

SEGONA EDICIÓ DEL TALENT AUDIOVISUAL UNIVERSITARI PITCHING UNIVERSITATS VALENCIANES-SECTOR AUDIOVISUAL

À Punt i les sis universitats valencianes que tenen estudis relacionats amb la indústria de la creació audiovisual –Universitat de València, Universitat Politècnica de València, Universitat d’Alacant, Universitat Miguel Hernández d’Elx, Universitat Jaume I de Castelló i Universitat CEU Cardenal Herrera– organitzem **el Talent Audiovisual Universitari, Pitching Universitats Valencianes-Sector Audiovisual, que tindrà lloc el dia 5 de juny al Campus de Gandia de la Universitat Politècnica, amfitriona d’aquesta segona edició.**

L’objectiu de la iniciativa és detectar el talent creatiu emergent que hi ha a les universitats i posar-lo en contacte amb el sector audiovisual, tant privat com públic. **En aquesta segona edició, les entitats organitzadores es comprometen a treballar per a visibilitzar el talent femení de l’audiovisual valencià.**

El Pitching de l’Audiovisual Valencià es concretarà en una jornada en què els diferents equips creatius universitaris podran exposar els seus projectes davant de productores, distribuïdores i plataformes multimèdia, com és el cas d’À Punt Mèdia.

BASES DE LA SEGONA EDICIÓ DEL PITCHING

Presentació de projectes:

1. Cada universitat pot presentar fins a un màxim de 4 projectes, que poden encabir-se en una o en diferents categories. La tria dels projectes, la fa cada universitat mitjançant el sistema de selecció que hi considere oportú.

2. Els estudiants disposaran de 7 minuts per a presentar el seu projecte (clip o *teaser* inclòs) i els professionals, d'un màxim de 8 minuts per a fer-hi comentaris i preguntes.
3. Les presentacions, les han de dur a terme dos estudiants responsables del projecte, amb equilibri paritari, sempre que la composició del grup d'estudiants que han elaborat el projecte ho permeta. Tant la memòria del projecte com l'exposició davant del públic es podran fer en qualsevol de les dues llengües oficials de la Comunitat Valenciana.
4. Les sessions de Pitching es realitzaran davant d'un públic conformat per professionals del sector, representants institucionals de l'audiovisual i de l'àmbit acadèmic, i l'alumnat de les universitats participants.
5. La jornada del Talent Audiovisual es dividirà en dues parts: de matí es farà l'exposició pública dels projectes, i de vesprada s'organitzaran les reunions cara a cara (*one-to-one*) a porta tancada entre les persones autores dels projectes i els professionals de l'audiovisual, per tal de poder aprofundir més i explorar possibles acords i col·laboracions. Els organitzadors habilitaran espais que afavorisquen les relacions bilaterals.
6. Quins projectes es poden presentar?
 - a. Projectes audiovisuals realitzats durant els cursos 2018-2019 i 2017-2018, sempre que no s'hagen presentat a l'anterior edició.
 - b. La convocatòria està adreçada a l'alumnat, de les universitats valencianes coorganitzadores, que curse actualment o haja cursat en 2017-2018 estudis de grau o màster de l'àmbit de la Comunicació i l'Audiovisual. Així, s'hi inclouen les àrees de Periodisme, Comunicació Audiovisual, Publicitat i Relacions Públiques, Belles Arts, que contenen els àmbits de Multimèdia, *Branding* Digital, Animació i Videojocs. Es podrà participar en solitari, o formant part de propostes multidisciplinàries o transmèdia.

- c. Els projectes han d'encabir-se en alguna de les categories previstes en el següent apartat.
- d. Els projectes NO poden ser una obra acabada, sinó que han de ser treballs en fase de preproducció.

7. Categories dels projectes:

- e. FICCIÓ: llargmetratges, curtmetratges, sèries, minisèries, telefilms, animació.
- f. NO-FICCIÓ: documentals unitaris, sèries documentals.
- g. FORMATS TELEVISIUS: programes d'entreteniment, com ara concursos, *reality shows*, entreteniment informatiu, *docu-shows*...
- h. NOVES FINESTRES: websèries, documentals web, projectes transmèdia, videojocs, apps, produccions per a mòbils...
- i. RÀDIO: projectes d'informació i entreteniment, així com de ficció.
- j. *BRANDED CONTENT* I COMUNICACIÓ INSTITUCIONAL: productes audiovisuals per a marques concretes; comunicació audiovisual que es realitza per a institucions públiques o privades.

8. Com ha de ser la memòria o document del projecte (màxim 10 pàgines):

- a. Nom de les persones autores del projecte i contacte (mòbil i correu electrònic).
- b. Fitxa del projecte (categoria, gènere, durada, seriació, pantalla).
- c. Idea (*storyline*): explicació del projecte en dues línies.
- d. Sinopsi: breu descripció del projecte en un full màxim.
- e. Tractament narratiu (EXPLICAR EL QUÈ) que dependrà del tipus de projecte:
 - e.i. FICCIÓ: explicació de la història principal, evolució de la temporada en el cas de les sèries, definició de les trames secundàries i d'algunes episòdiques, definició de personatges principals i secundaris.

