

Planificación de la realización en **televisión**

Ana Lucía de Vega Martín

Con
soluciones
de los
ejercicios



Planificación de la realización en televisión

© Ana Lucía de Vega Martín

© De la edición: PUBLICACIONES ALTARIA, S.L.

Se ha puesto el máximo interés en ofrecer al lector una información completa y precisa. No obstante, PUBLICACIONES ALTARIA, S.L. no asume ninguna responsabilidad derivada del uso, ni tampoco por cualquier violación de patentes y otros derechos de terceros que pudieran ocurrir mientras este libro esté destinado a la utilización de aficionados o a la enseñanza. Las marcas o nombres mencionados son únicamente a título informativo y son propiedad de sus registros legales.

Reservados todos los derechos.

Ninguna parte de este libro puede ser reproducida, registrada en sistema de almacenamiento o transmitida de ninguna forma ni por cualquier procedimiento, ya sea electrónico, mecánico, reprográfico, magnético o cualquier otro. Queda también prohibida la distribución, alquiler, traducción o exportación sin la autorización previa y por escrito de PUBLICACIONES ALTARIA, S.L.

ISBN: 978-84-948119-8-9

Depósito legal: B 5894-2021

Revisado por: Patricia Llácer

Impreso en España - *Printed in Spain*

Editado por:

PUBLICACIONES ALTARIA, S.L.

info@altariaeditorial.com

Tel. 935161966

Barcelona

CONSULTE NUESTRO CATÁLOGO POR INTERNET:

<http://www.altariaeditorial.com>

Podrá estar al corriente de todas las novedades.

¿A quién va dirigido el libro?

Este libro desarrolla los principales puntos del currículum oficial del módulo «Planificación de la Realización en Televisión», perteneciente al Ciclo Formativo de Grado Superior de «Realización de Proyectos Audiovisuales y Espectáculos». Profesores, alumnos y todo aquel interesado en el mundo de la televisión, encontrarán en estas páginas gran cantidad de información relacionada con todos sus procesos de planificación, producción y emisión.

Convenciones generales

Este libro está estructurado en catorce capítulos, repletos de ejercicios, prácticos, que permitirán afianzar en todo momento los contenidos teóricos ofrecidos. A lo largo de los diferentes capítulos, el lector podrá introducirse en el mundo de la televisión, conociendo así sus géneros y formatos, su propia narrativa audiovisual, sus técnicas de programación, su legislación y sus propios procesos de creación.

Al final de cada capítulo, el lector podrá encontrar un gran número de ejercicios prácticos que permitirán ilustrar de una manera más clara los conceptos ofrecidos a lo largo de cada capítulo. Esto le permitirá una mayor comprensión y consolidación de los mismos, así como una profunda reflexión sobre algunos de los temas más intrincados de la televisión.

Índice general

¿A quién va dirigido el libro?	3
Convenciones generales	3

Capítulo 0

Introducción19

0.1 Perfil profesional del título: Descripción	19
0.2 Perfil profesional del título: Competencias	20
0.3 Entorno profesional	22
0.4 Objetivos generales	23
0.5 Contenidos básicos	26
0.5.1 Definición de las características y el formato de un programa de televisión.....	26
0.5.2 Desarrollo de la escaleta de realización del programa de televisión	27
0.5.3 Preparación de los materiales para la preproducción de un programa de televisión.....	27
0.5.3 Planificación de la realización multicámara en el control de televisión.....	27
0.5.4 Planificación del movimiento de la acción en la realiza- ción multicámara: tiros de cámara y movimientos	28
0.5.5 Control de tiempos de emisión, publicidad y autopromoción en la continuidad de televisión	28
0.5.6 Resultados del aprendizaje	28

Capítulo 1

El lenguaje audiovisual33

1. Dimensiones del lenguaje audiovisual	34
1.1. Dimensión morfológica	34
1.1.1 Elementos visuales	35
1.1.2 Elementos sonoros.....	37

