



FICHA IDENTIFICATIVA

Datos de la Asignatura

Código	33424
Nombre	Ideación y Producción Televisiva
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2023 - 2024

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1301 - Grado Comunicación Audiovisual	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	3	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
1301 - Grado Comunicación Audiovisual	12 - Procesos de creación, producción y realización audiovisual	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
PELLICER ROSELL, MANUEL D.	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

La asignatura *Ideación y producción audiovisual* se incluye en la titulación de grado en los estudios de Comunicación Audiovisual para, desde un enfoque teórico y práctico, formar a los alumnos en el diseño y desarrollo de proyectos audiovisuales para televisión.

Se trata, en consecuencia, de una asignatura esencial en el desarrollo curricular de esta titulación, en la medida en que conforma una parte absolutamente básica del conjunto de materias teóricas y prácticas que el estudiante de comunicación audiovisual deberá conocer al finalizar sus estudios. Unos conocimientos, además, que serán también de gran importancia a lo largo del ejercicio de sus tareas profesionales, dadas las numerosas facetas de los procesos de producción audiovisual que convergen en la asignatura así como las competencias que un graduado en comunicación audiovisual debe poseer para gestionar su actividad profesional de la mejor manera posible.



Los contenidos de la asignatura tienen un doble carácter teórico y práctico, ambos necesarios para desarrollar los temas del programa. Este responde al propósito de que los estudiantes conozcan los procesos y los recursos que se utilizan para producir y desarrollar contenidos televisivos y que abarcan desde la idea inicial hasta la difusión de los mismos. Para ello, los alumnos han de conocer el contexto televisivo de producción, las particularidades de los géneros, los recursos humanos y técnicos necesarios para llevar a cabo un proyecto, así como los procesos de recepción por parte de la audiencia televisiva y las principales directrices de adquisición y distribución de contenidos audiovisuales.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

Es una asignatura para la que no se exigen requisitos previos aunque, teniendo en cuenta la estructura del grado, se considera interesante haber superado de forma satisfactoria las asignaturas de primer curso Empresa y gestión audiovisual y Tecnología I, así como Tecnología II y Estructura de la comunicación e industrias culturales, de segundo.

COMPETENCIAS

1301 - Grado Comunicación Audiovisual

- Conocimiento de los diversos lenguajes, códigos y modos de representación propios de los distintos medios tecnológicos y audiovisuales: fotografía, cine, radio, televisión, vídeo e imagen electrónica, internet, etc. a través de sus propuestas estéticas e industriales, además de su relevancia social y cultural y su evolución a lo largo del tiempo, que deberá generar la capacidad para analizar relatos y obras audiovisuales, considerando los mensajes icónicos como textos y productos de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada.
- Conocimiento y aplicación de las técnicas y procesos de producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases, desde la concepción de un proyecto hasta su comercialización. Dicho conocimiento dará lugar al desarrollo de la capacidad y habilidad para planificar y gestionar los recursos humanos, presupuestarios y medios técnicos, incluyendo todos los procesos implicados en la dirección y gestión de empresas audiovisuales en sus diferentes ámbitos:
 - a) producción cinematográfica y videográfica
 - b) producciones mono-cámara y multi-cámara para TV
 - c) producción radiofónica, discográfica y de otros productos sonoros.
 - d) producción fotográfica, así como otros procesos de creación en el campo de la imagen fija en general, con especial atención a su desarrollo en entornos digitales
 - e) producción de relatos y contenidos multimedia y materiales interactivos.



- Conocimiento y aplicación de las técnicas y procesos de creación y difusión audiovisuales en sus diversas fases, tanto en el cine como en televisión, vídeo y multimedia desde el punto de vista de la puesta en escena desde la idea inicial hasta su acabado final. De ello se deriva la capacidad para crear y dirigir la puesta en escena integral de producciones audiovisuales cinematográficas, videográficas o televisivas, responsabilizándose de la dirección de actores y ajustándose al guión, plan de trabajo o presupuesto previo.
- Conocimiento y aplicación de los diferentes mecanismos y elementos de la construcción del guión atendiendo a diferentes formatos, tecnologías y soportes de producción. También se incluye el conocimiento teórico y práctico de los análisis, sistematización y codificación de contenidos icónicos y la información audiovisuales en diferentes soportes y tecnologías. Capacidad para escribir con fluidez, textos, escaletas o guiones en los campos de la ficción cinematográfica, televisiva, videográfica, radiofónica o multimedia.
- Conocimiento y capacidad para aplicar recursos, elementos, métodos y procedimientos de los procesos de construcción y análisis de los relatos audiovisuales tanto lineales como no lineales, incluyendo el diseño, establecimiento y desarrollo de estrategias, así como las aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en los mercados audiovisuales.
- Capacidad para realizar la ordenación técnica de los materiales sonoros y visuales conforme a una idea utilizando las técnicas narrativas y las tecnologías necesarias para la elaboración, composición, acabado y másterización de diferentes productos audiovisuales y multimedia y para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena a través de las fuentes lumínicas y acústicas naturales o artificiales, atendiendo a las características creativas y expresivas que propone el director del proyecto audiovisual.
- Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y recursos técnicos o humanos necesarios para el diseño de producción integral de un trabajo audiovisual desde los elementos escenográficos y la imagen de marca hasta su proyecto gráfico de comercialización.
- Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción audiovisual, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Como resultados del aprendizaje se pretende el conocimiento y la aplicación práctica de los contenidos y conceptos que se incluyen en los siguientes apartados:

