



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN COLECTIVA

DESCRIPTIVOS DE LOS CURSOS ÉNFASIS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIAL

*Versión actualizada según Resolución VD-11466-2020
Rige a partir del II-2020*





DESCRIPTIVOS DE LOS CURSOS DE CAM

C2000 Introducción a la Com. Audiovisual y Multimedial.....	3
CURSOS OBLIGATORIOS.....	6
C2002 Montaje y edición de video	7
C2001 Producción y dirección de video.....	11
C2003 Producción avanzada de audio	16
C2004 Diseño y desarrollo de aplicaciones interactivas	19
C2005 Producción de aplicaciones interactivas.....	24
C2006 Manejo profesional de la voz	27
C2111 Guión de ficción y documental	31
C2007 Producción ejecutiva.....	34
C2020 Práctica Profesional en Comunicación Audiovisual y Multimedial	37
CURSOS OPTATIVOS	41
C2101 Producción de audio en directo.....	42
C2102 Efectos digitales y animación.....	44
C2104 Realización de cortometraje de ficción	48
C2105 Gestión de proyectos multimedia.....	50
C2106 Radio	54
C2108 Iluminación para fotografía y video.....	58
C2109 Actuación y dirección de actores.....	60
C2110 Producción de videos musicales	63
C2112 Realización de documental.....	66
C0032 Medios educativos	68



C2000 Introducción a la Com. Audiovisual y Multimedial

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-Práctico
Horas teóricas:	2
Horas prácticas:	1
Requisitos:	C0001 Introducción a la Comunicación
Tipo:	Bloque Común - Cursos introductorios Obligatorio

DESCRIPCIÓN

Este curso se basa en el estudio de los conocimientos introductorios a la comunicación audiovisual y multimedial. Se abordan los alcances de la disciplina en las dimensiones del quehacer profesional y de la investigación, teniendo como objeto el estudio de los diversos ámbitos profesionales así como el análisis de los posibles espacios donde esta actividad se inserta y su relación con los distintos medios.

OBJETIVO GENERAL

Introducir a las y los estudiantes en el conocimiento de la disciplina de la comunicación audiovisual y multimedial mediante el estudio de las tendencias recientes y la evolución histórica del quehacer productivo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

1. Conocer la evolución histórica y las tendencias recientes de la comunicación audiovisual y multimedia relacionadas con la plataforma tecnológica.
2. Reconocer la diversidad de salidas profesionales que tienen las y los profesionales de la Comunicación Audiovisual y Multimedial.
3. Conocer el panorama de la industria y la situación del mercado laboral en Comunicación Audiovisual y Multimedial.
4. A través del conocimiento de diversas empresas, tener nociones sobre la organización profesional y la naturaleza del trabajo interdisciplinario y/o la combinación de



1. diversos oficios en el área de Comunicación Audiovisual y Multimedial.
2. Realizar una investigación aplicada que le permita tener un acercamiento con el sector productivo y el quehacer profesional.
3. Aclarar si esta es el área o una de las áreas por las que le interesa enfocar su carrera en comunicación.

CONTENIDOS

1. La dimensión comunicativa de la producción audiovisual y multimedial:
 - El concepto de comunicación
 - La comunicación como proceso
 - La comunicación audiovisual y multimedial en el contexto del siglo XX: Tendencias y evolución tecnológica del siglo XX.
2. Los conceptos de producción, distribución y consumo en el marco de propuestas de comunicación audiovisual y multimedial.
3. La diversidad de los públicos y sus implicaciones en los procesos de la construcción y el análisis de los mensajes.
4. Las plataformas tecnológicas de producción, los soportes y los medios de distribución. Hacia una “radiografía de la industria”
5. Las disciplinas y los oficios.
 - Comunicación Audiovisual y Multimedial el resultado de la interdisciplinariedad.
 - Diversidad de ámbitos profesionales que intervienen
 - Estudio de roles y funciones en el ejercicio de la profesión (quién hace qué, cuándo y dónde)

BIBLIOGRAFÍA

- Arijon, Daniel. (1995). Gramática del lenguaje Audiovisual Esc. de C y V. España: Guipúzcoa,
- Brady , John. (1995). El oficio del guionista, Barcelona. Editorial Gedisa,
- Cebrián, Mariano. (2001). La radio en la convergencia multimedia, España: Gedisa Editorial,
- Chater, Kathy. (2002). Research for media production, 2a.Ed. Londres: Focal Press,
- García Márquez, Gabriel. (1998). La bendita manía de contar. Olero y Ramos, San Antonio de los Baños
- Getino, O. (2005). Cine Iberoamericano: los desafíos del próximo siglo. Costa Rica: Ed. Veritas
- Mazziotti, Nora. (1996). La industria de telenovela. La producción de ficción en América



Latina. Argentina: Paidós SAICF.

Millerson, Gerarld. (2001). Producción de Televisión. 10ª edición. Londres: Focal Press,

Moreno, I. (2002). Musas y nuevas tecnologías. El relato hipermedia. España, Paidós Ibérica

Munari, Bruno. (1980). El arte como oficio, 4a.Ed. España. Labor Ed.

Pardo, Alejandro. (1993). El oficio de producir películas: el estilo Puttnam. España: Ariel.

Pérez de Silva, J. (2000). La televisión ha muerto. La nueva producción audiovisual en la era de Internet: la tercera revolución industrial. España: Gedisa.

Prieto Castillo, Daniel. (1998). La pasión por el discurso. Cartas a los estudiantes de comunicación, 3a.Ed. México

Rabiger, Michael.(2005). Directing the Documentary. 4th Edition. Londres: Focal Press.

Rabiger, Michael. (2000). Dirección de cine y video: técnica y estética. Madrid: IORTV

Richeri, Giuseppe. (2003). La transición de la televisión. Análisis del audiovisual como empresa de comunicación. España: Bosch Casa Editorial

Sáinz, Miguel. (2008). El productor audiovisual. España: Edit. Síntesis



CURSOS OBLIGATORIOS

C2002 Montaje y edición de video	
Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Taller-Teórico-Práctico
Horas teóricas:	1
Horas prácticas:	3
Requisitos:	C0007 Comunicación gráfica C0008 Fotografía C2000 Introducción a la Comunicación Audiovisual y Multimedial
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de CAM Obligatorio

DESCRIPCIÓN

Este curso estudiará la narración audiovisual como un proceso que se articula por medio de fragmentos visuales y sonoros. El montaje es la fase de la producción en la que se construye la estructura definitiva del audiovisual con fines narrativos y estéticos.

OBJETIVO GENERAL

Dotar a los/las estudiantes de los fundamentos teóricos y recursos prácticos indispensables para el análisis, la reflexión y la elaboración del montaje de distintos tipos de secuencias narrativas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

1. Analizar los roles y competencias de los recursos humanos relacionados con todos los aspectos del montaje, edición y postproducción desde sus orígenes hasta la actualidad.
2. Disponer del conocimiento informático suficiente con la finalidad de hacer un uso estructural eficaz y excelente de las aplicaciones de software más estandarizadas con las que se desarrolla el trabajo de edición y postproducción en la actualidad.



3. Profundizar en las técnicas y procesos de integración de elementos gráficos, visuales y sonoros con el fin de desarrollar el montaje de diferentes piezas audiovisuales en función de su tipología.
4. Adecuar el montaje y desarrollarlo mediante un planteamiento narrativo acorde con las demandas del director y las propias del producto.

CONTENIDOS

1. Introducción a la edición y postproducción audiovisual
 - Principales escuelas y movimientos relacionados con el montaje
 - La tecnología del montaje, desde sus inicios a la actualidad
 - Entornos cinematográficos, entornos videográficos, entornos mixtos
 - Procedimiento de ajuste en la monitorización de video y audio de la sala de edición y postproducción
 - Los documentos del editor y el proyecto
2. Teoría artística y fundamentos básicos del montaje
 - Semántica, sintáctica
 - Ritmo interno y externo
 - El raccord: Continuidad visual y sonora
 - Puesta en escena: los personajes y la dirección de arte
 - La elipsis
 - Saltos espacio-temporales
 - Recursos narrativos
 - Montaje sonoro y ambientación musical
3. La edición no lineal
 - Características de la edición
 - Principales aplicaciones y entornos de trabajo
 - Adecuación del proyecto
 - Preparación, captura y organización de los materiales
 - La línea de tiempos
 - Edición de tres puntos
 - Sincronía y herramientas de ajuste
 - Posicionamientos, transiciones y efectos
 - Titulación
 - Estrategia en la edición de diferentes productos en función de su tipología



- Exportación para distintas plataformas
- 4. La postproducción y la composición
 - Características de la postproducción y composición
 - Principales aplicaciones y entornos de trabajo
 - Concepto de capa
 - Llaves de color, luminancia y canales alfa
- 5. El tratamiento de color
 - Conceptualización del trabajo de corrección de color
 - Elementos y parámetros de ajuste
 - Límites técnicos de la corrección de color
 - Corrección primaria
 - Corrección secundaria
- 6. El tratamiento del audio
 - Archivos de audio
 - Aplicaciones específicas para la postproducción de audio
 - La postproducción de audio en la plataforma de video
 - Conformación de las pistas
 - Keyframes, ajustes puntuales y globales
 - Masterización del producto para la difusión y distribución
 - Autoría para DVD
 - Formatos para cinta
 - Formatos y archivos en estado sólido
 - Principales codecs y formatos de trabajo
- 7. Otros ámbitos en la postproducción audiovisual
 - Técnicas de Motion Graphics



V. BIBLIOGRAFÍA

Eisenstein, Serguei. (1998). La forma del cine. Méjico: Siglo XXI.

Eisenstein, Serguei. (1998). El sentido del cine. Méjico: Siglo XXI.

Fernández Casado, José Luis (1999). Postproducción digital. Bilbao: Escuela de cine y video.

Jurgenson, Albert. (2005). La práctica del montaje. Madrid: Gedisa.

Millerson, Gerald (2001). Técnicas de producción y realización en televisión. Madrid: Instituto oficial de radio y televisión.

Ondaatje, Michael. (2008). El arte del montaje. Madrid: Plot.

Reisz, Karel. (2003). Técnica del montaje cinematográfico. Madrid: Plot.

Sánchez, Rafael C. (2008). El montaje cinematográfico arte de movimiento. Buenos Aires: La Crujia.

Thompson, Roy. (2001). Gramática del montaje cinematográfico. Madrid: Plot.

C2001 Producción y dirección de video

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Taller-Teórico-Práctico
Horas teóricas:	2
Horas prácticas:	2
Requisitos:	C0010 Introducción a la producción de televisión y video C0011 Producción básica de audio C2002 Montaje y edición de video
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de CAM Obligatorio

DESCRIPCIÓN

El curso está diseñado con el fin de proporcionar a las y los participantes con el conocimiento teórico-práctico fundamental para elaborar producciones con equipo portátil de televisión. Se profundizará en el conocimiento del lenguaje audiovisual kinético, así como en los conocimientos y manejo de equipo de grabación y de técnicas de posproducción. Además se dará un especial énfasis en todas las actividades que conforman el proceso de pre-producción.

OBJETIVO GENERAL

Construir un espacio que estimule el aprendizaje, la creatividad, la crítica, la autocrítica y desarrolle las destrezas básicas fundamentales requeridas en el manejo del lenguaje audiovisual requerido en proceso de producción de vídeo, así como del conocimiento de audiencias.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

1. Formular, investigar, planificar, ejecutar y evaluar las tareas que requiere proceso de producción.
2. Planificar y gestionar todas las tareas que demanda el proceso de pre-producción para diferentes plataformas.



