



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT
PRODUCCIÓ AUDIOVISUAL

Coordinació: FERNANDEZ SANCHEZ, OSCAR

Any acadèmic 2022-23

Informació general de l'assignatura

Denominació	PRODUCCIÓ AUDIOVISUAL			
Codi	101993			
Semestre d'impartició	1R Q(SEMESTRE) AVALUACIÓ CONTINUADA			
Caràcter	Grau/Màster	Curs	Caràcter	Modalitat
	Grau en Comunicació i Periodisme Audiovisuals	3	OPTATIVA	Presencial
Nombre de crèdits assignatura (ECTS)	6			
Tipus d'activitat, crèdits i grups	Tipus d'activitat	PRAULA		TEORIA
	Nombre de crèdits	3		3
	Nombre de grups	1		1
Coordinació	FERNANDEZ SANCHEZ, OSCAR			
Departament/s	FILOLOGIA CATALANA I COMUNICACIÓ			
Distribució càrrega docent entre la classe presencial i el treball autònom de l'estudiant	Hores presencials aula: 52 hores Hores no presencials: 98 hores			
Informació important sobre tractament de dades	Consulteu aquest enllaç per a més informació.			
Idioma/es d'impartició	Català			
Distribució de crèdits	1 crèdit equival a 25 hores de treball de l'estudiant. Total: 150 hores (6 crèdits).			

Professor/a (s/es)	Adreça electrònica professor/a (s/es)	Crèdits impartits pel professorat	Horari de tutoria/lloc
FERNANDEZ SANCHEZ, OSCAR	oscar.fernandez@udl.cat	6	A pactar segons disponibilitat d'alumnes i professors. Pactada a través de correu electrònic a ofernandez@lleidatv.cat

Informació complementària de l'assignatura

La comunicació està vivint una gran revolució. Els mitjans de comunicació es debaten entre la redefinició i la desaparició. La crisi econòmica no ha fet més que agreujar aquesta crisi d'identitat que no té ni una solució, ni un final clar. És moment d'aturar-se, mirar al nostre voltant, reflexionar i sobretot aportar noves idees, innovar i ser creatius. Arriscar. Fer volar la imaginació i alhora tocar de peus a terra. Cal buscar i detectar les noves oportunitats que tenim, aprofitar-les i fer-les nostres. Aquesta assignatura no donarà resposta al gran debat, però sí que vol fixar les bases, aportar esperances i sobretot animar als nous graduats a arriscar i a veure que potser ells tenen la solució. Sense voler ser molt ambiciosos, pretenem que aquesta assignatura sigui una acceleradora de projectes periodístics. Una barreja de productors audiovisuals, periodistes i emprenedors. Aprendre a generar idees, a donar-les forma i fer-les viables buscant fonts de finançament. Donarem les eines per fer projectes interessants, viables i realitzables. I tot això ho farem analitzant el nostre entorn, el sector i veient les tendències de consum. Per aconseguir-ho dibuixem un temari que el dividim temàticament en tres grans blocs: TINC UNA IDEA, FEM-LA REALITAT i I ARA, QUÈ?. I tot això sense oblidar que les idees neixen del cap d'una persona però esdevenen realitat gràcies a un equip de persones. La idea és important, el projecte i l'equip també.

Objectius acadèmics de l'assignatura

Identificar i aplicar les tècniques de realització audiovisual, tant en televisió com en cinema.

Identificar i aplicar les tècniques dels processos de producció i difusió audiovisuals en les seves diverses fases des del punt de vista de l'organització i gestió dels recursos tècniques, tecnològiques, humanes i econòmiques.

Demostrar l'adquisició de coneixements en les modalitats de conceptualització, creació, disseny i producció de continguts audiovisuals.

