Unidad 1**

**Carmona Ramón,** Cómo se comenta un texto fílmico. Ed. Cátedra-Signo e Imagen. Madrid 1990

**Fernández Diez, Federico-Martinez Abadía, José,** Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual. Ed. Paidós. Barcelona 1999

**Fernández Diez, Federico-Martinez Abadía, Jose,** La dirección de producción para cine y televisión. Ed. Paidós. Barcelona 1998

**Unidad 2**

**Carmona Ramón,** Cómo se comenta un texto fílmico. Ed. Cátedra-Signo e Imagen. Madrid 1990

**Fernández Diez, Federico-Martinez Abadía, José,** Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual. Ed. Paidós. Barcelona 1999

**Fernández Diez, Federico-Martinez Abadía, José**

La dirección de producción para cine y televisión. Ed. Paidós. Barcelona 1998

**Unidad 3**

**Bártulos Daniela**. Edición de video. Ed PC USER. Buenos Aires 2006

**Fink Donald**. Física de la televisión*.* Ed. Eudeba. Buenos Aires. 1980

**Harry Matias** – Patterson Richard. *Cinematografía electrónica.* Ed. Escuela de cine y Video. Andoain (España) 1995

**Llorens Vicente**. Fundamentos tecnológicos de video y televisión. Ed. Paidós. Barcelona 1995

**Unidad 4**

Diseñar con **Ambrose Gavin,** Fundamentos del Diseño Creativo. Ed. Parramon. Barcelona, 2004

**Ambrose Gavin,** Formato. Ed. Parramon. Barcelona, 2008.

**Artigas, Luís**. La publicidad. Trabajo publicado en la web de economía © [www.ecobachillerato,com](about:blank)

**Alberto Borrini.** Publicidad la fantasía exacta. Edición Macchi - Macchi grupo editor SA. 1994.

[www.ecobachillerato.com](http://www.ecobachillerato.com/)

**González Díez, L.; Pérez Cuadrado, P**.: Principios básicos sobre diseño periodístico, Madrid, Editorial Universitas S.A, Barcelona, 1988.

**Lakshmi Bhaskaran** - ¿Qué es el diseño editorial? - Ed. lndex Book SRL - Barcelona, España – 2006

**Olamendi, Gabriel**. Campaña de Publicidad. Publicado en la web: “estoesmarketing. Com”

**Samara Timothy**. Diseñar con y sin retícula. Ed. Gustavo Gilli. Madrid, España. 2004

**Tellis,G**. Estrategias de Publicidad y Promoción, Pearson Educación, Madrid, 1998.

**L - Saunders-Davies, R**.: Materiales gráficos y técnicas, Madrid, Hermann Blume, 1988.

**Olamendi, Gabriel**. Campaña de Publicidad. Publicado en la web: “estoesmarketing.com”

**Unidad 5**

**Martin, María Victoria y Vestfrid Pamela** (Eds.) La aventura de innovar con TIC: aportes conceptuales, experiencias y propuestas – Ed. Universidad Nacional de La Plata, La Plata. 2015.

### BIBLIOGRAFIA DE CONSULTA

**Villarejo Ramos, Ángel**, La medición del valor de marca, Ceade Editorial, Sevilla, 2001.

**G.J. Tellis**, Estrategias de Publicidad y Promoción, Pearson Educación, Madrid, 1998.

1. **HORARIOS DE CLASES Y DE CONSULTAS** (mencionar días, horas y lugar)

Horario de clases Jueves de 14 a 17hs

Horarios de consulta:

Asaad, Claudio Jueves de 10 a 12 hs

Pascual, Carlos: Jueves de 12 a 14 hs

Ceppa, Patricia: Jueves de 10 a 12 hs.

### OBSERVACIONES:

Haga clic aquí para escribir Observaciones.