

CARRERA: Tecnólogo en Industria



Audiovisual - énfasis:

**Producción
Ejecutiva III
Módulo: VI**

Modalidad: Presencial

Carga Horaria: 4

Créditos educativos: 6

I) Propósitos de la unidad curricular

Este módulo profesionaliza la inserción del proyecto en la cadena de valor global, donde la producción ejecutiva debe defender la integridad creativa del proyecto en entornos de negociación.

Se trabaja en la transición de “la idea al proyecto” como producto comercial, sin perder de vista que quienes producen son los principales embajadores de la visión autoral ante socios estratégicos, coproductores y distribuidores internacionales.

II) Logros de aprendizaje

1. Analiza críticamente las brechas de género en la industria audiovisual y aplica estrategias de producción equitativas y diversas en la gestión de proyectos.
2. Defiende la integridad creativa y la visión autoral en instancias de mercado y negociaciones, traduciendo conceptos artísticos en términos de valor comercial.
3. Ejecuta el Pitching profesional del proyecto, adaptando el relato (storytelling) a diferentes audiencias, promoviendo representaciones diversas y evitando estereotipos.
4. Negocia acuerdos de coproducción internacional, aplicando conocimientos sobre tratados bilaterales para fortalecer la visión artística mediante socios estratégicos globales.
5. Formula estrategias comerciales que respeten la naturaleza del producto, identificando nichos de mercado coherentes con la narrativa del proyecto.
6. Optimiza materiales de comunicación y mercado (EPK, Dossier, Teaser, Pitch), asegurando que la calidad visual y estética sea impecable, con una representación plural y ética en su presentación en Ventana Sur y JIFF.

III) Saberes estructurantes de la unidad curricular

Saberes estructurantes	Saberes asociados	Saberes de profundización
Estrategia de Pitch y Visión Autoral	Narrativa de venta, desarrollo de Teaser/Dossier, defensa del proyecto en mercados	Técnicas de comunicación estratégica; gestión de audiencias; argumentación de valor artístico.
Estrategia de Mercado Internacional	Mapeo de agentes de ventas, curaduría de festivales (Clase A), foros de coproducción	Análisis de posicionamiento estratégico en mercados específicos; networking ejecutivo.
Negociación y Coproducción	Tratados de coproducción, contratos de distribución internacional, modelos de negocio (MG vs. Revenue Share)	Negociación de términos comerciales complejos; resolución de conflictos de propiedad intelectual.
Ética, género y diversidad en la producción	Brechas de género en la industria, liderazgo inclusivo, ética en la representación	Festivales, foros y mercados para el cine de género y diversidad.
Estrategia de Distribución Integral calendario de distribución desde el desarrollo.	Del concepto al lanzamiento, planificación de estreno nacional e internacional, ventanas de explotación	Análisis de audiencias, estrategias de marketing y segmentación de territorios

IV) Orientaciones pedagógicas

Se adopta una metodología de "Laboratorio de Negocios", orientada a la gestión comercial de alto nivel, fomentando la equidad, la inclusión en los equipos de trabajo y la responsabilidad ética en la toma de decisiones. Los estudiantes deben integrar foros de proyectos reales, interactuando con las dinámicas vigentes de la industria. El enfoque es ejecutivo, centrado en la negociación de acuerdos y el diseño de estrategias de venta internacional sobre proyectos con potencial de mercado y visión autoral clara.

V) Orientaciones para la evaluación

La evaluación se basa en la entrega de la carpeta de mercado final, la calidad técnica de las propuestas de distribución, los resultados obtenidos en las postulaciones a foros reales y la capacidad demostrada para defender la visión artística en entornos de negocios.

VI) Criterios principales de evaluación

La evaluación se llevará a cabo mediante una rúbrica de desempeño que valore la integración de competencias técnicas, estratégicas y éticas, bajo los siguientes criterios:

- **Estrategia de Distribución y Mercado:** Capacidad para diseñar una hoja de ruta comercial coherente, desde la etapa de desarrollo hasta la distribución nacional e internacional, demostrando dominio en la selección de ventanas de explotación y alianzas estratégicas.
- **Defensa de la Visión Autoral y Pitching:** Solvencia en la argumentación y defensa del proyecto en instancias de mercado, adaptando el relato (storytelling) a diversos interlocutores sin comprometer la integridad creativa de la obra.
- **Gestión Ética, de Género y Diversidad:** Incorporación efectiva de prácticas inclusivas y equitativas tanto en la conformación de equipos de trabajo como en la representación ética del producto audiovisual en entornos de negociación.
- **Calidad Técnica del Packaging:** Excelencia en la elaboración de materiales de venta (Dossier, Teaser, EPK), evaluando la coherencia estética, la claridad comunicacional y la idoneidad técnica para los estándares de industria.
- **Negociación y Coproducción:** Competencia para gestionar acuerdos de coproducción internacional y modelos de negocio complejos (MG vs. Revenue Share), aplicando conocimientos normativos y estratégicos con solvencia profesional.

VII) Bibliografía

Bibliografía básica

Chion, M. (1992). El cine y sus oficios. Cátedra.

Fernández Díez, F. (2002). Dirección y gestión de proyectos. Funiber.

Honthaner, E. L. (2017). The Complete Film Production Handbook. Focal Press.

Kamin, B. (1999). Introducción a la producción cinematográfica. CIC.

Solaroli, L. (1972). Cómo se organiza un film. Rialp.

Zettl, H. (2010). Manual de producción de televisión. Cengage Learning.

Bibliografía complementaria

Angulo, J., & Querejeta, E. (1996). La producción como discurso. Vitoria.

Gettino, O. (2006). Cine Iberoamericano: Los desafíos del próximo siglo. Veritas.

Jones, C., & Joliffe, G. (2000). The Guerrilla Filmmakers Handbook.

Levison, L. (2004). Filmmakers and Financing. Elsevier.

Machado, M. (2010). Tudo o que você queria saber sobre comercialização de filmes nacionais e não tinha a quem perguntar. Fumproarte.

Pimenta, E. (2004). Princípios de direitos autorais. Lumen Juris.

Simpson, R. (1999). Manual práctico de la producción audiovisual. Gedisa.

Zurita, P. (1999). Cómo distribuir su film y no morir en el intento. Videoteca del Sur.

Filmografía

"Nomadland" (Dir. Chloé Zhao)

"La Ciénaga" (Dir. Lucrecia Martel)

"Retrato de una mujer en llamas" (Dir. Céline Sciamma)