

PLANIFICACIÓN DE LA REALIZACIÓN EN TELEVISIÓN

REALIZACIÓN DE PROYECTOS AUDIOVISUALES Y ESPECTÁCULOS

Ilerna

ILERNA

© Ilerna Online S.L., 2021

Maquetado e impreso por Ilerna Online S.L.

© Imágenes: Shutterstock

Impreso en España - Printed in Spain

Reservados todos los derechos. No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio (electrónico, mecánico, fotocopia, grabación u otros) sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright. La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual.

Ilerna Online S.L. ha puesto todos los recursos necesarios para reconocer los derechos de terceros en esta obra y se excusa con antelación por posibles errores u omisiones y queda a disposición de corregirlos en posteriores ediciones.

1.ª edición: septiembre 2021

ÍNDICE

Planificación de la realización en televisión

1. Definición de las características y el formato de un programa de televisión.....	6
1.1. Tipos de empresas de televisión.....	7
1.2. El organigrama funcional de los departamentos y de las áreas de trabajo	13
1.3. Géneros televisivos y formatos	18
1.4. La evolución de los programas de televisión	22
1.5. El proceso de producción en la televisión	23
1.6. Producción de los distintos modelos de realización en televisión	24
1.7. Técnicas y estrategias de programación en televisión.....	25
1.8. Características de la audiencia y de los estudios	28
1.9. Metodología de análisis de un programa de televisión.....	33
2. Control del tiempo de emisión, publicidad y autopromoción de la continuidad en televisión.....	36
2.1. El uso de los recursos narrativos en la realización en televisión	37
2.2. La publicidad.....	39
2.3. La escaleta de programa y de continuidad.....	42
2.4. Elaboración de la escaleta de programa y de continuidad.....	44
2.5. Desconexiones territoriales.....	46
3. Desarrollo del guion y la escaleta de realización del programa de televisión.....	48
3.1. Fases del guion: de la idea en el guion literario al guion técnico	49
3.2. Estructura, ritmo y recursos narrativos en ficciones y en programas de televisión	55
3.3. Coordinación entre los equipos de realización y de producción	57
3.4. Modelos de desglose del guion de realización del programa de televisión	57
3.5. Aplicación de soluciones audiovisuales a la transformación de un guion literario en escaleta.....	62
3.6. Redacción del plan de trabajo.....	66

4. Preparación de los materiales para la preproducción de un programa de televisión	68
4.1. Determinación de las necesidades de material audiovisual en programas de televisión	69
4.2. Procedimientos de obtención de materiales audiovisuales.....	70
4.3. Preparación del material de los VTR, el audio y el grafismo	73
4.4. Elaboración de documentación técnica de los materiales VTR y los materiales sonoros	76
4.5. Sistemas virtuales de edición y de redacción de noticias y documentos audiovisuales.....	79
4.6. Planificación, registro, selección y evaluación de los materiales audiovisuales.....	82
4.7. Gestión de recursos protegidos por la propiedad intelectual ..	85
5. Planificación de la realización multicámara en el control de televisión.....	88
5.1. La puesta en escena en proyectos de ficción y programas de televisión	89
5.2. Control de la locución en la televisión.....	93
5.3. Planificación de la escenografía para la televisión	95
5.4. Escenografía virtual	104
5.5. Los ejes y el sentido direccional en la realización multicámara	105
5.6. Planificación del movimiento de la acción en la realización multicámara	110
5.7. Técnicas de articulación del espacio y el tiempo en la realización de televisión	120
5.8. Técnicas de articulación de la imagen y el sonido en programas de televisión	123
5.9. Determinación de los efectos de iluminación deseados para el programa de televisión.....	128





1

**DEFINICIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS Y EL
FORMATO DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN**

A lo largo de este tema, se abarcarán distintos asuntos relacionados con las **características de la televisión** y los distintos tipos de géneros y formatos de los programas que podemos encontrar en las parrillas.

En concreto, nos centraremos en los distintos **tipos de empresas televisivas** que podemos encontrar, su titularidad y su ámbito de emisión, así como en los principales **géneros y formatos** de este medio de comunicación. Es importante destacar, además, que haremos hincapié en las nuevas tendencias televisivas que han surgido con la aparición de las TIC y que nos han llevado hasta la aparición de la **hipertelevisión**.

