

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Producción y Gestión de Nuevos Formatos Audiovisuales

PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Comunicación Audiovisual (PGR-COMUNICA)

GRUPO: 2627-T1

CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales

CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Optativa (OP)

ECTS: 6,0

CURSO: 4º

TEMPORALIDAD: 1º Semestre

IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:

Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL DOCENTE

NOMBRE Y APELLIDOS: ENRIQUE GARCÍA VÁZQUEZ

EMAIL: egarciava@uemc.es

TELÉFONO: 983 00 10 00

HORARIO DE TUTORÍAS: Miércoles a las 15:00 horas

INFORMACIÓN SOBRE TITULACIONES :

- Graduado Comunicación Audiovisual (Universidad *Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC)*)

EXPERIENCIA DOCENTE :

- Cuenta con experiencia de 3 años en docencia universitaria en el nivel del Grado (Comunicación audiovisual)
- Cuenta con experiencia de 1 año en docencia universitaria en el nivel del Máster (Seminarista en el máster de cine de la UVA)
- Cuenta con experiencia de 1 año en docencia universitaria en el nivel del Grado (Seminarista en Bellas artes de la Universidad Politécnica de Valencia)

EXPERIENCIA PROFESIONAL :

- Tiene experiencia en el ámbito profesional de 6 años en el sector Privado (Moraleja Films)

OTROS DATOS CV :

He dirigido un largometraje de ficción y otro documental, también varios cortometrajes, con todas las obras he participado en diferentes festivales internacionales. Soy miembro de la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España. Soy director de Lazos: Festival de cine descentralizado, fundador de la productora Moraleja Films y de la escuela 11 milímetros de interpretación ante la cámara.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

La asignatura *Producción de Nuevos Formatos Audiovisuales* aborda los principales retos y oportunidades de la creación de contenidos en el ecosistema mediático actual. En un contexto marcado por la transformación digital, la proliferación de plataformas y la fragmentación de las audiencias, los estudiantes conocerán y analizarán distintos formatos audiovisuales contemporáneos, desde producciones destinadas a redes sociales hasta contenidos para plataformas digitales, marcas y medios de comunicación.

La materia se desarrolla desde una perspectiva eminentemente práctica y orientada a la realidad profesional. Los alumnos trabajarán siguiendo los procesos y dinámicas habituales de una productora audiovisual, participando en

las diferentes fases de diseño, planificación, producción y distribución de contenidos. A lo largo del curso se explorarán las características narrativas, técnicas y estratégicas de los nuevos formatos, prestando especial atención a su adaptación a diferentes canales y públicos.

La creciente demanda de contenido audiovisual por parte de empresas, instituciones y creadores ha generado la necesidad de profesionales capaces de producir piezas versátiles, innovadoras y adaptadas a entornos digitales. En este sentido, la asignatura permitirá a los estudiantes desarrollar competencias relacionadas con la creación de contenido para internet, la comunicación de marca, el uso de redes sociales y la producción de formatos multiplataforma, fomentando además el trabajo en equipo, la creatividad y la capacidad de respuesta ante las exigencias del mercado audiovisual contemporáneo.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. Nuevos formatos audiovisuales

1. Videos Musicales
2. Podcast y redes sociales
3. Nuevos formatos en ficción

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

- Clase ordinaria
- Visionado de diferentes webs.
- Exposición de diversos formatos audiovisuales desde los más clásicos a los más modernos centrándonos estos últimos en los aspectos de aquellos productos de interés dentro del mercado digital.
- Uso del material pertinente para la creación y elaboración de contenido audiovisual. (Material videográfico, de iluminación, de grabación de sonido directo...)
- Sistemas de grabación y edición

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS BÁSICAS:

