

Índice general

¿A quién va dirigido este libro?	5
Convenciones generales	7

Capítulo 1

Normativa legal en la administración del proyecto audiovisual y espectáculo17

1.0 Introducción	17
1.1 Regulación jurídica de la industria audiovisual y del espectáculo.....	19
1.1.1 Regulación de la actividad cinematográfica.....	19
1.1.1.1 Conceptos.....	20
1.1.1.2 La nacionalidad de la obra y su calificación	22
1.1.1.3 El Registro de Empresas Cinematográficas y Audiovisuales	24
1.1.1.4 La producción	24
1.1.1.5 La distribución y exhibición.....	25
1.1.1.5.1 El control de asistencia, rendimiento y programación	26
1.1.1.5.2 Las salas X	28
1.1.1.6 Las medidas de fomento	29
1.1.1.7 La Filmoteca Española	30
1.1.2 Regulación de la comunicación audiovisual	30
1.1.2.1 Definiciones	31
1.1.2.2 Principios generales de la comunicación audiovisual.....	33
1.1.2.3 Obligaciones de los prestadores de servicios	34
1.1.2.3.1 Protección de menores.....	34
1.1.2.3.2 Accesibilidad	36
1.1.2.3.3 Promoción de la obra europea	37
1.1.2.4 Las comunicaciones comerciales	41
1.1.2.5 La contratación en exclusiva	44
1.1.2.6 La prestación de servicios: comunicación previa y licencias.....	45
1.1.2.7 Servicio público de radio y comunicación televisiva.....	45
1.1.3 Regulación del espectáculo	46
1.1.4 Regulación de la publicidad, patrocinio y mecenazgo	49
1.1.4.1 Publicidad y patrocinio.....	50
1.1.4.2 Mecenazgo y <i>crowdfunding</i>	54
1.1.5 Regulación del derecho al honor, la intimidad y la propia imagen.....	57
1.1.5.1 Los usos sociales y los actos propios.....	59
1.1.5.2 Protección de personas fallecidas	60
1.1.5.3 Los límites de la legalidad	61
1.1.5.4 Tutela judicial y acciones de protección	62
1.1.5.5 La calumnia y la injuria	63
1.1.5.6 La cesión de derechos de imagen.....	63
1.1.6 Cláusula de conciencia, secreto profesional y derecho de rectificación.....	65
1.1.6.1 La cláusula de conciencia.....	66
1.1.6.2 El secreto profesional	66
1.1.6.3 El derecho de rectificación.....	67

1.2 Regulación jurídica del producto audiovisual y del espectáculo	69
1.2.1 Propiedad intelectual	69
1.2.1.1 Autor/a y obra	70
1.2.1.2 Los derechos morales	72
1.2.1.3 Los derechos de explotación	73
1.2.1.4 Los derechos afines.....	75
1.2.1.5 Límites, infracciones y protección.....	76
1.2.1.6 El Registro de la Propiedad Intelectual y entidades de gestión.....	77
1.2.1.7 Obra ajena y creación propia	79
1.2.1.8 Otras formas de protección	83
1.2.2 Propiedad industrial	85
1.2.2.1 El Registro de la Propiedad Industrial	86
1.2.2.2 La clasificación de Niza	88
1.2.3 Depósito legal	90
1.2.3.1 Obras sujetas a depósito legal	90
1.2.3.2 Proceso de depósito legal	91
1.3 Programas europeos, iberoamericanos, estatales y autonómicos de ayudas públicas a la producción, distribución y exhibición	93
1.3.1 Programas europeos	93
1.3.1.1 Europa Creativa.....	93
1.3.1.2 Otros programas.....	96
1.3.2 Programas con Iberoamérica.....	97
1.3.2.1 Ibermedia.....	97
1.3.2.2 Iberescena	98
1.3.2.3 Ibermúsicas	99
1.3.3 Programas estatales	100
1.3.3.1 Apoyos a través del ICAA	100
1.3.3.2 Apoyos a través del INAEM	103
1.3.4 Programas autonómicos	105
Autoevaluación capítulo 1	108