Por otro lado, nos centraremos en **cómo funciona un plató** de televisión, repasando todos sus departamentos y áreas de trabajo y los distintos espacios necesarios para realizar un programa. Igualmente, analizaremos la manera de **programar la parrilla televisiva**, hablando de las estrategias que se pueden seguir para conseguir **continuidad** entre los diversos programas.

También trataremos las distintas **fases de trabajo en la producción** en televisión, así como los distintos **materiales técnicos** que podamos necesitar, haciendo hincapié en los diversos **modelos de realización** que podemos utilizar y en el análisis de los productos y/o programas.

1.1. TIPOS DE EMPRESAS DE TELEVISIÓN

Como en cualquier negocio, en la televisión existen distintos tipos de empresas que trabajan con un mismo fin: ofrecer una **buena parrilla televisiva** a su público objetivo. Estas empresas suelen pertenecer a grandes grupos de comunicación privados o a corporaciones públicas.

Este panorama televisivo es complejo, por lo que intentaremos explicarlo de la mejor manera posible y repasaremos las principales empresas televisivas, haciendo hincapié en las más importantes.

Es importante que concibas en la televisión como algo amplio y que forma parte de nuestros tiempos. Cuando hablemos de los distintos tipos de empresas, piensa que estas podrán emitir a través de **una pantalla de televisión habitual**, un **ordenador**, una **tableta** e incluso una aplicación **móvil**.

¡El paradigma televisivo está cambiando!

A continuación repasaremos los tres **tipos de empresas de televisión** más importantes:

- **Emisoras**

Los emisoras de televisión pueden ser **canales privados**, gestionados por empresas y cuyas fuentes de financiación provienen de la publicidad y de inversiones de capital privado, o **canales públicos**, que se financian a través de fondos publicitarios y los presupuestos del Estado.

Los canales públicos deben realizar un servicio público por ley, a diferencia de los canales privados, cuya programación suele estar centrada en conseguir beneficios económicos.

- **Públicas:** las televisiones públicas estatales en España pertenecen a **Radio Televisión Española**. Estas son las cadenas más importantes:

- **La 1.**
- **La 2.**
- **Clan.**
- **24 horas.**
- **Teledeporte.**

- **Privadas:** existen multitud de cadenas televisivas privadas, a continuación se citarán los **conglomerados de comunicación** más importantes y sus principales cadenas:

- **Atresmedia:** Antena3, LaSexta, Neox, Nova, Mega, Atreseries.
- **Mediaset:** Telecinco, Cuatro, FDF, Boing, Divinity, Energy, Be Mad.
- **Vevo tTelevisión:** DMAX, GOL.
- **Net TV:** Disney Channel y Paramount Networks.

- **Productoras y empresas de servicio**

Además de las propias emisoras y canales, también existen empresas que se dedican a **crear material televisivo** propio que después venderán a las diferentes plataformas comunicativas para que sean ellas quienes las emitan.

Es decir, las productoras de servicios son agencias que ofrecen sus programas (tanto información como ficción o entretenimiento) a los principales conglomerados televisivos **a través de un pago monetario**.

Algunas de las **productoras más importantes** son:

- **La Fábrica de la Tele:** uno de sus programas emblemáticos es *Sálvame*.
- **Gestmusic:** con su programa estrella *Operación Triunfo*.
- **Bulldog:** con *Supervivientes*, por ejemplo.

- **El Terrat:** con *La Resistencia*.
- **Globomedia:** con programas tan conocidos como *El Intermedio*.

BUSCA EN LA WEB

Si quieres conocer un poco más sobre el mundo de las productoras televisivas, haz clic en las siguientes noticias:

“¿Cuáles son las 45 productoras que mandan en la televisión española?” (Producción Audiovisual).

<https://bit.ly/3lvYJSH>



“Estas son las productoras españolas que trabajan para Netflix” (Producción Audiovisual).

