FOLIO Nº 1 UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

Universidad Nacional de Quilmes
Escuela Universitaria de Artes

Universidad Nacional de Quilmes
Escuela Universitaria de Artes
Programa Regular

CARRERA/S:	Licenciatura en Artes y Tecnología
AÑO:	2019
ASIGNATURA:	Recursos Industriales
DOCENTE:	Cristian Verón
CRÉDITOS:	10 créditos
TIPO DE ASIGNATURA:	Teórico- Práctica

PRESENTACION Y OBJETIVOS:

Presentación:

La asignatura presenta núcleos conceptuales que permiten reconocer los aspectos principales del flujo de trabajo de la producción audiovisual, con preponderancia en la producción y postproducción televisiva. También propone una exploración desde encuadres teóricos del campo comunicacional, que permita delimitar y revisar las configuraciones de objetos y piezas promocionales, así como las estrategias contemporáneas en la escritura promocional.

Objetivos:

• Adquirir una competencia lingüística audiovisual, reconociendo la semántica y sintaxis audiovisual.
• Desarrollar habilidades para operar distintos tipos de cámaras en el ámbito de los medios audiovisuales. Concretar experiencias de realizaciones audiovisuales y experiencias.
• Desarrollar habilidades para plasmar el uso creativo de la luz en el campo de medios audiovisuales.
• Estimular la interpretación, el diagnóstico y la realización audiovisual.
• Posibilitar un manejo conceptual y realizativo de la producción audiovisual, que permita contribuir al desarrollo de la especialización en diversas opciones del mundo laboral: a) producciones: en instituciones gubernamentales o no gubernamentales y b) campos de desarrollo: profesional de medios, crítico audiovisual, investigador audiovisual, docente audiovisual.

CONTENIDOS MÍNIMOS:

Promoción audiovisual televisiva. Tipos de objetos promocionales: *teaser*, tráiler, etc. Estructuras y sus componentes. Nociones de redacción promocional. Edición publicitaria. Postproducción de audio y video. La función de la producción. Circuitos y flujos de producción.

RESN 092/10

CONTENIDOS TEMÁTICOS O UNIDADES:

1. El cine. La televisión. El video. Nuevos Usos, digitalización, convergencia e internet. El lenguaje audiovisual. Elementos del lenguaje audiovisual. Nociones de composición y movimientos de cámara. El plano. La secuencia. Postproducción de audio y video.
2. Sistemas de percepción visual y auditiva. Propuesta estética: búsquedas estilísticas y apuestas realizativas centrales. Uso de referentes estéticos, modelos de uso y apropiación estilística. La función de la producción. Circuitos y flujos de producción.
3. Promoción audiovisual televisiva. Tipos de objetos promocionales: teaser, tráiler, etc. Estructuras y sus componentes.
4. Nociones de redacción promocional. Edición publicitaria. Redes Sociales y nuevos circuitos de promoción

MODALIDAD DE EVALUACIÓN:

El sistema de aprobación de la asignatura se rige por la normativa detallada en la Resolución del Consejo Superior de la Universidad Nacional de Quilmes (RSC 201/18), en el Capítulo II "Evaluación y acreditación / "Título I. Modalidad Virtual" y sus artículos correspondientes donde constan tanto las condiciones para alcanzar la regularidad de la asignatura como el régimen de exámenes finales.
http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/5bbb4416f0cdd.pdf

Para aprobar la cursada se evaluará a los/las estudiantes mediante la entrega de 4 (cuatro) trabajos prácticos de carácter monográfico en función a las unidades y la bibliografía dada.

BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA:

Unidad 1

- AAVV (2012). En la ruta digital: cultura, convergencia tecnológica y acceso. - 1a ed. - Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación.
- BAZIN, ANDRÉ (2001), ¿Qué es el Cine?. Madrid, Ediciones Rialp, pp 81- 100
- DEBRAY, RÉGIS (1994), Cap. 8: "Las tres edades de la mirada", "Doce tesis sobre el orden nuevo y una última cuestión", en Vida y muerte de la Imagen: La historia de la mirada de occidente, Paidós, Barcelona.
- DELEUZE, GILES (1983). La imagen-movimiento. Estudio sobre cine. Paidos Comunicación, Barcelona. Pp 27 – 49.
- MARTIN, Marcel (1995), El lenguaje del cine. Gedisa. Barcelona.
- RINCÓN, OMAR (2006), Narrativas mediáticas, Gedisa, Barcelona.

Unidad 2

- AUMONT, J. (1992).La imagen, Ediciones Paidós, Barcelona.
- BAZIN, ANDRÉ (1951). "Para acabar con la profundidad de campo"; Cahiers du cinema, n° 1.
- BEAVAIS, DANIEL (1989). Producir en video, Tiers – Monde, Montreal. Pp. 1-9
- DELEUZE, GILES (1983). La imagen-movimiento. Estudio sobre cine. Paidos Comunicación, Barcelona. Pp. 27 – 49. pp. 9 -86
- DONDIS D. A. (1976), La sintaxis de la Imagen. Introducción al alfabeto visual. Editorial Gustavo Gili. Barcelona. Capitulo 8.
- EMANUEL, W. D. (1975): Toda la fotografía en un solo libro. España, Omega. HUNTER F., BIVER S., FUQUA P. (2012). La Iluminación en la fotografía. Ciencia y magia, Ediciones Anaya, Madrid.
- LUMIX Guía de Venta. Dominar la Fotografía paso a Paso. Desde el know-how básico de la cámara hasta las posibilidades y técnicas de vanguardia de la fotografía digital.
- MICHEL CHION. La audiovisión, Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES FOLIO Nº 2

Programa: Regular

FOLIO 3

- SÁNCHEZ-ESCALONILLA, ANTONIO (2003). Diccionario de Creación cinematografica. Ariel Cine. Pp. 233 – 239.

Unidad 3

- ESCRIBANO HERNÁNDEZ ASUNCIÓN (2018) La redacción publicitaria. El arte del buen decir para vender. EDITORIAL SÍNTESIS, S. A. Madrid, España.
- GIL PONS, EVA () "La narrativa del trailer cinematográfico" disponible en: http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/adjuntos/la_narrativa_del_trailer_cinematografico.pdf

Unidad 4

- DEL PINO, CRISTINA Y AGUAD, ELSA (2012) "Redes sociales, social media, distribución y televisión: el nuevo usuario/espectador y los vientos de cambio. El león, bienvenido (coordinador), la televisión ante el desafio de internet. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- MARTÍNEZ ALBERTOS JOSÉ LUIS (2007). Curso General de Redacción Periodística. 5° edición. 4° reimpresión. Thomson Editores. Madrid, España.
- NAVARRO GUERRE, HÉCTOR (2010). Hibridación de contenidos y pantallas. Tendencias del consumo de contenidos Audiovisuales e interactivos en España en el marco de la convergencia digital. Disponible en: http://gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos.
- VARELA, MIRTA (2014). "El miraba televisión, youtube. La dinámica del cambio en los medios". En Carlos Mario y Scolari, Carlos A. (eds.) (2014). El fin de los medio masivos. Buenos Aires: La Crujia.

BIBLIOGRAFIA DE CONSULTA:

- MARTIN, Marcel (1995). El lenguaje del cine. Gedisa. Barcelona.
- AAVV (¿?). La guía esencial de referencia para cineastas. Eastman Kodak Company.

Firma y Aclaración: Director de carrera María Julia Augé Directora Licenciatura en Artes y Tecnologías Universidad Nacional de Quilmes	***Firma y Aclaración:*** Docente CRISTIAN VERÓN

RESN°092/10