Capítulo 2

Contratación de equipos humanos, técnicos

y artísticos.....115

2.0 Introducción	115
2.1 Normativa laboral en el sector	117
2.1.1 Normativa marco.....	117
2.1.2 Los convenios colectivos	118
2.2 El contrato laboral.....	120
2.2.1 Cláusulas y requisitos	121
2.2.1.1 Condiciones de contratación en el sector audiovisual: cine y televisión	121
2.2.1.1.1 La contratación artística.....	121
2.2.1.1.2 La contratación técnica.....	129
2.2.1.1.3 La contratación con autores y autoras	133
2.2.1.2 Condiciones de contratación en la radiodifusión	135
2.2.1.3 Condiciones de contratación en los espectáculos.....	136
2.2.1.4 La contratación de menores	143
2.2.1.5 La contratación de profesionales extranjeros/as	144
2.2.1.6 Marco legal del voluntariado.....	146

2.2.1.7 Representación de artistas	148
2.2.2 Trámites y documentación oficial	150
2.3 Regímenes de la Seguridad Social del sector.....	151
2.4 Nóminas y seguros sociales.....	153
2.5 Prevención de riesgos laborales	155
2.5.1 Daños derivados del trabajo en audiovisual y espectáculos	155
2.5.2 PRL en una empresa productora	157
2.5.3 PRL en proyectos con implicación de varias empresas.....	157
2.5.4 PRL y covid-19.....	160
Autoevaluación capítulo 2.....	161

Capítulo 3

Contratación para el aprovisionamiento de bienes, servicios y equipamiento logístico169

3.0 Introducción	169
3.1 Los contratos de compraventa, arrendamiento, <i>leasing</i> y <i>renting</i>	170
3.1.1 Normativa mercantil.....	170
3.1.2 Contratos de compraventa y arrendamiento.....	172
3.1.3 Contratos de <i>leasing</i> y <i>renting</i>	173
3.2 La relación con empresas proveedoras	175
3.2.1 Proceso de selección.....	175
3.2.1.1 La petición de presupuestos	177
3.2.1.2 La selección de la mejor oferta	178
3.2.1.3 Acciones de control y mejora	181
3.2.2 La negociación de los contratos	181
3.2.2.1 Prenegociación.....	183
3.2.2.2 Negociación	184
3.2.2.3 Posnegociación	185
3.3 Flujo de documentación con la empresa proveedora	185
3.3.1 Documentos relacionados con el proceso de compraventa	187
3.3.1.1 La hoja de pedido	187
3.3.1.2 El albarán.....	188
3.3.1.3 La factura.....	189
3.3.2 Documentos relacionados con el proceso de pago y cobro	191
3.3.2.1 El cheque y la letra de cambio.....	191
3.3.2.1.1 El cheque.....	191
3.3.2.1.2 La letra de cambio	193
3.3.2.2 El recibo	194
3.4 La empresa productora como proveedora	194
3.4.1 Cuando el sector público es el cliente	195
3.4.1.1 La contratación	195
3.4.1.2 La facturación	197
3.4.2 La adquisición de producción ajena y el encargo de producción	198

Capítulo 4

Administración económica, contable y fiscal

del proyecto audiovisual y espectáculo209

4.0	Introducción	209
4.1	Instrumentos de planificación económico-financiera.....	210
4.1.1	El presupuesto	211
4.1.1.1	El presupuesto de proyecto	212
4.1.1.2	Presupuesto sobre línea y bajo línea, preventivo y consultivo.....	215
4.1.1.3	El control presupuestario.....	217
4.2	Las herramientas de información económico-financiera	220
4.2.1	El balance de situación	220
4.2.2	La cuenta de resultados.....	222
4.3	Los costes de explotación	224
4.3.1	Gastos directos y gastos indirectos	225
4.3.2	Gastos fijos y gastos variables	226
4.3.3	El análisis de los costes.....	227
4.4	Operaciones de caja y con entidades bancarias.....	229
4.4.1	Operaciones financieras	230
4.4.1.1	Préstamo y crédito.....	231
4.4.1.2	El descuento comercial.....	233
4.4.1.3	<i>Factoring</i> y <i>confirming</i>	233
4.4.1.4	<i>Leasing</i> y <i>renting</i>	234
4.5	Las obligaciones fiscales.....	234
4.5.1	El Impuesto de Sociedades, IS.....	234
4.5.1.1	Deducciones por inversión en audiovisual	236
4.5.1.1.1	Las Agrupaciones de Interés Económico	239
4.5.1.2	Deducciones por inversión en espectáculos en vivo	240
4.5.2	El Impuesto de la Renta de las Personas Físicas, IRPF	241
4.5.3	El Impuesto sobre el Valor Añadido, IVA.....	242
4.5.4	El Impuesto de Actividades Económicas, IAE	244
4.5.5	El calendario fiscal	246
4.6	Programas informáticos de gestión económica.....	247
	Autoevaluación capítulo 4.....	248