<https://bit.ly/3ftcKN7>



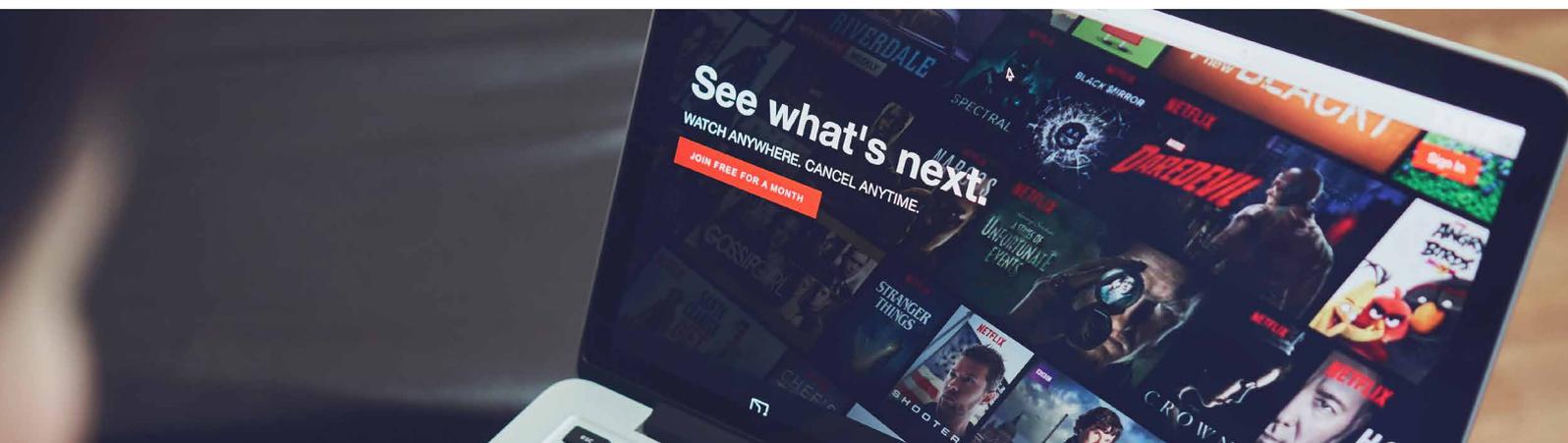
• Plataformas digitales de televisión

Debido al auge de las **nuevas tecnologías y la llegada de internet**, la televisión ha ido cambiando y, sobre todo, la forma en la que se consume. Tanto es así que las antiguas emisoras cuentan con plataformas de contenido, aplicaciones tanto para televisión como para teléfonos inteligentes y retransmisiones en *streaming*.

Todo ello ha hecho que el mundo del consumo televisivo se haya transformado vertiginosamente en los últimos años y se haya transitado hacia un modelo de negocio de **vídeo bajo demanda**.

A continuación, citaremos algunas de las **plataformas más importantes**:

- **Netflix**: se trata de una de las principales plataformas, se podría decir que es la líder en el mercado español. Destaca principalmente por la gran cantidad de producciones propias con las que cuenta, tales como *Stranger Things* o *Black Mirror*. Además, cuenta con distintos perfiles de usuarios, lo que permite compartir la cuenta en familia o con amigos conservando la privacidad.
- **HBO**: es la empresa retadora en el mercado español, y también una de las principales. En este caso, la plataforma se centra (según su filosofía y valores) en ofrecer contenido de calidad. Además, sigue ofreciendo contenido semana a semana, lo que hace que el ritmo de visionado sea más relajado.
- **Prime Video**: es la plataforma de contenidos de Amazon. Aunque sus usuarios no sean tantos como los de Netflix o HBO, Prime Video está intentando acercarse poco a poco a sus competidores. Además, contratando la plataforma también se contrata el servicio Prime de Amazon, que se utiliza como gancho promocional.
- **Movistar+**: se trata de una de las plataformas más completas en cuanto a contenidos. Su principal característica es que, además de ofrecer series y películas, también ofrece contenido televisivo de sus principales canales.
- **Filmin**: esta plataforma apuesta por el cine independiente y el cine de autor europeo. Cuenta, además, con películas que han participado en certámenes cinematográficos y que son difíciles de encontrar en las plataformas más comerciales. Además, también ofrece sus servicios en forma de alquiler, por lo que puedes adquirir nada más que una película o suscribirte.