3. De manejar profesionalmente su posición en cualquiera de las funciones que desempeñe en el proceso de producción.
4. De relacionarse con respeto en las relaciones con el personal de producción, artístico y técnico, a su cargo.
5. Propiciar la planificación que requieren los procesos de grabación y posproducción.
6. De manejar el lenguaje audiovisual y el equipo de producción.
7. Elaborar guiones, propuestas de iluminación y de sonido, así como de editar para diferentes plataformas audiovisuales.
8. Evidenciar la importancia que tiene la investigación y el trabajo en equipo en la producción audiovisual.
9. Iniciar construir trabajos audiovisuales en comunicación con audiencias y posibles clientes.

CONTENIDOS

1. Relación humana, laboral y ética de las y los integrantes del equipo de producción.
2. La dirección.
 - Análisis del guión. Propuesta fílmica: guión técnico (“storyboard”);
 - Análisis de las locaciones (luz, sonido, color),
 - Propuesta de plan de piso o puesta en escena; relación con el equipo de trabajo.
3. Pre-producción:
 - El “spot” para TV y otras plataformas audiovisuales.
 - Conocimiento del género.
 - Construcción del racional.
 - Manejo y gestión del presupuesto
 - La importancia de la estructura del guión y tipos de estructura.
 - El “shooting board”. La puesta en escena.
 - El “casting”, las locaciones, la escogencia del equipo humano.
4. La producción del spot.
 - Gramática fílmica
 - Cronograma y plan de grabación.
 - Responsabilidades del equipo de producción.
 - Iluminación y sonido
 - Manejo de actores o modelos
 - Logística de producción



5. Edición y posproducción del spot
 - Ritmo y estructura narrativa, unidad estética, tiempo y continuidad.
 - Música: música original, música grabada (derechos de autor), free music.
 - Corrección de color, corrección de sonido. Careta. Presentación en DVD. Diseño de portada y de disco.
6. El documental.
 - Breve historia del género. Tipos de documental.
 - La diferencia entre documental y vídeo.
 - La investigación temática y de producción.
 - El guión del documental, estructuras.
 - Los archivos de imagen.
7. El proceso de pre-producción del documental.
 - El rol del o la productora. Elaboración y manejo del presupuesto.
 - Gestión y personal de la producción.
 - Manejo de la logística de la producción
 - El guión, estructuras y tipos de guiones.
 - investigación temática y de producción.
 - El lenguaje y el tratamiento.
8. La dirección. Análisis del guión.
 - Preparación y grabación. Cronograma y plan de grabación. Grabación del documental.
 - Manejo de testimonios y opiniones.
 - Estética filmica: fotografía, sonido y luces.
 - Emplazamiento de la cámara. Continuidad filmica. Manejo del equipo humano.
9. Edición y posproducción del documental.
 - El rol del o la editora.
 - Armar el documental. El visionado. La estructura narrativa. el hilo conductor. El primer corte.
 - La unidad estética. Títulos, agradecimientos, créditos y postproducción. Copias
 - La edición de testimonios, opiniones e información.
 - La ética de la producción.
 - Uso de material de archivo, derechos de autor.
 - La señal de vídeo, el forma de onda y el vectorscopio.
 - La música, locución, mezcla y ecualización.



10. Iluminación.

- El manejo de las sombras. Lenguaje de la luz.
- Tipos de iluminación y equipo en locación.
- Técnicas de iluminación con equipo portátil.
- Diagrama de iluminación.

11. El videoclip. Conceptualización. Tipos. Estructuras narrativas. Un poco de historia:

- La pre-producción del videoclip. La escogencia de la canción. Relación con la banda. Clasificación y Tipología de videoclips.
- El guión, el storyboard
- La escogencia de las locaciones y del “casting”.
- Propuesta estética. Guión visual, desglose del guión, lista de necesidades. Logística de la producción.

12. La producción del videoclip.

- El ensayo, el plan de cámaras, la puesta en escena.
- La iluminación. Plan de iluminación.
- Técnicas de grabación.

13. Edición y posproducción del videoclip.

- Visionado. Guión de edición. La estética del clip.
- Modificación del croma.
- Insertar objetos de color en blanco y negro,
- uso del color para manejo del tiempo.
- Efectos en posproducción.

BIBLIOGRAFÍA

Baker, M. (2006). *Documentary in the digital age*. Oxford:Focal Press.

Braverman, B. (2010) *Video Shooter: Storytelling with HD Cameras*. Tokyo:Focal Press

Curran-Bernard, S. (2007). *Documentary Storytelling*. Focal Press. Oxford: Focal Press. L

Clark B. y Spohr S. (2002). *Guide to Postproduction for TV and Film*. Amsterdam: Focal Press

De la Cruz-Malavassi, S. (2009) “El ‘spot’ televisivo y el “storyboard”. Inédito

----- (2010). *Gramática Fílmica y Encadenar movimientos en edición*, inédito.

Frith, S. y otros. (1993) *Sound and Vision*. London: Routledge.

Goldberg, L y otros (2003). *Successful Television Writing*. New Jersey : Wiley

Hart, J. (2008). *The Art of the Storyboard*. Amsterdam: Focal Press



- Jackman, J.(2004). Lighting for Digital Video & Television. California:CMO Books.
- Koster, R. (2004). The budget Book for film and television. Oxford:Focal Press.
- Lekakos, G. y otros (2008). Interactive Digital Television. New York: Igi Publishing
- Lee Goldberg, L y Radkin, W. (2003). Successful Television Writing. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Levison L. (2007). Filmmakers and Financing. USA: Focal Press
- Mellos, D. (2000) A Sound Person s Guide to Video. Oxford: Focal Press
- Nisbett, A (2003) The sound Studio. Heidelberg: Focal Press
- Richter,T. (2007). The 30 second Stoyteller: The art and Business of Directing Comercials. Boston:Thomson.
- Ray, F.(2004). Screenwriting. USA: McGraw-Hill.
- Sánchez, R. (2009) Montaje cinematográfico, arte del movimiento.Chile:La Crujía.
- Shalat, A. (2008). Online Video. USA: Mc Graw Hill
- Simon, M.(2007). Storyboards: Motion in Art. Oxford:Focal Press
- Thompson, R. (1993). Gramática del Lenguaje Cinematográfico. España: Plot Ediciones
- Wyatt, H and Amyes,T (2005). Boston: Focal Press

C2003 Producción avanzada de audio

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-Práctico
Horas teóricas:	1
Horas prácticas:	2
Requisitos:	C0011 Producción básica de audio
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de CAM Obligatorio

DESCRIPCIÓN

Este curso profundiza en la producción de audio para distintos soportes y medios. Las y los estudiantes conocerán los equipos y las posibilidades técnicas en estudio, incorporarán sonorización y musicalización en sus guiones y estarán en capacidad de producir mensajes para ser transmitidos, distribuidos, descargados o publicados.

OBJETIVO GENERAL

Que las y los estudiantes profundicen en el conocimiento de la producción de audio y la grabación, edición, transmisión, distribución y publicación de mensajes sonoros en los distintos soportes y medios.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

1. Conocer a profundidad los procesos de grabación, edición, transmisión, distribución y publicación de audio.
2. Experimentar con el uso de los elementos de construcción de ambientes, lenguajes, instrumentos, géneros y cargas racionales y emotivas de la sonorización y musicalización.
3. Elaborar mensajes de audio con calidad de transmisión, descarga y publicación para distintos soportes y medios.

CONTENIDOS

1. Producción de audio en estudio:
 - Equipo y posibilidades técnicas.
 - Grabación.
 - Edición.
 - Transmisión y publicación.
2. Sonorización y musicalización:
 - Construcción de ambientes y atmósferas.
 - Lenguaje musical, instrumentos y géneros.
 - Cargas racionales y emotivas asociadas.
3. Elaboración de mensajes de audio para distintos soportes y medios:
 - Planificación.
 - Ejecución de la producción.
 - Evaluación.
 - Articulación del audio en mensajes audiovisuales y multimediales.

BIBLIOGRAFÍA

- Amyes, Tim y Wyatt, Hilary (2006). Postproducción de Audio para TV y Cine. Editorial de la Escuela de Cine y Vídeo de Andoaín. España.
- Alten, Stanley R. (2008). El Sonido de los Medios Audiovisuales. Segunda Edición. Editorial de la Escuela de Cine y Vídeo de Andoaín. España.
- Beltrán Moner, Rafael (1991). Ambientación Musical. Sonorización, Montaje y Edición. Segunda Edición. Editorial Centro de Formación de Radio y Televisión Española. España.
- Brecht, Bertolt (2004). "Sobre la Música para el Teatro y para el Cine" en Escritos sobre Teatro. Editorial Alba. España.
- Chacón Tornero, María Ángeles y Molina, Emilio (2004). Musicalización de Textos. ¿Cómo poner Música a un Texto?. Enclave Creativa Ediciones. España.
- Hausman y Otros (2001). Producción en la Radio Moderna. Quinta Edición. Thomson Learning. México. Huertas
- Hinojosa, Carlos (2007). La Música, Significado y Función. Editorial Prana. México.
- Hizaki, Roey (2008). Mixing Audio. Concepts, Practices and Tools. Focal Press. Estados Unidos de América.
- Labrada, Jerónimo (2009). El Sentido del Sonido: la Expresión Sonora en el Medio Audiovisual. Editorial Alba. España.



- Larson Guerra, Samuel (2010). *Pensar el Sonido. Una Introducción a la Teoría y la Práctica del Lenguaje Sonoro Cinematográfico*. Editorial del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos de la Universidad Nacional Autónoma de México. México.
- López Vigil, José Ignacio. (2000). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito, Ecuador. Coedición de AMARC, Friedrich Ebert Stiftung, FIP, ALER, PROA, ERBOL, ARPAS, CEPRAC, ETER, COMCOSUR, FM Trinidad, ILLA, ACCE. Segunda Edición.
- Martín Sánchez, Gonzalo (2010). *La Música y la Evolución de la Narración Audiovisual*. Ediciones Abecedario. España.
- Middleton, Chris. (2006). *Creating Digital Music and Sound: An inspirational introduction for musicians, web designers, animators, videomakers, and game designers*. EEUU. Focal Press.
- Middleton, Chris. (2003). *The complete guide to digital audio*. Boston. Muska & Lipman Publishing.
- McLeish, Robert (1999). *Radio Production: a Manual for Broadcasters*. Cuarta Edición. Editorial Focal Press, División de Butterworth-Heinemann. Estados Unidos de América.
- Merino de la Fuente, Jesús Mariano (2008). *Las Vibraciones de la Música*. Editorial Club Universitario. España.
- Román, Alejandro (2008). *El Lenguaje Musivisual: Semiótica y Estética de la Música Cinematográfica*. Editorial Visión Libros. España.
- Ruiz Cantero, Jorge y Vergara Luján, Víctor (2009). *Crear, Editar y Compartir Música Digital*. Editorial Anaya Multimedia. España.

C2004 Diseño y desarrollo de aplicaciones interactivas

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-Práctico
Horas teóricas:	1
Horas prácticas:	2
Requisitos:	C0009 Fundamentos de la comunicación digital C2000 Introducción a la Comunicación Audiovisual y Multimedial.
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de CAM Obligatorio

DESCRIPCIÓN

El curso Diseño y Desarrollo de Aplicaciones Interactivas es una propuesta de aprendizaje teórico-práctica sobre el uso y aplicación que, en la actualidad, se le da en nuestra profesión a la comunicación mediada por computadora (CMC) para la producción de mensajes.

Basándose en el conocimiento de estructuras, conceptos y procesos - y no solo en la utilización instrumental de herramientas y aplicaciones de software- el o la estudiante logrará comprender la lógica y el por qué de los nuevos formatos y estilos de producción de enunciados comunicativos, especialmente aquellos orientados a Internet.

Resulta de gran importancia destacar que las y los estudiantes comprendan el protagonismo de las Tecnologías de Comunicación e Información en los procesos de comunicación actuales y en las dinámicas sociales.

OBJETIVO GENERAL

Las y los participantes estarán en capacidad de comprender el proceso de diseño y desarrollo de aplicaciones interactivas y ampliarán sus conocimientos acerca del uso de las tecnologías de la comunicación y la información.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Conocer los principios básicos de la comunicación multimedia interactiva así como el contexto actual en donde se desarrolla.