Competències

Bàsiques

CB2. Aplicar els seus coneixements a la seva tasca o vocació d'una forma professional i possessió de les competències que solen demostrar-se mitjançant l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi

Generals

CG2. Desenvolupar la capacitat d'organització i planificació.
 CG3. Aplicar els coneixements teòrics en l'activitat pràctica.
 CG4. Desenvolupar coneixements d'informàtica aplicada i de sistemes digitals.
 CG6. Desenvolupar la creativitat, la innovació i la competitivitat

Específics

CE9. Concebir, planificar i executar projectes en l'àmbit dels mitjans de comunicació en tot tipus de suport.
 CE13. Identificar i aplicar els fonaments teòrics i pràctics de la comunicació audiovisual i de la comunicació en internet
 CE14. Identificar i aplicar les lògiques i habilitats narratives i expositives específiques dels

continguts audiovisuals i interactius de caràcter informatiu i no informatiu.

CE15. Desenvolupar la capacitat creativa en la realització audiovisual, multimèdia i interactiva dels diferents gèneres.

Transversals

CT4. Adquirir coneixements bàsics d'emprenedoria i dels entorns professionals.

CT6. Aplicar la perspectiva de gènere a les tasques pròpies de l'àmbit professional.

Continguts fonamentals de l'assignatura

TEMA 0

Introducció Presentació del temari de l'assignatura: objectius... Avaluació inicial.

BLOC A – TINC UNA IDEA

TEMA 1. *La Idea.* Què és una idea? Com generem idees? Actituds vs. aptituds. Motivacions i somnis.

TEMA 2. *Creiem en nosaltres.* Marca personal. Som líders i tenim idees que integren persones i que generen negoci. Tu ets el protagonista.

TEMA 3. *Sols no, en equip.* Busquem aliances. L'equip d'un projecte audiovisual. Gestió de l'equip de treball (formació i organització). Funcions en l'equip. La perspectiva de gènere dins l'àmbit de les produccions audiovisuals.

TEMA 4. *El mercat.* Com està el sector? Radiografia i anàlisi dels mitjans de comunicació. Nínxols de mercat, les oportunitats de negoci dins els mitjans de comunicació. Innovació en els mitjans. Les audiències: Com es mesuren? Quin paper i quina importància tenen? Perfils de l'audiència.

BLOC B – FEM-LA REALITAT

TEMA 5. *El productor.* Definició i característiques.

TEMA 6. *La producció.* Singularitats en les diferents produccions: llargmetratges, sèries, programes de tv i animació.

TEMA 7. Fases d'un projecte. Definició, planificació i execució. Eines de gestió del projecte (diagrames, fluxes de treball, gràfics...).

TEMA 8. *Planificació i organització.* Planificació. Desglossament de tasques. Desglossament de guió. Diagrama de Gantt. Pla de rodatge. Ordre de rodatge. Fitxes de producció. Escaleta.

TEMA 9. *Gestió RRHH (recursos humans).* Models de contractes de producció.

TEMA 10. *Gestió de recursos materials i tècnics.* Anàlisi de les partides d'un pressupost de producció.

TEMA 11. *Gestió de recursos financers.* Estudi de viabilitat. Modalitats de producció. Recursos de finançament. La negociació.

TEMA 12. *Gestió de drets.* Normatives. Drets d'imatge. Canons. Permisos-autoritzacions.

BLOC C – I ARA, QUÈ?

TEMA 13. *La presentació del projecte.* Estratègies de comunicació. La presentació. El màrqueting. El discurs.

TEMA 14. *On i com ho presentem.* Mercats, festivals. Productores i distribuïdores. Com ho presentem?

EXPOSICIÓ DELS TREBALLS: pitching

Els grups exposaran els treballs davant un tribunal. Cada grup disposarà de 5 minuts.

Eixos metodològics de l'assignatura

Les classes combinaran:

Classes magistrals. Exposició dels continguts de l'assignatura de forma oral per part de la professora.

Conferències. Exposició pública sobre un tema per part d'una persona experta.

Estudi de casos: mètode emprat per estudiar un individu, una institució, un problema, etc... de manera contextual i detallada.