¿SABÍAS QUE...?

6 de cada 10 internautas ven la TV en plataformas de contenido digitales. ¡Es más!, este dato crece a 8 de cada 10 en el caso de jóvenes españoles de entre 16 y 24 años.

Te recomendamos que eches un vistazo a este artículo:

“3 de cada 10 internautas está suscrito a una plataforma de contenido en streaming” (Kantar).

<https://bit.ly/3tnDF2C>



1.1.1. TITULARIDAD

Según su titularidad, podemos encontrar cadenas de ámbito **nacional, autonómico y local**. Citamos algunas de las más importantes:

- **Ámbito nacional:**

Todas las emisoras que se han tratado en el punto anterior, tanto públicas como privadas, tienen una titularidad de ámbito nacional. Esto quiere decir que se pueden ver en todo el territorio español. Cabe destacar, además, que algunas de ellas se pueden ver a través de internet, lo que hace que el alcance se haga mayor a través de ese medio de comunicación.

- **Ámbito autonómico:**

A continuación se citan las principales televisiones autonómicas y sus canales. De la misma forma, debemos tener en cuenta que también se suelen ofrecer a través de internet, consiguiendo así una mayor audiencia.

- **Andalucía:** Canal Sur, Canal Sur 2, Andalucía Tv, BOM Cine.
- **Aragón:** Aragón TV.
- **Asturias:** TPA7, TPA8, TPA9.
- **Islas Baleares:** IB3, Canal 4.
- **Islas Canarias:** TV Canaria.
- **Cantabria:** Popular TV Cantabria.
- **Cataluña:** TV3, Super3, Canal 33, 3/24, Esport3, IB3 Global, 8TV, Barça TV, RAC 105.

- **Castilla y León:** CYL 7, La 8 CYL.
- **Castilla-La Mancha:** CMM TV.
- **Extremadura:** Canal Extremadura.
- **Galicia:** TVG, TVG2.
- **Comunidad de Madrid:** Telemadrid, La Otra, BOM Cine, 13 TV Madrid, Hit Tv, El Toro TV, CGTN-Español, Real Madrid TV.
- **Región de Murcia:** 7 RM, TV Murciana, Popular TV R. Murcia.
- **Navarra:** Navarra Televisión, Navarra Televisión 2.
- **Comunidad Valenciana:** El Punt, La 8 Mediterráneo.
- **La Rioja:** Televisión Rioja, Popular TV La Rioja.
- **País Vasco:** ETB1, ETB2, ETB4.

• **Ámbito local:**

Este tipo de canales emiten de manera local, en algunos casos, de forma insular (Canarias y Baleares). De todas formas, y como en cualquier otra titularidad, muchos de ellos se pueden ver a través de internet, rompiendo así estas fronteras imaginarias.

- **Canales insulares Canarias:** Localia, Canal 11, La Provincia.
- **Canales insulares Baleares:** 13TV, Cabal 4, Eivissa TV.
- **Andalucía:** Cadena Indal, Onda Cádiz, Granada TV, OndaLuz.
- **Aragón:** Huesca TV, Zaragoza TV, La General TV.
- **Asturias:** Canal 10, TeleAvilés, Oviedo TV.
- **Cantabria:** Tele Costa, Cantabria 7 Televisión Hit.
- **Cataluña:** Lleida TV, BTB, El Punt Avui TV.
- **Castilla y León:** TV Madrigal, Televisión Arana, Canal 54 Burgos.
- **Castilla-La Mancha:** Visión 6, TV Almansa, TV La Mancha, Ciudad Real TV.
- **Ceuta:** Ceuta TV.
- **Extremadura:** K30 TV, Almendralejo TV, TV Miajadas.
- **Galicia:** RTVE Eume, Ferrol TV, Telemiño.
- **Comunidad de Madrid:** 8madrid, TRECE Madrid TV, HIT TV.
- **Melilla:** TV Melilla.
- **Región de Murcia:** La Opinión TV, Comarcal TV, GTM.
- **Navarra:** Hamaika Telebista.
- **Comunidad Valenciana:** TVA, Noticias te ver, 12 TV.
- **La Rioja:** TVR, Popular TV.
- **País Vasco:** Álava7 TV, Teledonosti, Telebilbao.

