

CARRERA: DISEÑO DE IMAGEN Y SONIDO
Asignatura: Producción y Mercados Internacionales
Cátedra: Primon

Año Académico: 2020

PROGRAMA ANALÍTICO

1. DATOS GENERALES DE LA ACTIVIDAD CURRICULAR

- Plan de estudios: Res. (CS): 6181/16
- Carga horaria total: 60 horas
- Carga horaria semanal: 4 horas
- Duración del dictado: Cuatrimestral
- Turnos: Noche
- Tipo de promoción: Directa
- Ubicación en el plan de estudios: **Ciclo de Formación Orientada (CFO).**

2. PROPUESTA DE LA CÁTEDRA

La formación que brinda la Carrera de Diseño de Imagen y Sonido de la Universidad de Buenos Aires genera destacados profesionales para la Industria Audiovisual.

Profesionales éstos que se desarrollan en las diferentes áreas de producción y realización de contenidos audiovisuales, pero carecen de necesarios conocimientos referente a las posibilidades y modos de comercialización de sus obras.

Luego de finalizada una obra audiovisual comienza la etapa de vinculación con su público, y es a través de este proceso en que se abre la posibilidad de recuperar costos de producción y, en algunos casos, obtener cierta rentabilidad.

Conocer el escenario de mercado y sus diferentes actores, etapas y posibilidades, permitiría, sin duda, poder desarrollar estrategias que conduzcan a obtener mejores resultados económicos.

*Por tanto, se considera imprescindible una formación específica en las etapas de distribución y exhibición del contenido audiovisual tanto nacional como **internacional**, que provea conocimientos y herramientas para evaluar y establecer un plan de comercialización desde el inicio del proyecto y a lo largo de las diferentes etapas de la obra.*

La asignatura proveerá a los alumnos la información necesaria a efectos de entender y poder actuar en el escenario legal y comercial que significa el proceso de cesión de derechos de una obra audiovisual y las etapas y acciones que generen su promoción y explotación.

3. OBJETIVOS

- *Conocer el escenario de mercado y sus diferentes actores, etapas y posibilidades*
- *Diferenciar los conceptos centrales respectivos a mercados internacionales y locales*
- *Entender el proceso de cesión de derechos de una obra audiovisual*
- *Identificar audiencias potenciales de un film*
- *Diseñar un plan de comercialización de una obra*
- *Lograr la organización discursiva de un proyecto con la suficiente claridad que permita presentarse en instancias de pitching en el escenario de comercialización*

CARRERA: DISEÑO DE IMAGEN Y SONIDO
Asignatura: Producción y Mercados Internacionales
Cátedra: Primon

Año Académico: 2020

4. **CONTENIDOS**

- **UNIDAD I: Introducción a la comercialización de contenidos audiovisuales**
Generalidades - Definición de lo que se “vende” - Derechos a ceder - Concepto de Ventanas - Concepto de términos geográficos y temporales - Exclusividad
- **UNIDAD II - Explotación en el Mercado Nacional**
Generalidades del escenario y actores de la industria - Distribución – Contratos - Exhibición -Modelo económico - El modelo original de explotación en salas cinematográficas – Estructuras de Distribución – Evolución de los modelos de exhibición – La importancia de contar con información del mercado - Reglamentaciones y su cumplimiento – Rol del Estado
- **UNIDAD III - Lanzamiento en el Mercado local y su vinculación con al Mercado Internacional**
Etapas previa al lanzamiento – Identidad del producto y Comunicación - Evaluación y consideración de inversión económica - Campaña de Prensa - Plan de lanzamiento - Campaña publicitaria - Crítica cinematográfica – Estreno comercial - Seguimiento y acciones de continuidad
- **UNIDAD IV - El Mercado Internacional de contenidos audiovisuales**
Festivales y Mercados Internacionales - Actores de la industria y sus roles - Campaña de promoción - Construcción de valor - Line up de Festivales - Monetización - Relación con Agentes de Venta y Distribuidores Internacionales - Contratos de vinculación - Cadena de derechos - Materiales – Deliveries - Follow up - Los nuevos modelos de negocio

5. **MODALIDAD PEDAGÓGICA**

Clases teóricas y prácticas. Las clases teóricas se dictan utilizando el power point como herramienta organizativa de la clase. Los alumnos tienen acceso a la bibliografía online.
Se comparten links con material extra y actualizaciones respecto a los nuevos escenarios de mercado.
Se presentan destacadas personalidades de la industria que acercan su conocimiento y experiencia
Se refuerzan los conocimientos teóricos adquiridos mediante trabajos prácticos
Se trabaja en grupos de cuatro/seis alumnos.

6. **MODALIDAD DE EVALUACIÓN**

- Se evaluará la participación en clase y la asistencia que serán promediados con el concepto de los trabajos grupales.
- Se considerará la presentación en tiempo y forma de los trabajos prácticos, la prolijidad, la participación en la exposición grupal y la investigación.
- Serán tenidos en cuenta como criterios generales para el examen final el análisis de las consignas y la creatividad en las respuestas, la participación de todos los integrantes del grupo en la puesta en común, la prolijidad y organización interna de la información, como así también la puesta en práctica de los contenidos desarrollados en la materia.



