



MENDOZA, 10 de abril de 2024.-

VISTO:

El Expediente Electrónico 3032/2024 en el que corre agregado el programa de la cátedra "Audiovisual III" de la Tecnicatura Universitaria en Producción Audiovisual (TUPA); y

CONSIDERANDO:

Que corre agregado en el expediente de referencia, el informe de control de programas de la Dirección General de Gestión Académica, destacando que es una asignatura cuatrimestral con sistema de evaluación por Acreditación y/o Promoción sin Examen Final. (Art: 9, Ord. N° 108/10-CS.)

Que la Coordinación de la TUPA sugiere la aprobación del programa de referencia.

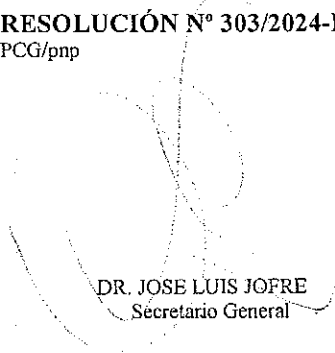
Por ello, en ejercicio de sus atribuciones,

**LA DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
RESUELVE:**

ARTICULO 1°.- Aprobar para el Ciclo Lectivo 2024, el programa de la asignatura "Audiovisual III" de la Tecnicatura Universitaria en Producción Audiovisual, elevado por la Profesora Ana Lorena FORTES, y que corre agregado como Anexo Único de la presente Resolución y consta de catorce (14) fojas.

ARTICULO 2°.- Comuníquese e insértese en el libro de resoluciones.

RESOLUCIÓN N° 303/2024-D
PCG/pnp


DR. JOSE LUIS JOFRE
Secretario General


DRA. MARIA EUGENIA MARTIN
Decana



ANEXO ÚNICO – RES. N° 303/2024-D



CARRERA: TECNICATURA UNIVERSITARIA EN PRODUCCION AUDIOVISUAL				
Plan de estudios: Ord. 24/2016 CS 02/2022 CD 04/22 CD			Año Académico: 2024	
Programa de: AUDIOVISUAL III			CUATRIMESTRAL	X
			ANUAL	
AÑO EN QUE SE CURSA 3º	CARGA HORARIA TOTAL 90 Hs	CARGA HORARIA SEMANAL 7 Hs.	Aprobado por Resolución	
MODULO DE POSTRODUCCIÓN		Presencial	Periodo 20/03 al 21/06	
CAMPO DE FUNDAMENTOS	DE FORMACIÓN DE	2 Hs.		
FORMATO CURRICULAR: PROYECTO		Virtual 5 Hs.		
Responsable de Cátedra: Prof. Titular Directora Cinematográfica Ana Lorena Fortes				
Equipo docente: Jefa de Trabajos Prácticos Licenciada Gisela Levin				
CONDICIONES PARA CURSAR CON EVALUACIÓN CONTINUA SEGÚN ORD. 02/2022 CD				
Asignaturas con cursado regular		Asignaturas aprobadas		
Derecho audiovisual (Ord. 2/2022 CD)		Audiovisual II; Edición; Sonido; Narrativa Transmedia (Ord 2/2022 CD)		
CONDICIONES PARA RENDIR				
Asignaturas con cursado regular		Asignaturas aprobadas		
-		-		

1- FUNDAMENTACION

La importancia de los espacios académicos para la formación audiovisual

Inicialmente quiero comentar que cuando nos referimos a un proyecto audiovisual hablamos de las 3 etapas que lo componen: pre producción, el rodaje y la post producción de imagen y sonido junto a la comercialización. Justamente la materia *Audiovisual III* de la Tecnicatura se enfoca en la última etapa, la unida a la mercantilización. Pero antes de adentrarnos en ella, quiero narrar algunos hechos reinantes que influyen en la misma.



Hay dos hitos que son radicales para el sector audiovisual: la pandemia y la revolución digital. Si pensamos en la pandemia podemos recordar, porque fue hace poco, los momentos donde necesitamos abstraernos e ingresar en mundos ficticios. En cambio, si pensamos en la revolución digital seguramente nos cueste un poco más recordar cuándo se inició.

En la pandemia hubo, para el sector audiovisual como para otros, suspensión de actividades, protocolos costosos y cierres de espacios. Pero es innegable que también fue una oportunidad ya que hubo incremento en las prácticas y consumos culturales, y esto a su vez trajo una conciencia mayor sobre la importancia de la cultura, de los hacedores culturales y de los artistas, quienes ayudan a promover y conservar nuestra identidad, patrimonio y diversidad cultural.

A este escenario hay que agregarle que ya venía creciendo la oferta de distintos contenidos audiovisuales en diversas pantallas y formatos digitales. Sumado a un consumidor que ha cambiado sus hábitos: elige qué, cuándo y dónde ver, y a veces participa en las creaciones, y por eso lo llamamos prosumidor.