Ten en cuenta que en este punto se han tratado los canales televisivos más importantes y que esto puede divergir a lo largo del tiempo, ya que el **panorama comunicativo televisivo es cambiante.**

AVISO

1.2. EL ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LOS DEPARTAMENTOS Y DE LAS ÁREAS DE TRABAJO

Actualmente, para realizar un programa de televisión, harán falta tanto **recursos técnicos como humanos**. A lo largo de este punto se citarán los más importantes y se explicará cómo funciona cada uno de ellos.

1.2.1. EL ESTUDIO DE TELEVISIÓN

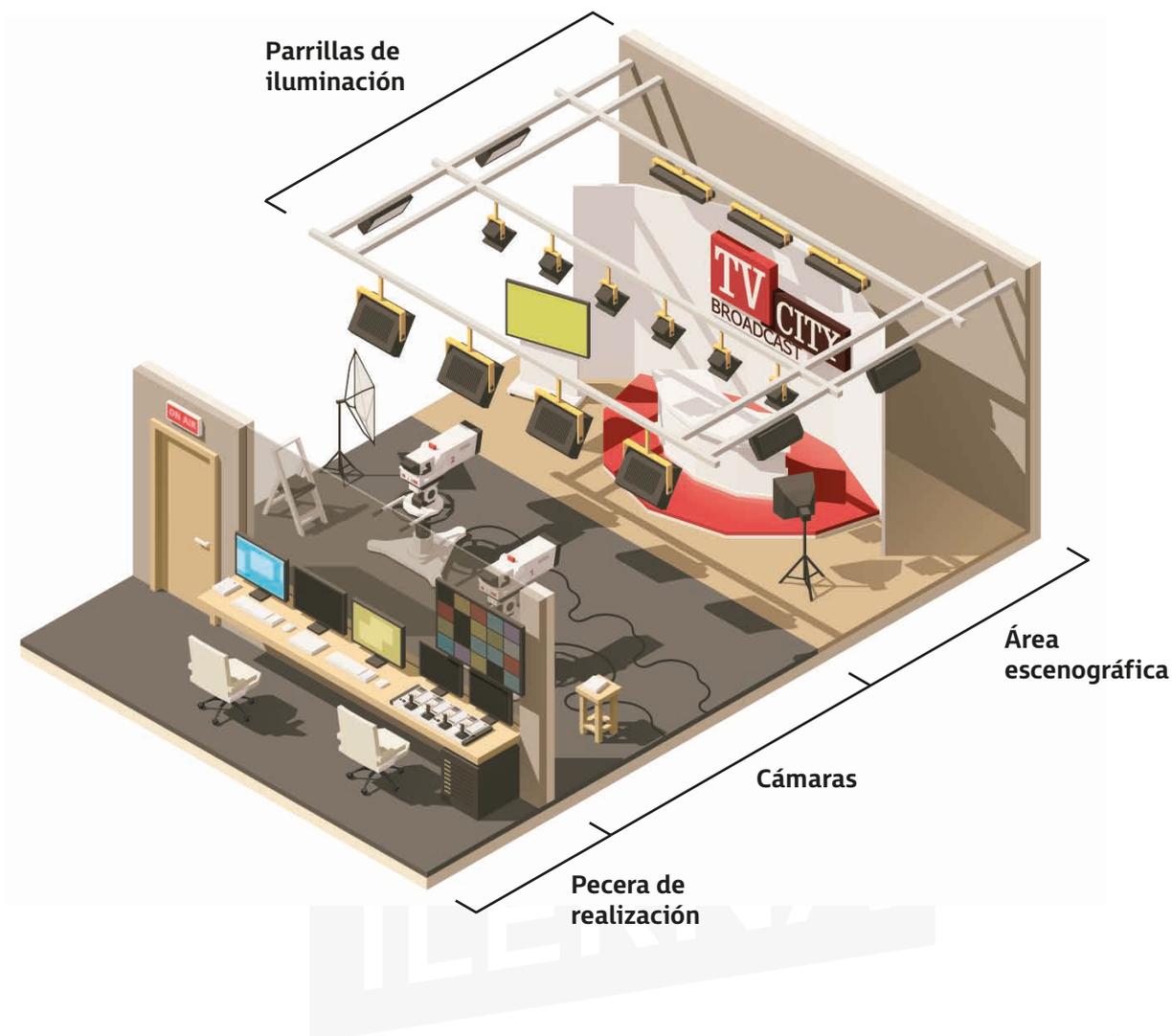
Cabe tener en cuenta que, hoy en día, la grabación de los distintos programas de televisión se puede llevar a cabo tanto en un **estudio de televisión usual** (que se encuentre totalmente equipado o en un **estudio improvisado** que se haya recreado especialmente para esa ocasión como en una **localización interior existente** (como un edificio público) o una **localización exterior** (al aire libre).

