

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	36571
Nom	Ideació i producció televisiva
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2022 - 2023

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1333 - Grau en Comunicació Audiovisual	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	2	Segon quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1333 - Grau en Comunicació Audiovisual	9 - 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 televisiva 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 s'exigeixen requisits previs

COMPETÈNCIES

1333 - Grau en Comunicació Audiovisual

- Que els estudiants siguen capaços de treballar en equip, de comunicar les pròpies idees i d'integrar-se en projectes comuns destinats a l'obtenció de resultats.
- Que els estudiants tinguen la capacitat i la creativitat necessàries per a assumir riscos expressius i temàtics en el marc de les disponibilitats i terminis de la producció comunicativa, aplicant solucions i punts de vista fundats en el desenrotllament dels projectes.
- Capacitat per a buscar, seleccionar, llegir, interpretar i analitzar textos i documents tant escrits com audiovisuals (capacitat analítica, sintètica i crítica) .
- Iniciativa, creativitat, credibilitat, honestetat, imatge, esperit de lideratge i responsabilitat tant de manera individual com corporatiu.
- Capacitat per a experimentar i innovar per mitjà del coneixement i l'ús de mètodes i tècniques aplicats.
- Coneixement dels diversos llenguatges, codis i modes de representació propis dels distints mitjans tecnològics i audiovisuals: fotografia, cine, 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 a 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 processos de producció i difusió audiovisuals en les seues diverses fases, des de la concepció d'un projecte fins a la seua comercialització. El dit coneixement donarà lloc al desenrotllament de la capacitat i habilitat per a planificar i gestionar els recursos humans, pressupostaris i mitjans tècnics, incloent tots els processos implicats en la direcció i gestió d'empreses audiovisuals en els seus diferents àmbits.



- Coneixement i aplicació de les tècniques i processos de creació i difusió audiovisuals en les seues diverses fases, tant en el cine com en televisió, vídeo i multimèdia des del punt de vista de la posada en escena des de la idea inicial fins al seu acabat final. D'això es deriva la capacitat per a 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 pressupost previ.
- Coneixement i capacitat per a aplicar recursos, elements, mètodes i procediments dels processos de construcció i anàlisi dels relats audiovisuals tant lineals com no lineals, incloent el disseny, establiment i desenrotllament d'estratègies, així com les aplicacions de les polítiques de comunicació persuasiva en els mercats audiovisuals.
- Coneixement teoricopràctic de les tecnologies aplicades als mitjans de comunicació audiovisuals (fotografia, ràdio, so, televisió, vídeo, cine, i suports multimèdia) , incloent la capacitat per a utilitzar-los en la construcció i manipulació dels diversos productes que comprén l'àmbit de la comunicació audiovisual.
- Capacitat per a 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 seu projecte gràfic de comercialització.
- Creativitat: capacitat per a assumir riscos expressius i temàtics en el marc de les disponibilitats i terminis de la producció audiovisual, aplicant solucions i punts de vista personals en el desenrotllament dels projectes.

RESULTATS DE L'APRENTATGE

Aplicar las tècniques i processos de producció i difusió audiovisuals en les seues diverses fasses.

Planificar recursos humans.

Identificar les estructures organitzatives en el camp de la comunicació visual i sonora.

Escriure textos adaptats al mitjà.

Escriure escaletes adaptades al mitjà.

Analitzar estructures, continguts i estils de la programació televisiva i radiofònica.

Aplicar solucions pròpies en el desenvolupament dels projectes audiovisuals.

Treballar en equip.

Posar en valor les pròpies propostes.

Assumir la responsabilitat d'un projecte propi.



Desenvolupar un treball creatiu i de recerca.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. TEMA I. LA PRODUCCIÓ AUDIOVISUAL TELEVISIVA

- 1.1 Naturallesa i particularitats
- 1.2 La producció audiovisual en televisió
- 1.3 Tipologia i funcions del productor

2. TEMA II. LA GENERACIÓ D 'IDEES

- 2.1 El procés d'ideació i les fonts d'inspiració
- 2.2 Fases del procés d'ideació del procés d'ideació
- 2.3 Ideació i creativitat
- 2.4 Creació i desenvolupament de projectes televisius

3. TEMA III. GÈNERES I FORMATS

- 2.1 GÈNERES i FORMATS
- 2.2 LAS CLASSIFICACIONS
- 1.3 HIBRIDACIÓ, GLOBALITZACIÓ i INFOENTRETENIMENT.