Pràctiques: Permeten aplicar i configurar, a nivell pràctic, la teoria d'un àmbit de coneixement en un context concret.

I durant tot el curs es farà el seguiment de...

Treball en grup. Activitat d'aprenentatge a través de la col·laboració entre els membres del grup.

Elaboració de projectes. Metodologia d'ensenyament actiu que promou l'aprenentatge a partir de la realització d'un projecte: idea, disseny, planificació, desenvolupament i avaluació del projecte.

Pla de desenvolupament de l'assignatura

PROGRAMACIÓ “producció audiovisual” curs 2022 / 2023

PROGRAMA	CRONOGRAMA 15 setmanes – 13 sessions
Bloc A #TINC UNA IDEA	2 sessions
Bloc B #FEM-LA REALITAT	9 sessions
Bloc C #I ARA, QUÈ?	1 sessió
EXPOSICIÓ TREBALL INDIVIDUAL	Darrera sessió lectiva
PITCHING PROJECTE	Dia examen

Sistema d'avaluació

Simulació a classe i seminaris: 15% - Durant el curs tindran lloc diferents activitats (seminaris amb convidats i activitats-simulacions a classe). Cadascuna tindrà un valor proporcional igual de la nota final. Cada activitat presentada a través del campus i en format PDF es puntuarà sobre 10 sent: 10 punts treball realitzat satisfactòriament, 5 punts realitzat però no satisfactòriament, i 0 punts treball no presentat.

Treball individual: 20% - Es presentarà un vídeo de marca personal (10%) i una pàgina web personal (10%). La

fitxa del treball amb els enllaços al vídeo i al web es lliurarà una versió en paper a l'aula i una segona versió en pdf a través del campus la darrera classe abans del pont festiu del 6 de desembre. Els treballs s'exposaran el darrer dia de classe abans vacances de Nadal: 5 minuts per alumne (justificació, projecció vídeo i navegació per la web personal). Avaluació feta pels companys segons rúbrica.

Projecte: Es tracta de desenvolupar un projecte d'una producció a escollir entre: un documental, un programa de televisió, o una ficció. Els alumnes us repartiran entre els projectes segons els seus interessos personals. Amb un mínim de 4 alumnes i un màxim de 5. L'avaluació serà per parts:

Estudi previ i package – 11 % - Seguiment del treball amb 2 tutories mínim. Estudi, anàlisi i justificació del treball escollit (anàlisi mercat, audiències, nínxol de mercat, descripció projecte). Valoració del sumari, el *flyer* de promoció i el guió o tractament. El darrer dia de classe abans de Nadal es lliuraran 3 còpies en paper del sumari, 3 còpies de qualitat del flyer, i 1 còpia del guió o tractament.

Pitching – 12 % - Exposició oral del projecte amb projecció d'un teaser. El grup disposarà de 5 minuts per exposar el treball i serà avaluat per un tribunal format pel professor de l'assignatura i dos professionals del sector. La nota final serà la mitja dels tres membres del tribunal.

Teaser – 12 % - Durant el pitching es projecta un teaser [\[1\]](#) (no un tràiler). La nota serà la mitjana de les notes que posi el tribunal.

Memòria del projecte – 30% - Memòria del projecte desenvolupant tots els elements de producció necessaris. No adjuntar annexes, tot en un únic treball. Lliurar l'últim dia de classe abans de Nadal. Una còpia en paper i una còpia en pdf a través del campus. Per aprovar l'assignatura s'ha d'aprovar la memòria del projecte que té possibilitat de recuperació.

IMPORTANT: El projecte és grupal i la nota és igual per a tots els membres. Per fomentar la participació equitativa i que tothom aporti el seu talent en favor de projecte i del grup, la nota inclou una autoavaluació on cada membre del grup avalua la participació de tots percentualment. La mitjana que surti del número d'integrants del grup serà el punt de partida. Si sumant tots els percentatges rebuts, l'alumne té una variació de:

- fins el 10% menys es mantindrà la nota final.
- entre l'11% i el 20% menys es restarà 2 punts en la nota global del projecte
- entre el 21% i el 30% menys es restarà 3 punts en la nota global del projecte
- entre el 31% i el 40% menys es restarà 4 punts en la nota global del projecte
- més del 40% menys es suspènirà el projecte amb un dos de nota, i a la resta del grup se li restarà 2 punts de la nota final del projecte.

