

Presentació de projectes audiovisuals

María Bestard Luciano
José Martínez Abadía

P08/93127/01550



Universitat Oberta
de Catalunya

www.uoc.edu

Índex

Introducció.....	5
1. Estructura de presentació d'un projecte audiovisual.....	7
2. Objectius i seqüència d'una presentació.....	13
3. El <i>pitching</i>.....	15

Introducció

Recuperem, ara, una part del material avançat en l'apartat A dels materials teòrics que componen aquesta guia d'aprenentatge, concretament la que feia referència a l'anàlisi de la viabilitat de projectes audiovisuals.

Hem dit que moltes vegades es presentaven projectes o propostes de programa en què es recull, "de vegades sense excessiva concreció, la idea del programa, els seus objectius comunicatius, el públic a qui es dirigeix, l'horari d'emissió més recomanable, la seva estructura, les figures principals recomanades, etc., i que sovint pot ser suficient per a convèncer una entitat productora per començar a moure la maquinària de la producció".

També hem insistit en la finalitat d'intentar "convèncer un client de les seves bondats".

I afegien:

"Tant si es tracta d'un projecte intern, nascut des de la mateixa estructura de producció, o d'un projecte extern, dirigit a ser venut a una entitat productora, com més dades aportis la seva redacció, més facilitarà la presa de decisions dels responsables de l'entitat. Els projectes audiovisuals per naturalesa requereixen sempre l'ús d'una gran quantitat de recursos econòmics i les decisions per a la seva impulsió s'han de basar en una anàlisi profunda i exhaustiva de les seves possibilitats."

També es presentava una estructura de presentació de projectes que matisarem tot seguit.

1. Estructura de presentació d'un projecte audiovisual

Prenem com a referència un projecte que adopta la forma d'una sèrie de programes destinats a una televisió i que a més inclou una mostra de programa en forma de capítol pilot.

Els ítems a tractar poden ser, bàsicament, els següents:

1) Presentació general del projecte

- Títol.
- Gènere.
- Estructura.
- Referències del programa.
- Equip creatiu.
- Equip artístic.
- Justificació del projecte.
- Objectius comunicatius del programa.
- Públic a qui es dirigeix.
- Idioma.
- Durada de cada programa.
- Nombre de capítols.
- Sinopsi de cada un dels capítols.
- Periodicitat.
- Franja horària.

2) Dades tècniques

- Emissió.
- Sistema de producció.
- Nombre de jornades de gravació.
- Plató.
- Equips de gravació en exteriors.
- Calendari / cronograma.
- Altres elements a destacar en la presentació.
- Pressupost aproximat de realització de la sèrie.

3) Aspectes formals. identitat corporativa de la sèrie

- Tipologia de les caretes de presentació.
- Disseny escenogràfic.
- Presència de/els presentador/és.
- Qualitat fotogràfica, qualitat de la imatge.
- Relacions entre les diferents parts de cada programa.
- Músiques de sintonia.
- Relació existent entre treball en estudi i/o en localitzacions interiors i exteriors.

Altres aspectes formals.

4) Presentació del capítol pilot

- Justificació del tema.
- Objectius comunicatius específics del capítol.
- Escaleta o guió tècnic del programa.
- Pla de producció.
- Pressupost total del capítol pilot.

Estendrem la informació dels ítems enunciats per tal de disposar d'una informació més extensa.

