

Géneros Televisivos

Código: 103071

Créditos ECTS: 6

2025/2026

Titulación	Tipo	Curso
Comunicación Audiovisual	OP	3

Contacto

Nombre: Ángel Custodio Gómez González

Correo electrónico: angelcustodio.gomez@uab.cat

Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

Prerrequisitos

Sería interesante que el alumnado hubiera cursado alguna asignatura de guion así como la asignatura de Teoría y Análisis de la TV.

Objetivos y contextualización

Esta asignatura tiene un enfoque eminentemente práctico y profesional, por lo que está diseñada en formato de taller donde poner en práctica diferentes técnicas creativas en el aula con el objetivo de idear, diseñar, preproducir y presentar, ante un tribunal de profesionales del sector audiovisual, una propuesta de formato de entretenimiento televisivo de no ficción.

El objetivo final de la asignatura es, por tanto, la ideación, diseño y desarrollo de un formato de televisión dentro del macro-género de entretenimiento para presentar a productoras y cadenas de televisión.

Trabajaremos la ideación y el desarrollo de todos los aspectos relacionados con la creatividad y el contenido del entretenimiento televisivo, así como los aspectos económicos, técnicos y de producción. Se trata del formateo, preproducción y pitching de un formato de televisión.

Se desarrollará la biblia completa, incluyendo aspectos de producción, realización y presupuesto, así como el dossier de venta del formato final y su pitching ante las cadenas de televisión. Estamos hablando de la elaboración, a nivel de papel, de un piloto de programa de televisión acompañado de su correspondiente biblia de formato.

Los objetivos secundarios derivados de la práctica principal serán:

- el conocimiento de las diferentes aproximaciones teóricas al estudio de los géneros televisivos;
- el conocimiento de las convenciones expresivas y narrativas de los distintos géneros televisivos (excepto los géneros informativos y de ficción); y,
- la introducción a la ideación, diseño, producción y realización de formatos televisivos.

Resultados de aprendizaje

1. KM15 (Conocimiento) Definir las principales teorías y modelos relativos a los géneros televisivos y cinematográficos.
2. SM14 (Habilidad) Demostrar las destrezas necesarias para la gestación de contenidos adaptados a cada género audiovisual.
3. SM15 (Habilidad) Aplicar la imaginación y creatividad a la ideación de contenidos.

Contenido

Esta asignatura plantea tres ejes principales de contenido:

1. Los géneros televisivos: aproximación teórica en clave de estudio de diferentes casos
2. Ideación, producción y realización de los géneros televisivos.
3. Tipología de los géneros y sus claves expresivas y comunicativas (formatos de no ficción).

La adquisición de estos contenidos se desarrollarán mediante dos fases:

Fase 1: En esta fase se trabajarán diferentes técnicas de creatividad para poder generar un catálogo de ideas de formatos sobre los que poder elegir la propuesta final a desarrollar como formato el resto del curso. Tendrá lugar antes de Semana Santa y se espera que los/las alumnos/as acaben el taller con una idea clara de proyecto final, del cual desarrollarán la estructura y sus contenidos genéricos de formato. Después de Semana Santa, se trabajará el proyecto seleccionado a nivel de contenido, estructura de formato y escaleta de contenido. Los ejercicios de creatividad que se desarrollarán en esta fase serán:

TÉCNICA CREATIVA	EXERCICIO PRÁCTICO
Técnica 1: Creatividad Inside Out	Conectar con la propia experiencia para generar material creativo. Algunos ejemplos televisivos. Exercicio práctico: Comenzando a crear a través de la propia biografía personal
Técnica 2: La hibridación	La hibridación de dos contenidos diferentes como factor de innovación. Algunos ejemplos televisivos. Exercicio práctico: el frankenstein.
Técnica 3: La sorpresa	La originalidad y la sorpresa como elemento de atracción. Exercicio práctico: el punto de partida extremo.
Técnica 4: El naming	Aprendiendo a nombrar programas y contenidos. Exercicio práctico: Dime cómo se llama y convénceme para que te lo compro
Técnica 5: Las secciones de un magazine	Usando secciones de un magazine como elemento de creación de un nuevo formato.

Exercicio práctico: Inventando secciones para un magazine.

Técnica 6: La iconicidad Inventando elementos de atracción en el guion con apariencia visual.

Exercicio práctico: creando iconos

Técnica 7: Branded Content Creando contenidos para marcas.

Exercicio práctico: Creaciónde un formato con una marca detrás.

Fase 2: A partir de finales de abril, i mediante tutorías con el profesor (mentoring), los/las alumnos/as desarrollarán los aspectos de producción, económicos, estéticos y técnicos del formato elegido y, paralelamente, se preparará la presentación del pitching del formato (teaser, dossier, etc) con unas sesiones competenciales específicas. Aquí se contemplarán sesiones de tutorías específicas (aspectos comerciales y legalse, escenografía y decorados, criterios de realitzación, grafismo, plan de producción, presupuesto, etc...). El proceso culminará con el pitching del formato a final del curso acadèmic delante de profesionales de la industria audiovisual con responsabilidades en contenidos. De manera obligatoria, esta presentación contará con un demo/teaser del formato y un dossier de venta, que se trabajarán de manera independiente, durante las últimas semanas del curs.

Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases teóricas	15	0,6	KM15, SM15, KM15
Prácticas de laboratorio	22,5	0,9	SM14, SM15, SM14
Seminarios	15	0,6	KM15, KM15
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	7,5	0,3	KM15, SM14, SM15, KM15
Tipo: Autónomas			
Lectura de textos académicos, preparación y planificación del trabajo práctico	83	3,32	KM15, SM14, KM15

1. Sesiones teóricas y seminarios, en donde se darán las claves fundamentales para la adquisición de las competencias asociadas a la asignatura así como también se procederá al visionado analítico de productos.
2. Sesiones prácticas en forma de taller de creatividad y seminarios, en donde los alumnos deberán planificar, discutir críticamente y ejecutar un producto televisivo en clave genérica.

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura.

Nota: El contenido de la asignatura será sensible a los aspectos relacionados con la perspectiva de género y con el uso del lenguaje inclusivo

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Evaluación

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Ejercicios del Taller de Creatividad televisiva	40%	5	0,2	KM15, SM14, SM15
Ideación de un formato televisivo y producción de un teaser	40%	1	0,04	KM15, SM14, SM15
Presentación proyecto	20%	1	0,04	KM15, SM14, SM15

La asignatura solo puede superarse con la evaluación continuada.

Para aprobar el curso es obligatorio asistir a las sesiones del taller de creatividad y presentar todos los ejercicios así como presentar todos los documentos solicitados y hacer una presentación o defensa del formato delante de un panel de profesionales del sector audiovisual constituido para la ocasión. La asistencia a las tutorías y sesiones de seguimiento, junto con los documentos, presentación, defensa y biblia del formato, serán el 100% de la nota final según la siguiente distribución:

Evaluación	Ejecución	% Nota
Exercicios de cada Técnica del Taller de creatividad	grupal/indiv.	40%
Biblia final del formato desarrollado	Grupal	40%
Defensa/pitching del formato (dossier de venta, flyer, teaser, power point, etc.)	Grupal	20%

Sólo el apartado de la Biblia de formato será susceptible de reevaluación.

NO EVALUABLE

Según el punto 9 del artículo 266 de la Normativa Académica de la UAB, "cuando se considere que el o la estudiante no ha podido aportar suficientes evidencias de evaluación, esta asignatura ha de calificarse como no evaluable".

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

En esta asignatura, no está permitido el uso de tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) en ninguna de sus diferentes fases, con la excepción del ejercicio sobre naming del taller de creatividad. Cualquier trabajo que incluya fragmentos generados por IA será considerado una falta de honestidad académica y puede conllevar una penalización parcial o total en la nota de la actividad, así como sanciones mayores en casos de gravedad.

PLAGIO

En el caso que el o la estudiante realice cualquier irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, se calificará con un 0 este acto de evaluación, con independencia del proceso disciplinario que se pueda instruir. En caso de que se produzcan diversas irregularidades en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0.

Bibliografía

Bibliografía básica

ARROYO, Isidoro. (2005): *La profesión de crear*. Ediciones Laberinto: Madrid.

BARROSO, Jaime (1996), *La realización de los géneros televisivos*, Madrid: Síntesis.

BASTÉ, Carme Y PERALTA, Miquel. (2016): *Sorprender cada minuto y medio. El guion en la televisión de entretenimiento y actualidad*. Editorial UOC: Barcelona.

BERGER, Asa. (1992) *Popular Culture Genres*, Newbury Park: Sage.

CAMERON, Julia. (2015): *El camino del artista. Un curso de descubrimiento y rescate de tu propia creatividad. La biblia de los creativos reconocida mundialmente*. 11ª Edición. Ediciones Aguilar: Madrid.

COLOM, Ramon., CANALS, Joan. Y CUSTODIO, Ángel. (2006): *La Industria de la televisión*. Editorial UOC: Barcelona.

CREEBER, Glen, MILLER, Toby and TULLOCH, John (2008), *The television Genres Book*, London: BFI.

EDGERTON, G.R. and ROSE, B.G. (eds) (2005), *Thinking outside the box: a contemporary televisión genre reader*, Lexington: University Press of Kentucky

GONZÁLEZ REQUENA, Jesús (1988): *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*, Madrid: Cátedra.

GORDILLO, Immaculada, (2009), *Manual de narrativa televisiva*, Madrid: Síntesis.

GUERRERO, Enrique (2010): "El Desarrollo de proyectos audiovisuales: adquisición y creación de formatos de entretenimiento" en *Comunicación y Sociedad*, Vol. XXIII. Núm. 1, págs. 237-273

IMBERT, Gerard (2003): *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Gedisa: Barcelona

KAMINSKY, Stuart M. and MAHAN, Jeffrey H. (1988) *American television genres*, Chicago: Nelson-Hall.

LACALLE, Rosario (2001): *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*. Gedisa: Barcelona.

NEWCOMB, Horace (ed) (2000), *Television : the critical view* New York, etc. : Oxford University Press.

O'DONNELL, Victoria (2007), *Television Criticism*, Thousand Oaks, Calif.: Sage.

SALÓ, Gloria (2003): *¿Qué es eso del formato?*. Gedisa: Barcelona.

VIOLAN, Enric. (2008): *Com fer un programa per a televisió. L'elaboració del projecte. De la idea a l'emissió.* Publicacions i edicions de la Universitat de Barcelona: Barcelona.

Software

El alumnado deberá utilizar el software de libre elección necesario para la edición de sus proyectos audiovisuales.

Grupos e idiomas de la asignatura

La información proporcionada es provisional hasta el 30 de noviembre de 2025. A partir de esta fecha, podrá consultar el idioma de cada grupo a través de este [enlace](#). Para acceder a la información, será necesario introducir el CÓDIGO de la asignatura

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(PLAB) Prácticas de laboratorio	41	Catalán	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(TE) Teoría	4	Catalán	segundo cuatrimestre	mañana-mixto