

# **DIPLOMADO “DESARROLLO Y GESTIÓN ESTRATÉGICA DE PROYECTOS Y LOS NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL**

## **JUSTIFICATIVA**

El éxito de un proyecto audiovisual no sólo depende de su calidad artística, sino también de una clara noción de *timing* y un plan de gestión que sea capaz de visualizar y aprovechar sus ventajas competitivas, garantizando la navegabilidad dentro del nuevo escenario tecnológico y comunicacional que ha revolucionado la manera como los contenidos audiovisuales son producidos, exhibidos y consumidos.

En medio a este nuevo paradigma de convergencia digital multi-plataforma, constatamos que en América Latina existe un déficit de productores ejecutivos con un *know-how* específico que les permita operar y negociar con fluidez en el mercado internacional, con capacidad de abordar de manera estratégica y creativa los desafíos inherentes al desarrollo y financiamiento de proyectos, y las complejidades técnicas y legales de distribución y comercialización global de contenidos audiovisuales.

Lo mismo vale para los organizadores de festivales y muestras audiovisuales, que vienen enfrentando crecientes desafíos de gestión derivados del rol actual de estos eventos en el ecosistema de la industria contemporánea. Garantizar la sustentabilidad de un festival hoy requiere de una comprensión amplia del funcionamiento de diferentes sectores de las industrias creativas, además de cuestiones relacionadas con el licenciamiento de obras cinematográficas y otros aspectos comerciales y jurídicos.

## **OBJETIVO PRINCIPAL**

Contribuir a la formación de especialistas capaces de afrontar con éxito los nuevos desafíos que esta industria plantea, preparados para operar y negociar en el mercado internacional, capacitados para entender la lógica económica de la industria audiovisual dentro del contexto de la economía cultural y capaces de crear proyectos viables desde una óptica artística, empresarial y socialmente responsable.

## **OBJETIVOS SECUNDARIOS**

- I. Viabilizar una alternativa económicamente accesible a la búsqueda de opciones de capacitación en producción ejecutiva y distribución generalmente localizadas en países como EUA y Europa, adecuada además a las características específicas propias de la industria audiovisual latinoamericana, en el marco de la experiencia acumulada internacionalmente.

- II. Mejorar el nivel y la competitividad de los proyectos creativos surgidos en la región, promoviendo el reciclaje profesional de realizadores, productores, técnicos, gestores culturales y otros; con la perspectiva de desempeñarse en funciones de Producción ejecutiva, Comercialización internacional, Asesoramiento, Consultoría, Investigación, Gestión estratégica, Planificación y Evaluación de proyectos en diferentes instituciones relacionadas a la industria cultural.
- III. Promover una cinergia creativa interdisciplinaria, que trascienda el entorno natural del realizador audiovisual, reforzando así la integración de profesionales del área creativa, jurídica, tecnológica y empresarial; capaces de entender y desempeñarse eficientemente en la producción ejecutiva, gestión de proyectos y administración de empresas audiovisuales en el mundo globalizado del siglo XXI.
- IV. Contribuir a la consolidación de una industria audiovisual regional.

## **METODOLOGIA**

Conscientes de las limitaciones de los programas académicos convencionales para acompañar la evolución de una de las industrias con mayor índice de re-codificación conceptual y tecnológica como es la del *edutainment*, optamos por diseñar un programa de inmersión, flexible y modular, asociado al formato conocido como *Bootcamp* sintonizado en los nuevos modelos de negocios de la industria audiovisual, con foco en la profesionalización y actualización continua del talento creativo de la industria audiovisual iberoamericana.

## **MENTORES**

El *Bootcamp* es un formato de entrenamiento que no gira en torno al concepto del profesor como autoridad académica que vierte conocimientos sobre una audiencia estudiantil, sino más bien el del mentor, como personaje inspirador, capaz de “tejer” conexiones entre participantes de diversos niveles educacionales y profesionales y con su experiencia promover procesos de aleación de saberes.

Los módulos del *bootcamp* estarán bajo la responsabilidad de profesionales con probada y amplia trayectoria en el mercado audiovisual Iberoamericano e internacional, que justamente por ser operadores de la industria, están en condiciones de aportar una perspectiva real y actualizada del ecosistema profesional donde los participantes aspiran insertarse. Consideramos que un docente de tiempo completo, pese a estar en una posición privilegiada para generar instancias de reflexión crítica sobre el panorama actual y futuro de la cinematografía como forma de arte, carece de una interfaz vinculante con el quehacer y los desafíos propios de la actividad profesional dentro de la industria.