2. Reflexionar sobre las principales tendencias y usos de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, en las distintas profesiones de la comunicación.
3. Conocer el proceso que conlleva el diseño y desarrollo de una aplicación interactiva en todas sus etapas.
4. Utilizar herramientas digitales para el desarrollo de aplicaciones interactivas.
5. Conocer las distintas formas de aprovechar las tecnologías de comunicación e información en las distintas profesiones de la comunicación.

CONTENIDOS

1. Principios de comunicación multimedia
 - Concepto y generalidades
 - La interactividad como proceso de comunicación
 - La interactividad como relación humano- máquina
 - Usabilidad, accesibilidad, múltiples entradas, interactividad, retroalimentación, dinamismo, necesidad, atención, unicidad.
 - Ergonomía y accesibilidad.
2. Tipos y usos de las aplicaciones interactivas
 - Internet: Conectividad y transferencia de información.
 - Web 1.0
 - Web 2.0
 - Web Semántica y 3.0
 - Televisión digital
 - Cadena de valor, arquitecturas y tecnologías de base
 - TV por cable
 - Televisión digital terrestre
 - IPTV
 - Interactividad en televisión
 - Comunicaciones móviles
 - Tecnologías inalámbricas móviles
 - Dispositivos móviles multimedia
 - Aplicaciones móviles
3. Planeamiento y diseño de aplicaciones
 - Etapas del proceso de diseño de aplicaciones



- Edición de imágenes
- Vectorización
- Principios de programación
- Principios animación
- 4. Aplicaciones de las TIC's a los campos del quehacer comunicativo.
 - Internet como herramienta publicitaria
 - Las comunicaciones integradas de marketing.
 - El branding – marcas y dominios
 - Publicidad digital; advergaming, Marketing directo electrónico, Mailing y boletines.
 - El marketing viral electrónico.
 - El marketing relacional.
 - Retos
 - Internet como herramienta periodística
 - Periodismo digital: Agencias de prensa electrónica.
 - Periodismo ciudadano.
 - Uso de herramientas 2.0
 - Retos
 - Internet como herramienta de relaciones públicas
 - Las comunicaciones integradas de relaciones públicas.
 - Uso de las redes sociales para generar imagen institucional y empresarial.
 - La Intranet y la comunicación organizacional.
 - Potenciación de la marca en internet.
 - Retos
 - Internet como herramienta de producción audiovisual
 - Producción audiovisual digital.
 - Nuevos enfoques de lo audiovisual para Internet y otros formatos digitales.
 - Video Interactivo
 - Distribución en Internet
 - Retos

BIBLIOGRAFIA

- Castells, M. (2001). La galaxia Internet: reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. Plaza y Janés. Barcelona. Madrid. Cap. 1, pp.23-50.
- Castells, M. (2001). La galaxia Internet: reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. Plaza y Janés. Barcelona. Madrid. Cap. 4, pp.137-157.
- Cobo, Cristobal (2008). Planeta Web 2.0. Recuperado el 24 de febrero de 2009. <http://www.microsiervos.com/archivo/libros/planeta-web-2-0.html>
- Correa Alfaro, L.; (2010). Comunicabilidad, paradigma de la Interacción Humano-Computador. En: No Solo Usabilidad, nº 9, 2010. <nosolousabilidad.com>
- Franco, Guillermo. (2008). ¿Cómo escribir para la Web? Recuperado el 24 de febrero de 2009. http://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf
- Franquet, Rosa (2000). Comunicar en la Sociedad de la Información. Recuperado el 24 de febrero del 2009. <http://ehu.es/zer/zer7/franquet65.html>
- Fumero, Antonio. (2008) Web 2.0. Recuperado el 24 de febrero de 2009. http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/WEB_DEF_COMPLETO.pdf.
- Galindo, J. (1998) "Cibercultura, Ciberciudad, Cibersociedad. Hacia la construcción de mundos posibles en nuevas metáforas conceptuales". En: Estudio sobre las Culturas Contemporáneas. Epoca II, Vol. IV, No. 7. México: Centro Universitario de Investigaciones Sociales. Universidad de Colima.
- Gómez, E. y Galindo, A. (2005). Los Estudios de Comunicación Mediada por Computadora: una Revisión y algunos Apuntes. En Razón y Palabra. 44. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n44/gomergalindo.html>
- Guglielmone-Urioste, I. (1999), Nuevas tecnologías de comunicacion y usos sociales , Revista Eptic. Sergipe (Brasil.) , www.eptic.he.com.br/revista/rv16.htm
- Hassan Montero, Y.; Martín Fernández, F. J.; (2003). Guía de Evaluación Heurística de Sitios Web. En: No Solo Usabilidad, nº 2, 2003.
- Incera, J., Cairó, O. (2007) Nuevas Interfaces y sus Aplicaciones en las Tecnologías de Información y Comunicaciones, Reporte técnico LRAV-10107. ITAM.
- Krug, Steve. (2001) No me hagas pensar: una aproximación a la usabilidad en la Web. Madrid, España: Prontica Hall.
- Mari Sáez, Víctor (1999). Globalización, nuevas tecnologías y comunicación. Ediciones de la Torre. Madrid, España.
- Martínez Sánchez, Francisco. (2004). Alicia en el país de las tecnologías. En Nuevas Tecnologías y Educación (pp. 195 – 213). Madrid, España: Pearson Prentice Hall.
- Muñoz Gonzalez, Germán (2008). El Consumo Juvenil en la Sociedad Mediática. Recuperado el 24 de febrero del 2009.
- Nielsen, Jakob. (2000). Usabilidad: Diseño de sitios Web. Madrid, España: Prentice Hall.



- Orihuela, José Luis. (2005). Los Diez Paradigmas de la E-Comunicación. Recuperado el 24 de febrero del 2009. <http://mccd.udc.es/orihuela/paradigmas/>
- Price, Jonathan (2002). Texto vivo: escribir para la web. Madrid: Prontica Hall.
- Reynolds, G. (2009) Presentation Zen Design: Simple Design Principles and Techniques to Enhance Your Presentations. News Riders Press: Berkeley, CA.
- Ronda León, R.; (2007). La diagramación en la arquitectura de información. En: No Solo Usabilidad, nº 6, 2007.
- Scolari, C. (2004). Hacer clic: Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales. Barcelona: Gedisa. Cap 1, pp. 39-82
- Segura, Francisco. (2009). Branding: imprescindible si hace negocios en Internet. Recuperado el 24 de febrero de 2009. http://www.publicitech.cl/branding_francisco_segura.htm
- Sharp, H. (2002) Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction. Wiley & Sons. Cap 1, pp. 1 -31.
- Spencer, D. (2010) A practical guide to information architecture. Five Simple Steps LLP: United Kingdom. Cap 1, pp. 1- 37.
- Tully, Claus. (2008). Apropiación Asistemática de las Nuevas Tecnologías. <http://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/view/83/84>
- Universia (2008). Publicidad y nuevas tecnologías en tiempos de crisis. Recuperado el 24 de febrero de 2009. http://www.universia.cl/portada/actualidad/noticia_actualidad.jsp?noticia=139743

C2005 Producción de aplicaciones interactivas

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-Práctico
Horas teóricas:	1
Horas prácticas:	2
Requisitos:	C2004 Diseño y desarrollo de aplicaciones interactivas
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de CAM Obligatorio

DESCRIPCIÓN

El curso Producción de aplicaciones interactivas profundiza en el uso de las herramientas y sistematiza los conocimientos adquiridos - estructuras, conceptos y procesos - mediante el desarrollo de productos comunicacionales interactivos. De este modo, el o la estudiante logrará gestionar y administrar la producción de enunciados comunicativos, especialmente aquellos orientados a Internet.

El curso hará énfasis en el aprovechamiento de los recursos tecnológicos en los distintos campos del saber: ciencia, salud, educación, arte. Además, procurará el uso de las plataformas 2.0 como espacio para la interacción humana.

OBJETIVO GENERAL

Las y los participantes serán capaces de gestionar, administrar y desarrollar proyectos basados en tecnologías de información y comunicación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar este curso las y los estudiantes estarán en capacidad de:

1. Conocer los procesos de representación, transmisión, almacenamiento y procesamiento de la información.
2. Reflexionar sobre las principales tendencias y usos de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, en la sociedad contemporánea.



3. Administrar el desarrollo de un proyecto de comunicación y educación en el uso de nuevas tecnologías en todas sus etapas.
4. Realizar procesos de comunicación apoyados en el uso de herramientas digitales.
5. Conocer técnicas de evaluación y validación de productos interactivos
6. Realizar procesos de evaluación de la interacción públicos

CONTENIDOS

1. Representación, transmisión, almacenamiento y procesamiento de la información: Interacción y comunicación en la era digital
 - Condiciones comunicativas actuales: inmediatez, simultaneidad, construcción colectiva.
 - Conectividad, transferencia y transmisión de información
 - Banda ancha en Internet (ADSL, cable, RDSI, PLC)
 - VoicelP
 - Televisión digital (TV por Cable, Televisión Digital Terrestre, IPTV, Televisión Pay-per-view)
 - Almacenamiento virtual, torrents
 - Comunicaciones móviles (Tecnologías inalámbricas móviles, dispositivos móviles multimedia, aplicaciones móviles.
2. Principios de gestión y administración de proyectos de comunicación con tecnologías
 - Introducción a la dirección y gestión de proyectos
 - Planificación de proyectos y ofertas
 - Estructura general (Objetivos, públicos, presupuesto, cronograma)
 - El mercado laboral y de la especialización en nuevas tecnologías
 - Espacios de aprendizaje
 - Oportunidades de negocios
3. Web 2.0: Usos y aprovechamiento de aplicaciones
 - El concepto de Web 2.0 y la nuevas formas de construcción de conocimiento en Internet
 - Redes sociales y comunicación informal
 - Aplicaciones Web 2.0
 - SEO y estándares para la web
 - La Web semántica y 3.0. El futuro de la red
 - Tecnologías de Información y Comunicación en la educación, la salud, el arte y la



ciencia.

4. El usuario y la apropiación de las TICs

- Hábitos de consumos de las TICs
- Segmentos: los públicos y audiencias en la red.
- Validación y evaluación
- Tecnologías de información vs medios “tradicionales”.

C2006 Manejo profesional de la voz

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-Práctico
Horas teóricas:	1
Horas prácticas:	2
Requisitos:	C0011 Producción básica de audio
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de CAM Obligatorio

DESCRIPCIÓN

Este curso ayuda y promueve la capacidad de explicar, contar, describir, argumentar, en definitiva, expresar un mensaje, con responsabilidad y sentido ético, de forma fluida, elegante, persuasiva y comprensible para públicos diferentes y distintas situaciones. El dominio del lenguaje oral, es decir “hablar bien”, es importante para interrelacionarse, por tanto vital para nuestro objeto de estudio: La comunicación. Aunque el curso pone un especial énfasis en la locución mediada tecnológicamente, sonora y audiovisual, va más allá ofreciendo herramientas y recursos para favorecer las capacidades de estudiantes de otros énfasis.

OBJETIVO GENERAL

Que las y los estudiantes conozcan las bases del lenguaje oral, la construcción de sentido al verbalizar un texto y que utilicen las propiedades expresivas de los parámetros acústicos de la voz. Capacitarlas y capacitarlos en los múltiples usos de la voz en la locución profesional en medios audiovisuales que incluyen los multimediales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso la o el estudiante estará en capacidad de:

1. Comprender el funcionamiento de los sistemas responsables de la voz y sus cualidades acústicas.
2. Construir el sentido en discurso oral y asumir la responsabilidad ética en la construcción del mismo.

3. Trabajar las posibilidades del uso expresivo de la voz, las formas de locución audiovisual y las características especiales de la televisión.
4. Construir la relación entre la locución y los públicos específicos y realizar improvisaciones en distintas situaciones.