- CB2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean 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
- CB3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
- CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
- CB5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico
- CG02. Capacidad para trabajar en equipo
- CG03. Capacidad de liderazgo, iniciativa y espíritu emprendedor
- CG04. Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones
- CG05. Capacidad para desarrollar el pensamiento creativo
- CG06. Capacidad para adaptarse al entorno y a nuevas situaciones
- CG09. Capacidad para comunicar imágenes, ideas o símbolos
- CG10. Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE49. Capacidad para conocer y aplicar las técnicas y procesos de producción, difusión, distribución o

exhibición audiovisual (cine, televisión, radio, publicidad, hipermedia, videojuego, animación, infografía, música, fotografía o narración gráfica)

- CE50. Capacidad y habilidad para planificar y gestionar los recursos humanos, técnicos y presupuestarios aplicados a los distintos medios, soportes o formatos audiovisuales
- CE51. Capacidad para desarrollar y ejercer las distintas funciones profesionales de la producción audiovisual

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Analizar los distintos aspectos que engloba la gestión comercial en Internet, así como la utilización de las distintas herramientas estratégicas y operativas de marketing para la elaboración de un plan de actuación en mercados electrónicos.
- Producir la organización de cualquier tipo de evento cultural.
- Conocer las nuevas técnicas y procesos audiovisuales.
- Realizar, conocer y poner en práctica la habilidad para planificar y gestionar recursos humanos, técnicos y presupuestarios.
- Distinguir las peculiaridades de cada uno de los sectores del audiovisual desde el punto de vista de la producción y su conexión con el contexto socio-económico.
- Conocer las distintas fases en el proceso de producción audiovisual.
- Identificar las funciones de cada uno de los integrantes del equipo de una producción audiovisual y comparar los roles teóricos con la realidad práctica.
- Conocer y aplicar las rutinas de trabajo estandarizadas en la creación de un producto audiovisual, tales como el desglose de secuencias, plan de trabajo, etc.
- Elaborar el presupuesto en una producción audiovisual.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Scolari, Carlos A. (2022): La guerra de las plataformas.. Anagrama. ISBN: 9788433916686
- Remedios Zafra (2018): Ojos y capital. Consonni. ISBN: 9788416205073
- Diego Molla Furio (2012): La producción cinematográfica. Editorial Uoc. ISBN: 9788490291740
- Quiles, Arnau (2020): Nuevos formatos del cine digital. Ma non troppo. ISBN: 9788494879995
- Saló, G. (2003): ¿Qué es eso del formato?. Gedisa. ISBN: 9788474329544

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

[Producción audiovisual](https://produccionaudiovisual.com/)(https://produccionaudiovisual.com/)
Actualidad en la producción audiovisual.

[Panorama audiovisual](https://www.panoramaaudiovisual.com/)(https://www.panoramaaudiovisual.com/)
Nuevas tecnologías en producción audiovisual.

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

La metodología de esta asignatura combinará sesiones teóricas y prácticas. Las sesiones teóricas, también denominadas clases magistrales, consistirán en exposiciones orales por parte del profesor, apoyadas mediante presentaciones en diferentes soportes y materiales audiovisuales. En ellas se abordarán las nuevas tendencias de la comunicación audiovisual en los ámbitos de la ficción, la no ficción, la publicidad y los contenidos digitales, así como los modelos de producción y distribución propios del ecosistema transmedia y las redes sociales.

MÉTODO DIALÉCTICO:

Las sesiones prácticas se desarrollarán mediante talleres y seminarios orientados al aprendizaje colaborativo. Durante el curso, el alumnado simulará el funcionamiento de una productora audiovisual, asumiendo distintos roles profesionales y trabajando de forma coordinada en el diseño, producción y difusión de contenidos.

Como resultado de esta simulación profesional, los estudiantes desarrollarán diferentes piezas audiovisuales destinadas a las redes sociales de la productora creada, entre ellas un vídeo musical, un podcast y una webserie transmedia, aplicando estrategias narrativas adaptadas a cada plataforma y formato.

