

Titulación	Tipo	Curso
Comunicación Audiovisual	OP	3

Profesor/a de contacto

Nombre : Angel 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

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

- KM15 (Definir las principales teorías y modelos relativos a los géneros televisivos y cinematográficos.) Definir las principales teorías y modelos relativos a los géneros televisivos y cinematográficos.
- SM14 (Demostrar las destrezas necesarias para la gestación de contenidos adaptados a cada género audiovisual.) Demostrar las destrezas necesarias para la gestación de contenidos adaptados a cada

- género audiovisual.
- SM15 (Aplicar la imaginación y creatividad a la ideación de contenidos.) Aplicar la imaginación y creatividad a la ideación de contenidos.

Contenidos

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 1: Creatividad Inside Out

Conectar con la propia experiencia para generar material creativo. Algunos ejemplos televisivos.

Ejercicio práctico: empezar a crear a partir de la propia biografía personal.

Técnica 2: La hibridación

La hibridación de dos contenidos diferentes como motor de innovación. Algunos ejemplos televisivos.

Ejercicio práctico: el Frankenstein.

Técnica 3: La sorpresa

La originalidad y la sorpresa como elemento de atracción.

Ejercicio práctico: el punto de partida extremo.

Técnica 4: El naming

Aprender a nombrar programas y contenidos.

Ejercicio práctico: dime cómo se llama y convénceme de que te lo compre.

Técnica 5: Las secciones de un magacín

Uso de secciones de un magacín como elemento de creación de un nuevo formato.

Ejercicio práctico: inventando secciones para un magacín.

Técnica 6: La iconicidad

Inventar elementos de atracción y sorpresa en el guion con apariencia visual.

Ejercicio práctico: creando iconos.

Técnica 7: Branded content

Creación de contenidos para marcas.

Ejercicio práctico: creación de un formato con una marca.

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 legales, escenografía y decorados, criterios de realización, grafismo, plan de producción, presupuesto, etc...). El proceso culminará con el pitching del formato a final del curso académico 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
Lectura de textos académicos, preparación y planificación del trabajo práctico	83	3,32	KM15, SM14
Seminarios	15	0,6	KM15
Clases teóricas	15	0,6	KM15, SM15

Tutorías	7,5	0,3	KM15, SM14, SM15
Prácticas de laboratorio	22,5	0,9	SM14, SM15

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 que el profesorado estime conveniente.

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
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
Ejercicios del Taller de Creatividad televisiva	40%	5	0,2	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
Ejercicios 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 y las imágenes del teaser de formato (video). 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 television 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*.

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. 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

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