Tal como afirma el escritor italiano, Alessandro Baricco, en su ensayo llamado *The Game*:

"(...) el sistema digital tiene una ventaja impagable: es perfecto para los ordenadores. Es decir, para máquinas que pueden calcular, modificar, transferir la realidad, siempre y cuando se les proporcione la realidad en la lengua que conocen: números. Es esta la razón por la que, con el gradual perfeccionamiento de los ordenadores y su lenta aproximación a un consumo individual, hemos decidido pasarnos a lo digital: en la práctica, hemos empezado a trocear la realidad hasta obtener partículas infinitesimales a cada una de las cuales hemos encadenado una secuencia de 0 y 1. La hemos digitalizado, es decir, transformado en números. De esta manera hemos hecho que el mundo sea modificable, almacenable, reproducible y transferible por las máquinas que hemos inventado: lo hacen muy rápidamente, sin errores y con un gasto modesto. Nadie se dio cuenta, pero hubo un día en el que alguien almacenó digitalmente un trozo de mundo y ese trozo era el que decantaba para siempre la balanza hacia lo digital (...). El descenso ha sido muy rápido: el advenimiento de la Web y la aplicación, a veces genial, del formato digital a una serie bastante importante de tecnologías ha generado con una espectacular evidencia la que ahora podemos llamar legítimamente REVOLUCIÓN DIGITAL. Tiene unos cuarenta años, y desde hace unos diez ha derrocado de forma oficial el poder anterior. Es la que, aparentemente, ha atontado a vuestro hijo (...)."

Todo lo aludido ha producido giros en los modelos de negocios audiovisuales: las formas de creación, financiamiento, producción, lanzamiento, distribución y exhibición han y continúan cambiando. Hoy existe una demanda mundial e infinita por poseer nuevos contenidos para cine, plataformas y televisión tradicional, como también hay un reconocimiento de los gobiernos locales como en Mendoza y también a nivel nacional, a través de incentivos al sector, porque se ha demostrado que éste genera impacto económico positivo como es la creación de empleos, al mismo tiempo que se materializa el fomento a la cultura.

A partir de este panorama mi objetivo es presentar el ecosistema actual audiovisual con un saber teórico y práctico. La teoría es indispensable para acceder y conocer, y el saber práctico para poder obrar, hacer y abordar a esta realidad con un perfil profesional, obteniendo las habilidades técnicas y artísticas.

En el caso de la materia *Audiovisual III* nos centramos en trabajar dos instancias:

Primero es el acercamiento y conocimiento de los procesos pertenecientes a la etapa final, ya los/las estudiantes tienen el material grabado y editado (actividades realizadas en los semestres anteriores) entonces, ahora en este espacio, deben incorporar y pensar qué estrategias harán para lograr su óptima comercialización, elaborando piezas de marketing y analizando festivales,



mercados, ventanas de exhibición y tipos de contratos entre otros contenidos. En segunda instancia implementan distintas acciones para lograr terminar el producto con todos los recursos que necesita el mismo y así hacer viable su comercialización.

2- OBJETIVOS

- ✓ DESCRIPTORES (según Ordenanza 24/2016 CS).
 - Desarrollo de planes de comunicación, marketing operativo y publicidad.
 - Organización de venta local, nacional e internacional. Mercados y espacios de distribución.
 - Coordinación de prensa y estrategias de medios, Internet y redes.
 - Gestión de la distribución a través de organismos de fomento, rondas de negocio, sponsors, festivales, organizaciones intermedias, cooperativas, etc. Difusión de los productos/oras.
- ✓ OBJETIVOS ESPECÍFICOS:
 - Conocer la última etapa de la producción audiovisual: comercialización de contenidos en las diversas pantallas.
 - Observar y reflexionar sobre el nuevo ecosistema: medios tradicionales y nuevos medios.
 - Comprender dinámica de funcionamiento de los sectores involucrados: productoras, distribuidoras, exhibidores de cine, agentes de venta, plataformas, audiencia, prensa, redes sociales, etc.
 - Distinguir cómo es y funciona la venta local, nacional e internacional; la cadena de derechos y contratos; los festivales; mercados y espacios de distribución alternativos.
 - Investigar y abordar proyectos similares para realizar un análisis de sus estrategias en la comercialización.
 - Seleccionar un proyecto, elaborar carpeta y pitch, y planificar su plan de lanzamiento, distribución y exhibición.
 - Conocer y manejar el vocabulario específico del sector audiovisual.

3- CONTENIDOS DEL PROGRAMA

MÓDULO I: LOS ACTORES EN EL CIRCUITO DE COMERCIALIZACIÓN: PRODUCTOR, DISTRIBUIDOR, EXHIBIDOR, AGENTES DE VENTAS Y AGREGADORES. LA NUEVA FIGURA DEL SHOWRUNNER.

- Nuevo ecosistema: medios tradicionales y nuevos. El streaming como joven actor. Y el impacto tecnológico.
- El rol del showrunner y del productor tradicional: cómo financiar un film y la relación con el distribuidor.
- El rol del agente de venta. El rol del distribuidor. El rol del agregador y las nuevas formas de lanzamiento, distribución y estreno.
- El rol del exhibidor en distintos tipos de salas, la venta del ticket y obligaciones. Tipos de contratos entre el distribuidor y el productor.

MÓDULO II: EL NEGOCIO AUDIOVISUAL

- Análisis FODA del proyecto. Analogías y análisis de estrategias en otros proyectos.
- La visibilización. El community manager y jefe de prensa. Piezas de comunicación. Identificación de la audiencia, comunidad y fans. Estrategias de venta.
- Financiación y posicionamiento: la coproducción, pre ventas, crowdfunding, alianza/asociación, fondos, entre otros.



