



Universitat de Lleida

GUÍA DOCENTE
**TALLER DE CREACIÓN
AUDIOVISUAL**

Coordinación: FERNANDEZ SANCHEZ, OSCAR

Año académico 2023-24

Información general de la asignatura

Denominación	TALLER DE CREACIÓN AUDIOVISUAL			
Código	101995			
Semestre de impartición	1R Q(SEMESTRE) EVALUACIÓN CONTINUADA			
Carácter	Grado/Máster	Curso	Carácter	Modalidad
	Grado en Comunicación y Periodismo Audiovisuales	4	OPTATIVA	Presencial
Número de créditos de la asignatura (ECTS)	6			
Tipo de actividad, créditos y grupos	Tipo de actividad	PRAULA	TEORIA	
	Número de créditos	3	3	
	Número de grupos	1	1	
Coordinación	FERNANDEZ SANCHEZ, OSCAR			
Departamento/s	FILOLOGÍA Y COMUNICACIÓN			
Distribución carga docente entre la clase presencial y el trabajo autónomo del estudiante	Horas presenciales aula: 60 horas Horas no presenciales: 90 horas			
Información importante sobre tratamiento de datos	Consulte este enlace para obtener más información.			
Idioma/es de impartición	Catalán			
Distribución de créditos	1 crédito equivale a 25 horas de trabajo del estudiante. Total: 150 horas (6 créditos).			

Profesor/a (es/as)	Dirección electrónica\nprofesor/a (es/as)	Créditos impartidos por el profesorado	Horario de tutoría/lugar
FERNANDEZ SANCHEZ, OSCAR	oscar.fernandez@udl.cat	6	A pactar según disponibilidad de alumnos y profesores. Pactada por correo electrónico a ofernandez@lleidatv.cat

Información complementaria de la asignatura

El "Taller de creación audiovisual" es un paso más en nuestra formación como productores. Por eso es importante que para realizar esta asignatura hayas hecho antes "Producción audiovisual", sino irás un poco perdido o tendrás que trabajar más, ya que los contenidos de producción se dan como alcanzados.

Es un taller, y por tanto pondremos en práctica lo que sabemos creando desde cero los proyectos de una producción de ficción, una no ficción y un programa de televisión. Dividiremos el grupo clase en 3 o 4 grupos dependiendo del número de alumnos y asignaremos un proyecto distinto a cada grupo. A lo largo de las sesiones, los grupos trabajarán en clase los contenidos del proyecto, desde la idea inicial hasta el cierre de todo el proyecto. Cada miembro del grupo tendrá asignado un rol en el equipo entre los roles de dirección-realización, producción y guión. Asumirá el papel en el grupo y semanalmente iremos construyendo el proyecto dentro del aula. El profesor repartirá las horas de cada sesión entre los diferentes grupos, de forma que estará a cada grupo el mismo tiempo haciendo el seguimiento del proyecto. Cada semana habrá un trabajo asignado que deberá completarse.

Importante: Ésta es una asignatura de ampliación de conocimientos. Así pues, para el pleno desarrollo de la asignatura es necesario que los estudiantes hayan cursado la asignatura de producción audiovisual.

Objetivos académicos de la asignatura

Identificar y aplicar las técnicas de realización audiovisual, tanto en televisión como en cine.

Identificar y aplicar las técnicas de los procesos de producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases desde el punto de vista de la organización y gestión de los recursos técnicas, tecnológicas, humanas y económicas.

Demostrar la adquisición de conocimientos en las modalidades de conceptualización, creación, diseño y producción de contenidos audiovisuales.

Competencias

Básicas

CB2. Aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Generales

CG2. Desarrollar la capacidad de organización y planificación.

CG3. Aplicar los conocimientos teóricos en la actividad práctica.

CG4. Desarrollar conocimientos de informática aplicada y de sistemas digitales.

CG6. Desarrollar la creatividad, la innovación y la competitividad

Específicas

CE9. Concebir, planificar y ejecutar proyectos en el ámbito de los medios de comunicación en todo

tipo de soportes.