- e.ii. NO-FICCIÓ: explicació de la història principal, explicació de cadascun dels temes de cada capítol de la sèrie documental, definició de personatges principals i secundaris, proposta de presentador/a, si escau.
 - e.iii. FORMATS TELEVISIUS: definició de les seccions del programa, elaboració d'una escaleta-marc i d'un programa pilot com a exemple, explicació de la mecànica dels concursos, proposta de presentador/a, selecció dels temes en els programes seriatos, etc
 - e.iv. NOVES FINESTRES: definició de l'univers narratiu dels projectes transmèdia, breu definició de l'expansió narrativa dels videojocs, etc.
 - e.v. RÀDIO: definició de les seccions del programa, elaboració d'una escaleta-marc i d'un programa pilot com a exemple, proposta de presentador/a, selecció dels temes en els programes seriatos, etc.
 - e.vi. *BRANDED CONTEN*: definició del contingut, tot concretant la història principal o el tema en què es base, i relació amb la marca o institució que el promocióne.
- f. Tractament (EXPLICAR EL COM): en el cas del **tractament audiovisual**, cal fer referència al tipus de realització, fotografia, muntatge, planimetria, localitzacions, set. En el cas del **tractament sonor** per als projectes de ràdio, cal fer referència a l'estil radiofònic: ús de músiques, veu dels presentadors, ritme del programa, ús d'efectes, ús de fonts documentals, etc.
- g. Pla de viabilitat: breu estudi de mercat, amb anàlisi de l'oferta existent i de la competència. Defendre per què el tema triat pot generar interès en l'audiència, i quin és el públic objectiu.
- h. Pressupost: breu aproximació als costos i a les necessitats de producció.

- i. Pla de finançament i explotació: proposta de cadena, pantalla o plataforma, consideració d'altres ingressos públics o privats, derivats de la seua explotació comercial i d'altres productes associats.
9. Com ha de ser el clip (*teaser*) del projecte:
- a. Ha de tindre un màxim de 1:30 minuts.
 - b. Han de ser imatges o àudios que servisquen com un 'tast' audiovisual del projecte. Pot ser un producte de vídeo editat o imatges i/o fotografies que donen suport audiovisual a allò que s'explica.
 - c. El clip es projectarà quan es faça la presentació. Els estudiants poden triar si s'ha de projectar al començament, al final o durant la presentació.
 - d. En el cas dels projectes transmèdia, interactius o web es podrà presentar un web per a mostrar la interacció, la navegació o l'experiència audiovisual que promou el producte en qüestió.
 - e. Els clips han d'estar realitzats pels mateixos autors dels projectes i s'han de fer utilitzant l'equipament i les instal·lacions de les universitats de les quals formen part.

10. Calendari:

- a. Els projectes s'han d'enviar a les adreces següents abans del 30 d'abril de 2019.
 - **Universitat de València.** Àlvar Peris, professor de Comunicació Audiovisual: alvar.peris@uv.es
 - **Universitat Politècnica de València.** Héctor Pérez, professor titular de Comunicació Audiovisual: hperez@har.upv.es
 - **Universitat d'Alacant.** Vicent Garcia Escrivà, subdirector del Departament de Comunicació: v.escriva@ua.es
 - **Universitat Jaume I de Castelló.** Esteban Galán, professor en Ciències de la Comunicació: egalan@uji.es
 - **Universitat MiguelHernández d'Elx.** Jaume Quiles, professor de Comunicació Audiovisual: pitchingaudiovisualumh@gmail.com

- **Universitat Cardenal Herrera-CEU.** Juan José Bas, Vicedegà del Grau de Comunicació Audiovisual: jbas@uchceu.es

- b. El 8 de maig de 2019 la comissió organitzadora, integrada per un persona membre de cadascuna de les universitats participants i una altra d'À Punt, seleccionarà un màxim de 12 projectes, fixarà els horaris de les presentacions, farà pública la decisió i la comunicarà als equips participants.
- c. Els projectes se seleccionaran conforme a un sistema de rúbrica que combinarà els criteris de territorialitat i de valoració pel conjunt dels membres de la comissió organitzadora. En cas d'empat, es triarà el projecte que presente un percentatge de dones més elevat en el grup de treball.
- d. Els projectes seleccionats tindran fins al 12 de maig per a confirmar que hi participen.
- e. Les presentacions es duran a terme el **dimecres 5 de juny de 2019 a l'Aula Magna del Campus de Gandia de la Universitat Politècnica de València**

En el cas que els projectes presentats al Pitching s'acaben realitzant finalment, hauran d'incloure en els crèdits que han participat en aquesta iniciativa.

11. L'organització del Pitching Universitat-Sector Audiovisual Valencià podrà utilitzar el material proporcionat pels diferents projectes a l'hora d'elaborar les accions de màrqueting i difusió de l'esdeveniment que s'establisquen en el moment.

12. Si teniu qualsevol dubte, podeu trucar al 689547858 (de 9 a 14 h.) o escriure a hperez@har.upv.es