- I si la graella d'autoavaluació surt amb les opinions dispars entre els membres però el càlcul resultant final queda compensat i equilibrat, es restaran igualment 2 punts en la nota global del projecte.

(per exemple: si el grup és de 5 integrants, el punt de partida serà que cadascú ha participat un 20% del treball. Si tots els integrants ho valoren així, la suma de tots els percentatges rebuts serà 100%. La variació d'aquest 100% és el que acabarà repercutint en la nota final segons l'indicat anteriorment. Si tothom participa per igual sempre serà un 100%.)

A la carpeta "recursos" de l'assignatura al Campus Virtual trobareu a l'inici del curs la subcarpeta "treballs" on s'inclouen els detalls dels treballs, així com les rúbriques i criteris d'avaluació.

Els estudiants que combinin els seus estudis amb una feina a temps complet o una feina a temps parcial amb horari coincident amb les classes tenen dret a demanar l'avaluació alternativa en un termini de 5 dies des del començament del semestre. Per més informació, envieu un correu electrònic a academic@lletres.udl.cat o adreceu-vos a la Secretaria de la Facultat de Lletres.

En cas de plagi, s'aplicarà el que estableix la 'Normativa de l'avaluació i la qualificació de la docència en els graus i màsters a la UdL'.

[1] Un teaser és un avançament de la pel·lícula per cridar l'atenció, però sense revelar la trama. En general, sol ser més curt que un tràiler. El més habitual és que la seva durada sigui inferior als 60 segons i ens mostrarà algun personatge o tret destacable de la pel·lícula. Una cosa que capti l'atenció del seu públic objectiu. El teaser mostra totes les seves armes per atraure l'espectador.

Bibliografia i recursos d'informació

Manuais

CANCHO GARCIA, NURIA.E.; GARCÍA TORRES, MARCO A.(2017): Planificación de proyectos audiovisuales. Editorial Altaria. Tarragona.

MARTÍNEZ, JOSÉ; FERNÁNDEZ, FEDERICO (2010): Manual del productor audiovisual. Editorial UOC. Barcelona.

POVEDA, MIGUEL ÁNGEL (2018): Producción publicitaria. editorial Fragua. Madrid.

POVEDA, MIGUEL ÁNGEL (2015): Producción de ficción. editorial Fragua. Madrid.

Bibliografia bàsica

AA.VV. (2010): Guia de producció audiovisual. Barcelona/Catalunya Film Commission. Generalitat de Catalunya i Ajuntament de Barcelona.

CABEZÓN, LUIS ALBERTO; GÓMEZ URDÁ, FÉLIX G. (2010): La producción cinematográfica. Editorial Cátedra. Madrid.

CALVO HERRERA, CONCEPCIÓN (2017): Cómo financiar tu película. Editorial Fragua. Madrid

CALVO HERRERA, CONCEPCIÓN (2009): Distribución y lanzamiento de una película. Editorial Zumaque. Alcalá la Real.

CLARES GAVILÁN, JUDITH; RIPOLL VAQUER, JAUME; TOGNAZZI DRAKE, ALBERTO (2013): Distribución audiovisual en internet. VoD y nuevos modelos de negocio. Editorial UOC. Barcelona.

DEL TESO, PABLO (2011): Desarrollo de proyectos audiovisuales. Editorial Nobuko. Buenos Aires.

DOMINGO, ALBERTO (2005): Dirección y gestión de proyectos. Un enfoque práctico. RA-MA Editorial. Madrid.

FERNÁNDEZ DÍEZ, FEDERICO; BARCO, CAROLINA (2009): Producción cinematográfica. Del proyecto al producto. Ediciones Díaz de Santos. Madrid.