CONTENIDOS

1. Las bases elementales del lenguaje oral
 - Los sistemas: Respiratorio, vibratorio y resonador-articulatorio
 - Cualidades acústicas de la voz: La intensidad, el tono y el timbre
 - Clasificación de las voces: Frecuencia, extensión y tesitura
 - El contexto sonoro: La proyección de la voz y la adecuación del tono
 - La mediación tecnológica: El uso de micrófonos
2. El arte de hablar
 - La pronunciación y la dicción: Ortología y articulación
 - La relajación: La técnica Alexander
 - La intención, el ritmo y la velocidad
3. La construcción de sentido en el discurso oral
 - La sintaxis sonora: El grupo fónico y el concepto de pausa
 - Los diagramas de entonación
 - La responsabilidad ética del comunicador audiovisual
4. El uso expresivo de la voz
 - La expresión fonoestésica: Las propiedades expresivas de la intensidad, el tono y el timbre
 - La actitud sonora: La construcción de estados emocionales, la descripción de objetos y la construcción de personajes
5. Las voces de la comunicación
 - Voces informativas: La credibilidad
 - Voces deportivas: El dinamismo
 - Voces interpretativas: La expresividad
 - Voces comerciales: La persuasión
6. La relación entre la forma de locución y los públicos
 - La distancia íntima, interpersonal, social y pública
 - La sensación de naturalidad



7. Voces televisivas
 - La sincronía: Imagen y locución
 - La imagen de las locutoras y locutores: El lenguaje corporal
8. La improvisación verbal
 - Diferencia entre repentización e improvisación
 - La mejor improvisación es la preparada: Pautas metodológicas.

BIBLIOGRAFÍA

- Araya Rivera, Carlos. (2005). Manual de Producción Radiofónica Estudiantil. San José, Costa Rica. Universidad de Costa Rica, Posgrado en Comunicación. (Inédito. Versión digital de uso exclusivo para la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva).
- Araya Rivera, Carlos. (2004). Guía de Producción Radiofónica. San José, Costa Rica. Universidad de Costa Rica, Emisoras Culturales de la Universidad de Costa Rica – SIEDIN.
- Astica Cisterna, Fresia. (1994). La Voz. San José, Costa Rica. Instituto Nacional de Aprendizaje, Centro de Capacitación en Locución.
- Blanch, Margarita y Lázaro, Patricia. (2010). Aula de locución. Madrid, España. Ediciones Cátedra.
- Casanellas O'Callaghan, Alfredo. (1989). Introducción al Periodismo y la Locución Radial. La Habana, Cuba. Editorial Pablo de la Torriente.
- Cruz Conejo, Luis Diego. (1995). La voz y el habla. Principios de educación y reeducación. San José, Costa Rica. Universidad Estatal a Distancia.
- Escalante, Marco Vinicio. (1986). El reportero radiofónico. Quito, Ecuador. CIESPAL.
- Flores Sosa, Nelson. (s.f.). Fonética internacional aplicada a la locución. San José, Costa Rica. Instituto Nacional de Aprendizaje, Subsector Locución.
- García Camargo, Jimmy. (s.f.). Lectura interpretativa. Mimeografiado. Santafé de Bogotá, Colombia. Academia ARCO Artes de la Comunicación.
- Guevara, Frank. (s.f.) La locución: técnica y práctica. Mimeografiado. San José, Costa Rica. Universidad de Costa Rica. Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva.
- Huertas, Amparo y Perona, Juan José. (1999). Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio. Barcelona, España. Editorial Bosch.
- López Vigil, José Ignacio. (2000). Manual urgente para radialistas apasionados. Segunda edición. Quito, Ecuador. Coedición de AMARC, Friedrich Ebert Stiftung, FIP, ALER, PROA, ERBOL, ARPAS, CEPRAC, ETER, COMCOSUR, FM Trinidad, ILLA, ACCE.



- López Vigil, José Ignacio. (1991). Locución en la Radio Popular. Quito, Ecuador. ALER. Manual de Capacitación N°11.
- Rodero Antón, Emma. (2003). Locución radiofónica. Madrid, España. Instituto oficial de Radio y Televisión. RTVE.
- Scivetti, Ana Rosa y otros. (1997). Educación de la voz. Terapia fonoaudiológica. Segunda edición.

C2111 Guión de ficción y documental

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-Práctico
Horas teóricas:	1
Horas prácticas:	2
Requisitos:	C0006 Técnicas del relato y narración
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de CAM Obligatorio

DESCRIPCIÓN

El guión es una herramienta de nuestro oficio como comunicador, un paso intermedio más en el proceso de creación colectiva de un producto audiovisual; y al mismo tiempo, es mucho más que eso. El guion de ficción es una modalidad comunicativa que nos permite compartir con nuestra audiencia un punto de vista personal sobre un tema particular a través del poder emocional de las historias. Por otra parte, el guion de documental, nos permite representar los distintos bemoles y conflictos inherentes a la condición humana, dándoles voz a sus protagonistas. Este curso pretende ir más allá de las “fórmulas” de la escritura de guiones para ahondar en los principios dramáticos, comunicativos y sociales que rigen la representación de las realidades mediante el lenguaje audiovisual.

OBJETIVO GENERAL

Que las y los estudiantes sean capaces de desarrollar y aplicar conocimientos teórico-prácticos para la escritura de guiones para ficción y documental.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Componer narrativas coherentes a partir de un objetivo concreto de comunicación.
2. Analizar la narrativa de forma crítica para proponer una estrategia de presentación efectiva tanto a nivel dramático como audiovisual.
3. Analizar los fenómenos sociales y culturales para proponer representaciones comunicacionalmente efectivas de estas realidades.
4. Plasmar este proceso de conceptualización en el formato de notación de guión literario.

CONTENIDOS

Módulo de Ficción

1. El guión audiovisual: funciones, componentes y etapas de desarrollo.
2. Más allá del formato: el cortometraje como género narrativo.
3. El modelo clásico y sus alternativas.
4. Principios de estructura dramática: pulsos, escenas, secuencias y actos.
5. Estrategias para la construcción y desarrollo de personajes
6. Funciones dramáticas del diálogo.
7. Narración no-lineal interactiva y la dimensión transmedia.

Módulo de Documental

1. Historia breve y funcional del documental.
2. Tipos, modelos y modalidades del documental (Bill Nichols).
3. Elementos del documental (Michael Rabiger).
4. Escritura: sinopsis, tema, premisa argumental, escaleta, tratamiento y guión.

BIBLIOGRAFÍA

Módulo de Ficción

- Bordwell, D. & Thompson, K. (2004) *Film Art: an introduction* (Eighth Edition). EEUU: McGraw-Hill
- Cooper, P. & Dancyger, K. (2000) *Writing the Short Film* (Third Edition). Oxford: Focal Press.
- Dancyger, K. & Rush, J. (2007) *Alternative Screenwriting: successfully breaking the rules*. Oxford: Focal Press
- Field, S. (1995) *El Manual del Guionista*. Madrid: Plot.
- Horton, A. (1999) *Writing the Character-Centered Screenplay*. Berkely: University of California Press
- Machalski, M. (2009) *El Guión Cinematográfico: un viaje azaroso*. Cuba: Ediciones EICTV
- McKee, R. (1999). *El guión: sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. Barcelona: Alba Editorial.
- Melgar, L.T. (2000) *El oficio de escribir cine y televisión*. Madrid: Editorial Fundación Antonio de Nebrija.
- Scolari, C.A. (2013) *Narrativas Transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.



Snyder, B. (2010) ¡Salva al Gato! El libro definitivo para la creación de un guión. Barcelona: Alba Editorial.

Módulo de Documental

Aufderheide, Patricia. (2009) "Honest Truths". Center for Social Media.

Artis, Anthony. (2008) "Shut up and shoot". Focal Press

Bernard, Sheila. (2011) "Documentary Storytelling". Focal Press

Guzmán, Patricio. (1998) "El guión en el cine Documental"

Nicholls, Bill. (2010) "Introduction to Documentary" Indiana University Press

Rabiger, Michael. (2005) "Dirección de Documentales" Instituto Oficial de Radio y Televisión RTVE, Madrid, España.

C2007 Producción ejecutiva	
Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-Práctico
Horas teóricas:	1.5
Horas prácticas:	1.5
Requisitos:	C0017 Planificación de la Comunicación C2001 Producción y dirección de video C2111 Guión de ficción y documental
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de CAM Obligatorio

DESCRIPCIÓN

Este curso es una introducción a la producción ejecutiva en el audiovisual y el multimedia que busca promover y dar sustento al emprendedurismo en las y los estudiantes. Está diseñado para asistir el desarrollo creativo de cada estudiante y guiar sus habilidades de liderazgo para que éste pueda generar ideas y llevarlas a la práctica en proyectos audiovisuales concretos en cualquiera de los lenguajes de la concentración (audio, video, digital, etc.)

El curso se enfocará hacia el desarrollo y ejecución de proyectos innovadores y competitivos dentro del mundo de la comunicación donde las tecnologías cambian a pasos agigantados. De igual manera, se promoverá el Pensamiento estratégico y el aprovechamiento de rutas alternativas para generar proyectos en situaciones difíciles, con pocos recursos y falta de apoyo, entre otras dificultades típicas que enfrentan las y los profesionales jóvenes.

Los y las estudiantes identificarán, desarrollarán y presentarán ideas para un posible proyecto audiovisual de su interés. Además, tendrán que hacer investigación y escribir un plan de negocios que demuestre el potencial de su respectivo proyecto y cómo llevarlo a cabo. Finalmente, deberán presentar su idea ante la clase y usar todos los recursos creativos y sus diferentes destrezas para ganar el interés de sus compañeros quienes evaluarán cada proyecto.

A lo largo del curso se explorarán diferentes formas de ejecutar un plan de negocios y de desarrollar proyectos audiovisuales.



OBJETIVO GENERAL

Que los y las estudiantes de Comunicación Audiovisual comprendan y apliquen los conceptos de la Producción Ejecutiva que les permitan generar una idea, desarrollarla de una manera profesional y ejecutarla creativamente sin importar su respectiva área de especialización e interés (cine, TV, video, radio, digital).

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar este curso las y los estudiantes estarán en capacidad de:

1. Desarrollar ideas creativas con una mentalidad empresarial.
2. Elaborar un plan de negocios enfocado a proyectos de comunicación.
3. Hacer uso de diferentes técnicas de liderazgo al ejecutar proyectos.
4. Identificar y fortalecer sus destrezas individuales para ser más emprendedores.
5. Reconocer la importancia del “networking” como una herramienta útil en el mundo de la comunicación y los negocios.
6. Presentar ideas y proyectos a otras personas de forma convincente y creativa.
7. Entender y valorar las razones por las cuales algunos proyectos llegan a ser exitosos y otros no.

CONTENIDOS

1. La Idea/ Creatividad
2. Redes (networking)
3. Presentación de proyectos (pitching ideas)
4. Liderazgo
5. Procesos de producción
 - Pre-producción
 - Plan de negocios
 - Plan de ejecución
 - Producción
 - Realización de un piloto, demo, prueba.
 - Manejo de recursos
 - Post-producción
 - Distribución
 - Seguimiento



6. Elementos del Plan de negocios
 - Carta de presentación
 - Respaldo legal (derechos y registros)
 - El Proyecto/ La historia/ El tratamiento
 - Resumen ejecutivo
 - Presupuesto
 - Análisis de mercado
 - Estudio de la competencia
 - Audiencia/ público meta
 - Publicaciones de respaldo
 - Alianzas potenciales
 - Compradores potenciales
 - Estrategia para el mercado
7. Elementos del Plan de ejecución
 - El listado de necesidades (dependiendo del proyecto puede ser de escenas, desglose de personajes, materiales, software necesario, equipo requerido, necesidades técnicas, recursos humanos o personal, locaciones, etc)
 - Estrategia de financiamiento
 - Cronograma/ Calendario
8. Presentación de proyectos a un público

BIBLIOGRAFÍA

- Covey, Stephen R. (1989). 7 Habits of Highly Effective People. Nueva York: Simon and Schuster.
- Northouse, Peter G. (1997). Leadership Theory and Practice. California: Sage Publications.
- Christensen, Clayton M. (2000). The Innovator's Dilemma. Estados Unidos: Harper Business.
- Lee, John J; Holt, Rob. (2006). The Producer's Business Handbook, Segunda edición. Estados Unidos: Focal Press.
- Levison, Louise. Filmmakers and Financing: Business Plans for Independents, Quinta Edición. Estados Unidos: Focal Press.