Asimismo, los talleres abordarán las distintas etapas del proceso de producción audiovisual en el entorno digital, incluyendo el desarrollo de biblias transmedia, la planificación de proyectos y la creación de recursos digitales dentro de un contexto de producción colaborativa. En los seminarios se leerán, analizarán y debatirán textos científicos relacionados con los nuevos formatos, plataformas y modelos de negocio del sector audiovisual, favoreciendo el desarrollo del pensamiento crítico y la capacidad de relacionar la teoría con la práctica profesional.

Estos talleres y seminarios constituirán la base para el desarrollo del proyecto final de la asignatura.

MÉTODO HEURÍSTICO:

El trabajo en grupo tendrá un papel fundamental en el desarrollo de la asignatura. Organizados como una productora audiovisual, los estudiantes elaborarán un plan de producción viable para la creación, realización, publicación y difusión de un proyecto audiovisual transmedia, desarrollando todas las fases del proceso creativo y técnico: ideación, guion, preproducción, producción, postproducción y distribución.

En el marco de este proyecto, el alumnado diseñará y producirá un conjunto de contenidos complementarios – vídeo musical, podcast y webserie transmedia– concebidos específicamente para las redes sociales de la productora simulada, con el objetivo de construir una estrategia de comunicación coherente y multiplataforma.

Además, elaborarán una estrategia de posicionamiento y difusión del proyecto en el entorno digital (Web 2.0), fundamentada en el análisis del público objetivo, las dinámicas de las plataformas sociales y los modelos actuales de distribución audiovisual. Esta estrategia será debatida, argumentada y consensuada en sesiones de trabajo colaborativo, potenciando el aprendizaje por descubrimiento, la resolución de problemas y la toma de decisiones propias del ámbito profesional.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Semana 1. Presentación de la asignatura, explicación de la metodología de trabajo y constitución de los equipos que simularán una productora audiovisual. Asignación de roles profesionales (dirección, producción, guion, realización, fotografía, sonido, montaje y comunicación), creación de la identidad de la productora y planificación general del curso.

Semana 2. Inicio del Tema 1. **Vídeos musicales.** Introducción a la evolución del videoclip, el visualizer y el lyric video. Análisis de referentes nacionales e internacionales, estudio de tendencias actuales y selección del artista con el que trabajará cada grupo.

Semana 3. Desarrollo del concepto creativo del proyecto. Elaboración del dossier de producción, storyboard, planificación técnica, guion audiovisual y organización del rodaje del videoclip, visualizer o lyric video.

Semana 4. Producción y postproducción del proyecto audiovisual. Rodaje, edición, corrección de color, grafismo y adaptación de la pieza a diferentes formatos para redes sociales.

Semana 5. Presentación de los proyectos realizados, análisis colectivo de los resultados y publicación de las piezas audiovisuales en los perfiles de la productora creada por el alumnado.

Semana 6. Inicio del Tema 2. **Podcast y redes sociales.** Introducción al podcast como formato audiovisual y sonoro, análisis de plataformas, audiencias y estrategias de comunicación digital. Diseño del concepto del programa.

Semana 7. Elaboración del guion, escaleta e identidad visual y sonora del podcast. Planificación de la producción, preparación del espacio de grabación y diseño de la estrategia de contenidos para redes sociales.

Semana 8. Grabación y edición del podcast. Producción de piezas derivadas para redes sociales, como clips, reels, shorts y material promocional adaptado a distintas plataformas.

Semana 9. Presentación de los proyectos, revisión de los resultados obtenidos y publicación del podcast y de sus contenidos promocionales en los canales digitales de la productora.

Semana 10. Inicio del Tema 3. **Nuevos formatos en ficción.** Introducción a la ficción digital, las narrativas transmedia y las webseries para plataformas sociales. Análisis de casos de éxito y desarrollo de propuestas creativas.

Semana 11. Desarrollo de la biblia de la serie, creación de personajes, estructura narrativa, escritura de los guiones y planificación de una webserie episódica adaptada a formatos de un minuto.