1.2 Dimensión sintáctica.....	37
1.2.1 Planos	38
1.2.1.1 Gran plano general	38
1.2.1.2 Plano general.....	39
1.2.1.3 Plano entero.....	39
1.2.1.4 Plano americano.....	40
1.2.1.5 Plano medio.....	40
1.2.1.6 Primer plano.....	41
1.2.1.7 Primerísimo primer plano.....	41
1.2.1.8 Plano detalle	42
1.2.1.9 Cámara subjetiva	42
1.2.1.10 Ángulos.....	43
1.2.1.11 Ángulo normal.....	43
1.2.1.12 Ángulo picado.....	44
1.2.1.13 Ángulo contrapicado.....	44
1.2.1.14 Ángulo nadir.....	45
1.2.1.15 Ángulo cenital	45
1.2.1.16 Holandés o aberrante	46
1.2.2 Composición	46
1.2.2.1 Líneas verticales.....	46
1.2.2.2 Líneas horizontales.....	47
1.2.2.3 Líneas inclinadas y curvas.....	48
1.2.2.4 Aire	48
1.2.2.5 Regla de los tercios	48
1.2.2.6 Simetría	49
1.2.3 Movimientos de cámara.....	49
1.2.3.1 Panorámica	49
1.2.3.2 <i>Travelling</i>	50
1.2.3.3 <i>Zoom</i>	50
1.3 Dimensión semántica	50
1.3.1 Elipsis.....	51
1.3.2 Metonimia	51
1.3.3. Sinécdoque	51
1.3.4 Hipérbole.....	52
1.3.5 Comparación.....	52
1.4 Comprueba lo que has aprendido:	52
1.5 Ejercicios prácticos:	54
1.6 Para reflexionar.....	56

Capítulo 2

La industria de la televisión.....59

2.1 Origen del medio	60
2.1.1 Antecedentes.....	60
2.1.2 Primeros pasos de la televisión.....	61
2.1.3 La llegada del color	64
2.1.4 Cambio de siglo.....	65
2.1.5 Actualidad y futuro.....	66

2.2 Emisoras televisivas.....	66
2.2.1 Primeras emisoras de televisión.....	67
2.2.2 La Segunda Guerra Mundial.....	67
2.2.3 Emisoras de televisión en España.....	68
2.2.3.1 La televisión pública.....	69
2.2.3.2 TVE 2: una emisora para la inmensa minoría.....	70
2.2.3.3 Las emisoras autonómicas.....	71
2.2.3.4 Las emisoras privadas.....	72
2.3 Plataformas digitales de televisión.....	72
2.3.1 Plataformas de televisión en España.....	73
2.4 Productoras televisivas.....	74
2.4.1 Productoras de televisión en España.....	75
2.4.1.1 Bulldog.....	75
2.4.1.2 Cuarzo Producciones.....	76
2.4.1.3 Fremantle Media.....	76
2.4.1.4 Unicorn.....	76
2.4.1.5 La Fábrica de la Tele.....	76
2.4.1.6 Diagonal TV.....	77
2.4.1.7 Boomerang TV.....	77
2.4.1.8 Gestmusic.....	78
2.4.1.9. Warner Bros. ITVP España.....	78
2.4.1.10. MediaPro.....	78
2.4.1.11. Globomedia.....	79
2.4.1.12. Catorce.....	79
2.4.1.13 7 y Acción.....	80
2.5 Comprueba lo que has aprendido.....	80
2.6 Ejercicios prácticos.....	82
2.7. Para reflexionar.....	82

Capítulo 3

Géneros y formatos de un programa

de televisión.....	85
3.1 Géneros de televisión.....	86
3.1.1 Tipología de los hipergéneros.....	88
3.1.1.1 Ficcional.....	88
3.1.1.2 Informativo.....	88
3.1.1.3 Docudramático.....	89
3.1.1.4 Publicitario.....	89
3.1.1.5 Entretenimiento.....	89
3.2 Formatos de televisión.....	90
3.2.1 Género informativo: formatos.....	90
3.2.1.1 Fórmulas periodísticas.....	91
3.2.1.2 El informativo.....	91
3.2.1.3 El reportaje.....	93
3.2.1.4 El documental.....	94
3.2.1.5 La entrevista.....	96