C2020 Práctica Profesional en Comunicación Audiovisual y Multimedial

Créditos	4
Enfoque pedagógico:	Curso Práctico
Horas teóricas:	1 hora en cada sesión con el o la docente académica
Horas prácticas:	320
Requisitos:	C2005 Producción de aplicaciones interactivas y C2006 Manejo profesional de la voz
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de CAM Obligatorio

DESCRIPCIÓN

Este curso permite consolidar los procesos formativos de las y los estudiantes de la concentración en Comunicación Audiovisual y Multimedia de la carrera de Ciencias de la Comunicación Colectiva dentro de su quehacer profesional específico, en ambientes y contextos laborales externos a la Universidad.

El curso pretende mejorar el conocimiento que tienen las y los estudiantes sobre las condiciones del contexto, de los recursos disponibles e incluso del verdadero impacto de sus propuestas de comunicación con públicos definidos. Dará una oportunidad para adaptar sus ideas y propuestas a circunstancias de la vida laboral, desarrollar en ellas y ellos la seguridad necesaria para desempeñarse profesionalmente

Su trabajo en un centro de práctica profesional o en un proyecto o producción audiovisual le permitirá a cada estudiante poner a prueba los conocimientos y destrezas adquiridos durante la carrera así como lograr un mayor acercamiento a la realidad no solo laboral sino también social, lo cual les permitiría identificar oportunidades, delinear un plan de desarrollo profesional e imponerse desafíos y metas personales en relación con sus aportes futuros a la sociedad.

Las y los estudiantes fortalecerán su aprendizaje gracias a la preparación y autorevisión oportuna de sus capacidades y fortalezas y al intercambio de experiencias con sus compañeros y compañeras del curso.

Las y los estudiantes serán guiados en este proceso mediante la intervención de las personas profesionales que supervisarán su trabajo, tanto desde la academia como desde la organización en la cual se encuentren realizando la práctica

Este proceso, será determinante para el mejoramiento sustantivo de la y el estudiante.

OBJETIVO GENERAL

Que las y los estudiantes estén mejor preparados para la vida profesional mediante un mayor entendimiento de la realidad laboral y profesional, un mayor conocimiento de la realidad social y económica del país y una mayor seguridad y confianza en sus capacidades y destrezas profesionales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso las y los estudiantes serán capaces de:

1. Diagnosticar las fortalezas y debilidades de su propia formación y afianzar la seguridad y confianza en sus capacidades y destrezas profesionales.
2. Entender la realidad laboral y profesional de su concentración y su relación con la realidad social y económica del país.
3. Desarrollar las destrezas necesarias para enfrentarse a un medio laboral desconocido.
4. Desarrollar capacidad propositiva ante nuevos retos.
5. Buscar soluciones pertinentes a problemas de comunicación.
6. Desarrollar destrezas para elaborar formas creativas y colaborativas de trabajo.
7. Contribuir con el mejoramiento y adecuación de los planes de estudio de la carrera mediante los informes que le brinde a la o el docente que asuma el curso.
8. Participar en un espacio de diálogo y retroalimentación profesional con sus compañeros y compañeras, el o la docente y el o la supervisora profesional.
9. Lograr mediante la autoreflexión de los procesos de aprendizaje cómo ser generadores de cambios oportunos en las diversas etapas del conocimiento.

DINÁMICA DEL CURSO Y CONTENIDOS

Duración

Un semestre - cuatro meses efectivos de trabajo en jornada de medio tiempo.

Los y las estudiantes matricularán el curso de Práctica Profesional, preferiblemente, en el primer semestre del cuarto año. Eso permitirá que en el segundo semestre se aproveche la experiencia desarrollada en los cursos finales y se refuercen aspectos de formación que se hayan identificado como débiles.



Dedicación de los y las estudiantes

20 horas a la semana más 2 horas de sesión semanal con el o la profesora del curso, en el aula. (Total: 320 horas de práctica en la organización)

Modalidad

Complementario al trabajo que estarán llevando a cabo los y las estudiantes en los centros de práctica, asistirán a una sesión de clase, con el o la docente del curso. Esta reunión o clase semanal incluirá los siguientes aspectos:

- Realización de un diagnóstico sobre los intereses de cada estudiante.
- Información de los centros de práctica existentes.
- Escogencia del centro de práctica.
- Elaboración del plan de trabajo por parte de cada estudiante al inicio del proceso.
- Monitoreo de la experiencia mediante la preparación y entrega semanal de bitácoras.
- Análisis y procesamiento de las experiencias de los y las estudiantes con el resto de las y los compañeros.
- Guía para la preparación del informe final de la Práctica Profesional.
- Presentación de los informes finales de la Práctica Profesional a todas y todos los compañeros de clase.

La evaluación del curso incluirá cuatro aspectos:

- Elaboración del plan de trabajo.
- El seguimiento semanal – bitácoras e informe verbal. Se evaluará el cumplimiento.
- El Informe final. Se evaluará el cumplimiento.
- La evaluación final del o la supervisora profesional del o la pasante. Criterios otorgados por la Escuela que serán orientados hacia el cumplimiento de los siguientes aspectos:
 - Responsabilidad
 - Puntualidad
 - Cumplimiento
 - Actitud

Reglamentación

El curso de Práctica Profesional debe cumplir con lo estipulado en el Reglamento de Práctica Profesional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, en el cual se especifican funciones y responsabilidades de las organizaciones y personas participantes en el proceso, entre otros.



BIBLIOGRAFÍA

La o el docente responsable del curso elaborará una bibliografía específica de su área, en la cual incluya aspectos como la ética profesional y los que considere oportuno. Cada estudiante la complementará con los documentos que obtenga en el centro de práctica sobre la organización, así como los que considere oportuno para el desarrollo de su práctica.



CURSOS OPTATIVOS

C2101 Producción de audio en directo

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-práctico
Horas teóricas:	1
Horas prácticas:	2
Requisitos:	C0011 Producción básica de audio
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de CAM Optativo

DESCRIPCIÓN

El curso se enfoca en el diseño, la planificación y la producción de audio en directo, tanto para fines de amplificación como de registro, grabación y edición. Se basa en principios acústicos y tecnológicos, que permitan a las y los estudiantes realizar producción de audio con un alto nivel de complejidad.

OBJETIVO GENERAL

Las y los participantes aprenderán los fundamentos de la acústica y los aplicarán en el diseño y la planificación de la amplificación, el registro, la grabación y la edición de audio en directo para realizar producciones complejas en distintos soportes y medios.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

1. Manejar los principios y conceptos básicos de la acústica.
2. Elaborar diseño y planificación para producciones en directo.
3. Producir mensajes en los distintos medios y soportes con amplificación, registro, grabación y edición de calidad para transmisión, distribución, descarga y publicación.
4. Proponer soluciones creativas a los distintos retos de amplificación, registro, grabación y edición de audio en directo.



CONTENIDOS

1. La acústica:
 - Principios.
 - Diseño.
 - Aplicaciones en el lenguaje audiovisual y multimedial.
2. El registro de audio en directo:
 - Planificación.
 - Equipo técnico.
 - Equipo humano.
 - Amplificación
 - Grabación en el sitio
3. La edición:
 - Mezcla.
 - Masterización.

BIBLIOGRAFÍA

- Amyes, Tim y Wyatt, Hilary (2006). Postproducción de Audio para TV y Cine. Editorial de la Escuela de Cine y Vídeo de Andoaín. España.
- Bartlett, Bruce (2008). Grabando Música en Vivo. Editorial Centro de Formación de Radio y Televisión Española. España.
- Davis, Gary y Jones, Ralph (1999). The Sound Reinforcement Handbook. Segunda Edición. Editorial Yamaha Products. Estados Unidos de América.
- Katz, Bob (2004). La Masterización de Audio: el Arte y la Ciencia. Editorial Centro de Formación de Radio y Televisión Española. España.
- Miles, Huber y Runstein, Robert E. (2010). Modern Recording Techniques. Séptima Edición. Focal Press. Estados Unidos de América.
- Moulton, David (1992). Golden Ears: Audio Eartraining Program. KIQ Productions. Estados

C2102 Efectos digitales y animación	
Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-práctico
Horas teóricas:	1
Horas prácticas:	2
Requisitos:	C2004 Diseño y desarrollo de aplicaciones interactivas
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de C.A.M. Optativo

DESCRIPCIÓN

Curso teórico práctico que pretende brindar a el y la estudiante conocimientos generales de la producción y realización de proyectos de animación, procesos de postproducción y efectos especiales.

Se dedicará en primera instancia, al estudio de la historia y principios básicos de la animación tradicional y digital, así como de las diferentes técnicas y los aspectos metodológicos y conceptuales que estas contemplan. Posteriormente incorporará elementos del trabajo de postproducción y creación de efectos digitales.

Será de gran importancia el análisis del mercado nacional y de los procesos de gestión y planificación que permiten el desarrollo de productos animados o que incluyen efectos digitales.

OBJETIVO GENERAL

Comprender el proceso de desarrollo de los procesos de realización de efectos especiales digitales y de animación y postproducción, así como la labor técnica y de gestión que estas implica.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

1. Conocer el proceso de planificación, gestión de proyectos de realización de efectos especiales y de animación y sus distintas etapas.



2. Comprender y aplicar los principios básicos de realización de efectos especiales y de animación y motion graphics, así como las diferentes técnicas y sus posibilidades expresivas.
3. Fomentar una actitud creativa y crítica en los estudiantes a través de la resolución de un problema de comunicación mediante el recurso de la animación y los efectos especiales digitales.
4. Conocer los elementos básicos (técnicos y conceptuales) de los procesos de post-producción audiovisual.
5. Comprender y aplicar los fundamentos para la creación de personajes animados.

CONTENIDOS

El curso girará sobre el aprendizaje de los siguientes ejes temáticos:

1. Historia y principios de la animación y de la realización de efectos especiales digitales y la animación:
 - Momentos históricos relevantes
 - Fundamentos y generalidades de la animación tradicional y digital, así como de la realización de efectos especiales digitales.
 - Los 12 principios de la animación tradicional y su adaptación a la animación digital
2. Técnicas de animación y herramientas:
 - Técnicas de animación: Stop motion, animación 2D, animación 3D, motion graphics, etc.
 - Herramientas y programas para dibujo y animación.
3. Creación de personajes animados:
 - Análisis de la estructura, caracterización y conceptualización de personajes para animación.
 - Fundamentos para la creación de historias para animación.
4. Postproducción y efectos especiales:
 - Principales técnicas y principios de la postproducción.
 - Fundamentos de motion graphics, animación en 2 dimensiones, 2,5 dimensiones y 3 dimensiones.
 - Uso de Adobe After Effects para la creación de efectos digitales y animación: uso de cámaras, animación de textos, rotoscopía, cromakey, lumakey, partículas y movimiento.
5. Gestión de proyectos de animación y de efectos digitales:
 - Descripción de los elementos que involucra el proceso de producciones animadas

y efectos digitales.

- Métodos y herramientas para la gestión y producción.
- Mercado de la animación en Costa Rica. Áreas de desarrollo y posibilidades de distribución.