- La globalización. Festivales latinoamericanos e internacionales: funcionamiento, análisis y line up. El screening fee. Diferencias entre las bases de concursos y de festivales. Mercados regionales e internacionales. Funcionamiento y análisis.

MÓDULO III: LA DISTRIBUCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL EN LAS DIFERENTES PANTALLAS. LO TRADICIONAL Y ALTERNATIVO.

- Las diferentes pantallas según los diseños de producción. Distribución de grandes producciones e independientes.
- Orden de ventanas para exhibir de acuerdo a ciertas variables como género y público. Ventanas alternativas.
- Tipos de productos para ser comercializados según cesión de derechos. El IP (propiedad intelectual), su cesión y cadena de derechos.
- La explotación comercial a plataformas. La diferencia entre proyecto, enlatado y formato. La negociación en contratos.

MÓDULO IV: EL PITCHING Y ARQUETIPOS DE CARPETAS

- Recursos gráficos y audiovisuales en la elaboración de carpeta.
- Las herramientas literarias en presentaciones a concursos.
- Los tipos de carpetas existentes. Extensiones, contenidos, finalidad.
- El pitch y uso de las 5 W. Orden y contenido según roles. Jornadas de pitching y el pitching informal.

4- BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- Baricco, Alessandro (2019). *The Game*. Bs.As. Ed. Anagrama.
- Batlle, Nicolás (2016). *Producción de largometraje*. Bs.As. Ediciones del CIC.
- Clares Gavilán Judith, Ripoll Vaquer Alberto y Tognazzi Drake Alberto (2013). *Distribución audiovisual en Internet*. Barcelona: Editorial UOC.
- Fernández, Eva y Linares Rafael (2014). *Echa el anzueto. Estrategias de pitch para Jornadas audiovisuales y proyectos transmedia*. Barcelona: Editorial UOC.
- Herbera, Joan, Linares Rafael y Neira Elena (2015). *Marketing cinematográfico para promocionar una película en el entorno digital*. Barcelona: Editorial UOC.
- LatAm Cinema, revista (Nº 47, mayo del 2022). *Latinoamérica en el laberinto de Cannes*. Montevideo, Uruguay. Revista LATAM CINEMA.
- LatAm Cinema, revista (Nº 44, noviembre del 2021). *Focus funds, un análisis en profundidad de cinco fondos*. Uruguay. Revista LATAM CINEMA.
- Martel, Frederic (2010). *Cultura mainstream*. Bs.As. Ed. Taurus.
- Memelsdorff Juan Félix y Alejo Barrenechea (2015). *Aspectos legales del periodismo, la obra audiovisual y el documental periodístico*. Bs. As. EDUNTREF.
- Miñarro, Laura (2013) *Cómo vender una obra audiovisual: Una aproximación a la distribución de contenidos audiovisuales*. Barcelona: Editorial UOC.
- Nadal, O. (2019). "Módulo 1: Distribución cinematográfica" en la *Diplomatura en Distribución y Exhibición Audiovisual. Modelo, Prácticas y Desafíos en la Convergencia Digital*. Tercera edición y actualización de contenido (2021). Instituto de Extensión. Universidad Nacional de Villa María. Córdoba, Argentina.
- Neira, Elena (2013). *El espectador social. Las redes en la promoción cinematográfica*.



Barcelona: Editorial UOC.

Orozco Martha y Taibo Carlos (2012), *Manual básico de producción cinematográfica*. 2ª edición. Editorial Universidad Nacional Autónoma de México.

Prepelitchi, F. (2019). "Módulo 2: *Comercialización en medios tradicionales y plataformas digitales*" en *la Diplomatura en Distribución y Exhibición Audiovisual. Modelo, Prácticas y Desafíos en la Convergencia Digital*". Tercera edición y actualización de contenidos (2021).

Instituto de Extensión. Universidad Nacional de Villa María. Córdoba, Argentina.

Raffo, Julio (2017). *La producción audiovisual y su respaldo jurídico*. Bs. As. Ed. Librería. Scolari,

WEBGRAFÍA

GPS Audiovisual (2023, diciembre). *Calendario de festivales, muestras y mercados 2023*. Buenos Aires, Argentina. GPS portal de información. <https://gpsaudiovisual.com/2024/01/05/calendario-2024-de-festivales-mercados-y-eventos/>

INCAA (2022, julio). *Abre la convocatoria para el 13 concurso federal Raymundo Gleyzer de desarrollo de proyectos para primeros largometrajes*. Buenos Aires, Argentina. INCAA portal de información. <http://www.incaa.gov.ar/abre-la-convocatoria-para-el-13o-concurso-federal-raymundo-gleyzer-de-desarrollo-de-proyectos-para-primeros-largometrajes>

Latam Cinema (2023, febrero). *Cannes crea nuevo espacio para el cine de género; Cinefantasy y Fantasmagoría abren convocatorias*. Montevideo, Uruguay. LATAM CINEMA portal de información <https://www.latamcinema.com/fantastic-pavilion-nuevo-espacio-para-el-cine-de-genero-en-cannes-cinefantasy-y-fantasmagoria-abren-convocatorias/>