3.2.1.6 El debate.....	97
3.2.1.7 <i>Infoshow</i>	98
3.2.2 Género ficcional: formatos	99
3.2.2.1 <i>Sitcom</i>	99
3.2.2.2 <i>Soap opera</i>	100
3.2.2.3 Telenovela	101
3.2.2.4 Antología.....	101
3.2.2.5 Series dramáticas o de acción	102
3.2.2.6 Miniserie	102
3.2.2.7 <i>TV movie</i>	103
3.2.2.8 Nuevos híbridos ficcionales	104
3.2.3 Género docudramático: formatos	104
3.2.3.1 <i>Talk show</i>	105
3.2.3.2 Docuserie	106
3.2.3.3 <i>Reality show</i>	106
3.2.3.4 <i>Celebrity show</i>	107
3.2.4 Género publicitario: formatos	107
3.2.4.1 <i>Spot</i> publicitario	108
3.2.4.2 Reportajes de productos	108
3.2.4.3 Microespacios publicitarios.....	109
3.2.4.4 <i>Product placement</i>	109
3.2.4.5 Bartering.....	109
3.2.4.6 Patrocinio	109
3.2.4.7 <i>Merchandising</i> televisivo	110
3.2.4.8 Publicidad interna	110
3.2.4.9 Publicidad externa.....	110
3.2.4.10 <i>Advertainment</i>	110
3.2.4.11 Publicidad invasiva	110
3.2.4.12 Noticia publicitaria.....	110
3.2.4.13 Publicidad integrada.....	111
3.2.4.14 Ráfagas o segmentos de continuidad	111
3.2.5 Género de entretenimiento: formatos	111
3.2.5.1 Magacines	112
3.2.5.2 Concursos	112
3.2.5.3 Musicales.....	113
3.2.5.4 Humor	113
3.2.5.6 Variedades	114
3.2.5.7 Galas temáticas.....	114
3.2.5.8 Retransmisiones deportivas	114
3.3 Programas de televisión.....	115
3.3.1 Criterio «anagráfico»	115
3.3.2 Criterio de programación.....	115
3.3.3 Criterio de periodicidad	115
3.4 Comprueba lo que has aprendido	116
3.5 Ejercicios prácticos	117
3.6 Para reflexionar.....	117

Capítulo 4

Técnicas de programación en televisión...121

4.1 La programación televisiva	123
4.2 Factores que determinan la programación.....	124
4.2.1 La legislación.....	124
4.2.1.1 La publicidad	124
4.2.1.2 Menores y televisión	126
4.2.1.3 Contraprogramación	127
4.2.2 Reglas de consumo televisivo.....	128
4.2.2.1 Estaciones del año y días de la semana	128
4.2.2.2 Franjas horarias	129
4.2.3 Imagen de la emisora.....	130
4.2.3.1 Perfil de la audiencia	130
4.3. El programador	132
4.4 Estrategias y técnicas de programación.....	132
4.4.1. Estrategia de localización: técnicas	133
4.4.2 Estrategia de formato: técnicas.....	134
4.4.3 Estrategia de caracteres: técnicas	135
4.4.4 Estrategia para la publicidad: técnicas	135
4.5 La parrilla de televisión.....	135
4.5.1 Proceso de construcción	136
4.5.1.1 Criterio plurianual.....	136
4.5.1.2 Temporadas de televisión.....	136
4.5.1.3 El plan semanal	137
4.6. Comprueba lo que has aprendido	137
4.7 Ejercicios prácticos	139
4.8 Para reflexionar.....	139

