

<b>PROGRAMA DE CURSO</b>		
<b>1. Nombre de la actividad curricular</b>		
Distribución Audiovisual		
<b>2. Nombre de la actividad curricular en inglés</b>		
<b>3. Código:</b> CYTVI56-1		
<b>4. Carrera:</b> Cine y TV		
<b>5. Unidad Académica / organismo de la unidad académica que lo desarrolla:</b>		
Escuela de Cine y Televisión		
<b>6. Área de Formación:</b> Especializada		
<b>7. Carácter:</b> Optativo		
<b>8. Semestre:</b> VIII		
<b>9. Año:</b> 2023		
<b>10. Número de créditos SCT – Chile:</b> 5		
<b>11. Horas de trabajo</b>	Presencial: 3	No presencial: 4,5
<b>Requisitos:</b> 75% de asistencia para ser aprobado. El incumplimiento de las asistencias mínimas requeridas, a pesar de tener un promedio final con nota igual o superior a 4.0, implica que el alumnx queda en categoría de reprobado.		
<b>12. Propósito general del curso:</b>		
El propósito del curso es estudiar y examinar los factores , agentes, materiales y procedimientos involucrados en el proceso de distribución de contenidos audiovisuales, diferenciando entre los requeridos tanto para la distribución internacional como para la distribución doméstica.		

Reconocer la complejidad creciente de encontrar audiencias, en un entorno de super abundancia de contenidos audiovisuales. Conocer y saber aplicar estrategias de diseño de audiencias y articularlas desde el desarrollo y conceptualización temprana del proyecto.

Comprender en profundidad los códigos y lenguaje de mercado que se utilizan actualmente en el circuito internacional. Identificar a los principales agentes intermediarios y circuitos de nicho y generales que conforman una estrategia de distribución internacional en el contexto actual. Reconocer el ecosistema internacional a través de la identificación de espacios, plataformas y actores claves, y al mismo tiempo lograr identificar los desafíos actuales en torno a la actualización de la distribución mundial.

Al finalizar el curso el estudiante debiera estar familiarizado con el proceso de distribución, y debiera ser capaz de desarrollar una estrategia de distribución acorde con el contenido desarrollado. Así como también deberá ser capaz de identificar los elementos claves de comercialización, así como de generar los materiales necesarios para abordar la distribución. Y finalmente deberá identificar lugares y actores relevantes y sus diferencias dentro del circuito.

Se relaciona curricularmente con los cursos obligatorios de Producción y Producción Ejecutiva (VII semestre), y en paralelo con el curso de gestión de Proyectos (VIII semestre ).

Contribuye al perfil de egreso a ser un profesional que se distingue por su creatividad, sentido crítico y reflexivo, capacidad de experimentación, trabajo en equipo y autogestión, así como por la búsqueda de nuevas audiencias, modelos de producción y distribución, desde una perspectiva transdisciplinaria, actualizada a la realidad del mercado internacional y con capacidad estratégica para abordar planes de difusión y circulación.

### **13. Competencias y Sub competencias a las que contribuye el curso**

Ámbito: Gestión

Competencia:

1. Diagnosticar las distintas problemáticas de las audiencias, los productores, la institucionalidad audiovisual y las industrias culturales, identificando medidas tendientes a su resolución, desde una activa participación social, gremial e institucional

Subcompetencia:



1.2.- Identificar las distintas institucionalidades audiovisuales, tanto públicas como privadas, sus objetivos y funcionamiento, así como los distintos marcos legales en los que se inserta la gestión cultural audiovisual.

Competencia:

2. Diseñar iniciativas de difusión, exhibición y análisis de obras o colecciones audiovisuales.

Subcompetencia:

2.1.- Diseñar iniciativas de gestión cultural y ser capaz de evaluarlas desde el punto de vista de su pertinencia, relevancia, impacto y factibilidad.

Competencia:

3. Estructurar y liderar equipos de trabajo atinentes a las competencias y saberes requeridos para la articulación de proyectos específicos.

Subcompetencia:

3.2.- Saber aplicar las leyes de contratación de trabajadores de artes y espectáculos de manera pertinente.