Navarro Roger (2015, agosto). *El arte del pitch: cómo se estructura*. México. FILMLAB blog de Filmarket Hub. <http://filmlab.filmarkethub.com/el-arte-del-pitch-como-se-estructura/>

Neira Elena (2023, febrero). *El drama de no valer lo que has costado a la compañía: la cancelación de 'Mindhunter' y la obsesión de Netflix con la eficiencia de sus contenidos*. España. Portal Businessinsider. <https://www.businessinsider.es/mindhunter-obsesion-netflix-otros-cines-2022-enero>

Francia actualizó su sistema de ventanas con el aval de Netflix. Buenos Aires, Argentina. Portal Otros cines. <https://www.otroscines.com/nota-17577-francia-actualizo-su-sistema-de-ventanas-con-el-aval-de-netflix>

Mubi compró la productora y agencia de ventas The Match Factory. Buenos Aires, Argentina. Portal Otros cines. <https://www.otroscines.com/nota-17552-mubi-compro-la-productora-y-agencia-de-ventas-the-match>

¿Qué importancia tiene la propiedad intelectual en la industria de medios? Miami, EE.UU. Revista SEÑAL NEWS DIGITAL. <https://senalnews.com/es/research/que-importancia-tiene-la-propiedad-intelectual-en-la-industria-de-medios>

Unir. La universidad en internet (2018, junio). *Claves fundamentales para hacer un buen pitching audiovisual*. España. Unir portal de información. <https://www.unir.net/humanidades/revista/claves-fundamentales-para-hacer-un-buen-pitching-audiovisual/>

Unir. La universidad en internet (2018, junio). *Claves fundamentales para hacer un buen pitching audiovisual*. España. Unir portal de información. <https://www.unir.net/humanidades/revista/claves-fundamentales-para-hacer-un-buen-pitching-audiovisual/>

VIDEOGRAFÍA

Agencia Argentina de Inversiones y comercio internacional (20 de noviembre del 2020). *Sector audiovisual con Paola Suárez*. Ciclo exportar cultura. <https://www.youtube.com/watch?v=wDSgiH4DcrY>

Audiovisual. Aula abierta (febrero del 2023). *La exhibición audiovisual en debate, el caso Argentina 1985* <https://www.youtube.com/watch?v=RXOJH2-9YUs>



Audiovisual. Aula abierta (agosto del 2020). **Webinar: producción y distribución audiovisual con Vanesa Ragone.** <https://www.youtube.com/watch?v=hGX60KiFrQw&t=37s>
 Audiovisual. Aula abierta (agosto del 2021). Clase abierta. **La internacionalización en el mercado audiovisual actual con Pablo Cullel.** <https://www.youtube.com/watch?v=G7H1qmLAK4Y&t=16s>.
 Audiovisual. Aula abierta (agosto del 2021). **La industria audiovisual en transformación: claves para pensar la producción y distribución actual con Paola Suárez.** <https://www.youtube.com/watch?v=vvba3tTTC&t=1045s>
 Otálora Gonzalo (28 de enero del 2021). **Análisis de pitch. Consultorio de comunicación de Marian Sánchez Carniglia y Gonzalo Otálora.** <https://www.youtube.com/watch?v=HD2kzFQzCDw&t=1s>
 Produ Webinar (2021, abril). **Los nuevos paradigmas que trae la digitalización.** <https://www.produ.com/webinars/tv/produ-webinar-los-nuevos-paradigmas-que-trae-la-digitalizacion>
 Productora Tarea fina (2020, diciembre). **El hijo deseado, Pitch Proyecta Ventana Sur (WIP).** <https://vimeo.com/482250469>

PODCASTS

Apple Podcasts (2019, presente). **Así empecé en el cine con Axel kuschevatzky, productor** (podcast). Apple <https://podcasts.apple.com/us/podcast/037-axel-kuschevatzky-productor/id1358404531?i=1000448094774>
 Apple Podcasts (2019, presente). **Así empecé en el cine con Octavio Nadal, distribución** (podcast). Apple <https://podcasts.apple.com/us/podcast/039-octavio-nadal-distribucion/id1358404531?i=1000451801504>
 GPS Audiovisual (2021, presente). **El mito de Pepita la pistolera tendrá su documental y su serie, entrevista a Hernán Guerschuny** (podcast). Spotify <https://open.spotify.com/episode/4vC1bjyefuhNCbnYisVulH>.
 Universidad Austral. Media management lab (2021, presente). **Redes sociales y narrativas transmedia con Teresa Bosch y Francisco Albarello** (podcast). Spotify <https://open.spotify.com/episode/2ykrBkYLchtTgBPtpPSgZu>

