

ÍNDICE

La creatividad.....	13
Teorías sobre la creatividad.....	15
Tipos de pensamiento.....	17
Usos de la creatividad	19
Etapas del proceso creativo	19
Técnicas de creatividad	20
Hábitos y costumbres para una actitud creativa	27
La creatividad vista por profesionales, pensadores, creativos e investigadores.....	29
Recolección y exposición sobre lo creativo	35
Introducción	39
La televisión	41
Televisión y cultura & cultura y televisión.....	41
La televisión y sus contenidos en el mundo.....	42
La televisión y sus contenidos en España	47
Dedicatoria y agradecimiento.....	59
Creatividad televisiva.....	61
Creador y creativo.....	62
El proceso de creación: desde la idea hasta el programa, pasando por el formato	64
La adaptación	85
La receta del programa de éxito	
Coeficiente de confluencia	87
Los estrenos: una historia llena de fracasos	93
Dar audiencia a la “Audiencia”	94
Cápsulas reflexivas:	108
Una idea es una idea.....	108
Los géneros	109
Enganchar al espectador.....	110
Crear para lo masculino y/o lo femenino	111
Nuevo modelo de producción creativa y creación productiva	112

Estrategias de la televisión actual	
“dirigir espectadores “	113
Del espectador pasivo al activo. Del prime time al my time y al social time	113
¿Crear en solitario o en grupo?	115
Los problemas de la creación televisiva	115
Impedimentos para la libertad creativa	117
Crear empresas con voluntad creativa.....	120
Televisión & Internet	123
Branded Content. Televisión al servicio de la publicidad.....	124
USP (Unique Selling Proposition)	124
John de Mol y la creación de un formato	126
La televisión del futuro	126
Conclusiones	129
Conclusiones generales	129
Modelo “ESAE” para la creación de programas	145
Test “STA de viabilidad de un formato	146
“Reacción en cadena” y “Rebelión en las aulas”	149
Epilogo	171
Bibliografía.....	173

BIBLIOTECA