## MODULOS DE CLASES

**El Diplomado constará de 2 módulos de clases:**

### **MODULO A: Del 12 al 23 de Noviembre del 2018**

- 1- Semana del 12 al 16 de Noviembre: “Festivales y Nuevos Modelos de Negocio de la Industria Audiovisual”, dictado por Patricia Martin
- 2- Semana del 19 al 23 de Noviembre: “El product placement como primera ventana de comercialización de la obra audiovisual” dictado por Angelica Ramírez

### **MODULO B: Del 26 de Noviembre al 7 de Diciembre**

- 1- Semana del 26 al 30 de Noviembre: “Negociación y distribución de contenidos para plataformas digitales”, dictado por Tita Lombardo
- 2- Semana del 3 al 7 de Diciembre: “La industria audiovisual: institucionalidad, derechos de autor y aspectos jurídicos”, dictado por Patricia Renjifo.

Plan de Estudios por semana:

#### **SEMANA 1**

Introducción al mercado de distribución internacional de productos audiovisuales. El rol de los festivales como circuito de distribución alternativa. Los festivales y el futuro de las ventanas de distribución audiovisual: intersecciones, convergencias y desafíos (DIY theatrical, non-theatrical & bookings, educational, plataformas de distribución online, etc). Rellenando la línea de puntos: relaciones entre productores, agentes de venta, distribuidores y programadores de festivales. Entendiendo lo esencial: contratos y compromisos de co-producción, cadenas de derechos desde el guión a la exhibición (quien puede hacer qué, donde y cuándo en relación a una película), music cue, deliveries, seguros y omisiones, hold backs. Fees: cuando aplican, como son negociados, implicaciones para productores y para los festivales. Anatomía de un festival de cine. Estrategias de programación y la “transmediatización” de los festivales. Audiencias y formación de públicos en la era del VOD. Circuito de festivales: mapa de ruta. Como se construye el “currículum” de una película y de su director a través de los festivales. Los soportes de exhibición y el futuro de la proyección en el cine. Producción y gestión 2.0: más allá de las redes sociales: tecnologías culturales, redes & crowdsourcing, P.R 2.0, Cinando, Festival Scope, plataformas de inscripción online. De la aldea global a la aldea local: festivales como motor de cambio social. Dinamización de entornos comunitarios a través del audiovisual.

CUBA

## SEMANA 2

Taller teórico - práctico dirigido a todas aquellas personas interesadas en el diseño, aplicación, presentación, negociación e implementación del Product Placement en un proyecto audiovisual en general, sea cinematográfico, televisivo, contenidos multimedia, etc. Durante el taller los asistentes desarrollarán una carpeta de presentación de un proyecto audiovisual y descubrirán las posibles ventanas de implementaciones del mismo. El asistente contará con las herramientas para la negociación y se dispondrá del conocimiento para implementar un product placement efectivo y correcto durante la filmación o grabación. Los datos y fórmulas comerciales dictadas en el taller son de carácter internacional y universal por lo que puede ser aplicado a nivel mundial, sin menoscabo de la región o cultura donde se esté negociando.

## SEMANA 3

Introducción: La desaparición de lo tangible: el *streaming* como paradigma de consumo de contenidos audiovisuales.

Modelos de negocio:

Transactional VOD (TVOD): iTunes, VUDU, Google Play, Vimeo on Demand.

Subscription VOD (SVOD): Netflix, Amazon Prime, Hulu, HBO GO

Ad-Supported VOD (AVOD): YouTube, SnagFilms.

DIY digital distribution platforms. (BitTorrent, Distrify, CreateSpace (Amazon), VHS, Vimeo on Demand, Gathr, Youtube )

OTTs, Airline VOD

El desarrollo de un proyecto desde la perspectiva de la distribución digital y las ventas internacionales. Marketing: cómo determinar cuál es la audiencia y el mercado potencial de un proyecto. Diferencias entre el Mercado Interno y Externo. Como preparar un film para su tránsito internacional. Tendencias en formatos y contenidos. Cómo se negocia un contrato de distribución digital: aspectos legales, financieros, derechos, territorios, plazos, interferencias con otras ventanas (holdbacks), El rol del agregador y los *deliveries*. (preparación para QC, *packaging* para CC y subtítulaje, *artwork & metadata* dependiendo de la plataforma/territorio).

## SEMANA 4

Aprender y reconocer a los actores que forman parte del mercado audiovisual y la dinámica de tus interacciones desde el punto de vista institucional y jurídico. Como encuadrar la actividad de producción ejecutiva dentro de un marco formal y de seguridad jurídica para todas las partes involucradas. Propiedad intelectual, gestión de derechos de autor y cadena de derechos para la producción y distribución de obras audiovisuales. Marcas y aspectos societarios. Alianzas Estratégicas. Consorcios. Cluster. Fideicomisos. Fondos Comunes de Inversión. Legislación nacional y los fondos nacionales e internacionales: mapeo y estrategias. Coproducciones. Licenciamiento de obras audiovisuales para eventos cinematográficos. Aspectos jurídicos relacionados con la operación de un festival de cine.