Competencia:

4. Comprender en profundidad las dinámicas de comercialización y distribución internacional de obras audiovisuales.

Subcompetencia:

4.1 Conocer el circuito de distribución internacional, y los agentes intermediarios que lo componen.

4.2 Identificar las especializaciones y diferentes entre espacios y actores claves a nivel internacional

4.3 Diseñar un circuito acorde a la obra producida/realizada

4.4 Entender y aplicar los lenguajes apropiados para la comercialización internacional



4.5 Diagnosticar y proyectar potenciales recaudaciones comerciales PREVIO al diseño de modelos de financiamiento, presupuesto global del film u obra audiovisual y presupuesto de inversión en distribución y marketing.

**Competencias genéricas:**

- *Comunicación*
- *Creatividad*
- *Colaboración*
- *Resolución de problemas*
- *Organización*
- *Capacidad crítica*

**14. Unidad (es)/ Indicadores de aprendizajes**

<i>Nombre de la Unidad</i> <i>Bloque I</i>	<i>Contenidos:</i>	Indicadores de Aprendizaje
<b>Audiencias</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Distribución de la audiencia de cine chilena</li><li>- Tamaño del mercado</li><li>- Consumo de televisión en Chile.</li></ul> Qué y cómo se ve	<ul style="list-style-type: none"><li>-Es capaz de estimar la audiencia potencial máxima y promedio para un estreno doméstico</li><li>-Está al tanto de los hábitos de consumo televisivo y</li></ul>

		reconoce cuales son los contenidos más demandados.
<b>Distribución</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cadena de Distribución</li> <li>- Tipos de negociación</li> <li>- Distribuidoras chilenas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Identificar los distintos agentes de la cadena de distribución</li> <li>-Reconoce la diferencia entre la cadena de distribución internacional y la distribución doméstica.</li> <li>-Agente de ventas</li> </ul>
<b>Diseño de Audiencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Búsqueda activa por parte del productor</li> <li>- La importancia de estar en contacto</li> <li>- Pensar en la audiencia desde el guion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Sabe cuales son los desafíos para encontrar audiencias en medio de una sobre oferta de contenidos.</li> <li>-Reconoce cuales son las estrategias para el diseño de audiencias</li> <li>-Sabe como articular una estrategia de diseño de audiencias a lo largo de las etapas del proceso de producción</li> </ul>
<b>Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presupuesto de P&amp;A</li> <li>- Estrategias de Marketing de estrenos norteamericanos en Chile</li> <li>- Caso Fox</li> </ul>	
<i>Nombre de la Unidad</i>	<i>Contenidos:</i>	Indicadores de Aprendizaje



<i>Bloque II</i>		
<b>Estrategia de Distribución Internacional</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Reflexión adecuada sobre objetivos y alcances que se quiere lograr sobre la obra desde su desarrollo.</li><li>- Análisis de la obra desde el punto de vista de su audiencia, nicho y explotación</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Estructurar desde el desarrollo una estrategia de distribución y comercialización posible.</li><li>- Elaborar circuitos posibles (plan A, B, C, D) coherentes con la obra.</li></ul>
<b>Estrategia de Mercados y festivales</b>	<p>Reconocimiento de los mercados internacionales e instancias favorables para la obra</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Festivales y sus diferencias (Clase A, V y de nicho)</li><li>- Instancias y mercados para series.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- reconocimiento de distintos circuitos posibles para obras audiovisuales.</li></ul>
<b>Pitch</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Comprender el mercado y las necesidades actuales</li><li>- Adoptar las aptitudes necesarias para destacar en el circuito internacional</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Preparar un pitch en modalidad internacional de formato PÚBLICO y de duración de 7 minutos, basado en la obra/proyecto personal.</li></ul>
<b>Agentes de Ventas y Distribuidores</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Reconocimiento de los objetivos y alcances de un agente de ventas y su diferencias con distribuidores internacionales.</li><li>- Reconocimiento de líneas editoriales de distintos actores.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Identificar actores relevantes en el sector de ventas.</li><li>- identificar puntos clave en una negociación con agentes de ventas y/o distribuidores.</li></ul>
<b>Marketing para mercados y festivales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Preparación para el mercado y festivales</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Conocer cuales, y como generar, los materiales que deben acompañar la</li></ul>