BIBLIOGRAFÍA

Bancroft T. (2006). Creating characters with personality. New York: Watson-Guptill publications.

Lasseter, John (1987). Principles of traditional animation applied to 3D computer animation. En: www.soe.ucsc.edu/classes/cmpps160/Spring05/p35-lasseter.pdf.

Laybourne K. (1998). The animation book. A complete guide to animated filmmaking- from slip-books to sound cartoons to 3-D animation. New York: Tree rivers press.

Roman, Chris. Storyboarding the Simpsons Way, En: www.animationmeat.com. [consultado el 5 de agosto 2009].

Seger, Linda (2000). Cómo crear personajes inolvidables. Guía práctica para el desarrollo de personajes en cine, televisión, publicidad, novelas y narraciones cortas.

PAIDOS, Barcelona

Williams R. (2001). The animator's survival kit. A manual of methods, principles and formulas for classical, computer, games, stop motion and internet animators. London- New York: Typeset by faber and faber limited.

Wright J. (2005). Animation writing and development. From script development to pitch. USA: Focal press.

Meyer, Chris & Trish. (2000). Creating motion graphics with after effects. CMP Books.

Brown B. (2008). Motion picture and video lighting, second edition. USA: Focal press.

Maestri, George. (2002). Creación digital de personajes avanzados, técnicas avanzadas. Madrid, Anaya Multimedia.

Bibliografía complementaria

Allen, Michael (2006). Creating Successful E-learning. Editorial Pfeiffer, EEUU.

Cabero, Julio y Román, Pedro (2005). Educación en medios. Editorial Eduforma. España.

Clarkson, Marc (2001). Flash 5 Cartooning. Hungry minds Inc. New York, EEUU.

Campton, Doug. (2003). Karmatoons. Drawing for Classical Animation. <http://www.karmatoons.com> [consultado el 5 de agosto 2009].

Crespi, D. Díaz, M. Herrera, M. y Torres L. (2009) Desarrollo de un Módulo multimedia para el aprendizaje de los 12 principios de la Animación Tradicional. Proyecto de graduación (licenciatura en ciencias de la comunicación colectiva con énfasis producción



audiovisual y licenciatura en Artes Plásticas con énfasis en Diseño Gráfico) Campus Rodrigo Facio. Universidad de Costa Rica.

Dawes, B (2002). Flash MX, ActionScript para diseñadores. Pearson Educación. México.

Duart, Joseph M. y Sangrá, Albert (2000). Compiladores. Aprender de la virtualidad. Editorial Gedisa. España.

Galindo, Jesús (Coordinador) (1998). Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. Ed. Addison Wesley Longman. México.

Ka Wai. C y Bryant, C (2006). Flash Application Design Solutions The Flash Usability Handbook. Friends of Ed. EEUU.

Larson Eric. (1982) Entertainment IX: Music and the Animation Picture. En: <http://www.animationmeat.com/notes/nineoldmen/nineoldmen.html>

Pite Stephen. (2003). The Digital Designer, 101 graphic projects for print, web, multimedia & motion graphics. Thomson Delmar Learning. Nueva York, EEUU.

Thomas, Frank y Johnston, Ollie (1981). Disney Animation: The Illusion of Life. Abbeville Press, EEUU.

W3 schools. (1999-2009) Full Web Building Tutorials. [en línea] Noruega. http://www.w3schools.com/browsers/browsers_display.asp [consultado el 5 de agosto 2009].

C2104 Realización de cortometraje de ficción

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-práctico
Horas teóricas:	1
Horas prácticas:	2
Requisitos:	C2111 Guión de ficción y documental ó C2100 Guión de ficción
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de C.A.M. Optativo

DESCRIPCIÓN

El curso de realización de cortometraje de ficción pretende consolidar el conjunto de conocimientos en un ejercicio que articule contenidos, habilidades, destrezas y propuestas creativas.

Los cursos relacionados con narración audiovisual, los cursos relativos a lenguajes y los cursos sobre técnicas de video y televisión le permitirán manejar una serie de insumos que pondrán en práctica en este curso cuyo perfil de salida es la realización de un cortometraje de ficción a partir de un guión predefinido.

El espacio que ofrece este curso permite a la población estudiantil experimentar con diversas técnicas, tratamientos y aplicaciones, para generar destrezas en las diferentes funciones que se requieren en la realización de productos audiovisuales.

Este curso desarrolla y profundiza temas como lo es el tratamiento, la puesta en escena, la escenografía, el diseño del set, la ambientación y la caracterización de personajes y la dirección de actores, así como la construcción de diálogos y el montaje.

OBJETIVO GENERAL

Que el estudiante ponga en práctica sus conocimientos para realizar una obra corta de ficción, a partir de un guión, desarrollando la producción y la postproducción; y evaluando posteriormente los resultados y el impacto de este producto en una audiencia determinada.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar en subgrupos un producto audiovisual (corto de ficción) partiendo de un guión predefinido.
2. Investigar y aplicar las técnicas de realización audiovisual para diversos géneros y tratamientos.
3. Realizar la investigación de campo que requiera la producción audiovisual específica que permita precisar la caracterización de personajes, ambientación y locaciones.

CONTENIDOS GENERALES DEL CURSO:

1. Planificación de la producción
 - El diseño / concepto audiovisual y tratamiento
 - La planificación del producto: Público meta y distribución
 - Cronograma y presupuesto
2. Los instrumentos de planificación
 - El guión y su desglose
 - Localización y caracterización de escenarios
 - Caracterización de personajes
 - Diseño de vestuario
 - Diseño del set
3. Realización
 - La investigación: locaciones, casting, gestión de producción.
 - El diseño: Puesta en escena y Plan de rodaje
 - El registro.
 - Edición
 - La post-producción

BIBLIOGRAFÍA

- Barroso García, Jaime: Realización de los géneros televisivos. Editorial Síntesis.1996. Madrid. España.
- Linares, Marco Julio. El guión: estructura y formatos. Sexta edición 2002. PEARSON Educación. México.
- Rincón, Omar: Narrativas Mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento. Editorial Gedisa.2006. Barcelona, España.

C2105 Gestión de proyectos multimedia

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-práctico
Horas teóricas:	1
Horas prácticas:	2
Requisitos:	C2004 Producción de aplicaciones interactivas
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de C.A.M. Optativo

DESCRIPCIÓN

El presente curso busca preparar a las y los estudiantes para que puedan administrar el desarrollo de un proyecto de comunicación multimedia, es decir, que sean capaces de planificar, ejecutar, implementar y evaluar un producto audiovisual interactivo que cumpla con un objetivo claro y específico.

Además, busca transmitir los conocimientos básicos en torno al uso de la comunicación multimedia en los diversos campos del quehacer humano.

El curso promoverá el trabajo práctico del/la estudiante, incentivando su exposición al negocio de la comunicación multimedia como forma de cumplir los objetivos propuestos.

OBJETIVO GENERAL

Las y los participantes estarán en capacidad de comprender la dinámica de administración y desarrollo de un proyecto de comunicación multimedia y de aplicarla a proyectos específicos con un objetivo y públicos definidos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante será capaz de:

1. Reflexionar sobre las principales tendencias y usos de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, en la vida cotidiana en general y en la producción de mensajes multimedia en particular.
2. Entender el concepto de comunicación multimedia, sus tipologías y la función de la interactividad humano-computador.



3. Desarrollar la capacidad para trabajar en equipo y por asignación de roles.
4. Administrar adecuadamente el tiempo de desarrollo y los recursos asignados a un proyecto.
5. Gestionar correctamente un proyecto de comunicación multimedia en todas sus etapas, haciendo énfasis en el proceso de evaluación constante para la mejora de procesos.
6. Validar las opciones que ofrece el mercado laboral y académico para desarrollarse como profesional de la comunicación multimedia.

CONTENIDOS

1. Administración de proyectos de comunicación multimedia
 - Introducción a la dirección y gestión de proyectos
 - Detección de oportunidades
 - Plan de proyecto
 - Definición general y de estándares
 - Evaluación del proyecto
 - Preparación de la oferta
 - Seguimiento del proyecto
 - Cierre del proyecto
2. Comunicación multimedia
 - Definición
 - Usos
 - Tipología
 - Etapas de desarrollo
 - Diseño conceptual
 - Propuesta creativa
 - Guión interactivo multimedia
 - Principios de diseño multimedia lineal e interactivo
 - Principios de vectorización y animación
3. Oportunidades de negocio en la comunicación multimedia
 - Mercado laboral de la comunicación multimedia
 - Oportunidades de estudio y especialización en el mercado mundial.

BIBLIOGRAFÍA

- Atuesta Castillo, Magda Yisel y Cruz Paez, Carmenza. (2003). Tendencias de las aplicaciones multimedia. Colombia.
- Barban, A., Cristol, S. & Kopec F. (2003). Multimedia plan (5ta. Ed.) Illinois (EEUU): NTC Business Books, NTC Publishing Group.
- Blum, Brian (1993). Administración de proyectos multimedia: La metodología de desarrollo de sistemas multimedia propuesta por Brian Blum.
- Bou Bouzá, Guillem. (1997). El guión multimedia. Anaya Multimedia.
- Bustamante, Enrique. (2003). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: las industrias culturales en la era digital. Barcelona, España: Editorial Gedisa.
- Corrales, Carlos. (1994). La Tecnología Multimedia: una Nueva Tecnología de Comunicación e Información. Características, concepciones y aplicaciones. Tlaquepaque, Jalisco: ITESO, 1994.
- Domingo, Alberto. (2005). Dirección y gestión de proyectos un enfoque práctico. Alfaomega.
- Dorling, Kindersley. (1997). Multimedia: Guía Completa. Barcelona, España: Ediciones B, S.A.
- Garrand, Timothy. (2006). Writing for multimedia and the web. Estados Unidos: Focal Press.
- González Urmachea, Mabel. (2006). Multimedia. Disponible en: <http://www.e-global.es/ver-documento-detaillless/2450-zanoni-l.-2008.multimedia.html>.
- Goto, Nelly & Cotler, Emily. (2002). Rediseño de sitios "web". Madrid, España: Prentice Hall.
- Insa Ghisaura, Daniel. (1998). Multimedia e Internet. Madrid, España: Paraninfo.
- Kristof, Ray (2004). Interactivity by design. USA: Haydeen Books.
- Multimedia Project Management. (1996). Introduction to multimedia in museum. Internacional Council of Museums (ICOM).
- Orihuela, José Luis. (2002). Nuevos paradigmas comunicativos en la era de Internet. En: Casqued, no. 77, marzo.
- Ortega Santamaría, Sergio. (2004). Comunicación Multimedia. En: No Solo Usabilidad, nº 3, 2004. <nosolousabilidad.com>. ISSN 1886-8592 http://www.nosolousabilidad.com/articulos/comunicacion_multimedia.htm
- Ottewill, Matt. (2000). NMA Project management. Estados Unidos: Planet of tunes.
- Pereira, Jorge E. (2005). Multimedia en marketing. Revista Digital. [Revistadigitalmercadeo.com](http://www.revistadigitalmercadeo.com)
- Reushle, Shirley. (2002). El diseño y las características del desarrollo de programas hypermedia 1. Disponible en: www.uned.ac.cr/servicios/global/ensenanza/entrega/articulos/diseno.html



- Salaverría, Ramón. (2001). Aproximación al concepto multimedia desde los planos comunicativo e instrumental. España.
- Seller, John. (2005). "The Redundancy Principle in Multimedia Learning (Chapter 10)". En: The Cambridge Handbook of Multimedia Learning, no 8, (pp. 19-46). USA: Focal Press.
- Serrato Martínez, Anna María. (2003). Lineamientos de diseño gráfico para la elaboración de publicaciones electrónicas
- Strauss, Roy. (1997). Managing multimedia projects. USA: Focal Press.
- Vagan, Taya. (1994). Todo el poder de multimedia. México D.F., México: McGraw-Hill.