Capítulo 5

La iluminación expresiva.....143

5.1 Conceptos básicos de iluminación.....	144
5.1.1 Temperatura de color.....	145
5.1.1.1 Balance de blancos.....	146
5.1.2 El color	147
5.1.3 Psicología del color	149
5.2. Esquemas de iluminación	150
5.2.1 Funciones de las fuentes principales de iluminación ...	150
5.2.2 Triángulo de iluminación.....	151
5.2.3 Iluminación para la acción continua	152
5.2.4 Iluminación de grandes áreas.....	153
5.2.5 Iluminación con fondo oscuro.....	153
5.2.6 Iluminación de una silueta.....	154

5.2.7 Control de sombras en los ojos.....	154
5.3 Cómo hacer un esquema de iluminación	154
5.4 <i>Chroma key</i>	155
5.4.1 Creación de un <i>chroma key</i>	156
5.4.2 Iluminación de un <i>chroma key</i>	156
5.4.2.1 Iluminación del fondo	156
5.4.2.2. Iluminación del sujeto.....	157
5.5 Narratividad de la luz	158
5.6 Comprueba lo que has aprendido	159
5.7. Ejercicios prácticos	160
5.8 Para reflexionar.....	162

Capítulo 6

El sonido expresivo.....165

6.1 Conceptos básicos del sonido.....	166
6.1.1 Intensidad.....	166
6.1.2 Tono.....	167
6.1.3 Duración	169
6.1.4 Timbre.....	169
6.2 El espectro audible.....	169
6.3 Microfonía en televisión.....	170
6.3.1 Tipos de micrófono según su transductor.....	171
6.3.1.1 Micrófonos dinámicos	171
6.3.1.2 Micrófonos de condensador.....	172
6.3.1.3. Micrófonos de cápsula «electret»	172
6.3.1.4 Micrófonos de cinta	172
6.3.2 Direccionalidad: patrones polares	173
6.3.2.1 Patrón polar omnidireccional	173
6.3.2.2 Patrón polar bidireccional:	174
6.3.2.3 Patrón polar cardioide	174
6.3.2.4 Patrón polar supercardioide	174
6.3.2.5 Patrón polar hipercardioide	175
6.4 Narratividad del sonido.....	175
6.5. Comprueba lo que has aprendido	176
6.6 Ejercicios prácticos	178
6.7. Para reflexionar.....	179

Capítulo 7

El guion y la escaleta en televisión.....183

7.1 El guion en televisión	184
7.2 Fases en la construcción de guiones para	

televisión	185
7.2.1 La idea.....	186
7.2.2 Sinopsis o argumento	186
7.2.3 La escaleta.....	187
7.2.4 Tratamiento	188
7.2.5 Guion literario y guion técnico.....	188
7.3 Inicios y actualidad del guion en televisión:.....	190
7.4 Evaluación de un guion para televisión	190
7.5 Cómo crear un buen guion en televisión.....	192
7.6 La escaleta de televisión.....	193
7.7 Elementos de la escaleta de televisión	193
7.8 Comprueba lo que has aprendido	194
7.9 Ejercicios prácticos	196
7.10 Para reflexionar.....	215

Capítulo 8

La preproducción en televisión.....219

8.1 La preproducción televisiva	220
8.2 El desglose de un guion	221
8.2.1 Creación de una hoja de desglose.....	222
8.2.1.1 Señalización del guion	222
8.2.2 Desglose de reparto.....	223
8.2.3 Desglose de localizaciones	223
8.2.4 Desglose de utilería y <i>atrezzo</i>	224
8.2.5 Desglose de vestuario	224
8.3 Material audiovisual de archivo	226
8.3.1 Archivos de radiodifusión	226
8.3.2 Museos audiovisuales.....	226
8.3.3 Archivos audiovisuales nacionales.....	226
8.3.4 Archivos académicos	226
8.3.5 Archivos especializados	227
8.3.6 Archivos de productoras o estudios.....	227
8.3.7 Archivos regionales, ciudades o municipios.....	227
8.4 Agencias de noticias	227
8.4.1 Agence France Presse.....	228
8.4.2 EFE.....	229
8.4.3 Reuters	229
8.4.4. ANSA	229
8.4.5 Associated Press	230
8.5 Búsqueda de localizaciones	230
8.5.1 Criterios de búsqueda.....	232

