

## SÍLABO DE TALLER DE VÍDEO

### I. DATOS GENERALES

- 1.1. Facultad : Ciencias de la Comunicación
- 1.2. Carrera Profesional : Ciencias de la Comunicación
- 1.3. Departamento : Ciencias de la Comunicación
- 1.4. Tipo de curso : Obligatorio
- 1.5. Requisitos : Producción y Realización de video
- 1.6. Ciclo de estudios : VII
- 1.7. Duración del curso : 17 semanas
- 1.8. Extensión Horaria : 4 horas semanales
- 1.9. Créditos : 4
- 1.10. Período lectivo : 2007-I
- 1.11. Docente responsable : Lic. Jorge Luis Chamorro P.  
[jorgelch@hotmail.com](mailto:jorgelch@hotmail.com)

### II. FUNDAMENTACION

El curso de Taller de Vídeo consiste en la realización de dos proyectos audiovisuales que involucren directamente al alumno con el trabajo de campo. Por ello, se desarrollan dos productos claramente definidos: el Documental y el Spot Publicitario, resaltando la responsabilidad social en el primero, y la creatividad, eficacia y eficiencia en el mensaje publicitario en el segundo.

### III. COMPETENCIA

Al finalizar el curso los alumnos estarán en capacidad de desarrollar y trabajar proyectos de documental y spot publicitario en el campo profesional.

### IV. OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL CURSO

Al finalizar el curso, el alumno será capaz de:

- 1. Participar activamente en la realización de documentales y spots publicitarios.
- 2. Manejar creativamente los equipos audiovisuales y la iluminación, sea en exteriores como interiores, en la realización de documentales y spots de TV.
- 3. Editar sus propios trabajos en el sistema no lineal (Final Cut Pro).

### V. CONTENIDOS CONCEPTUALES ORGANIZADOS EN UNIDADES TEMÁTICAS

#### 1. PROGRAMACIÓN

VI. Unidad y su objetivo	VII. SEM	VIII. Temas
Unidad 1	1	Primera y segunda sesión: El documental como género. Reseña histórica. Visionado de Documentales:

		<p>Michael Moore (USA) - Javier Corcuera (Perú)</p> <p>Características formales del documental. Tipos de Documentales</p>
<b>Unidad 2</b>	2	<p>Primera y segunda sesión: Análisis de la producción documental reciente en Perú y Latinoamérica Estructura de Proyecto de Documental (a nivel grupal).</p>
	3	<p>Primera y segunda sesión: Presentación de guiones para documental Pre Producción</p>
	<b>3</b>	
	4	<p>Primera y segunda sesión: Producción y Realización.</p> <p><b>4TA SEMANA REALIZACIÓN</b></p>
	5	<p>Primera y segunda sesión: Producción y Realización.</p> <p><b>5TA SEMANA REALIZACIÓN</b></p>
	6	<p>Primera y segunda sesión: Paseo de material grabado y digitalización</p>
<b>Unidad 3</b>	7	<p>Primera y segunda sesión: Edición de documentales.</p> <p><b>7MA SEMANA POST</b></p>
	8	<p>Primera y segunda sesión: Edición de documentales.</p>
	<b>9</b>	<b>EXAMEN PARCIAL</b>
<b>Unidad 3</b>	10	<p>Primera sesión: Etapas del trabajo publicitario Definir cliente / Formación de una Agencia de Publicidad – Casa Realizadora Visionado de comerciales de TV en el Perú y el mundo.</p> <p>Segunda sesión: Generación de ideas Búsqueda del concepto Investigación de mercado</p>
<b>Unidad 4</b>	11	<p>Primera y segunda sesión: Propuestas visuales / bocetos El creativo El guión publicitario</p>

	<b>11</b>	
	12	Primera y segunda sesión: Story board Shooting board
<b>Unidad 5</b>	13	Primera y segunda sesión: Pre Producción de comercial de TV.
	14	Primera y segunda sesión: Producción y Realización de comercial. <b>SEMANA 14 REALIZACIÓN (NUEVA CAMARA)</b>
	15	Primera y segunda sesión: Producción y Realización de comercial. Pauteo y captura de imágenes y audios. <b>SEMANA 15 POST</b>
	<b>16</b>	Primera y segunda sesión: Edición de comercial.
		<b>EXAMEN FINAL</b>
	<b>17</b>	Primera y segunda sesión: Presentación de campaña / spot
	<b>18</b>	<b>EVALUACIÓN SUSTITUTORIA</b>

## IX. CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

### UNIDAD 1: REALIZACIÓN DE PROYECTOS DOCUMENTALES

Identifican las etapas del trabajo documental  
Identifican las características del género documental  
Proponen ideas grupales para proyectos documentales  
Desarrollan guiones para sus proyectos documentales  
Realizan todas etapas de la producción y postproducción documental  
Sustentan sus proyectos documentales en grupo

### UNIDAD 2: REALIZACIÓN DE SPOT PUBLICITARIO

Identifican las etapas del trabajo publicitario  
Identifican las características visuales y estéticas del spot publicitario  
Proponen ideas para spots publicitarios: producto / servicio  
Desarrollan guiones y story board para spots publicitarios  
Realizan todas etapas de la producción y postproducción audiovisual  
Sustentan sus spots publicitarios en grupos

## VI.- EQUIPOS Y MATERIALES

- TV-VHS-DVD
- Equipos mini DV
- Proyector multimedia
- Juegos de luces
- Micrófonos uni y omni direccionales
- Ecran
- Cámaras portátiles
- Trípode
- Isla de edición No – Lineal

## X. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA Y COMPLEMENTARIA

### 1. Bibliografía Básica.

- CHESHIRE, David. (1979) Manual de Cinematografía. H.Blume Ediciones, Madrid,
- FERNÁNDEZ DÍEZ, Federico y MARTÍNEZ ABADÍA, José. (1999)Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual. Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona
- VIDAL, Albert (1991) La Cámara Creativa de Video. Ediciones CEAC. S.A. Barcelona,
- LEÓN FRIAS, Isaac, y BEDOYA, Ricardo. Ojos bien abiertos. El lenguaje de las imágenes en movimiento. Ediciones de la Universidad de Lima, 2003
- CARPIO VALDEZ, Santiago. Producción Audiovisual. Fondo Editorial Universidad de Lima, 1997 Código .453/C26
- KATZ, Steven. Plano a plano, de la idea a la pantalla. Código: .43/K25/P
- BRENNEIS, Lisa. Final Cut Pro 3 for Macintosh Código .43/B82
- BEAUVAIS, Daniel. Producir en Video. Código .45/B30

### 2. Bibliografía Complementaria.

- CAPARRÓS LERA, José María (1994). 100 Grandes Directores de Cine. Alianza Editorial, Madrid
- La Gran Ilusión. Revista de cine. Universidad de Lima. Nos. 1-8 Códigos 91.43/GI/1-8
- VARGAS LLOSA, Mario Juegos de niños. En: Revista CARETAS. Lima, marzo 9, 2000
- MARKL, Hubert. De la sociedad de los medios a la sociedad del saber. En: Revista HUMBOLDT No. 123 (1998) Internationes, Alemania, <http://www.inter-nationes.de>