1) Presentació general del projecte

- **Títol**
 - Reflectir el títol proposat per al programa.
 - En el cas de que es tracti del desenvolupament d'un format que ja existeix, és necessari aportar el títol original.
 - **Gènere**
 - La categoria del programa dins la qual es podria enquadrar el projecte (concurs, debat, dramàtic, informatiu, etc.).
 - **Estructura**
 - Breu descripció de les parts que componen el lliurament de cada programa, així com de la sèrie en el seu conjunt, en el cas que l'estructura sigui seriada.
 - **Referències del programa**
 - Convé citar programes propers al proposat per gènere, temàtica, tipus de desenvolupament, etc., i que poden contribuir a la definició / comprensió del projecte.
 - **Equip creatiu**
 - Les persones que componen la producció executiva i la direcció i realització del programa.
 - **Equip artístic**
 - Efectuar una proposta de comunicadors, actors / actrius protagonistes o col·laboradors segons correspongui.
 - **Justificació del projecte**
 - Justificar l'elecció del tema, l'interès temàtic, la relació amb el context sociocultural i mediàtic i qualsevol aspecte que reforci el projecte.
 - **Objectius comunicatius del programa**
 - Quines són les seves pretensions, a on vol arribar, pretén entretenir, informar, concienciar...
 - **Públic a qui es dirigeix**
 - Característiques de l'audiència de destí: sexe, edats, perfil social, grau cultural, nivell econòmic, etc.
 - **Idioma**
 - Especialment en les comunitats bilingües.
 - **Durada de cada programa**
 - Ajustant-se a les durades estandarditzades del mitjà al que va dirigit i comptant, si és precís, amb la publicitat associada a la seva emissió.
 - **Nombre de capítols**
 - Valorant sèries de 13 capítols, si es considera convenient, amb propostes de repetició o considerant durades per sota de l'estàndard de 13 capítols.
 - **Sinopsi de cada un dels capítols**
 - Sinòptica relació del contingut previst per a cada capítol que permeti apreciar la seva coherència en el conjunt de la sèrie.
 - **Periodicitat**
 - Diària, setmanal, o altre tipus.
 - **Franja horària**
 - Horari d'emissió recomanat.
-

2) Dades tècniques

- **Emissió**
 - Si és directe o gravat.
 - **Sistema de producció**
 - Especificació de si es treballarà per seqüències, per blocs, per lots pre-gravats, per capítols sencers, etc.
 - **Nombre de jornades de gravació**
 - Nombre de jornades necessàries per programa, tant en plató com en exteriors.
 - **Plató**
 - Grandària, tipus i característiques del plató.
 - **Equips de gravació en exteriors**
 - Tipus d'equipament requerit: equips ENG, unitats mòbils, unitats lleugeres, etc.
 - **Calendari/cronograma**
 - Extensió temporal de producció de la sèrie completa des de la posada en marxa fins a la seva producció total.
 - **Altres elements a destacar en la presentació**
 - Com ara, format de vídeo triat, treball amb multicàmera, amb postproducció o sense, etc.
 - **Pressupost aproximat de realització de la sèrie**
 - Cost per programa, si es tracta d'un pressupost de producció externa, o bé especificant els mitjans a aportar per la cadena de televisió en el cas de fer-lo conjuntament.
 - Cost total de realització de la sèrie.
-

3) Aspectes formals. Identitat corporativa de la sèrie

- **Tipologia de les caretes de presentació**
 - Breu descripció de les transicions infogràfiques, imatge corporativa i distintiva del programa i *look* de la imatge.
- **Disseny escenogràfic**
 - Característiques de l'escenografia, ambient i atmosfera creada, aspectes generals de decoració, fons, mobiliari, elements del decorat...
- **Presència del presentador/a o presentadors/ores**
 - Descripció de l'estil de la seva indumentària, caracterització i aspecte.
- **Qualitat fotogràfica, qualitat de la imatge**
 - Descripció dels aspectes relacionats amb la lluminositat del programa, el tipus d'il·luminació i les tonalitats de la llum: calidesa, fredor, contrast cromàtic, etc.
- **Relacions entre les diferents parts de cada programa**
 - Especificació formal de les parts del programa que constitueixen la seva estructura, pas i transicions entre unes i altres, durades percentuals.
- **Músiques de sintonia**
 - Descripció de les músiques a emprar en la identitat del programa, especificació de si es tracta de música original o de mediateca, amb especificació de l'estat dels drets d'autor.
- **Relació existent entre treball en estudi i/o en localitzacions interiors i exteriors**
 - Especificació percentual del treball realitzat a l'estudi respecte del realitzat a exteriors o en altres localitzacions o estudis així com la necessitat de temps de muntatge, postproducció i sonorització, si cal.
- **Altres aspectes formals**
 - Qualsevol altre aspecte no previst i que es consideri important.