C2106 Radio	
Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-práctico
Horas teóricas:	1
Horas prácticas:	2
Requisitos:	C0011 Producción básica de audio y C2003 Producción avanzada de audio
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de C.A.M. Optativo

DESCRIPCIÓN

Este curso propone un acercamiento teórico-práctico a la radio como medio y las líneas generales de la disciplina de la producción radiofónica. Las y los estudiantes conocerán las tendencias y los desafíos de la radiodifusión y producirán programas de radio, con calidad suficiente como para ser transmitidos.

OBJETIVO GENERAL

Que las y los estudiantes aprendan los fundamentos de la radiodifusión y los pongan en práctica en el diseño y la producción de programas de radio.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante será capaz de:

1. Comprender las características del medio Radio y los principios tecnológicos de la radiodifusión.
2. Diseñar una programación radiofónica básica, que responda a las necesidades sociales de comunicación de un público específico.
3. Producir programas de radio con calidad de transmisión para públicos específicos.
4. Conocer las tendencias y los desafíos actuales de la radiodifusión.

CONTENIDOS

1. Introducción a la Radio
 - ¿qué es la Radio?
 - características y condicionamientos
2. Tecnología de la Radio
 - radiodifusión analógica
 - radiodifusión digital (DAB, IBOC-HD Radio, DRM...)
 - implicaciones del cambio tecnológico
3. Estructura de la empresa radiofónica
 - organización
 - funciones y equipo humano
4. Programación radiofónica
 - géneros, programas y formatos
 - segmentación de la audiencia
 - esquemas de programación (relojes, parrillas, fórmulas...)
5. Producción radiofónica
 - diseño del mensaje radiofónico
 - proceso de producción
 - evaluación
6. Tendencias y desafíos de la radiodifusión
 - radiodifusión y derecho a la comunicación
 - radiodifusión de servicio público
 - radiodifusión ciudadana
 - radiodifusión y la Internet

BIBLIOGRAFÍA

- ALER-AMARC. (s.f.) La Radio popular y comunitaria en la era digital. Consultado en <http://www.aler.org/docs/la-radio-en-la-era-digital-03-10.pdf>
- Araya Rivera, Carlos. (2010). "La radiodifusión en Costa Rica". En: Villasuso, Juan Manuel. (2010) Informe 2009 Hacia la sociedad de la información y el conocimiento en Costa Rica. San José, Universidad de Costa Rica, Programa de la Sociedad de la Información y el Conocimiento.
- Araya Rivera, Carlos. (2009). "Radio estudiantil: programas, audiencias y desafíos". En: Revista Reflexiones, Vol. 88, Número 2, 2009. San José: Facultad de Ciencias Sociales,



- Universidad de Costa Rica.
- Araya Rivera, Carlos. (2005). Manual de Producción Radiofónica Estudiantil. San José, Costa Rica. Universidad de Costa Rica, Posgrado en Comunicación. (Inédito. Versión digital de uso exclusivo para la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva).
- Balsebre, Armand. (2000). El lenguaje radiofónico. Madrid, España. Ediciones Cátedra. 254 p.
- Figueroa Bermúdez, Romeo. (1997). ¡Qué onda con la radio! México, D.F., México. Alhambra Mexicana. Segunda reimpresión de la primera edición. 536 p.
- Guilhon, Orlando. (2009). "La radio y el derecho a la comunicación". En: Zepeda Varas, José, y Fernández Bogado, Benjamín. (2009). La radio: entre la comunicación y el poder. Hilversum, Holanda. Radio Nederland Wereldomroep.
- Kaempfer, Rick y Swanson, John. (2004). The radio producer's handbook. Nueva York, Estados Unidos. Allworth Press. 238 p.
- Kaplún, Mario. (1999). Producción de programas de radio. El guión – la realización. Quito, Ecuador. CIESPAL.
- Kern, Jonathan. (2008). Sound reporting. The NPR guide to audio journalism and production. Chicago, Estados Unidos. National Public Radio - The University of Chicago Press.
- López Vigil, José Ignacio. (2000). Manual urgente para radialistas apasionados. Quito, Ecuador. Coedición de AMARC, Friedrich Ebert Stiftung, FIP, ALER, PROA, ERBOL, ARPAS, CEPRAC, ETER, COMCOSUR, FM Trinidad, ILLA, ACCE. Segunda Edición.
- McLeish, Robert. (1996). Radio Production: A manual for broadcasters. Great Britain. Focal Press. Third edition.
- Middleton, Chris. (2003). The complete guide to digital audio. Boston, Estados Unidos. Muska & Lipman Publishing.
- Norberg, Eric G. (1998). Programación radiofónica: estrategias y tácticas. Traducción de Juan Fernández López. Madrid, España. Instituto Oficial de Radio y Televisión
- Ortiz, Miguel Ángel y Volpini, Federico. 1998. Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y fórmulas. Barcelona, España. Ediciones Paidós.
- Priestman, Chris. (2008). Web radio. Radio production for internet streaming. Great Britain. Focal Press.
- Prieto Castillo, Daniel y Rosario, Amable. (1990). Análisis y producción de mensajes radiofónicos. Quito, Ecuador. CIESPAL. .
- Schulberg, Bob. (1992). Publicidad radiofónica. El manual autorizado. México, D.F. Editorial McGraw-Hill.



- Vitoria Luzán, Pilar. (1998). Producción radiofónica. Técnicas básicas. México, D.F. Trillas. Universidad Internacional de Florida.
- Miyara, Federico (2006). Acústica y Sistemas de Sonido. Universidad Nacional de Rosario Editora. Argentina.
- Pueo Ortega, Basilio y Romá Romero, Miguel (2003). Electroacústica: Altavoces y Micrófonos. Editorial Pearson Educación. S.L.

C2108 Iluminación para fotografía y video

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-práctico
Horas teóricas:	2
Horas prácticas:	1
Requisitos:	C0008 Fotografía
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de C.A.M. Optativo

DESCRIPCIÓN

La iluminación es un lenguaje fundamental que deben conocer las personas especialistas en las áreas de comunicación en los tiempos actuales por la relevancia que tiene la imagen fija y en movimiento en los entornos visuales.

Este curso pretende que quienes estudian comunicación tengan el conocimiento teórico y práctico necesario de los recursos de iluminación para poderlos aplicar en sus áreas de experticia. Considerando las variables involucradas en la producción de imágenes digitales, tales como medios de divulgación y rapidez para la toma de decisiones de las publicaciones en soportes electrónicos, se torna indispensable que cada estudiante tenga bases sólidas para la conceptualización y realización de sus propuestas fotográficas.

El curso tiene una parte teórica y otra práctica, que incluye el desarrollo de los contenidos que se describen a continuación mediante diferentes actividades en el aula, tales como clases magistrales, investigaciones, entrevistas a expertos en las áreas, giras de campo, prácticas adentro y afuera del aula, charlas con expertos.

OBJETIVO GENERAL

Aproximar a cada estudiante al conocimiento de la iluminación de fotografía y vídeo para que utilicen adecuadamente los lenguajes en sus proyectos de comunicación.

CONTENIDOS

- Propiedades de la luz
- Tipos de luz
- Temperatura de color



- Balance de blancos
- Iluminación continua y de flash
- Tipos de lámparas
- Luz dura y luz difusa: definición y aplicaciones
- Semiótica de la imagen fotográfica
- ¿Cómo afecta la iluminación la imagen de una persona o institución?
- Composición con luz
- Tipos de iluminación de retrato
- Pintura con luz
- Luz principal, luz de relleno, luz de pelo, luz de fondo
- Esquemas de iluminación
- Dirección de arte para fotografía
- Aplicación de la fotografía en los diferentes soportes

BIBLIOGRAFÍA

- Hicks, R. & Schultz, F. (1999). Food Shots. Técnicas de iluminación para la fotografía de comidas. Suiza: Rotovision.
- Freeman, J. (2001). Cómo hacer buenas fotografías. Curso práctico. Madrid, España: Editorial LIBSA
- Freeman, M. (2008). Pro Photographer's D-SLR Handbook. EEUU:Lark Books.
- Larg, A. (2000). New product. Guía de técnicas profesionales de iluminación. España: Index Book.
- Tornquist, J. (2008). Color y luz. Teoría y práctica. España: Gustavo Gili.



C2109 Actuación y dirección de actores

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-práctico
Horas teóricas:	2
Horas prácticas:	1
Requisitos:	C0010 Introducción a la producción de televisión y video
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de C.A.M. Optativo

DESCRIPCIÓN

El curso de Actuación y dirección de actores se presenta como un espacio para que las y los estudiantes de producción audiovisual y multimedial exploren físicamente herramientas actorales, se apropien de ellas y las implementen en la dirección de actores y actrices dentro de sus propias propuestas audiovisuales.

Se trabajará en la expresión oral, la expresión corporal y la interpretación a través elementos teóricos y ejercicios prácticos (individuales y colectivos). Además, cada estudiante podrá implementar diversas formas de dirigir procesos actorales para cámara, principalmente para ficción, aunque se realizarán ejercicios complementarios en otros ámbitos como el videoclip, la publicidad y géneros informativos.

Para dirigir a una persona hacia la construcción del personaje que como directores nos hemos formulado, es preciso comprender en nuestro cuerpo que es necesario probar diferentes rutas para lograr llegar a dicho personaje o a una situación en particular. Por ello se pretende que las y los estudiantes tengan la posibilidad de explorar diversas herramientas para acercarse a sus actores y actrices, con la finalidad de construir en conjunto el producto deseado, ya sea para cine, televisión, digital o multimedial.

OBJETIVO GENERAL

Que los y las estudiantes de Comunicación Audiovisual y Multimedial se apropien de las herramientas de actuación para audiovisuales y dirección de actores y actrices, para productos de cine, televisión, digitales o multimediales.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Conocer los principios básicos de la actuación, con énfasis en la que se desarrolla propiamente ante cámaras.
2. Utilizar herramientas verbales, no verbales e interpretativas en la creación de personajes y la actuación para narrativas audiovisuales.
3. Explorar diversas rutas para dirigir actores y actrices en productos de ficción, informativos, publicitarios y videoclips.
4. Comprender la relación entre quien dirige y quien actúa en productos audiovisuales, y la necesidad de establecer un lenguaje común entre ambas partes.
5. Reconocer que la construcción de personajes y situaciones se realiza de forma conjunta entre director y actor.
6. Analizar guiones audiovisuales en función de la actuación y dirección de los mismos.
7. Mejorar las destrezas de trabajo en equipo y escucha activa.