BIBLIOGRAFÍA/ WEBGRAFÍA/ VIDEOGRAFÍA Y PODCASTS ESPECIAL Y OBLIGATORIA POR UNIDAD

MÓDULO I

Apple Podcasts (2019, agosto). **Así empecé en el cine con Axel kuschevatzky, productor** (podcast). Apple <https://podcasts.apple.com/us/podcast/037-axel-kuschevatzky-productor/id1358404531?i=1000448094774>
 Audiovisual. Aula abierta (agosto del 2020). **Webinar: producción y distribución audiovisual con Vanesa Ragone.** <https://www.youtube.com/watch?v=hGX60KiFrQw&t=37s>
 Clares Gavián Judith, Ripoll Vaquer Alberto y Tognazzi Drake Alberto (2013). **Distribución audiovisual en Internet** (9-32). Barcelona: Editorial UOC.
 Miñarro, Laura (2013) **Cómo vender una obra audiovisual: Una aproximación a la distribución de contenidos audiovisuales** (11-18,39-106). Barcelona: Editorial UOC.
 Nadal, O. (2019). "Módulo 1: **Distribución cinematográfica**" en la *Diplomatura en Distribución y Exhibición Audiovisual. Modelo, Prácticas y Desafíos en la Convergencia Digital*. Tercera edición y actualización de contenido (6-12). Año 2021. Instituto de Extensión. Universidad Nacional de Villa María. Córdoba, Argentina.
 Otros cines (2022, enero). **Francia actualizó su sistema de ventanas con el aval de Netflix.** Buenos Aires, Argentina. Portal Otros cines. <https://www.otroscines.com/nota-17577-francia->



actualizo-su-sistema-de-ventanas-con-el-aval-de.

Prepelitchi, F. (2019). "Módulo 2: **Comercialización en medios tradicionales y plataformas digitales**" en la *Diplomatura en Distribución y Exhibición Audiovisual. Modelo, Prácticas y Desafíos en la Convergencia Digital*. Tercera edición y actualización de contenidos (18-34). Año 2021. Instituto de Extensión. Universidad Nacional de Villa María. Córdoba, Argentina
Raffo, Julio (2017). *La comercialización de la película. La producción audiovisual y su respaldo jurídico (675-778)*. Bs. As. Ed. Librería.

MÓDULO II

Audiovisual. Aula abierta (agosto del 2021). Clase abierta. **La internacionalización en el mercado audiovisual actual con Pablo Culler**.
<https://www.youtube.com/watch?v=G7H1qmlAK4Y&t=16s>.

Battle, Nicolás (2016). *Producción de largometraje* (31-53, 83-88). Ediciones del CIC.

GPS Audiovisual (2023, diciembre). **Calendario de festivales, muestras y mercados 2024**. Buenos Aires, Argentina. GPS portal de información.

<https://gpsaudiovisual.com/2024/01/05/calendario-2024-de-festivales-mercados-y-eventos/>

Herbera, Joan, Linares Rafael y Neira Elena (2015). *Marketing cinematográfico para promocionar una película en el entorno digital* (81-104, 109-175). Barcelona: Editorial UOC.
INCAA (2022, julio). **Abre la convocatoria para el 13 concurso federal Raymundo Gleyzer** de desarrollo de proyectos para primeros largometrajes. Buenos Aires, Argentina. INCAA portal de información.
<http://www.incaa.gov.ar/abre-la-convocatoria-para-el-13o-concurso-federal-raymundo-gleyzer-de-desarrollo-de-proyectos-para-primeros-largometrajes>.

Latam Cinema (2023, febrero). **Cannes crea nuevo espacio para el cine de género; Cinefantasía y Fantasmagoría abren convocatorias**. Montevideo, Uruguay. LATAM CINEMA portal de información <https://www.latamcinema.com/fantastic-pavilion-nuevo-espacio-para-el-cine-de-genero-en-cannes-cinefantasy-y-fantasmagoria-abren-convocatorias/>

Miñarro, Laura (2013) *Cómo vender una obra audiovisual: Una aproximación a la distribución de contenidos audiovisuales* (137-178). Barcelona: Editorial UOC.

Prepelitchi, F. (2019). "Módulo 2: **Comercialización en medios tradicionales y plataformas digitales**" en la *Diplomatura en Distribución y Exhibición Audiovisual. Modelo, Prácticas y Desafíos en la Convergencia Digital*. Tercera edición y actualización de contenidos (14-18). Año 2021. Instituto de Extensión. Universidad Nacional de Villa María. Córdoba, Argentina.

Raffo, Julio (2017). *¿Cómo se financian las películas? La producción audiovisual y su respaldo jurídico (191-311)*. Ed. Librería.

MÓDULO III

Agencia Argentina de Inversiones y comercio internacional (20 de noviembre del 2020). **Sector audiovisual con Paola Suárez**. Ciclo exportar cultura.
<https://www.youtube.com/watch?v=wDSgiH4DcrY>

Apple Podcasts (2019, septiembre). **Así empecé en el cine con Octavio Nadal, distribución (podcast)**. Apple <https://podcasts.apple.com/us/podcast/039-octavio-nadal-distribuci%C3%B3n/id1358404531?i=1000451801504>

Memelsdorff Juan Félix y Alejo Barrenechea. *Aspectos legales del periodismo, la obra audiovisual y el documental periodístico* (8-92, 98-104, 146-159)) Buenos Aires, EDUNTREF, 2015.

Miñarro, Laura (2013) *Cómo vender una obra audiovisual: Una aproximación a la distribución de contenidos audiovisuales* (19-38, 107-136). Barcelona: Editorial UOC.

