



FITXA IDENTIFICATIVA

Dades de l'Assignatura

Codi	33424
Nom	Ideació i producció televisiva
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2022 - 2023

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1301 - Grau Comunicació Audiovisual	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	3	Segon quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1301 - Grau Comunicació Audiovisual	12 - Processos de creació, producció i realització audiovisual	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
PELLICER ROSELL, MANUEL D.	340 - Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació

RESUM

L'assignatura *Ideació i producció audiovisual* s'inclou en la titulació de grau en els estudis de Comunicació Audiovisual, i té com a objectiu formar els alumnes en el disseny i desenvolupament de projectes audiovisuals per a televisió, des d'un enfocament teòric i pràctic.

Es tracta, en conseqüència, d'una assignatura essencial en el desenvolupament curricular d'aquesta titulació, en la mesura en què conforma una part absolutament bàsica del conjunt de competències teòriques i pràctiques que l'estudiant de comunicació audiovisual haurà d'haver assolit en concloure els seus estudis. Uns coneixements, a més, que seràn també decisius en l'exercici de les seues tasques professionals, donades las diverses particularitats dels processos de producció audiovisual que convergeixen en l'assignatura com també les competències que un graduat en comunicació audiovisual ha de posseir per a gestionar la seua activitat professional de la millor manera possible.



Els continguts de l'assignatura tenen un doble caràcter teòric i pràctic, ambdós necessaris per a desenvolupar els temes del programa. Aquest respon al propòsit que els estudiants coneguen els processos i els recursos que s'utilitzen per a produir i desenvolupar continguts televisius i que abasten des de la idea inicial fins la seua difusió. Per a això, els alumnes han de conèixer el context televisiu de producció, les particularitats dels gèneres, els recursos humans i tècnics necessaris per a portar endavant un projecte, com també els processos de recepció per part de l'audiència televisiva i els principals procediments d'adquisició i distribució de continguts audiovisuals.

CONEIXEMENTS PREVIS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

No exigeixen coneixements previs, tot i que tenint en compte l'estructura del grau es considera interessant haver superat de manera satisfactòria les assignatures de primer curs Empresa i gestió audiovisual i Tecnologia I, com també Tecnologia II i Estructura de la comunicació i indústries culturals, de segon.

COMPETÈNCIES

1301 - Grau Comunicació Audiovisual

- Coneixement dels diversos llenguatges, codis i formes de representació propis dels distints mitjans tecnològics i audiovisuals: fotografia, cinema, ràdio, televisió, vídeo i imatge electrònica, Internet, etc. a través de les seues propostes estètiques i industrials, a més de la seua rellevància social i cultural i la seua evolució al llarg del temps, que haurà de generar la capacitat per analitzar relats i obres audiovisuals, considerant els missatges icònics com a textos i productes de les condicions sociopolítiques i culturals d'una època històrica determinada.
- Coneixement i aplicació de les tècniques i dels processos de producció i difusió audiovisuals en les diverses fases, des de la concepció d'un projecte fins a la comercialització. Aquest coneixement donarà lloc al desenvolupament de la capacitat i l'habilitat per planificar i gestionar els recursos humans, pressupostaris i mitjans tècnics, incloent-hi tots els processos interessats en la direcció i la gestió d'empreses audiovisuals en els seus diferents àmbits: a) producció cinematogràfica i videogràfica; b) produccions monocàmera i multicàmera per a TV; c) producció radiofònica, discogràfica i d'altres productes sonors; d) producció fotogràfica; així com altres processos de creació en el camp de la imatge fixa en general, posant una atenció especial en el seu desenvolupament en entorns digitals; e) producció ...
- Coneixement i aplicació de les tècniques i dels processos de creació i difusió audiovisuals en les diverses fases, tant en el cinema com en la televisió, vídeo i multimèdia, des del punt de vista de la posada en escena des de la idea inicial fins a l'acabat final. D'això deriva la capacitat per crear i dirigir la posada en escena integral de produccions audiovisuals cinematogràfiques, videogràfiques o televisives, responsabilitzant-se de la direcció d'actors i ajustant-se al guió, pla de treball o



p r e s s u p o s t p r e v i .

