



MERCOSUR AUDIOVISUAL

PROGRAMA MERCOSUR AUDIOVISUAL

“Coproducción internacional como herramienta de crecimiento para Pymes audiovisuales”.

19 al 21 de junio de 2013

Asunción, Paraguay

Introducción y justificación

El Programa Mercosur Audiovisual tiene un objetivo global, que es apoyar la integración regional del MERCOSUR, a través de la promoción de un sentido de pertenencia ciudadana en el mismo, mediante el mayor acceso a los contenidos culturales audiovisuales propios.

El objetivo específico del programa en cuestión es fortalecer el sector cinematográfico y audiovisual del MERCOSUR, como un instrumento que favorece el proceso de integración regional, la participación de la sociedad civil y el refuerzo de las industrias involucradas.

Metodología de trabajo:

La metodología de trabajo es la de seminario-taller, por cuanto consistirá en reuniones formativas en donde los profesores realizan un contrato didáctico que combina simultáneamente exposición e intervención guiada de los participantes.

Esta modalidad permite considerar la articulación permanente entre los contenidos seleccionados como relevantes para trabajar la temática y la diversidad de experiencias y formaciones de los participantes de las PyMES de la región.

En términos pedagógicos el taller consiste en *"un lugar donde se trabaja, se elabora y se transforma algo para ser utilizado, se trata de una forma de enseñar y sobre todo de aprender, mediante la realización de algo que se lleva a cabo conjuntamente."* (Ander Egg, 1991).

En este marco los contenidos se desarrollarán contemplando el conocimiento de las ideas y experiencias previas de los participantes y se trabajará con organizadores expositivos, distribuidos en 3 jornadas intensivas.

Organización:

La ejecución del Taller consiste en el desarrollo de reuniones distribuidas en 3 jornadas de 8 hs. en modalidad de paneles y workshops.

Los paneles servirán para contenidos que consisten en el marco general de las temáticas y problemáticas relativas a la coproducción, sus aspectos legales y prácticos, estrategias de financiación y planes de negocios

Los workshops para tratar temas tanto transversales como de marco general, abordan orientaciones particulares en su desarrollo sobre los temas en cuestión.



Entidad de Gestión
Calle Lima 319 , Mesa de Entradas.
C1073AAG -CABA-Argentina
0054 11 3220 1350 pma@recam.org





MERCOSUR AUDIOVISUAL

Los profesionales que dictaran los talleres son:

El Lic. Horario Gringberg, el Director Cristian Jure y el Lic. Guillermo Rossi.

Currícula

La currícula presentada abarca las temáticas pertinentes a una propuesta formativa para un taller de estas características. De todas formas, cabe aclarar que los mismos irán siendo adaptados según la respuesta que los participantes vayan teniendo en el transcurso del taller.

Con esto se garantizará que los contenidos sean acordes al nivel alcanzado por los mismos en capacitaciones previas, o por su experiencia laboral.

LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRÁFICA

De la idea a la comercialización y difusión

Legislación: Aspectos a tener en cuenta a nivel nacional e internacional

El diseño de Producción Audiovisual

Etapas de la Producción: Desarrollo, Realización, Comercialización y Difusión.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Estructura de costos.

Costos de producción y comercialización

Financiamiento Privado, privado e internacional

Circuito de Mercados internacionales

Fondos Nacionales e Internacionales de ayuda y fomento

LAS COPRODUCCIONES

Definición de coproducción

Los principales convenios internacionales, bi y multilaterales.

Otro programas de ayuda.

Coproducciones mayoritarias y minoritarias



Entidad de Gestión
Calle Lima 319 , Mesa de Entradas.
C1073AAG -CABA-Argentina
0054 11 3220 1350 pma@recam.org





MERCOSUR AUDIOVISUAL

OTROS FORMATOS DE PRODUCCIÓN

Coparticipación: Definiciones y métodos.

La producción televisiva

Canales: De Aire, de Cable, públicos, privados y otras formas de Difusión

Canales Alternativos

El mundo de los Concursos

Contenidos para Cine y T.V.