CONTENIDOS

1. Bases de actuación:
 - Expresión oral
 - Expresión corporal
 - Interpretación
 - Construcción de personajes desde el actor
2. Particularidades de la actuación frente a cámara:
 - Percepción del encuadre
 - Manejo del volumen
 - Dosificar la expresividad corporal
 - Importancia de la dirección de la mirada
 - Organicidad
3. Herramientas para dirigir actores para ficción:
 - Memoria vivencial y cinematográfica
 - Subtexto
 - Construcción de personajes desde el director
 - Generar estímulos
 - Toma de decisiones
 - Estilo
4. Relación director – actor:



- Construcción conjunta de personajes
- Búsqueda de un lenguaje común
- ¿Qué necesita el director del actor y viceversa?
- 5. Casting
- 6. Ensayos
- 7. Dirigir y actuar para otros formatos:
 - Videoclip
 - Publicidad
 - Informativos
- 8. Diferencias en la actuación-dirección según el medio:
 - Cine
 - Televisión
 - Digital
 - Multimedial

BIBLIOGRAFÍA

- Barr, T. y Heras, M. (2002). Actuando para la cámara: manual de actores para cine y TV con ejercicios de Eric Stephan Kline. Madrid: PLOT Ediciones.
- Boal, A. (2002). Juegos para actores y no actores. Barcelona: Alba Editorial, S.I.U.
- Del Río, J. (2012). Stanislavski, Brecht, Grotowski y Artaud: técnicas, métodos y problemas de la actuación contemporánea. *Enfoco*, enero – marzo 2012 (37), pp. 14-19. Recuperado de http://media.eictv.org/enfoco_digital/ENFOCO37.pdf
- Discépola, M. (2012). Dirección de actores. *Enfoco*, enero – marzo 2012 (37), pp. 28-33. Recuperado de http://media.eictv.org/enfoco_digital/ENFOCO37.pdf
- Félix, J.P. (2012). Diez principios del casting contemporáneo. *Enfoco*, enero – marzo 2012 (37), pp. 25-27. Recuperado de http://media.eictv.org/enfoco_digital/ENFOCO37.pdf
- Miralles, A. (2010). La dirección de actores en cine. Madrid: Cátedra.
- Trheebilcock, E. C. (2013). Una perspectiva actoral a la dirección de actores en televisión (Tesis de grado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Recuperado de <http://repository.javeriana.edu.co/bitstream/10554/14641/1/TrheebilcockOlmosEnriqueCarios2013.pdf>

C2110 Producción de videos musicales

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-práctico
Horas teóricas:	1
Horas prácticas:	2
Requisitos:	C2002 Montaje y edición de vídeo y C2001 Producción y dirección de video
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de C.A.M. Optativo

DESCRIPCIÓN

El presente curso se propone brindar a los y las participantes herramientas de preproducción, producción y postproducción de videos musicales acordes a cada tipo de proyecto.

A partir del conocimiento teórico y su aplicación práctica, los y las participantes estarán en capacidad de desarrollar proyectos de producción de diversa naturaleza ligados a la industria musical.

OBJETIVO GENERAL

Dotar al participante de los fundamentos teóricos y recursos prácticos indispensables para la producción de videos musicales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la participante estará en capacidad de:

1. Aplicar los fundamentos teóricos en la producción de videos musicales.
2. Realizar una propuesta visual basada en la estructura musical.
3. Trabajar en equipo de acuerdo con las responsabilidades de los diferentes roles de la producción.



CONTENIDOS

1. La Música
 - Estructura Musical
 - La pista de audio
 - Ubicación de los instrumentos en una agrupación
 - Los puntos climáticos de la obra musical
2. Relación música e imagen
 - Relación rítmica. El contrapunto.
 - Categorización de videos musicales
3. Principios de la preproducción
 - Guión adaptado para un producto musicovisual
 - El desglose de producción
 - Scouting y organización de la puesta en escena
4. Principios de la producción
 - Equipo de trabajo
 - Manejo de la puesta en escena
 - Realización multicámara
5. Principios de la postproducción
 - Guión de edición
 - El ritmo en el video musical
 - Edición multicámara
 - Corrección de color y uso de efectos

BIBLIOGRAFÍA

- Alcalde, J.(2003) Análisis de “El carnaval romano” de H.Berlioz. Area Abierta # 5.Disponible en revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/download/.../4248
- Arredondo, J. (2001). El artista, su video y lo siniestro. México. En: <http://www.angelfire.com/my/jorgearredondo/otras/articulos/siniestro.htm>.
- Beebe,R y Middleton,J editores. (2007) Medium Cool. Music videos from soundies to cellphones. Duke University press
- Deusto. Castro, H. (2001). El discurso caótico de los video-clips. En: <http://usuarios.lycos.es/lateoriadelcaos/videocaos.doc>.
- Chandler, G. (2004). Cut by cut. USA: Michael Wiese Productions.



- Del Villar, R. (1997). La ruptura epistémica del video-clip y de la pantalla digital: la necesidad de redefinición del concepto de guión técnico televisivo. Chile: Revista Chilena de Semiótica #3. En: <http://rehue.csociales.uchile.cl/rehuehome/facultad/publicaciones/semiotica/semiotica3/ruptura.htm>.
- García, J. (1993). Narrativa Audiovisual. Madrid, España: Cátedra.
- Hanson, M. (2006). Reinventing Music Video. Estados Unidos: Rotovisión.
- Leguizamón, J. (1998). Videoclips. Una exploración en torno a su estructura formal y funcionamiento socio-cultural. Tesis de Licenciatura, Universidad Católica de Santiago del Estero. Santiago del Estero. En: <http://www.fortunecity.com/victorian/bacon/1244/IndiceLegui.html#clip>.
- Mena Young, T. (2005) Ticografía. Tesis por el grado de Licenciatura. Escuela de Ciencias de Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica. Costa Rica.
- Mithen, S. (2007) Los neardentales cantaban rap: los orígenes de la música y el lenguaje. Madrid. Ed Crítica.
- Pérez-Yarza, M. (1997). El placer de lo trágico. Semiosis del Video Rock en los 90. Tesis por el grado de Doctorado de la Universidad del País Vasco. España.
- Román, A. (2008). El lenguaje musivisual. Semiótica y estética de la música cinematográfica, (1ra ed). Madrid, España: Visión Libros.
- Schwartz, L. (2007). Making Music Videos. Estados Unidos: Billboard Books.

C2112 Realización de documental

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-práctico
Horas teóricas:	1
Horas prácticas:	2
Requisitos:	C0010 Introducción a la producción de televisión y video C2111 Guión de ficción y documental ó C2100 Guión de ficción
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de C.A.M. Optativo

DESCRIPCIÓN

Este curso aborda el estudio del documental en su ámbito teórico y práctico. Aborda temas de carácter conceptual sobre la teoría, la técnica y la práctica de la producción y dirección del documental. Se busca exponer a los/las participantes ante los procesos, técnicas y métodos más importantes que median la realización de documentales. Es un curso basado en el estudio de las formas clásicas y modernas del relato de no ficción, así como del panorama del documental contemporáneo. Se abordan los alcances de la disciplina en las dimensiones del quehacer profesional y de la investigación. El curso está ideado con un intensivo plan de prácticas, apoyadas por el visionado y el análisis de películas, así como de lecturas de temas relevantes sobre el cine documental. Los/las estudiantes, a su vez, desarrollan y realizan grupalmente un proyecto corto documental, cuyos avances son discutidos colectivamente.

OBJETIVO GENERAL

Comprender, analizar y aplicar conocimientos teórico-prácticos del curso para la realización de un documental corto.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la participante estará en capacidad de:

1. Analizar la narrativa de productos de no ficción de forma crítica para la realización de un documental corto efectivo tanto a nivel dramático como audiovisual.



2. Plasmar este proceso de conceptualización en la realización de un documental corto que responda a un objetivo concreto de comunicación a partir de una investigación

CONTENIDOS

- Técnicas de dirección para la realización del documental.
- Técnicas de entrevista para la realización del documental.
- Producción: fundamentos de fotografía, cámara y sonido directo para el documental.
- Escaleta y desglose de producción para el documental.
- Post Producción: diseño de estructura, montaje, narración, voice-over, text cards, sonorización y guion final.

BIBLIOGRAFÍA

- Aufderheide, Patricia. (2009) "Honest Truths". Center for Social Media. Artis, Anthony.
(2008) "Shut up and shoot". Focal Press
- Bernard, Sheila. (2011) "Documentary Storytelling". Focal Press
- Guzmán, Patricio. (1998) "El guión en el cine Documental"
- Nicholls, Bill. (2010) "Introduction to Documentary" Indiana University Press
- Rabiger, Michael. (2005) "Dirección de Documentales" Instituto Oficial de Radio y Televisión RTVE, Madrid, España.

C0032 Medios educativos	
Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-práctico
Horas teóricas:	1
Horas prácticas:	2
Requisitos:	C0010 Introducción a la producción de televisión y video C0012 Construcción del objeto de investigación
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de C.A.M. Optativo

DESCRIPCIÓN

El presente curso busca brindar a los y las participantes herramientas teóricas y metodológicas para el diseño y producción de recursos educativos, audiovisuales y multimedia. Asimismo, pretende convertirse en un espacio para la reflexión sobre la incidencia que las personas profesionales en comunicación pueden tener en el enriquecimiento de la educación formal e informal en el país, mediante la ampliación y diversificación de la oferta mediática.

OBJETIVO GENERAL

Identificar y aplicar herramientas teóricas y metodológicas al diseño y producción de recursos educativos, audiovisuales y multimedia.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso las personas participantes podrán:

1. Construir objetivos de aprendizaje que sirvan de guía para la creación de recursos educativos audiovisuales y multimedia.
2. Aplicar insumos teóricos en el diseño didáctico de recursos educativos audiovisuales y multimedia.
3. Seleccionar y aplicar metodologías de investigación que permitan identificar necesidades educativas.

4. Seleccionar y aplicar metodologías de investigación que permitan definir los aspectos estructurales y formales de recursos educativos audiovisuales y multimedia.

CONTENIDOS

- Constructivismo social: Participación Periférica Legítima y Zonas de Desarrollo Próximo.
- Construcción de objetivos de aprendizaje.
- Estado de la educación costarricense: primaria, secundaria y educación superior.
- Delimitación de medios educativos: ¿Qué es educativo y qué no es?
- Metodologías de investigación: construcción y aplicación de instrumentos de recolección de datos.
- Metodologías para el Diseño y construcción de recursos educativos audiovisuales y multimedia.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguaded, J.I., Cabero, J. (2013). *Tecnologías y Medios para la Educación en la E-Sociedad*. España: Alianza.
- Bartolomé, A. (2011). *Recursos tecnológicos para el aprendizaje*. Costa Rica: Editorial UNED.
- Duart, J. M. y Sangra, A. (2000). *Formación universitaria por medio de la web: un modelo integrador para el aprendizaje superior. Aprender en la Virtualidad*. España: Gedisa.
- Eun, B., Knotek, S. E., y Heining-Boynnton, A. L. (2008). *Reconceptualizing the Zone of Proximal Development: The Importance of the Third Voice*. *Educational Psychology Review*, 20(2).
- Figuroa, M. (2012). *Modelo de Aprendizaje con Realidad Aumentada*. *Revista Internacional de Educación en Ingeniería*, No.5 (pp. 1-7).
- Fischer, G. (2014). *Beyond hype and underestimation: identifying research challenges for the future of MOOCs*. *Distance Education*, agosto de 2014, Vol. 35 (pp. 149-158). London: Routledge.
- Griffin, P., McGraw, B., Care, E. (2012). *Assessment and Teaching of 21st Century Skills*. London: Springer.
- Kanning, R.G (1994). *What multimedia can do in our classrooms*. *Educational Leadership*, Abril de 1994, Vol. 51. London: Routledge.
- Luik, P. (2007). *Characteristics of drills related to development of skills*. *Journal of Computer Assisted Learning*, No.23 (pp. 56-68). New Jersey: Blackwell.



- Programa Estado de la Nación. (2013). Cuarto Informe Estado de la Educación. (135-191). San José, Programa Estado de la Nación.
- Resta, P. (2004). Las tecnologías de la información y la comunicación en la formación docente: Guía de planificación. París: UNESCO.
- Saga, H. (2002). Medios Audiovisuales y Educación. Tokio: Jusonbo.
- Sannomiya, Machiko. (2010). Psicología Educativa. Japón: Gakubunsha.
- Scardilli, B. (2013). Moocs: Classes for the masses. Information Today, septiembre de 2013, Vol. 30 (pp. 32-34). Information Today Inc.
- Simonds, B (2006). Development of an Interactive Media Tutorial: Tools, Tehcniques and Workflow. Journal of Visual Literacy, Vol. 26 (pp.119-132). New Jersey: International Visual Literacy Association.
- Squire, K. (2013). Video game-based learning: An emerging paradigm for instruction. Performance Improvement Quaterly, Vol. 26 (pp.7-36). New Jersey: Wiley
- Tsuno, Y. (1995). Nuevos Desarrollos en Educación Audiovisual. Tokio: Toshindo.
- Umegumi. (2013). Voicing Board. Recuperado el 9 de Setiembre de 2013, de vb.umegumi.net