Es importante destacar, de todas formas, que cada una de estas localizaciones cuenta con sus propias particularidades y, con ello, sus ventajas y desventajas. De todas formas, gran parte de las grabaciones televisivas se realizan en un **estudio de televisión convencional**. Este tipo de localización, bien sea de una productora independiente, bien de un gran conglomerado, cuenta con las mismas salas y recursos técnicos.

A continuación, se repasan las **áreas más importantes**:

- **Área escenográfica:** donde se encuentra habitualmente el atrezzo, actores y presentadores.
- **Cámaras.**
- **Parrillas de iluminación.**
- **Pecera de realización, audio e iluminación.**



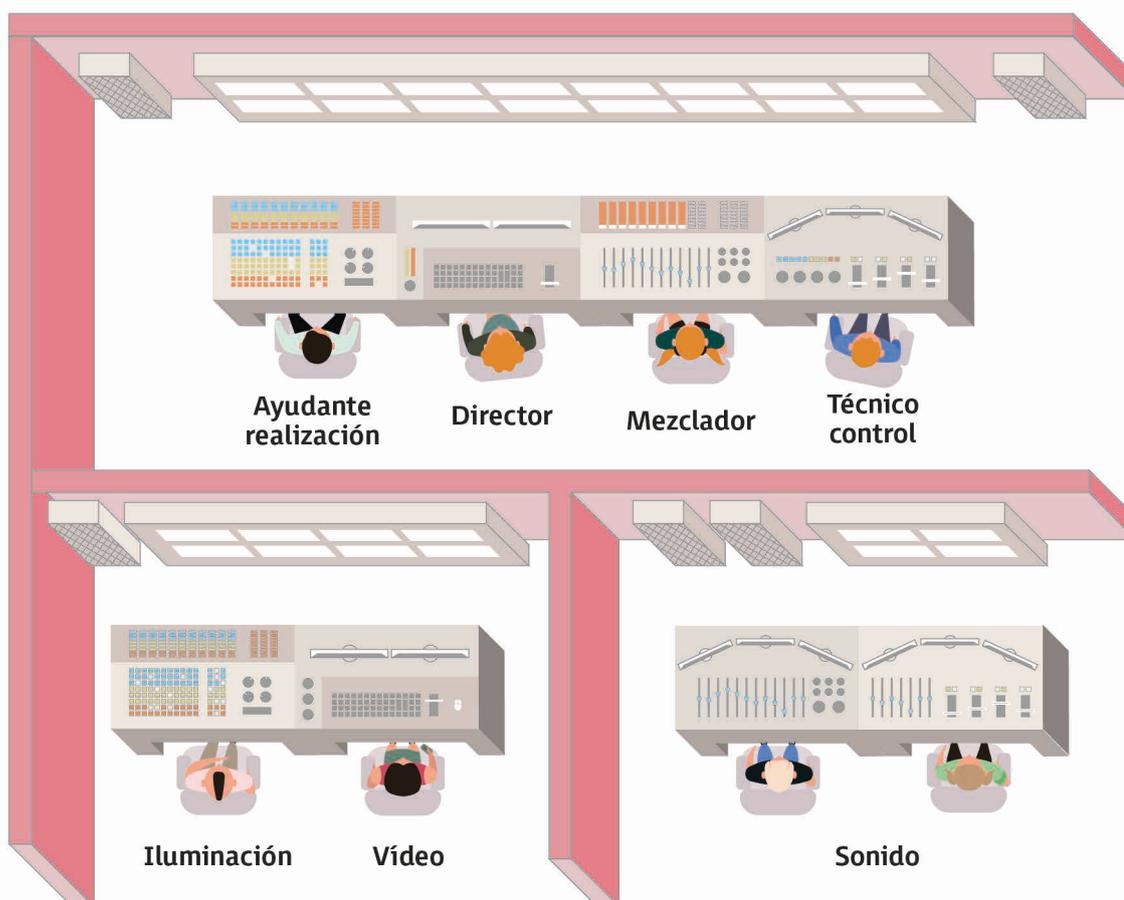


Todo ello hará que, por unos instantes, se cree un **ambiente "real"** en el que se realizará un acción que se retransmitirá (en directo o en diferido) a través de todo tipo de pantallas. Cabe destacar que algunos estudios utilizan paredes vacías que llenan electrónicamente a través del **efecto chroma key**. Este tipo de efecto se suele utilizar, por ejemplo, para la meteorología.

1.2.2. SALA DE REALIZACIÓN, AUDIO E ILUMINACIÓN

La **sala de realización** es el centro neurálgico desde donde tanto el realizador como todo su equipo y sus ayudantes van a controlar lo que está sucediendo dentro del estudio y, de esta forma, el producto final que va a resultar de esta grabación.

Habitualmente, este tipo de salas, llamadas **peceras**, cuentan con un gran ventanal que da directamente al estudio de grabación con el fin de poder controlar todo lo que está ocurriendo de una manera global, ya que pueden surgir incidencias que no se podrían detectar solamente con la visión de las diferentes cámaras, tales como problemas con la escenografía general, vestuario, iluminación, etcétera.



Vista típica de una sala de control de realización, de control de audio, de vídeo y de iluminación.

- **Sala de control de realización:** en esta sala se sitúan el realizador, su ayudante, el mezclador y el técnico de control de imágenes. En ella encontramos diferentes monitores que reflejan los diferentes enfoques de las cámaras situadas en el estudio, la mesa de mezclas y diversos altavoces.