Nuevos formatos de producción y exhibición: producciones para internet, telefonía Móvil y tablets.

DIFUSION Y LANZAMIENTO

Copyright y derechos autorales

Herramientas de marketing. Alternativas y medios a emplear

Teaser-trailer-página web-blog-redes sociales

Manejo de prensa

Críticas

Estrategias de lanzamiento

DISTRIBUCION - EXHIBICION - COMERCIALIZACION

Distintas formas de comercializar producciones audiovisuales.

Qué son las “Ventanas” y cuál es su funcionamiento.

Estrategias de distribución local

Estrategias de distribución internacional: Distribuidoras, Exhibidores

Coproducciones internacionales: La distribución y comercialización

Muestras internacionales y festivales

Mercados Internacionales del Audiovisual



Entidad de Gestión
Calle Lima 319 , Mesa de Entradas.
C1073AAG -CABA-Argentina
0054 11 3220 1350 pma@recam.org





MERCOSUR AUDIOVISUAL

Temáticas que se abordarán:

Producción, lenguajes y nuevos lenguajes:

Cronología de la Producción Audiovisual en cuanto a su visibilización, distribución y consumo. El cine, la tv, nuevamente el cine - ahora en video- y nuevamente la tv -ahora digital-. Las nuevas Plataformas y desafíos que afronta el formato audiovisual en la convergencia tecnológica.

Formato y coproducción:

El lenguaje audiovisual en función de los nuevos abordajes de exhibición, distribución y consumo. Estudios de los Formatos según los nuevos medios comunicacionales. Formatos híbridos. La función del Montaje como elaborador de versiones diversas para los distintos medios de exhibición.

El mercado de producción audiovisual:

Mercadeo en el sector audiovisual, festivales, fuentes de financiación, principales concursos, apoyos, coproducciones y financiamiento de producciones en las distintas etapas de Desarrollo. Derechos de la Comercialización involucrados en los principales apoyos.

Detalles de contenidos

Las coproducciones regionales y la realidad transmedia: Horacio Gringberg

- Aspectos formales y legales de las coproducciones.
- Conceptos y definiciones audiovisuales en los países de la región.
- Exigencias para las coproducciones bilaterales y multilaterales – Coproducción financiera.
- Convenios de coproducción en la región.
- Diferencias de costos - igualdad de derechos.
- Coproducción en el cine y la TV
- Proyectos transmedia: Un proyecto para diversas pantallas.

Formato y coproducción: Cristian Juré

- Desarrollo de la idea
- Elaboración del proyecto.
- La importancia del objetivo.



Entidad de Gestión
Calle Lima 319 , Mesa de Entradas.
C1073AAG -CABA-Argentina
0054 11 3220 1350 pma@recam.org





MERCOSUR AUDIOVISUAL

- el núcleo central del proyecto audiovisual: Guión - propuesta estética - presupuesto
- Items necesarios: Sinopsis - motivación - equipo - cronograma y plan- avales
- Aspectos a tener en cuenta en la formulación de un proyecto: coherente - concreto -interesante - atractivo - viable.
- Estrategias de metodológicas de elaboración de proyectos.
- Definir las fortalezas del proyecto (para resaltarlas) y las debilidades (para superarlas).

El mercado de producción audiovisual: Guillermo Rossi

- Exposición acerca del Mercado Audiovisual.
- Formatos y Segmentación temática.
- Principales fondos, foros y mercados Nacionales e Internacionales.
- Estrategias de Financiamiento y articulación entre fondos.
- Actores relevantes del mercado: Televisoras, Agentes de Ventas, Distribuidores, Productores.
- Aspectos técnicos y decisiones estratégicas a la hora de distribuir.
- La importancia de los derechos de autor
- Contratos.
- Transmisión de experiencias y casos concretos.



Entidad de Gestión
Calle Lima 319 , Mesa de Entradas.
C1073AAG -CABA-Argentina
0054 11 3220 1350 pma@recam.org