CE13. Identificar y aplicar los fundamentos teóricos y prácticos de la comunicación audiovisual y de la comunicación en internet

CE14. Identificar y aplicar las lógicas y habilidades narrativas y expositivas específicas de los contenidos audiovisuales e interactivos de carácter informativo y no informativo.

CE15. Desarrollar la capacidad creativa en la realización audiovisual, multimedia e interactiva de los distintos géneros.

Transversales

CT4. Adquirir conocimientos básicos de emprendeduría y de los entornos profesionales.

CT6. Aplicar la perspectiva de género en los procesos propios del ámbito profesional.

Contenidos fundamentales de la asignatura

El taller tiene como finalidad la elaboración de un proyecto que se irá construyendo semanalmente en las distintas sesiones. El programa contempla todas las fases de elaboración del proyecto y por tanto es necesario tener asumidos los contenidos teóricos de los mismos, desde la preproducción, la producción hasta la postproducción. Como taller que es, se pondrá en práctica todos estos contenidos y se deben conocer las herramientas necesarias para poder hacerlo, desde los desgloses de necesidades, hasta las diferentes herramientas de planificación y organización, pasando por la elaboración del presupuesto o el diseño de plan de marketing y difusión del proyecto.

Ejes metodológicos de la asignatura

Las clases combinarán:

Prácticas: Permiten aplicar y configurar, a nivel práctico, la teoría de un ámbito de conocimiento en un contexto concreto.

Trabajo en grupo. Actividad de aprendizaje a través de la colaboración entre los miembros del grupo.

Elaboración de proyectos. Metodología de enseñanza activa que promueve el aprendizaje a partir de la realización de un proyecto: idea, diseño, planificación, desarrollo y evaluación del proyecto.

Plan de desarrollo de la asignatura

PROGRAMA	CRONOGRAMA 15 semanas – 15 sesiones
Presentación y grupos	1 sesión
Trabajo en grupo - taller	13 sesiones
EXPOSICIÓN TRABAJO INDIVIDUAL	última sesión lectiva
PITCHING PROYECTO	Día examen

Sistema de evaluación

Al realizar una evaluación continua, los trabajos deben presentarse por partes a lo largo del curso.

Trabajo individual - 25% - Análisis de una producción audiovisual existente a elegir entre el programa de televisión de ámbito nacional o estatal, documental, o una ficción producida durante los últimos dos años. Nos fijaremos en cómo se ha hecho y analizaremos todo lo que se deriva de la producción, planificación y utilización de recursos. Se realizará individualmente y no se podrán repetir producciones entre los alumnos. El trabajo es

individual y se entregará el último día de clase antes de las Navidades en formato papel y en formato pdf a través del campus virtual.

Asistencia al taller y participación 10% - El 50% cuenta con la asistencia y el otro 50% cuenta con la participación activa en las sesiones. No asistir supone perder un 2% de cada sesión.

Proyecto: Se trata de desarrollar un proyecto de una producción a escoger entre: un documental, un programa de televisión o una ficción. Los alumnos le repartirán entre los proyectos según sus intereses personales. Con un mínimo de 4 alumnos y un máximo de 5. La evaluación será por partes:

Estudio previo y package - 11% - Seguimiento del trabajo con 2 tutorías mínimo. Estudio, análisis y justificación del trabajo escogido (análisis mercado, audiencias, nicho de mercado, descripción proyecto). Valoración del sumario, flyer de promoción y guión o tratamiento. El último día de clase antes de Navidad se entregarán 3 copias en papel del sumario, 3 copias de calidad del flyer y 1 copia del guión o tratamiento.

Pitching - 12% - Exposición oral del proyecto con proyección de un teaser el día del examen de la asignatura. El grupo dispondrá de 5 minutos para exponer el trabajo y será evaluado por un tribunal formado por el profesor de la asignatura y dos profesionales del sector. La nota final será la media de los tres miembros del tribunal. Se graba como evidencia evaluativa.

Teaser – 12 % - Durante el pitching se proyecta un teaser [1] (no un trailer). La nota será la media de las notas que ponga el tribunal.

Memoria del proyecto - 30% - Memoria del proyecto desarrollando todos los elementos de producción necesarios. No adjuntar anexos, todo en un único trabajo. Entregar el último día de clase antes de Navidad. Una copia en papel y una copia en pdf a través del campus. Para aprobar la asignatura debe aprobarse la memoria del proyecto que tiene posibilidad de recuperación.

