

# Índice

## INTRODUCCIÓN | 7

### 1. INDUSTRIA Y CONTEXTO DE LA PRODUCCIÓN EN TELEVISIÓN | 9

- 1.1. ¿De qué hablamos cuando hablamos de televisión? | 9
- 1.2. La televisión pública en España | 12
  - 1.2.1. Televisión pública de cobertura nacional | 12
  - 1.2.2. Televisión pública de ámbito autonómico | 14
  - 1.2.3. Televisión local o de proximidad | 15
- 1.3. La televisión privada en España | 16
  - 1.3.1. Atresmedia | 16
  - 1.3.2. Mediaset España | 18
  - 1.3.3. Grupo Vocento | 19
  - 1.3.4. Unidad Editorial | 21
  - 1.3.5. El cierre de los canales TDT | 22
  - 1.3.6. Nuevas licencias, nuevos canales | 24
- 1.4. La televisión digital por ADSL/fibra y satelital | 25
  - 1.4.1. Movistar+ | 25
  - 1.4.2. Orange TV | 27
  - 1.4.3. Vodafone TV | 27
- 1.5. Televisión digital por cable | 27
- 1.6. La televisión bajo demanda (servicios VOD, *video on demand*) | 28
- 1.7. La televisión digital en movilidad | 30
- 1.8. Fuentes de financiación de las cadenas | 31
  - 1.8.1. La publicidad | 31
  - 1.8.2. Los abonados a un canal de pago | 37
  - 1.8.3. Subvención pública y canon | 37
- 1.9. Gestión de programas: explotación y derechos | 39
- 1.10. Actividades del capítulo | 42

### 2. LOS Y LAS PROFESIONALES DE LA TELEVISIÓN | 43

- 2.1. El organigrama de una cadena de televisión | 43
- 2.2. El equipo humano | 45
  - 2.2.1. Producción | 45
  - 2.2.2. Dirección y realización | 47
  - 2.2.3. Equipo de fotografía e iluminación | 48
  - 2.2.4. Sonido | 49
  - 2.2.5. Postproducción | 50
  - 2.2.6. Guión | 50
  - 2.2.7. Redacción | 50
  - 2.2.8. Documentación | 51
  - 2.2.9. Equipo artístico | 52
  - 2.2.10. Escenografía | 52
  - 2.2.11. Caracterización, maquillaje y peluquería | 52
  - 2.2.12. Efectos especiales | 53
  - 2.2.13. Otros equipos | 53
- 2.3. Hacia profesionales polivalentes | 53

- 2.4. Profesionales audiovisuales y creación de contenidos transmedia | 58
- 2.5. La seguridad en el plató: la prevención de riesgos laborales en el sector audiovisual | 59
  - 2.5.1. Algunos riesgos generales en el plató y en el rodaje en exteriores | 60
  - 2.5.2. Profesiones especiales dentro del medio audiovisual | 64
  - 2.5.3. Consejos generales para el equipo de producción | 65
  - 2.5.4. Externalizaciones y contrataciones | 67
- 2.6. Actividades del capítulo | 68

### 3. LA CONTRATACIÓN DEL EQUIPO | 69

- 3.1. El contrato de autor | 69
- 3.2. La contratación del equipo artístico | 72
- 3.3. La contratación del equipo técnico | 74

### 4. LAS RELACIONES ENTRE LA CADENA Y LA PRODUCTORA: FÓRMULAS Y MERCADO | 77

- 4.1. Tipos de producción | 77
  - 4.1.1. Según el plazo del proceso de producción | 77
  - 4.1.2. Según el procedimiento de producción | 78
  - 4.1.3. Según el lugar en el que se produce | 80
  - 4.1.4. Según los medios utilizados en la producción | 83
  - 4.1.5. Según la forma de producción | 86
- 4.2. Las fórmulas de producción | 87
  - 4.2.1. Producción propia | 88
    - 4.2.1.1. Producción propia interna | 88
    - 4.2.1.2. Producción propia externa o financiada | 89
  - 4.2.2. Producción asociada | 91
  - 4.2.3. Coproducción | 92
  - 4.2.4. Producción ajena | 93
- 4.3. La creación y venta de un formato | 93
  - 4.3.1. La creación | 95
    - 4.3.1.1. El piloto | 97
  - 4.3.2. La compra | 100
    - 4.3.2.1. La compra de una serie | 101
    - 4.3.2.2. Principales mercados de compra y venta | 103
    - 4.3.2.3. Principales festivales de televisión | 110
  - 4.3.3. La adaptación | 112
  - 4.3.4. El contrato de producción | 114
  - 4.3.5. Principales empresas productoras de contenidos televisivos | 115
- 4.4. Actividades del capítulo | 127

**5. EL PROCESO DE PRODUCCIÓN | 129**

- 5.1. Fases del proceso de producción | 129
  - 5.1.1. Desarrollo o pre-producción | 129
  - 5.1.2. Organización y preparación | 130
  - 5.1.3. Ejecución del programa | 131
  - 5.1.4. Postproducción | 131
  - 5.1.5. Comercialización | 132
- 5.2. Herramientas necesarias para la producción del programa | 132
  - 5.2.1. Plan de trabajo y plan de producción | 132
  - 5.2.2. Desglose y plan de grabación/rodaje | 137
  - 5.2.3. Escaleta | 142
  - 5.2.4. Orden diaria de grabación/rodaje/trabajo | 148
  - 5.2.5. El parte de producción | 154
  - 5.2.6. El parte de cámara y otros | 157
- 5.3. El presupuesto del programa | 157
  - 5.3.1. El beneficio industrial | 160
- 5.4. El estándar de producción | 161
  - 5.4.1. Tendencias | 164
  - 5.4.2. La producción de programas en relación a su estándar de producción | 164
- 5.5. Organización de la emisión de un programa en directo | 169
  - 5.5.1. La puesta en marcha del programa | 170
  - 5.5.2. Preparación diaria del programa | 171
  - 5.5.3. El directo | 172
- 5.6. Actividades del capítulo | 176

**6. LA PROMOCIÓN DEL PRODUCTO TELEVISIVO | 177**

- 6.1. Marketing en televisión | 177
- 6.2. La promoción de los programas en televisión | 179
- 6.3. Las autopromociones | 180
  - 6.3.1. Nuevas estrategias | 188
- 6.4. Actividades del capítulo | 192

**7. TIPOLOGÍA DE LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN | 193**

- 7.1. La clasificación de las producciones | 194
  - 7.1.1. Educativos | 195
  - 7.1.2. Grupos específicos | 196
  - 7.1.3. Religiosos | 196
  - 7.1.4. Deportivos | 197
  - 7.1.5. Noticias | 197
  - 7.1.6. Magacines y divulgativos | 198
  - 7.1.7. Ficciones y dramas | 199
  - 7.1.8. Musicales | 204
  - 7.1.9. Variedades | 204
  - 7.1.10. Concursos | 205
  - 7.1.11. *Reality show* | 205
  - 7.1.12. *Talk show* | 206
  - 7.1.13. Otros programas | 206
- 7.2. Actividades del capítulo | 207

**ANEXO I. MODELO DE CONTRATO PARA UNA COPRODUCCIÓN ENTRE UNA CADENA DE TELEVISIÓN Y UNA EMPRESA EXTERNA | 208****ANEXO II. CONTRATO DE OBRA POR ENCARGO (PRODUCCIÓN FINANCIADA) | 216****ANEXO III. CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN SOBRE CONTENIDOS TELEVISIVOS E INFANCIA | 219****BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS | 227**

