

Índice

Agradecimientos	3
Prólogo	7
Introducción	15
¿Qué producir? el valor de los contenidos	19
1. ¿Por qué quiero producir?	21
2. ¿Cómo quiero que sea mi empresa de producción de contenidos?	22
3. Modelos de producción ¿Para quién producir?	24
4. ¿Qué quiero producir y para que sector o subsector?	26
5. Creación de contenidos de éxito: el tono del contenido.....	34
¿Quién produce? equipo y talento	37
1. Producción ejecutiva: en tierra de nadie: la producción ejecutiva ¿Qué es? ¿Quién hace?	39
2. El productor creativo	40
3. Produciendo para otros.....	42
4. El productor y su maleta.....	43
5. El productor de televisión	43
6. El productor transmedia: un nuevo perfil de productor	44
7. Esquemas, posiciones, responsabilidades y tareas del equipo	47
¿Cómo desarrollar un proyecto audiovisual?	53
1. Definición d desarrollo.....	55
2. Dimensión del proyecto	56
3. Preguntas antes de iniciar un proyecto	57
4. Elementos del desarrollo	63
Pitching o cómo vender un proyecto en 5 minutos	75
1. El concepto de Pitching.....	77
2. La preparación.....	79
3. Estructura base de pitch.....	86
4. Tipos de pitch	90
5. El seguimiento: post pitch	91
6. El lenguaje corporal: ¿Qué comunicamos y cual es el proceso?.....	92
¿Cómo financiar un proyecto audiovisual? Fuentes de financiación	97
1. Fuentes de financiación.....	100

2. Financiación de las producciones.....	110
3. Planes	112
¿Cómo producir? Las distintas fases de la producción audiovisual: preproducción, producción y postproducción	115
1. Fases de la producción y los procesos de producción.....	118
2. Nuevos conceptos de reducción: el crowdsourcing	129
¿Para quién producir? La audiencia.....	131
1. La fragmentación de la audiencia y la fragmentación generacional	134
2. El espectador de cine.....	136
3. La audiencia televisiva.....	137
4. La audiencia de video en internet y en móvil.....	139
5. Nuevos perfiles de la audiencia en internet y en movilidad.....	140
6. ¿Cómo fidelizar a una audiencia?	143
¿Para qué mercado? El mercado audiovisual	149
1. El entorno del mercado	151
2. Definición del mercado audiovisual.....	152
3. El tamaño del mercado: unas cifras de referencia para situarnos	154
4. Cadena de valor multiplataforma	155
5. Las ventanas de explotación.....	157
6. El webcasting	159
7. El mercado internacional.....	161
¿Cómo llegar a la audiencia? Marketing, promoción y distribución.....	169
1. Materiales de promoción y venta	172
2. Promoción vs. Publicidad	176
3. Nuevas formulas y plataformas de distribución.....	178
4. Nuevas herramientas de marketing	180
Conclusiones	185
Glosario	191
Bibliografía	205
Epílogo.....	209