Nadal, O. (2019). "Módulo 1: **Distribución cinematográfica**" en la *Diplomatura en Distribución y Exhibición Audiovisual. Modelo, Prácticas y Desafíos en la Convergencia Digital*. Tercera edición y



actualización de contenido (21-37). Año 2021. Instituto de Extensión. Universidad Nacional de Villa María. Córdoba, Argentina.

Otros cines (2022, enero). **Mubi compró la productora y agencia de ventas The Match Factory**. Buenos Aires, Argentina. Portal Otros cines. <https://www.otroscines.com/nota-17552-mubi-compro-la-productora-y-agencia-de-ventas-the-match>

Raffo, Julio (2017). **La comercialización de la película. La producción audiovisual y su respaldo jurídico (675-778)**. Ed. Librería.

Señal News digital. (2022, agosto). **¿Qué importancia tiene la propiedad intelectual en la industria de medios?** Miami, EE.UU. Revista SEÑAL NEWS DIGITAL. <https://senalnews.com/es/research/que-importancia-tiene-la-propiedad-intelectual-en-la-industria-de-medios>

MÓDULO IV

Battle, Nicolás (2016). **Producción de largometraje (25-29)**. Ediciones del CIC.

Fernández, Eva y Linares Rafael (2014). **Echa el anzuelo. Estrategias de pitch para jornadas audiovisuales y proyectos transmedia (9-72)**. Barcelona: Editorial UOC.

Navarro Roger (2015, agosto). **El arte del pitch: cómo se estructura**. México. FILMLAB blog de Filmarket Hub. <http://filmlab.filmarkethub.com/el-arte-del-pitch-como-se-estructura/>

Orozco Martha y Taibo Carlos, **Manual básico de producción cinematográfica (73-79)**. 2º edición. Editorial Universidad Nacional Autónoma de México. 2012.

Otlóra Gonzalo (28 de enero del 2021). **Análisis de pitch**. Consultorio de comunicación de Marian Sánchez Carniglia y Gonzalo Otlóra. <https://www.youtube.com/watch?v=HD2kzFQzCDw&t=1s>

Prepelitchi, F. (2019). "Módulo 2: **Comercialización en medios tradicionales y plataformas digitales**" en la **Diplomatura en Distribución y Exhibición Audiovisual. Modelo, Prácticas y Desafíos en la Convergencia Digital**: Tercera edición y actualización de contenidos (35-41). Año 2021. Instituto de Extensión. Universidad Nacional de Villa María. Córdoba, Argentina.

Productora Tarea fina (2020, diciembre). **El hijo deseado, Pitch Proyecto Ventana Sur (WIP)**. <https://vimeo.com/482250469>

5 - ESTRATEGIAS O MODALIDADES DE TRABAJO PREVISTAS PARA EL DESARROLLO DEL ESPACIO CURRICULAR

5.1 PROPUESTA DE TRABAJO INTER-CÁTEDRA E INVITADOS

Según lo que establece el plan de estudios es conveniente realizar una planificación interdisciplinaria para lograr un mejor proceso de aprendizaje. A partir de esto y desde esta cátedra tenemos dos tipos de articulaciones para llevar a cabo: una horizontal y otra vertical.

La horizontal es la que contempla a Audiovisual I, II y III. Y se busca que en las tres haya continuidad porque cada una expresa una etapa diferente: pre producción, producción y post producción. Por lo cual desde *Audiovisual III* tomaremos el proceso que vienen teniendo en las cátedras anteriores para poder culminar el mismo con: el lanzamiento, la cesión de derechos para la distribución y exhibición de las obras audiovisuales.

Con respecto al segundo tipo de articulación, la vertical, estamos en el cuatrimestre en paralelo con dos materias: Inglés y Trabajo integrador final. Con ambas venimos desde el 2018 realizando un enriquecimiento en el proceso de intercambio y aprendizaje entre profesores y estudiantes.

Con la cátedra de Inglés la articulación es en el módulo II y IV y está basada en la lectura y comprensión de páginas web de festivales, fondos de ayuda y bases de concursos que se



encuentren en este idioma. Como también la preparación y exposición de un pitching en inglés para que los/las estudiantes estén preparados para posibles y futuras exposiciones en mercados internacionales. Así es como rinden en español el pitching y luego, el mismo, en inglés. Cada cátedra evalúa en su espacio.

Con la cátedra de Trabajo integrador final la articulación es en el módulo IV con la exposición y evaluación del pitching sobre los proyectos elegidos por los estudiantes. El examen se toma en conjunto, pero cada cátedra evalúa por separado.

También hay otra articulación y es con una materia de primer año y con otra de segundo debido a que en *Audiovisual III* se retoman temas ya vistos en aquellas.

Con la cátedra de Edición damos los contenidos referidos a las piezas audiovisuales: teaser y trailer. El profesor titular de Edición nos provee videos y apuntes realizados por él para que los demos en nuestra cátedra y él brinda, de manera optativa, su horario de consulta para hacer un seguimiento en la elaboración de estas piezas. Sólo evalúa la cátedra Audiovisual III.

Con la cátedra de Arte y diseño digital se trabaja el armado del afiche final y afiche teaser como el diseño de carpetas. El profesor titular viene de invitado a una clase para dar estos temas y luego brinda su horario de consulta para hacer un seguimiento. Se evalúa en Audiovisual III con el visto del docente participante.

