

Curso de formatos televisivos: cómo se crean y diferencias con una adaptación internacional

El curso consta de **6 clases**, de dos horas de duración (12 horas), impartidas en modalidad presencial en la sede de la Asociación de la Prensa de Madrid (C/ Juan Bravo, 6) los días **25 y 27 de mayo, 1, 3, 8 y 10 de junio**, de 16:30 a 18:30 horas.

Todo el temario impartido irá acompañado de ejemplos prácticos en vídeo, documentos en PDF u otro tipo de formato.

Impartido por **Begoña Marín, directora de desarrollo en España de la productora internacional Dopamine**. Ha sido directora de múltiples formatos de televisión, como *Levántate All Stars* (Telecinco), *Madrid Directo* (Telemadrid), *Prodigios* (TVE) o *40 no es nada* (HBO Max Latam), tanto a nivel nacional e internacional, así como desarrolladora de formatos en varias productoras de referencia, como Plural, La Competencia, Mandarin y Boca Boca.



Índice de contenidos

Clase 1. EL GIRO RADICAL DE LAS CADENAS

25 de mayo, de 16:30 a 18:30 horas

- Situación actual de las principales cadenas y por qué.
- El avance de las plataformas, también llamadas OTT ¿son realmente un peligro para la televisión en abierto?
- Diferencia entre género de televisión y formato. Ejemplos prácticos.
- Ejemplos visuales de los diferentes tipos de formatos: *reality*, *emotainment*, *concursos*...

Clase 2. TENDENCIAS Y DIFERENCIA ENTRE OPCIÓN INTERNACIONAL O FORMATO PAPER

27 de mayo, de 16:30 a 18:30 horas

- Ejemplos prácticos de las tendencias actuales en cuanto a los tipos de formatos.
- Ventajas e inconvenientes de la compra externa o la creatividad de un formato en una productora.
- El principal mercado de compra y venta MIPCOM Y MIPTV. Llegada de Conecta Fiction & Entertainment
- ¿Qué es The Wit Database? Informe The cool. Lo conocemos.

- Las principales distribuidoras de inspiración. Ejemplos: Red Arrow, ITV, etc.
- Fuentes de inspiración para un formato creado: otras cadenas, distribuidoras, mercados de formatos, *newsletters*...
- Elementos a tener en cuenta antes de hacer un formato.

Clase 3. CÓMO CREAR UN FORMATO ORIGINAL I

1 de junio, de 16:30 a 18:30 horas

- Comienzo de la práctica que se extenderá a lo largo del curso: Creación de un formato de televisión.
- La cadena determina el formato. ¿Qué perfil tiene ahora cada cadena?, ¿qué buscan? y ¿quiénes son?
- Elementos a tener en cuenta a la hora de ir a la venta al canal: franja a la que vamos dirigidos, perfil del canal y del espectador.
- El formato *paper* creado en una productora ¿qué es?
- ¿Quién lo crea?, ¿por dónde se empieza?, ¿cómo sabemos el enfoque? y ¿por dónde empezamos? Ejemplos.
- Ejemplos de formatos creados en productoras.
- Diferencia entre dossier y *flyer*.

Clase 4. CÓMO CREAR UN FORMATO ORIGINAL II

3 de junio, de 16:30 a 18:30 horas

- Estructura del documento, elementos a tener en cuenta.
- Ejemplos prácticos de formatos creados en productora (I+D) y emitidos en cadenas nacionales.
- La importancia de la promo para la venta. ¿Qué estructura debe llevar? Ejemplos. ¿Por qué es necesario hacerla?
- El speech ¿cómo se enfoca? Tiempo estimado por formato 15'.

Clase 5. EL FORMATO OPCIONADO INTERNACIONAL

8 de junio, de 16:30 a 18:30 horas

- Ejemplos de éxito y de fracaso de formatos opcionados en España.
- Análisis de los elementos que han hecho que sea un éxito o un fracaso.
- ¿Por qué a veces no triunfa un formato internacional a pesar de su éxito fuera?
- ¿Qué es y para qué sirve una biblia de un formato? Elementos de los que se compone... Ejemplo práctico.
- ¿Cómo y cuándo se hace una biblia?

Clase 6. EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LA PRÁCTICA DE LOS ALUMNOS

10 de junio, de 16:30 a 18:30 horas

- Exposición (simulación de *speech* de venta) de los formatos creados por los alumnos y alumnas.
- Análisis: Aciertos y errores del documento, la promoción y la venta.