- Coneixement i aplicació dels diferents mecanismes i elements de la construcció del guió, atenent diversos formats, tecnologies i suports de producció. També s'hi inclou el coneixement teòric i pràctic de l'anàlisi, la sistematització i la codificació de continguts icònics i la informació audiovisuals en diferents suports i tecnologies. Capacitat per escriure amb fluïdesa, textos, escaletes o guions en els camps de la ficció cinematogràfica, televisiva, videogràfica, radiofònica o multimèdia.
- Coneixement i capacitat per aplicar recursos, elements, mètodes i procediments dels processos de construcció i anàlisi dels relats audiovisuals tant lineals com no lineals, incloent-hi el disseny, l'establiment i el desenvolupament d'estratègies, així com les aplicacions de les polítiques de comunicació persuasiva en els mercats audiovisuals.
- Capacitat per realitzar l'ordenació tècnica dels materials sonors i visuals d'acord amb una idea utilitzant les tècniques narratives i les tecnologies necessàries per a l'elaboració, la composició, l'acabat i la masterització de diferents productes audiovisuals i multimèdia i per dissenyar i concebre la presentació estètica i tècnica de la posada en escena a través de les fonts lluminoses i acústiques naturals o artificials, atenent les característiques creatives i expressives que proposa el director del projecte audiovisual.
- Capacitat per aplicar tècniques i processos de creació i recursos tècnics o humans necessaris per al disseny de producció integral d'un treball audiovisual, des dels elements escenogràfics i la imatge de marca fins al projecte gràfic de comercialització.
- Creativitat: capacitat per assumir riscos expressius i temàtics en el marc de les disponibilitats i els terminis de la producció audiovisual, aplicant solucions i punts de vista personals en el desenvolupament dels projectes.

RESULTATS DE L'APRENENTATGE

Com a resultats de l'aprenentatge es pretén el coneixement i l'aplicació pràctica dels continguts i conceptes que s'inclouen en els següents apartats:

- Identificació i anàlisi dels formats televisius.
- Coneixement dels aspectes creatius d'un format televisiu.
- Anàlisi de les audiències del mitjà televisiu.
- Familiarització amb els recursos tècnics i perfils humans necessaris per a produir un format audiovisual.
- Coneixement dels canals de distribució i venda d'aquests formats, com també els mètodes de promoció més habituals.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS



1. TEMA I. LA PRODUCCIÓ AUDIOVISUAL TELEVISIVA

- 1.1 NATURALESSA I PARTICULARITATS
- 1.2 LA PRODUCCIÓ AUDIOVISUAL EN TELEVISIÓ
- 1.3 ANTECENTS HISTÒRICS
- 1.4 LA FIGURA DEL PRODUCTOR

2. TEMA II. LA GENERACIÓ D IDEES

- 1.1 EL PROCÉS D IDEACIÓ I LES FONTS D'INSPIRACIÓ
- 1.2 FASES DEL PROCÉS D'IDEACIÓ
- 1.3 IDEACIÓ I CREATIVITAT
- 1.4 CREACIÓ I DESENVOLUPAMENT DE PROJECTES TELEVISIUS

3. TEMA III. GÈNERES I FORMATS

- 2.1 GÈNERES I FORMATS
- 2.2 LAS CLASSIFICACIONS
- 1.3 INFORMACIÓ I ENTRETENIMENT (HIBRIDACIÓ, GLOBALITZACIÓ I INFOENTRETENIMENT)

4. TEMA IV. EL PROCESO DE PRODUCCIÓ TELEVISIVA

- 1. FASSES DEL PROCÉS DE PRODUCCIÓ
 - 2.1 LA PRE-PRODUCCIÓ
 - 2.2 LA PRODUCCIÓ
 - 2.3 LA POST-PRODUCCIÓ
- 2. LA PLANIFICACIÓ DE LA PRODUCCIÓ TELEVISIVA
 - 2.1 EL GUIÓ
 - 2.2. LESCALETA
 - 2.3 EL PLA DE PRODUCCIÓ
 - 2.4 EL PLA DE RODATGE/TREBALL
 - 2.5 EL PLAN DE FINANÇAMENT
 - 2.6 EL PLAN D'EXPLOTACIÓ