- **Sala de control de vídeo:** en esta sala se llevan a cabo las tareas de control de calidad de vídeo y coordinación de la iluminación. Todas las cámaras situadas en el plató del estudio estarán conectadas a esta sala, de modo que, si hubiera algún tipo de problema, se podría arreglar con facilidad.
- **Sala de control de audio:** en esta sala se centraliza la coordinación y el control del audio. Cuenta con una mesa de sonido donde se incorporarán todas las fuentes sonoras, tanto las que llegan desde el plató como las que estén previamente preparadas (sintonías, efectos, etcétera).

1.2.3. RECURSOS HUMANOS Y SERVICIOS

Habitualmente, en la grabación de un producto audiovisual suelen participar diferentes tipos de departamentos y recursos humanos. Vamos a ver una lista de los **recursos humanos necesarios** más importantes, y se explicarán los que nos ayuden a entender mejor este módulo:

- **Director.**
- **Guionistas y redactores.**
- **Creadores de efectos.**
- **Actores, presentadores**, etcétera.
- Responsables de **atrezo y escenografía**.
- Responsables de **maquillaje y peluquería**.
- **Realizador**: se trata de una de las figuras más importantes, pues debe convertir el guion y las ideas en imágenes y programas reales. En realidad, se encarga de coordinar toda la grabación y a los distintos recursos (tanto técnicos como humanos) de la pecera.
- **Ayudante de realización**: se encarga de controlar el minutado del programa y de seleccionar las imágenes.
- **Regidor**: también llamado realizador de estudio, hace una función de intermediación entre el plató y la pecera de realización.
- **Operadores de cámara.**
- **Mezclador**: se encarga de pinchar y componer lo que se ve en pantalla. Sentado cerca del realizador, va ejecutando las acciones que este le encomienda, como, por ejemplo, escoger la cámara que mejor encuadre tenga en ese momento. Todo esto lo hace mediante la mesa de mezclas.
- Técnico de **control de imagen**: se encarga de controlar el producto final con todas las imágenes, efectos y grafismos.
- Técnico de **control de vídeo**: se sitúa en la sala de control de vídeo y se encarga de los problemas o mejoras técnicas que tengan que ver con las cámaras.
- Técnico de **control de audio**: maneja la mesa de sonido desde la sala de control de audio, siendo el máximo responsable de la calidad del audio.