IMPORTANTE: El proyecto es grupal y la nota es igual para todos sus miembros. Para fomentar la participación equitativa y que todo el mundo aporte su talento en favor de proyecto y del grupo, la nota incluye una autoevaluación en la que cada miembro del grupo evalúa la participación de todos porcentualmente. La media que salga del número de integrantes del grupo será el punto de partida. Si sumando todos los porcentajes recibidos, el alumno tiene una variación de:

- hasta el 10% menos se mantendrá la nota final.
- entre el 11% y el 20% menos se restará 2 puntos en la nota global del proyecto
- entre el 21% y el 30% menos se restará 3 puntos en la nota global del proyecto
- entre el 31% y el 40% menos se restará 4 puntos en la nota global del proyecto
- más del 40% menos se suspenderá el proyecto con un dos de nota, y al resto del grupo se le restará 2 puntos de la nota final del proyecto.
- Y si la parrilla de autoevaluación sale con las opiniones dispares entre sus miembros pero el cálculo resultante final queda compensado y equilibrado, se restarán igualmente 2 puntos en la nota global del proyecto.

(por ejemplo: si el grupo es de 5 integrantes, el punto de partida será que cada uno ha participado un 20% del trabajo. Si todos los integrantes lo valoran así, la suma de todos los porcentajes recibidos será 100%. La variación de este 100% es el que acaba repercutiendo en la nota final según lo indicado anteriormente. Si todo el mundo participa por igual siempre será un 100%.)

En la carpeta "**recursos**" de la asignatura en el **Campus Virtual**, al principio del curso la subcarpeta "trabajos" donde se incluyen los detalles de los trabajos, así como las rúbricas y criterios de evaluación.

Los estudiantes que por conciliación familiar o para que combinen sus estudios con un trabajo a tiempo completo o un trabajo a tiempo parcial con horario coincidente con las clases tienen derecho a pedir la evaluación alternativa en un plazo de 5 días desde el inicio del semestre. Para más información, envíe un correo electrónico a

academic@lletres.udl.cat o diríjase a la Secretaría de la Facultad de Letras. Esta evaluación sigue los mismos parámetros que para el resto de alumnos con la diferencia de que el proyecto será individual y el trabajo individual tendrá un valor de 35% de la nota final al suprimir las simulaciones en clase y seminarios.

En caso de plagio, se aplicará lo que establece la 'Normativa de la evaluación y la calificación de la docencia en los grados y másters en la UdL'.

[1] Un **teaser** es un adelanto de la película para llamar la atención, pero sin revelar la trama. En general, suele ser más corto que un tráiler. Lo más habitual es que su duración sea inferior a los 60 segundos y nos mostrará algún personaje o rasgo destacable de la película. Algo que capte la atención de su público objetivo. El teaser muestra todas sus armas para atraer al espectador.

Enviar comentarios

Bibliografía y recursos de información

Manuales

CANCHO GARCIA, NURIA.E.; GARCÍA TORRES, MARCO A.(2022, 2a edición): Planificación de proyectos audiovisuales. Editorial Altaria. Barcelona.

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.

Bibliografía básica

AA.VV. (2010): Guia de producció audiovisual. Barcelona/Catalunya Film Comission. 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 márketing cinematográfico. Manual de primeros auxilios.

Comunicación activa. Universidad de Barcelona. Barcelona.

MEDINA DE LA VIÑA, ELENA; MORENO DÍAZ, JULIO (2017): La producción en televisión. Ompress 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 complementaria

AA.VV. (2010): Guía de producción 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.

DE LA VEGA MARTIN, ANA LUCÍA (2021): Planificación de la realización en televisión. Editorial Altaria. 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. Ompress 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.

LUGILDE RODRÍGUEZ, MARIA ISABEL (2021, 2a edició): Administración y promoción de audiovisuales y espectáculos. Editorial Altaria. Barcelona.

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.

Bibliografia 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.

Sitios web de interés

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

www.gencat.cat/cultura/icic

<http://www.apic.cat>

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