	<p>- Materiales y piezas, y necesidades de la producción</p>	<p>presentación de una obra en un mercado o festival. - incorporación en el presupuesto y plan de financiamiento de las necesidades para la comercialización y distribución.</p>									
<p><b>15. Metodología de Enseñanza y Aprendizaje</b></p> <p>Clases expositivas</p> <p>Análisis de casos</p> <p>Ejercicios prácticos, de carácter individual y/o grupal</p>											
<p><b>16. Evaluación</b></p> <p>Tres evaluaciones parciales. 100% y sus fechas tentativas</p> <table border="0" data-bbox="235 1066 722 1249"> <tr> <td>1.</td> <td>Evaluación Bloque I</td> <td>33.3%</td> </tr> <tr> <td>2.</td> <td>Evaluación Bloque II</td> <td>33.3%</td> </tr> <tr> <td>3.</td> <td>Evaluación Conjunta</td> <td>33.3%</td> </tr> </table>			1.	Evaluación Bloque I	33.3%	2.	Evaluación Bloque II	33.3%	3.	Evaluación Conjunta	33.3%
1.	Evaluación Bloque I	33.3%									
2.	Evaluación Bloque II	33.3%									
3.	Evaluación Conjunta	33.3%									
<p><b>17. Requisitos de Aprobación</b></p> <p>Calificación mínima: 4,0 (escala de 1,0 a 7,0)</p> <p>Asistencia 75%, El incumplimiento de las asistencias mínimas requeridas, a pesar de tener un promedio final con nota igual o superior a 4.0, implica que el alumnx queda en categoría de reprobado.</p>											
<p><b>18. Bibliografía Obligatoria</b></p> <p>- CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION. <i>Anuario Estadístico oferta Y Consumo De Televisión 2019</i>. Departamento de Estudios CNTV 2020.</p>											



- Valeria Richter & Lena Thiele *Audience Design An Introduction*. Torino Film Lab 2018.
- Equipo CinemaChile, *Audiencias Globales del Cine Chileno 2013*.
- ANALISIS DEL CINE CHILENO Y SUS AUDIENCIAS AÑO 2020. Ministerio de las Culturas las Artes y el Patrimonio, 2020. Rubik sustentabilidad.

## 19. Bibliografía Complementaria

## 20. Recursos web

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio

<https://www.cultura.gob.cl/>

Consejo del Arte y la Industria Audiovisual – CAIA

<http://www.consejodelacultura.cl/chileaudiovisual/index.php>

CinemaChile

[www.cinemachile.cl](http://www.cinemachile.cl)

Chiledoc

[www.chiledoc.cl](http://www.chiledoc.cl)

ProChile

<https://www.prochile.gob.cl/>

**Directorio de festivales y fondos**

[http://film-directory.britishcouncil.org/festivals-directory?\\_ga=2.232610783.1114007556.1599772960-1764882826.1599772960](http://film-directory.britishcouncil.org/festivals-directory?_ga=2.232610783.1114007556.1599772960-1764882826.1599772960)

<http://www.fiapf.org/>



<https://www.documentary.org/grants-directory>

### **Boletín Regional**

<http://www.latamcinema.com> (suscribirse es gratuito)

### **Links nacionales**

[www.ccdoc.cl](http://www.ccdoc.cl)

<https://publicosyterritorios.cultura.gob.cl/biblioteca-digital/>

<https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2021/04/reporte-2020.pdf>

<https://www.katalejo.cl/>

<https://www.comscore.com/lat>

### **Internacional**

<http://www.variety.com>

<http://www.screendaily.com>

<http://www.hollywoodreporter.com/hr/index.jsp>

<https://businessdoceurope.com/>

### **Fondos sectoriales nacionales**

<https://www.fondosdecultura.cl/fondos/fondo-audiovisual/lineas-de-concurso/>