FIRMA DEL TITULAR O ADJUNTO A CARGO

CARRERA: DISEÑO DE IMAGEN Y SONIDO
Asignatura: Producción y Mercados Internacionales
Cátedra: Primon

Año Académico: 2020

• **BIBLIOGRAFÍA**

Berrendo Pérez, Serrano Fernández, Encinas Puebla. PANORAMA AUDIOVISUAL IBEROAMERICANO, Egeda, 2019

BORELLO, GONZÁLEZ, RUD, YOGUEL. La exportación de cine argentino en el circuito comercial internacional. Prácticas, mercados y políticas, Programa de Investigadores de la Secretaría de Comercio de la Nación, Documento de trabajo N° 26. 2018,

Buenos Aires Ciudad - Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. FERIAS Y FESTIVALES AUDIOVISUALES, 2020

ENFOQUE: Consumos Culturales. Consumo audiovisual streaming en Argentina, marzo-2020

IMCINE. (INSTITUTO MEXICANO DE CINEMATOGRAFÍA) ¿Cómo hacer una ruta de festivales?, 2019

LATAM CINEMA, N°13. Festivales, el inicio del viaje del cine latinoamericano, marzo 2015.

LATAM CINEMA N°44. Especial fondos a tener en cuenta. *Show me the fund*, septiembre 2021.

LEÓN-FRÍAS, ISAAC. La revolución de Netflix en el cine y la televisión. Pantallas, series y streaming / Isaac León Frías. Primera edición. Lima: Universidad de Lima, Fondo Editorial, 2020.

MESSUTI, PABLO. La cadena de valor del sector audiovisual en la ciudad de Buenos Aires, Ministerio de Cultura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2019

Bibliografía complementaria:

BALADRON, M, RIVERO, E. “La regulación de las plataformas OTT audiovisuales: un modelo para armar”, 2017. Disponible en: <http://papel.revistafibra.info/la-regulacion-las-plataformas-ott-audiovisuales-modelo-armar/>

COSTA VILA. Hernán. Equipo de trabajo de la Subsecretaría de Programación Microeconómica, INFORMES DE CADENAS DE VALOR, Industrias culturales - octubre, 2019

GETINO, Octavio. Cine argentino entre lo posible y lo deseable. Buenos Aires: Ciccus, 1998.

RAFFO, Julio. *Ley de Cine Comentada* (Prólogo de Agustín Gordillo). Buenos Aires: Cámara Argentina de la Industria Cinematográfica, 1995.

SINCA. (Sistema de Información Cultural Argentina) (2019). Disponible en: <https://www.sinca.gob.ar/>

MARTEL, Frederic Cultura Mainstream - Como nacen los fenómenos de masas - Ed Taurus- Marzo 2010

CARRERA: DISEÑO DE IMAGEN Y SONIDO
Asignatura: Producción y Mercados Internacionales
Cátedra: Primon

Año Académico: 2020

- **FILMOGRAFÍA**

LA DEMANDA DE CONTENIDOS DE LAS OTT, Ventana Sur, Conferencias, 2018

CÓMO ACCEDER A FONDOS EUROPEOS, Ventana Sur, Conferencias, 2018

¿CÓMO VENDER UNA SERIE DE TV?, Ventana Sur, Conferencias, 2018

CÓMO CONSEGUIR FONDOS MULTILATERALES, Ventana Sur, Conferencias, 2018

CADENA DE VALOR DE LOS IP EN EL ENTORNO AUDIOVISUAL ACTUAL, Ventana Sur, Conferencias, 2018