4) Presentació del capítol pilot (si es presenta)

- **Justificació del tema**
 - Justificació del tema triat en relació amb el conjunt del projecte general.
- **Objectius comunicatius específics del capítol**
 - Especificació dels objectius del programa presentat en el context del conjunt d'objectius del projecte general.
- **Escaleta o guió tècnic del programa**
 - Presentació en format estàndard de l'escaleta (especialment si es tracta d'un producte televisiu) o del guió tècnic de programa.
- **Pla de producció**
 - Especificació del pla de producció del capítol pilot per tal de valorar les particularitats que comporta la seva realització.
- **Pressupost total de la producció del capítol pilot**
 - Cost total de producció del capítol pilot detallat per partides pressupostaries.

Amb l'aportació d'aquestes dades, els responsables d'una entitat promotora poden disposar de dades per tal de prendre la decisió de continuar el seu anàlisi o de rebutjar-lo si no coincideix amb els seus objectius, capacitat productiva, pressupost, etc. Si volen continuar sotmetran el projecte a una avaluació integral, on s'afinarà al màxim en tots els seus aspectes de contingut, formals, comunicatius i de viabilitat econòmica.

2. Objectius i seqüència d'una presentació

A l'hora de presentar una proposta de programa, un projecte audiovisual, hem de valorar la importància d'efectuar una bona presentació, de transmetre adequadament la informació, especialment quan ens juguem, davant d'una audiència determinada (poden ser els executius d'una televisió o d'una productora), la possibilitat que el nostre projecte sigui acceptat o rebutjat.

Exemple

Una primera reflexió és que l'objectiu de la comunicació, en un cas com aquest, no és la transmissió sinó la recepció. Tots els nostres esforços, la preparació, presentació i contingut del nostre discurs han d'anar dirigits a que el nostre missatge sigui entès i recordat.

No hem de passar per alt el fet que l'ésser humà té una capacitat d'atenció molt curta. En la nostra presentació hem de mantenir prou la seva atenció perquè entenguin el nostre projecte. No podem perdre de vista que 10 o 15 minuts davant un representant d'una televisió o d'una productora poden decidir l'acceptació o no de la nostra proposta, probablement treballada durant molt de temps per el nostre equip.

El punt de partida és formular un objectiu precís. Per això, el millor enfocament és aïllar l'objectiu principal i fer esment, com a màxim, a altres dos que es puguin tractar, sempre que no desviïn l'atenció de l'objectiu principal. La clau és l'enfocament del tema.

És molt important realitzar un esforç previ per tal d'identificar les fites i objectius dels nostres interlocutors. La màxima atenció s'aconsegueix quan els nostres comentaris inicials reflecteixen la comprensió del seu problema i oferim una solució.

La **seqüència d'inici** en una presentació pot ser:

- Aconseguir la seva atenció (assegurar-se).
- Establir el tema (enunciar l'objectiu principal).
- Presentar l'estructura.
- Establir una bona relació (establir el paper des de l'inici).
- Explicar les característiques del projecte.
- Arribar al final de forma inesperada, amb una frase vital que es quedi en la seva memòria. Això requereix un canvi de ritme, una nova ajuda visual o la introducció d'una idea final culminant.

Ajudes visuals

És important disposar d'ajudes visuals que poden facilitar la comprensió del missatge a transmetre. Si fem servir un PowerPoint, les diferents dispositives han de tenir un objectiu específic, eliminant aquelles que no siguin essencials, sense oblidar les que compleixin la funció d'afegir ritme o entreteniment a la presentació.

3. El *pitching*

Consisteix en la realització d'una breu entrevista en la qual un guionista explica a un productor o a diferents productors la seva idea per a un projecte audiovisual, tant si és ficció, programa de televisió com sèrie de qualsevol gènere. La seva durada oscil·la entre els 2 i els 7 o 8 minuts.

A l'actualitat és la forma més efectiva de relació entre projectes i guions no sol·licitats i productors que busquen projectes.

Habitualment s'organitzen trobades institucionals on assisteixen *commissioning editors*, que representen diferents cadenes o productores de vídeo i televisió.

Resum

La capacitat de comunicació per a la preparació per a un *pitching* és l'instrument més valuós per a aconseguir l'objectiu de "vendre" el projecte. Tots els punts tractats en l'apartat anterior referits a la planificació d'una presentació s'han de considerar i adaptar a la consecució d'impactar i moure la curiositat pel projecte en un temps record.