Capítulo 5

Planificación de la explotación comercial del

producto audiovisual o espectáculo255

5.0	Introducción	255
5.1	Distribución y exhibición audiovisual.....	258
5.1.1	Las ventanas de explotación	258
5.1.2	Del modelo tradicional al nuevo modelo de confluencia.....	261
5.1.3	La gestión de la distribución	263
5.1.3.1	Tipos de empresas distribuidoras.....	264
5.1.3.2	El proceso de distribución.....	265
5.1.3.3	El acuerdo económico	267

5.1.4 Características específicas de la cinematografía	269
5.1.4.1 La calificación de las películas	270
5.1.4.2 La exhibición cinematográfica	273
5.1.4.3 La cuota de pantalla y otras obligaciones de las exhibidoras.....	274
5.1.5 Características específicas de la televisión	276
5.1.5.1 Productos y ciclos de vida	276
5.1.5.2 La calificación de los programas	279
5.1.6 Los contratos de distribución y exhibición	281
5.1.6.1 Los contratos de distribución	281
5.1.6.2 Los contratos de exhibición y comercialización derivada.....	283
5.2 Comercialización de los espectáculos en vivo	284
5.2.1 Distribución en las artes escénicas.....	284
5.2.1.1 El ciclo de vida del producto	284
5.2.1.2 La gestión de la distribución	285
5.2.1.3 Las redes escénicas.....	291
5.2.1.4 Circuitos estatales de teatro, circo, lírica y danza	293
5.2.2 Comercialización de la música en directo.....	294
5.2.2.1 Principales agentes en la música en directo	295
5.2.2.2 El proceso de la música en directo.....	298
5.2.2.3 Girando Por Salas (GPS)	302
5.2.2.4 El auge de los festivales.....	304
5.3 Los mercados audiovisuales y escénicos: ferias, certámenes y festivales	305
5.3.1 Plataformas mixtas de internacionalización	307
5.3.1.1 Audiovisual from Spain	309
5.3.1.2 Sounds from Spain	309
5.3.3 Las plataformas de distribución en festivales	310
Autoevaluación capítulo 5.....	312

Capítulo 6	
Elaboración de planes promocionales para proyectos audiovisuales y espectáculos.....	319
6.0 Introducción	319
6.1 Características propias de la promoción del producto audiovisual o de espectáculos.....	320
6.2 El plan de comunicación.....	323
6.2.1 Estructura del plan	324
6.2.2 El <i>briefing</i>	325
6.2.2.1 Valores.....	325
6.2.2.2 Público objetivo.....	326
6.2.2.3 Punto de partida	327
6.2.2.4 Hitos comunicativos.....	328
6.2.3 Planteamiento estratégico	330
6.2.4 Planteamiento táctico.....	332
6.2.4.1 Plan de <i>marketing</i>	332
6.2.4.1.1 Desarrollo gráfico.....	333
6.2.4.1.2 Sitio web	334
6.2.4.1.3 Publicidad	336
6.2.4.1.3.1 Digital.....	342

6.2.4.1.3.1.1 Buscadores o <i>Search</i>	343
6.2.4.1.3.1.2 <i>Display</i>	343
6.2.4.1.3.1.3 Redes sociales o <i>Social Ads</i>	347
6.2.4.1.3.1.4 Otros	349
6.2.4.1.3.2 Televisión	349
6.2.4.1.3.3 Radio	350
6.2.4.1.3.4 Diarios, revistas, suplementos y dominicales	351
6.2.4.1.3.5 Exteriores.....	353
6.2.4.1.3.6 Otros soportes	354
6.2.4.1.4 Otras acciones de <i>marketing</i>	354
6.2.4.1.5 Perfiles expertos	355
6.2.4.2 Plan de información a medios	356
6.2.4.2.1 Comunicar con comunicadores	357
6.2.4.2.2 El dossier de prensa.....	358
6.2.4.2.3 Notas y convocatorias	359
6.2.4.3 Plan de relaciones públicas	362
6.2.4.3.1 El <i>networking</i>	364
6.2.4.3.2 Acciones de relaciones públicas.....	365
6.2.5 Cronograma	366
6.3 Seguimiento, control y evaluación de la promoción	368
Autoevaluación capítulo 6.....	370