- Identificación y análisis de los formatos televisivos.
- Conocimiento de los aspectos creativos de un formato televisivo.
- Análisis de las audiencias del medio televisivo.



- Conocer los diferentes técnicos y equipos material necesarios para producir un formato audiovisual.
- Conocer los canales de distribución y venta de estos formatos.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. TEMA I. LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL TELEVISIVA

- 1.1 NATURALEZA Y PARTICULARIDADES
- 1.2 LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN TELEVISIÓN
- 1.3 ANTECEDENTES HISTÓRICOS
- 1.4 LA FIGURA DEL PRODUCTOR

2. TEMA II. LA GENERACIÓN DE IDEAS

- 1.1 EL PROCESO DE IDEACIÓN Y LAS FUENTES DE INSPIRACIÓN
- 1.2 FASES DEL PROCESO DE IDEACIÓN
- 1.3 IDEACIÓN Y CREATIVIDAD
- 1.4 CREACIÓN Y DESARROLLO DE PROYECTOS TELEVISIVOS

3. TEMA III. GÉNEROS Y FORMATOS

- 1.1 GÉNEROS Y FORMATOS
- 1.2 LAS CLASIFICACIONES
- 1.3 INFORMACIÓN Y ENTRETENIMIENTO (HIBRIDACIÓN, GLOBALIZACIÓN E INFOENTRETENIMIENTO)

4. TEMA IV. EL PROCESO DE PRODUCCIÓN TELEVISIVA

- 1. FASES DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN
 - 2.1 LA PRE-PRODUCCIÓN
 - 2.2 LA PRODUCCIÓN
 - 2.3 LA POST-PRODUCCIÓN
- 2. LA PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA
 - 2.1 EL GUIÓN
 - 2.2 LA ESCALETA
 - 2.3 EL PLAN DE PRODUCCIÓN
 - 2.4 EL PLAN DE RODAJE/TRABAJO
 - 2.5 EL PLAN DE FINANCIACIÓN
 - 2.6 EL PLAN DE EXPLOTACIÓN



5. TEMA V. EL MODELO TELEVISIVO ESPAÑOL

1. LA TELEVISIÓN ECONÓMICA
2. EL MARCO LEGAL
3. MODELOS DE TELEVISIÓN

6. TEMA VI. FACTORES QUE INCIDEN EN LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA: LA PROGRAMACIÓN

- 1 LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN
- 2 TIPOS DE PROGRAMACIÓN
- 3 ESTRATEGIAS DE PROGRAMACIÓN

7. TEMA VII. FACTORES QUE INCIDEN EN LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA: LA AUDIENCIA

1. LOS TARGETS Y LAS AUDIENCIAS
- 1.1. LOS ESTUDIOS CUALITATIVOS
- 1.2. LOS ESTUDIOS CUANTITATIVOS
- 2 OTROS PARÁMETROS DE MEDICIÓN

8. TEMA VIII. ELEMENTOS DE LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA

- 1.1 RECURSOS HUMANOS
- 1.2 RECURSOS TÉCNICOS

9. TEMA IX. MODOS DE PRODUCCIÓN

- 1.1 PRODUCCIÓN PROPIA
- 1.2 COPRODUCCIÓN
- 1.3 PRODUCCIÓN ASOCIADA
- 1.4 PRODUCCIÓN AJENA

10. TEMA X. EL PRESUPUESTO

11. TEMA XI. FINANCIACIÓN, EXPLOTACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES

1. LA FINANCIACIÓN: AYUDAS Y FONDOS NACIONALES
2. MERCADOS, FESTIVALES Y CERTÁMENES
3. NUEVAS FORMAS DE PRODUCCIÓN, EXPLOTACIÓN Y PROMOCIÓN

**VOLUMEN DE TRABAJO**

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Prácticas en aula informática	45,00	100
Clases de teoría	15,00	100
Estudio y trabajo autónomo	50,00	0
Lecturas de material complementario	10,00	0
Preparación de actividades de evaluación	30,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

Sin docencia

EVALUACIÓN

Contactar con el profesor

REFERENCIAS**Básicas**

- 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.

Complementarias

- 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