Por otro lado, cada año se evaluará de acuerdo a las necesidades académicas, del sector, de la actualización y cronograma disponible la posibilidad de tener algún invitado/a externo a la carrera y relacionado a los temas dados por la cátedra.

5.2 PROPUESTA DE TRABAJOS PRÁCTICOS GRUPALES Y ACTIVIDADES INDIVIDUALES (PRESENCIALES Y VIRTUALES REALIZADAS EN MOODLE, SINCRÓNICO O ASINCRÓNICO).

▪ Trabajos prácticos, actividades, exámenes y fechas estimativas:

- TP1 entrega por plataforma. Trabajo grupal de investigación sobre proyectos análogos al elegido y aplicación de estrategias pensadas específicamente para los proyectos elegidos. Fecha tentativa: 15/5.
- TP2 entrega por plataforma. Elaboración de una one pager. Fecha tentativa: 5/6.
- Evaluación oral y o escrita e individual. Fecha tentativa: 22/05
- Examen final integrador: instancia de pitcheo y entrega final de one pager (impresas). Fecha tentativa: 12/6.
- Recuperatorio de pitching y o examen individual. Fecha tentativa: 19/6.

▪ Actividades en plataforma:

- Actividad "A" entrega por foro el 27/3. Elección de un trabajo terminado (filmado y editado con anterioridad a Audiovisual III) para desarrollar a través del cursado la Carpeta de Proyecto de venta y/o financiamiento y para pitch de venta. Y definición de los tres roles.
- Actividad "B" el 24/4 entrega por plataforma. Responder de forma individual cuestionario



sobre temas dados en las clases.

6-CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La cátedra tendrá en cuenta si el estudiante:

- Tiene los conocimientos audiovisuales acordes al cursado de la carrera.
- Conoce, comprende e implementa de manera pertinente los saberes de cada módulo de la asignatura.
- Asiste y participa de las clases, actividades virtuales y presenciales, trabajos prácticos, visualizaciones dadas y lecturas propuestas por la cátedra de manera conveniente.
- Posee la capacidad para resolver los ejercicios/actividades/evaluaciones: orales, escritos, prácticos, gráficos, audiovisuales, ya sean presenciales y o virtuales y el examen final integrador.

7-INSTRUMENTOS DE EVALUACION

Los instrumentos de evaluación serán los siguientes:

- Asistencia y participación en clases virtuales y presenciales.
- Intervención y realización de actividades individuales presenciales y o virtuales.
- Elaboración de trabajos prácticos pertenecientes a cada módulo, las cuales son grupales.
- Evaluación oral y o escrita individual.
- Examen final integrador: entrega de carpeta de proyecto y pitching (exposición oral según roles).
- Cumplimiento en tiempo y forma de todas las entregas.

Coloco una **rúbrica evaluativa estimativa**, dependiendo del tipo de trabajo realizado puede sufrir ciertos cambios en algunos ítems.

La calificación se expresará de forma numérica (del 1 al 10). Se aprueba con seis (6) y expresará si el trabajo/actividad es:

- ❖ Excelente
- ❖ Bueno
- ❖ Regular
- ❖ Insuficiente

Y los ítems que serán evaluados son:

- ✓ Entrega en tiempo y forma: si se respetan los tiempos dados, si las tareas están entregadas como se ha solicitado.
- ✓ Comprensión de las consignas dadas: si el desarrollo corresponde a lo pedido.
- ✓ Elección del proyecto: si el proyecto presenta justificación y claridad en la etapa de producción en la que se encuentra.
- ✓ Aplicación de estrategias y recursos (literarios, gráficos, audiovisuales, de comercialización) de manera correcta.
- ✓ Uso oportuno de bibliografía, webgrafía, fuentes extra académicas, consultas a docentes, etc.



- ✓ Resolución de retos reales: si ante los inconvenientes, cambios, observaciones y o devoluciones que se presentan hay una búsqueda en la resolución y una corrección apropiada.
- ✓ Trabajo en equipo: si los roles dentro del grupo tienen claridad y desempeño efectivo.
- ✓ Estructura narrativa: si se comprende la historia en la pieza entregada.
- ✓ Calidad técnica en imagen y en sonido: correcta puesta de cámara, luz y sonido.

8-SISTEMA DE EVALUACIÓN/CONDICIONES DE EVALUACIÓN

Asignatura con formato curricular de proyecto y el sistema de evaluación es de promoción sin examen final en mesa, con modalidad de evaluación continua.