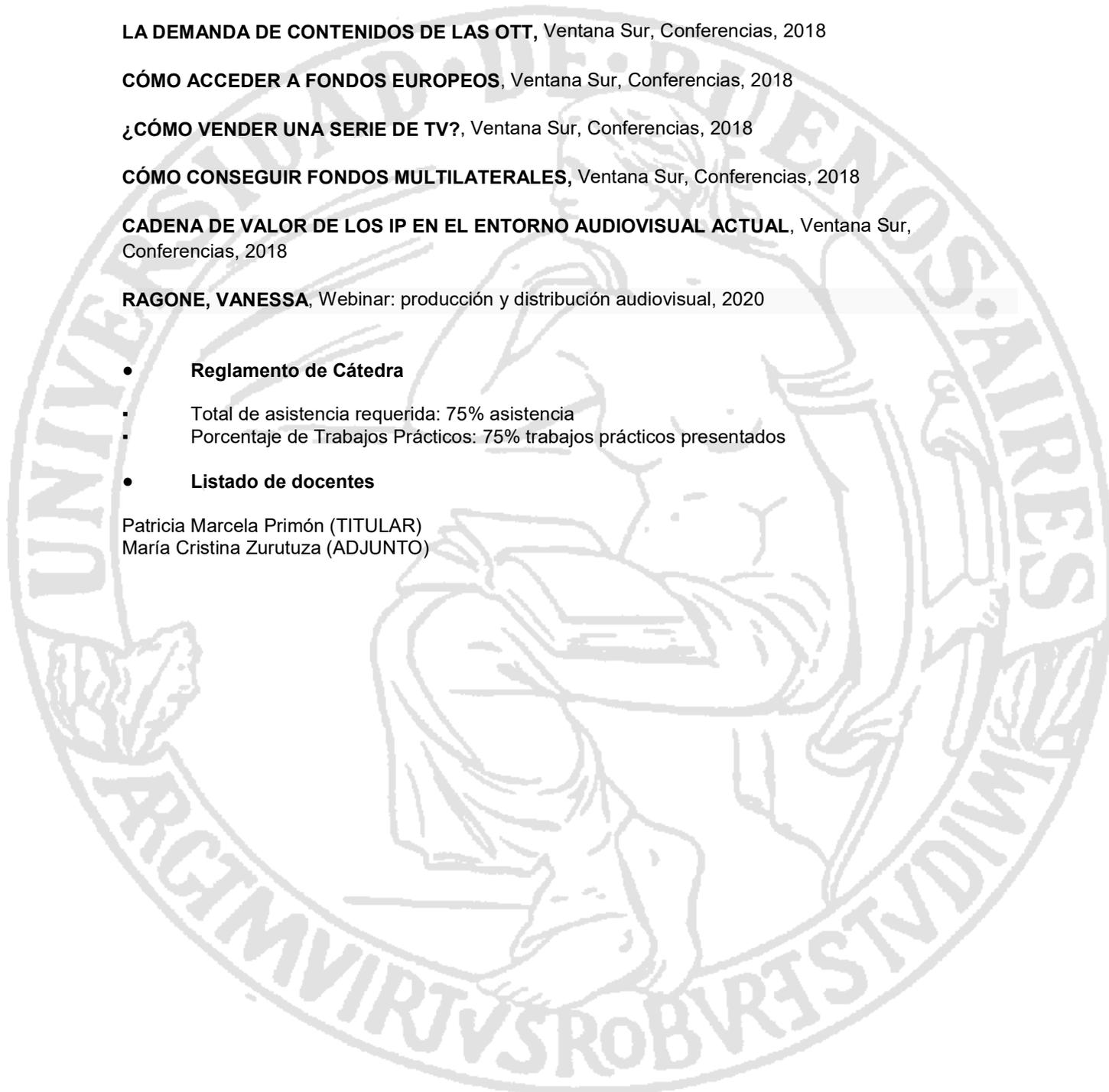
RAGONE, VANESSA, Webinar: producción y distribución audiovisual, 2020

- **Reglamento de Cátedra**

- Total de asistencia requerida: 75% asistencia
- Porcentaje de Trabajos Prácticos: 75% trabajos prácticos presentados

- **Listado de docentes**

Patricia Marcela Primón (TITULAR)
María Cristina Zurutuza (ADJUNTO)



CARRERA: DISEÑO DE IMAGEN Y SONIDO
Asignatura: Producción y Mercados Internacionales
Cátedra: Primon

Año Académico: 2020

GUIA DE TRABAJOS PRÁCTICOS

- **Festivales nacionales e internacionales**

Puesta en común por grupos

Conocer los festivales vigentes dónde se puede aplicar con una obra audiovisual

Implementación

Line-up de festivales. Búsqueda online e investigación de festivales nacionales e internacionales.

Oportunidad según características y perfiles

Duración (una clase).

- **Glosario de la materia (participación individual)**

Conocer terminología específica que hace a las bases de la materia: mercados, festivales, vendedor / comprador internacional / distribuidor, MG, crosslateralización, Deal memo, Chain of Titles, etc.

Implementación: desarrollo y discusión grupal

Búsqueda en glosarios online. Comparación de definiciones

Duración: a lo largo del dictado de la materia.

- **Sinopsis, tagline, logline (grupal)**

Visualización de una película en CINE.AR o CONT.AR y armar la sinopsis, tagline y logline.

- **Conferencias Ventana Sur (grupal)**

Reunión en grupos, discusión de la conferencia correspondiente y presentación semanal de cada charla.

- **Trabajo integrador final (grupal)**

1- Presentación de la obra

Título / Ficha Técnica / Ficha Artística

Sinopsis / Logline / Tagline

Nota del Director / productor

Imagen (Afiche)

Trailer / Teaser

2- Presentación de la empresa productora / Distribuidora / agente de Ventas

Diseñar un Perfil. Tomar como modelo los ejemplos de Cinando.com sobre la empresa, los integrantes, el perfil individual y el de la película

3- Line Up de festivales

Planificar y detallar propuesta de recorrido de festivales considerando fechas y perfiles de los festivales.

Justificar.

4 - Plan de Negocios Internacionales

Desarrollar y detallar una situación ideal de comercialización internacional a lo largo de 2 años.

5- Plan de lanzamiento para estreno local

Costos de lanzamiento y modelo de recuperación

Diseño de campaña de promoción y publicitaria

Programación ideal en salas de cine. Fecha de estreno vinculada al Plan de comercialización internacional

Programación alternativa

Determinación del perfil de audiencia

Modelos y posibilidades de suma de valor

Plan de comunicaciones y acciones especiales