8.6 Equipo técnico en televisión.....	232
8.6.1 Departamento de producción.....	232
8.6.1.1 Productor ejecutivo	232
8.6.1.2 Asesor de contenidos	233
8.6.1.3 Diseñador audiovisual.....	233
8.6.1.4 Guionista.....	233
8.6.1.5 Productor	233
8.6.1.5.1 Programa pregrabado	234
8.6.1.5.2 Programa en directo.....	234
8.6.1.6 Asistente de producción	234
8.6.2 Departamento de imagen.....	235
8.6.2.1 Realizador	235
8.6.2.2 Continuista	235
8.6.2.3 Regidor de televisión	235
8.6.2.4 Mezclador	235
8.6.2.5 Cámara	235
8.6.2.6 Operador de control de vídeo.....	236
8.6.2.7 Operador de grafismos	236
8.6.2.8 Iluminador	236
8.6.3 Departamento de sonido.....	237
8.6.3.1 Jefe de sonido	237
8.6.3.2 Microfonista.....	237
8.6.3.3 Diseñador de sonido	238
8.6.4 Departamentos de decorado, maquillaje y vestuario ...	238
8.6.4.1 Escenógrafo	238
8.6.4.2 Montadores.....	238
8.6.4.3 Utilería y <i>atrezzo</i>	238
8.6.4.4 Maquillaje, vestuario y peluquería	238
8.7 Comprueba lo que has aprendido	239
8.8 Ejercicios prácticos	241
8.9 Para reflexionar.....	241

Capítulo 9

El grafismo en televisión.....245

9.1 El grafismo televisivo	246
9.2 Grafismo de la cadena	247
9.2.1 Mosca	247
9.2.2 Logotipo.....	247
9.2.3 Cortinillas	248
9.2.4 Sobreimpresiones de autopromoción.....	248
9.3 Grafismo de los programas	249
9.3.1 Ráfagas.....	249
9.3.2 Logotipo.....	249
9.3.3 Cabecera.....	250
9.3.4 Créditos.....	250
9.4 Grafismo informativo	250
9.4.1 Rótulos	250

9.4.1.1 Titulares	250
9.4.1.2 Rótulos informativos	251
9.4.1.3 Rótulos de contenido	252
9.4.2 <i>Catch</i> o ventana	252
9.4.3 Careta	253
9.4.4 <i>Crawl</i>	253
9.4.5 Sobreimpresiones informativas	254
9.4.6 Subtítulos	254
9.4.7 Escenarios virtuales	254
9.5 Comprueba lo que has aprendido	255
9.6 Ejercicios prácticos	256
9.7 Para reflexionar	257

Capítulo 10

Sistemas virtuales de edición261

10.1 Los inicios de la edición en el cine:	262
10.2 La edición de vídeo en televisión	264
10.3 Edición analógica y edición lineal	265
10.3.1 Edición por corte	265
10.3.2 Edición A/B <i>roll</i>	265
10.4 La edición digital	266
10.5 <i>Software</i> de edición de vídeo y audio	267
10.5.1 Final Cut	268
10.5.2 iMovie	269
10.5.3 Windows Movie Maker	270
10.5.4 Adobe Premiere	270
10.5.5 Sony Vegas	271
10.5.6 InVideo	272
10.5.7 Shotcut	273
10.5.8 DaVinci Resolve	274
10.5.9 Avid Media Composer	275
10.6 Comprueba lo que has aprendido	276
10.7 Ejercicios prácticos	278

Capítulo 11

Realización multicámara281

11.1 La realización en televisión: concepto	282
11.2 Consejos para una buena realización multicámara	283
11.2.1 Mismos parámetros	284