FERNÁNDEZ, EVA P.; LINARES, RAFAEL (2014): ¡Echa el anzuelo! Estrategias de pitch para jornadas audiovisuales y proyectos trasmedia. Editorial UOC. Barcelona.

FERRERAS, JOSÉ GABRIEL (2011): Diseño y producción de programas de televisión. DM. Madrid.

GAWLINSKI, MARK (2003): Producción de televisión interactiva. Andoain: Escuela de cine y video.

MATAMOROS, DAVID (2008): Distribución y marketing cinematográfico. Manual de primeros auxilios. Comunicación activa. Universidad de Barcelona. Barcelona.

MEDINA DE LA VIÑA, ELENA; MORENO DÍAZ, JULIO (2017): La producción en televisión. Ommpress comunicación. Madrid.

MIÑARRO, LAURA (2013): Cómo vender una obra audiovisual. Una aproximación a la distribución de contenidos audiovisuales. Editorial UOC. Barcelona.

PÉREZ-LATRE, FRANCISCO J.; SÁNCHEZ-TABERNERO, ALFONSO (2012): Innovación en los medios. La ruta del cambio. Eunsa. Navarra.

RABIGER, MICHAEL (2001): Dirección de cine y vídeo. Técnica y estética. IORTV. Madrid.

SAINZ, MIGUEL (2008); El productor audiovisual. Síntesis.

SALÓ, GLÒRIA (2013): ¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión. Gedisa editorial. Barcelona.

TOLEDO, SERGIO (2012): Cómo crear un programa de TV. La creatividad y su aplicación a lo audiovisual. Editorial Laertes. Barcelona.

VIOLAN, ENRIC (2008): Com fer un programa de televisió: l'elaboració del projecte, de la idea a l'emissió. Ube Comunicació activa. Barcelona.

WORTHINGTON, CHARLOTTE (2009): Bases del cine: Producción. Parramón Ediciones. Barcelona.

Bibliografía complementària

AA.VV. (2010): Televisió d'entreteniment o entretenir-se a la televisió. Trípodis n. 27. Barcelona.

AJRAM, JOSEF (2010). Dónde está el límite. Plataforma editorial. Barcelona.

BARROSO GARCÍA, JAIME (2002): Realización de los géneros televisivos. Editorial Síntesis. Madrid.

BESTARD LUCIANO, MARÍA (2014). Realización audiovisual. Editorial UOC. Barcelona.

CLARK, TIM (2012): Tu modelo de negocio. Deusto. Barcelona.

DE MATEO, ROSARIO; BERGÉS, LAURA; SABATER, MARTA (2009): Gestión de empresas de comunicación. Comunicación social. Ediciones y publicaciones.

DIEZ, ALFREDO (2013): ¡Nunca te rindas! Lucha por lo que quieres. Editorial Planeta. Barcelona.

EIRAS, FERNANDO (2018): Manual del guionista de televisión. Una guía práctica para escribir entretenimiento audiovisual. Editorial Bernice. Córdoba.

FOLCH BOT, FERRAN (2019): Ficció, com crear, vendre i escriure una sèrie. Guionistes Associats de Catalunya. Barcelona.

GARCIA-MILÀ, PAU (2011): Tot està per fer. Plataforma editorial. Barcelona.

GARCIA-MILÀ, PAU (2013): Tens una idea. Amat editorial. Barcelona. MILERSON, G. (1983): Realización y producción en televisión. IORTV. Madrid.

LUMET, SIDNEY (2019): Com es fan les pel·lícules. Viena Edicions. Barcelona

SÁNCHEZ-TABERNERO, ALFONSO (2000): Dirección estratégica de empresas de comunicación. Ediciones Cátedra. Madrid.

Llocs web d'interès

<http://www.bcncatfilmcommission.com/cat>

www.gencat.cat/cultura/ivic

<http://www.apic.cat>

<http://www.europacreativamedia.cat/inici>