4. TEMA IV. EL PROCÉS DE PRODUCCIÓ TELEVISIVA

- 4.1. Fasses del procés de producció
 - 4.1.1 La pre-producció
 - 4.1.2 La producció
 - 4.1.3 La post-producció
- 4.2 La planificació de la producció televisiva
 - 4.2.1 El guió i el pre-guió
 - 4.2.2 Lescaleta
 - 4.2.3 El Pla de producció
 - 4.2.4 El Pla de rodatge/treball
 - 4.2.5 El Pla de finançament
 - 4.2.6 El Pla 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: L'AUDIÈNCIA

- 7.1.1 Els estudis qualitatius
- 7.1.2 Els estudis quantitius
- 7.2 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

- 9.1 Producció pròpia
- 9.2 Producció associada
- 9.3 Coproducció
- 9.4 Intercanvi

10. TEMA X. EL PRESSUPOST

- 10.1 Lelaboració del 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
Assistència a esdeveniments i activitats externes	5,00	0
Elaboració de treballs en grup	30,00	0
Estudi i treball autònom	30,00	0
Lectures de material complementari	15,00	0
Preparació d'activitats d'avaluació	10,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGIA DOCENT

Lliçó magistral

Realització de projectes audiovisuals

Estudis i anàlisis de casos

Exposició en l'aula i treballs per grups

AVALUACIÓ

Prova escrita final 40 %

Valoració de l'aprenentatge tècnic (treball en grup en l'aula) 60 %

Per a ser avaluat positivament, en ambdues proves s'haurà d'obtenir una qualificació mínima de 5 sobre 10.

Els requisits d'avaluació seran equivalents tant en la primera convocatòria com en la segona.

El sistema general de qualificacions seguirà la normativa de la Universitat de València aprovada pel Consell de Govern del dia 30 de maig del 2017. ACGUV 108/2017.



REFERÈNCIES

Bàsiques

- 10.1 Referencias Básicas

- ARANA, E. (2011): Estrategias de programación televisiva. Madrid, Síntesis
- CLARÉS-GAVILÁN, J.; MERINO, C.; NEIRA, E. (2019): La revolución over the top. Del vídeo bajo demanda (VoD) a la televisión por internet. Barcelona, UOC.
- MARTÍNEZ ABADÍA, J.; FERNÁNDEZ DÍEZ, F. (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.
- MEDINA, E.; DÍAZ, J. (2017): La producción en televisión. Contexto, herramientas y proceso. Compress Comunicación.
- OBRADORS, M. (2007) Creatividad y generación de ideas. Estudio de la práctica creativa en cine y publicidad. PUV.
- PARDO, A. (2015): Fundamentos de producción y gestión de proyectos audiovisuales. Pamplona, EUNSA.
- TOLEDO, Sergio (2012): Como crear programas de televisión. La creatividad y su aplicación a lo audiovisual. Laertes.
- ZALLO, R. (2011): Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital. Barcelona, Gedisa.
- ZALLO, R (2016): Tendencias en comunicación. Cultura digital y poder. Barcelona, Gedisa.

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.



LEJARZA, M.; GÓMEZ, S. (2013): Televisores cuadrados, ideas redondas. Algunas historias de la televisión. Madrid, Planeta.

MEDINA DE LA VIÑA, E.; MORENO DÍAZ, J. (2017): La producción en televisión. Contexto, herramientas y proceso. Madrid, Ommpress Comunicación.

MIÑARRO, L. (2013): Cómo vender una obra audiovisual. Una aproximación a la distribución de contenidos audiovisuales. Barcelona, UOC.

MIÑARRO, L. (2013): Cómo vender una obra audiovisual. Una aproximación a la distribución de contenidos audiovisuales. Barcelona, UOC.

MOLLÀ, D (2013): La producción cinematográfica. Las fases de creación de un largometraje. Barcelona, UOC.

NEIRA, E. (2020): Streaming wars. La nueva televisión. Barcelona, Planeta.

RODRÍGUEZ, P. (2013): Todo lo que hay que saber de contenidos audiovisuales. Wolters Kluwer España.

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.