5. TEMA V. EL MODEL TELEVISIU ESPANYOL

- 1. LA TELEVISIÓ ECONÒMICA
- 2. EL MARC LEGAL
- 3. MODELS DE TELEVISIÓ



6. TEMA VI. FACTORS QUE INCIDEIXEN EN LA PRODUCCIÓ TELEVISIVA: LA PROGRAMACIÓ

- 1 LA GRAELLA DE PROGRAMACIÓ
- 2 TIPUS DE PROGRAMACIÓ
- 3 ESTRATEGIES DE PROGRAMACIÓ

7. TEMA VII. FACTORS QUE INCIDEIXEN EN LA PRODUCCIÓ TELEVISIVA: LAUDIÈNCIA

2. ELS TARGETS I LES AUDIÈNCIES
 - 1.2. ELS ESTUDIS QUALITATIUS
 - 1.2 ELS ESTUDIS QUANTITATIUS
- 3 ALTRES PARÀMETRES DE MEDICIÓ

8. TEMA VIII. ELEMENTS DE LA PRODUCCIÓ TELEVISIVA

- 1.1 RECURSOS HUMANS
- 1.2 RECURSOS TÈCNICS

9. TEMA IX. MODES DE PRODUCCIÓ

- 1.1 PRODUCCIÓ PRÒPIA
- 1.2 COPRODUCCIÓ
- 1.3 PRODUCCIÓ ASSOCIADA
- 1.4 PRODUCCIÓ ALIENA

10. TEMA X. EL PRESSUPOST

11. TEMA XI. FINANÇAMENT, EXPLOTACIÓ I PROMOCIÓ DE PRODUCTES AUDIOVISUALS

1. EL FINANÇAMENT: AJUDES I FONS NACIONALES
2. MERCATS, FESTIVALS I CERTAMENS
3. NOVES FORMAS DE PRODUCCIÓ, EXPLOTACIÓ I PROMOCIÓ

**VOLUM DE TREBALL**

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Pràctiques en aula informàtica	45,00	100
Classes de teoria	15,00	100
Estudi i treball autònom	50,00	0
Lectures de material complementari	10,00	0
Preparació d'activitats d'avaluació	30,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGIA DOCENT

Sense docència

AVALUACIÓ

Contactar amb el professor

REFERÈNCIES**Bàsiques**

- MARTÍNEZ ABADÍA, J. (2010): Manual del productor audiovisual. Barcelona, UOC.
- MARZAL, J.; LÓPEZ CANTOS, F.J. (eds.) (2008): Teoría y técnica de la producción audiovisual. Valencia, Tirant lo Blanch.
- SÁINZ, M., (2002): El productor audiovisual. Madrid, Síntesis.
- VIOLAN, E. (2009): Com fer un programa per a televisió. Barcelona, Publicacions ub.
- ZETTL (2000): Manual de producción de televisión. Madrid, Paraninfo.

Complementàries

- BARAYBAR, A. (2006): Marketing en televisión. Madrid, Fragua
- BUSTAMANTE, E. (1999): La televisión económica. Financiación, estrategia y mercados. Barcelona, Gedisa.
- CANCHO GARCÍA, N. E.; GARCÍA TORRES, M.A. (2017): Planificación de proyectos audiovisuales. Tarragona, Altaria.
- COLOM, R. (2006): La industria de la televisión. Barcelona, UOC.
- CONTRERAS, J.M.; PALACIO, M. (2001): La programación televisiva. Madrid, Síntesis.
- DURAN, J.; SÁNCHEZ, L. E. (2008): Industrias de la comunicación audiovisual. Barcelona, Publicacions ub.
- FERNÁNDEZ, E.V.; LINARES, R. (2014): ¡Echa el anzuelo! Estrategias de pitch para jornadas



audiovisuales y proyectos transmedia. Barcelona, UOC.

FRANCÉS, M. (2009): Hacia un nuevo modelo televisivo. Contenidos para la televisión digital. Barcelona, Gedisa.

FRANCÉS, M. (2011): Contenidos y formatos de calidad en la nueva televisión. Madrid, IORTV.

FRANCÉS, M.; OROZCO, G. (coords.) (2016): Nuevos modelos mediáticos. Diversidad, usuarios y ventanas. Madrid, Síntesis.

La industria audiovisual en España