11.2.2 Objetivos	285
11.2.3 Comprobación de las conexiones.....	285
11.2.4 Colocación de cámaras	286
11.3 Signos de puntuación	286
11.4 El realizador	287
11.4.1 Principales tareas del realizador:	287
11.5 Comprueba lo que has aprendido	288
11.6. Ejercicios prácticos	289
11.7 Para reflexionar.....	290

Capítulo 12

Escenografía para televisión293

12.1 Tipos de escenografía en televisión.....	294
12.1.1 Escenarios de área abierta	294
12.1.2 Escenarios por módulos	295
12.1.3. Escenarios panelados.....	295
12.1.4 Escenarios <i>chroma key</i>	295
12.1.5 Escenarios virtuales	296
12.2 La escenografía virtual	297
12.2.1 El <i>set</i> virtual.....	297
12.2.2 Planificación de la escenografía virtual.....	298
12.3 Claves para la planificación de un proyecto escenográfico.....	299
12.3.1 Investigación y análisis de la documentación.....	299
12.3.2 Planimetría y bocetos.....	299
12.3.3 Arte escénico	300
12.3.4 Normativas y seguridad.....	300
12.3.5 Presupuesto y calendario	300
12.4 El suelo de plató	301
12.5 Características de un buen decorado en televisión	302
12.6 El éxito de la escenografía.....	302
12.7 Comprueba lo que has aprendido	302
12.8 Ejercicios prácticos	304
12.9 Para reflexionar.....	304

Capítulo 13

Departamento de continuidad

en televisión307

13.1 Continuidad televisiva308

13.2 Principales piezas de continuidad televisiva ..309

13.2.1 Continuidad de marca corporativa dentro del discurso audiovisual.....309

13.2.2 Continuidad de marca corporativa fuera del discurso de emisión310

13.2.3 Continuidad de marca del producto310

13.3 La autopromoción como elemento de continuidad311

13.4 La escaleta de continuidad312

13.4.1 Escaleta de planificación312

13.4.2. Escaleta de emisión312

13.5 El trabajo en el departamento de continuidad 313

13.5.1 Comprobación de la escaleta de emisión.....313

13.5.2 Comprobación del contenido313

13.5.3 Emisión de directos.....313

13.6 Comprueba lo que has aprendido314

13.7 Ejercicios prácticos316

13.8 Para reflexionar.....316

Capítulo 14

Propiedad intelectual319

14.1 Los derechos de autor.....320

14.1.1 ¿Quién puede considerarse autor?321

14.1.1.1 Obra en colaboración321

14.1.1.2 Obra colectiva.....321

14.1.1.3 Obra compuesta322

14.1.1.4 Obra independiente.....322

14.1.1.5 Obra derivada322

14.1.1.6 Colecciones y bases de datos322

14.2 Obras y títulos originales322

14.3 El derecho moral.....323

14.3.1 *Mortis causa*.....324

14.4 Derechos de explotación324

14.4.1 Reproducción.....324

14.4.2 Distribución.....324

14.4.3 Comunicación pública.....324

14.4.4 Transformación.....326

14.5 Obras cinematográficas y demás obras audiovisuales	326
14.5.1 Autores	326
14.5.2 Cesión en exclusiva y límites	327
14.5.3 Modificación de la versión definitiva	327
14.6 Registro de la Propiedad Intelectual	327
14.7 Comprueba lo que has aprendido	327
14.8 Ejercicios prácticos	329
14.9 Para reflexionar.....	330

Solucionario

Capítulo 1	335
Capítulo 2	339
Capítulo 3	343
Capítulo 4	345
Capítulo 5	349
Capítulo 6	355
Capítulo 7	359
Capítulo 8	383
Capítulo 9	387
Capítulo 10	391
Capítulo 11	395
Capítulo 12	399
Capítulo 13	403
Capítulo 14	407