Por lo tanto, será considerado promocional el estudiante que:

- Posea la aprobación del 70% de: los trabajos prácticos grupales, de las actividades individuales virtuales/presenciales y evaluación/es.
- Obtenga la aprobación grupal e individual del examen final integrador, el cual tiene dos entregas: la carpeta del proyecto y el pitching. Y es la instancia de la articulación con TIF.
- La aprobación de la materia (y de cada trabajo, actividad y o evaluación) debe ser con una calificación igual o mayor a 6 (seis, 60%).
- Los estudiantes deben tener el 70% aprobado de: las actividades individuales, de los trabajos prácticos grupales y evaluación/es para poder rendir el examen final integrador (el cual no refiere a una mesa de examen sino a una evaluación integradora durante el cursado).
- El examen final integrador será grupal e individual, en el mismo deberán entregar la carpeta del proyecto elegido en formato físico (nota grupal) y realizar el pitching según roles (nota individual) de manera presencial.
- La nota final de cada estudiante será la que surja del examen individual y del examen final integrador (el promedio entre las 3 notas: examen, el pitching y la entrega de carpeta de proyectos).
- El estudiante que no cumpla con uno o más de los requisitos estipulados anteriormente tendrá que recurrir a la materia.
- Cada trabajo, actividad, entrega y evaluación tiene contemplado sólo una instancia de recuperatorio, fecha que será dada por la cátedra. Todos los/las estudiantes podrán acceder a la misma teniendo en cuenta que es la última fecha para entregar y o realizar lo no aprobado anteriormente. Cabe aclarar que sólo se accederá a esta instancia siempre y cuando se haya rendido y o entregado en una primer fecha y o haya un justificativo médico u de otra índole presentado.

CRONOGRAMA (TENTATIVO) DE ACTIVIDADES DE LA CÁTEDRA			
Fecha-docente	Unidad - Contenido	Actividad/Evaluación individual/grupal	Modalidad presencial - virtual



20/03/23 Equipo de cátedra	Presentación del espacio curricular, del programa, docentes y sistema de evaluación.	Presentación del programa, trabajos y articulaciones. Consignas del TP N°1. Y de la actividad "A" (en plataforma).	Clase presencial
21/03/22 al 26/03 Prof. Lorena Fortes.	Introducción al módulo I, Los actores en el circuito de Comercialización.	Clase sobre el módulo I.	Actividad en plataforma
27/03 Prof. Lorena Fortes.	Módulo I: desarrollo.	Entrega de la actividad "A".	Clase presencial
28/03 al 2/4 Equipo de cátedra.	Módulo I: cierre.	Lecturas y visualizaciones obligatorias. Devoluciones de actividad "A".	Actividad en plataforma
3/04 Prof. Lorena Fortes.	Módulo II: El negocio audiovisual.		Clase presencial
4/04 al 09/04 Prof. Lorena Fortes.	Desarrollo del módulo II.	Lecturas y visualizaciones obligatorias.	Actividad en plataforma
10/04 Prof. Gisela Levin.	Módulo II.	Consigna del TP N°1.	Clase presencial
11/04 al 16/04 Equipo de cátedra.	Módulo II.	Lecturas y visualizaciones obligatorias.	
17/04 Prof. Lorena Fortes.	Módulo II. Invitada/o. Tema: la financiación INCAA.		Clase presencial. Invitado/a.
18/04 al 23/04 Prof. Lorena Fortes.	Módulo II.	Lecturas, visualizaciones obligatorias.	Actividad en plataforma
24/04	Módulo II. Articulación. Invitado: Prof. Marchesini.	Consigna del TP N°2.	Clase presencial



01/05	Feriado		
25/04 al 7/05 Prof. Lorena Fortes.	Módulo III: La distribución nacional e internacional en las diferentes pantallas.	Lecturas y visualizaciones obligatorias.	Actividad en plataforma
8/05 Prof. Brenda Scalvini.	Módulo III. Tema: cesión de derechos y contratos.		Clase presencial
9/05 al 14/05 Equipo de cátedra.	Módulo III.		
15/05 Equipo de cátedra.	Cierre del módulo III. Repaso previo al examen.	Entrega del TP N°1.	Clase presencial
16/05 al 21/05 Prof. Lorena Fortes.	Repaso de los 3 módulos.		Actividad en plataforma
22/05	Examen individual.		Clase presencial
23/05 al 28/5 Equipo de cátedra.	Módulo IV: El pitching y arquetipos de carpetas	Lecturas y visualizaciones obligatorias.	Actividad en plataforma
29/05	Módulo IV		Clase presencial
30/05 al 04/06 Prof. Lorena Fortes	Módulo IV: El pitching y el armado de carpeta de proyecto.	Lecturas y visualizaciones obligatorias.	Actividad en plataforma
05/06 Equipo de cátedra.	Módulo IV	Práctica de pitch. Entrega del TP N°2 (one pager) digital.	Clase presencial
06/06 al 11/06 Equipo de cátedra.	Módulo IV: El pitching y el armado de carpeta de proyecto.	Práctica de pitch.	Actividad en plataforma
12/06 Equipo de cátedra. Junto a TIF.	Examen final integrador	Pitch final y entrega de one pager impresa.	Clase presencial



19/06 Equipo cátedra.	de	Recuperatorios.	Instancia de recuperatorio de pitch, carpeta y o examen oral individual	Clase presencial
-----------------------------	----	-----------------	---	------------------

VIGENCIA DE PROGRAMA		
ANO	PROFESOR/A RESPONSABLE	FIRMA
2024	Fortes Ana Lorena	
VISADO POR		
DIRECTOR/A DE CARRERA O DEPARTAMENTO	DIRECCION GENERAL DE GESTIÓN ACADÉMICA	

¹ Baricco, Alessandro (2019). *Password. The Game* (21-22). Bs. As. Ed. Anagrama.