Semana 12. Preproducción de la webserie. Localizaciones, casting, dirección artística, planificación técnica, ensayos y organización del calendario de rodaje.

Semana 13. Producción de la webserie. Rodaje de los distintos episodios y seguimiento del plan de producción de la productora audiovisual simulada.

Semana 14. Postproducción de la webserie, edición, diseño de grafismos, adaptación a formatos verticales y elaboración de la estrategia transmedia para la difusión de los episodios en redes sociales.

Semana 15. Presentación final de todos los proyectos desarrollados durante el semestre, valoración conjunta del trabajo realizado por la productora audiovisual creada por el alumnado y publicación de la webserie y del resto de contenidos generados en las redes sociales de la productora.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y EVALUACIONES:

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES:

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	¿Se evalúa?	CO	CE
TEMA 1		X	X															
TEMA 2						X	X											
TEMA 3										X	X							
PRÁCTICA 1				X	X											X	X	X
PRÁCTICA 2								X	X							X	X	X
PRÁCTICA 3												X	X	X	X	X	X	X

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

La evaluación de la asignatura será exclusivamente práctica y estará basada en el desarrollo de tres proyectos audiovisuales realizados a lo largo del semestre:

- Práctica 1: producción de un **Visualizer, Lyric Video o Videoclip** para un artista.
- Práctica 2: Producción de un **podcast audiovisual** acompañado de contenidos específicos para redes sociales.
- Práctica 3: Producción de una **webserie de ficción para redes sociales**, compuesta por episodios de aproximadamente un minuto de duración.

Los tres proyectos se realizarán **en grupo**, simulando el funcionamiento de una productora audiovisual y fomentando el trabajo colaborativo y el desempeño de distintos perfiles profesionales. La práctica 1 y 2 supondrán un 60% del total de la nota (valiendo un 30% cada una), la práctica 3 contará un 40%.

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria será obligatorio:

- Entregar las **tres prácticas** propuestas dentro de los plazos establecidos.
- Obtener una **calificación media igual o superior al 50 %** sobre el total de la evaluación (5,0 sobre 10).
- Haber participado de forma activa en el desarrollo de los proyectos grupales y cumplir con los requisitos técnicos y de calidad establecidos para cada práctica.

La no entrega de cualquiera de las tres prácticas supondrá que la asignatura no podrá ser superada en la convocatoria ordinaria.

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

El alumnado que no haya superado la convocatoria ordinaria deberá realizar de forma **individual** las tres prácticas que constituyen la evaluación de la asignatura:

- Práctica 1: Producción de un **Visualizer, Lyric Video o Videoclip**.

- Práctica 2: Producción de un **podcast audiovisual** acompañado de contenidos para redes sociales.
- Práctica 3: Producción de una **webserie de ficción para redes sociales**, compuesta por episodios de aproximadamente un minuto de duración.

Los proyectos deberán demostrar la adquisición de las competencias y resultados de aprendizaje previstos en la asignatura, manteniendo los mismos criterios de calidad técnica, narrativa y creativa exigidos durante el curso. La práctica 1 y 2 supondrán un 60% del total de la nota (valiendo un 30% cada una), la práctica 3 contará un 40%.

Para superar la convocatoria extraordinaria será obligatorio:

- Entregar las **tres prácticas de manera individual** con la fecha del examen como límite de entrega..
- Obtener una **calificación media igual o superior al 50 %** sobre el total de la evaluación (5,0 sobre 10).

La no entrega de cualquiera de las prácticas implicará la imposibilidad de superar la asignatura en la convocatoria extraordinaria.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Pruebas de respuesta corta	0%
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	0%
Pruebas orales	0%
Trabajos y proyectos	40%
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	40%
Técnicas de observación	20%
Portafolio	0%
Pruebas objetivas	0%
Escalas de actitudes	0%
Sistemas de autoevaluación.	0%
Informes de prácticas	0%
Sistemas de heteroevaluación	0%