Además, hay que tener en cuenta que, antes de empezar un programa, se deben tener preparados todos los servicios que se puedan necesitar durante el mismo.

A continuación, podéis observar los **servicios más importantes** que se deben tener en consideración:



Administración: planificación y financiación (patrocinadores, cuestiones legales)

Recursos de archivo: referencia, película, vídeo, audio

Publicidad: promoción, anuncios, ventas, relaciones públicas

Presentación: control central, continuidad, conexión

Personajes: audiciones, actores

Servicios para actores: ensayos, medios, alimentos, transporte, alojamiento

Planificación de recursos

Unidad externa de TV

Coordinación de estudio

Dotación de estudio: construcción y montaje de decorados, electricistas

Servicios técnicos: mantenimiento, proyectos, electrónica, electricidad, mecánica

Producción: realizador, ayudantes, secretarias, regidor

Script: investigación, editorial

Escenografía (atrezo): construcción, decoración, manejo, transporte, almacenaje, alquileres

Gráficos: trabajos artísticos, fotografía, rotulos

Vestuario: diseño, confección, almacenaje, alquiler

Maquillaje: diseño, peluquería

Operaciones técnicas: control de imagen, cámara, mezclador, control de vídeo, audio, iluminación, efectos vídeo

Cinta de vídeo: grabación, edición, reproducción

Película: originales, filmados, revelado, montaje, telecine

Efectos especiales

Fuente: *Realización y producción en televisión* (Gerald Millerson).

1.3. GÉNEROS TELEVISIVOS Y FORMATOS

Habitualmente, se usa de forma indistinta género y formato para hablar de los distintos programas que integran la parrilla de televisión. Llegados a este punto, es muy importante **diferenciar entre género y formato** televisivos.

- **Género**

CONCEPTO

El término **género** proviene del griego y significa "origen". En el caso de la televisión, hace referencia a las categorías temáticas y estilísticas que hacen que un conjunto de obras coincida en sus principales características.

Así pues, podemos hablar del género como una forma de clasificar los distintos programas de televisión a través de sus principales características. De esta forma, en televisión, podemos encontrar **tres grandes géneros**:

- **Informativo**
 - **Ficción**
 - **Entretenimiento**
- **Formato**

CONCEPTO

El término **formato** proviene del latín y significa "forma o contorno". Se trata de estructuras o formas específicas de presentar un programa.

Basándonos en esta definición, el formato hace referencia a la forma en la que se estructuran los distintos programas. Esta estructura se realizará con base en su forma, su duración, el soporte en que se presente y las técnicas de realización que se utilicen. Así pues, dentro de los géneros televisivos, podemos encontrar distintos **tipos de formatos**:

- Informativo: **noticieros, entrevistas, debates, documentales.**
- Ficción: **series, películas o dibujos animados.**
- Entretenimiento: **programas musicales o deportivos, etcétera.**

De este modo, podríamos concluir que el género hace referencia a la clase en general, mientras que el formato es más específico. De todas formas, tanto los géneros como los formatos se materializan en los distintos tipos de **programas**.

EJEMPLO

Si, por ejemplo, hablamos de **Stranger Things** (ofrecida por la plataforma de Netflix), podríamos decir que su género sería la **ficción** y su formato la **serie**.



1.3.1. INFORMATIVOS

El género informativo se caracteriza por **presentar datos y aportar información** a su audiencia.

- **Noticia:** se trata de un relato informativo que narra los sucesos de un hecho en concreto. Habitualmente, suele ser una parte de un programa más amplio, como, por ejemplo, el telenoticias. Debido a su pequeño formato y su gran interés, puede llegar a formar parte de otro tipo de programas, como los magazines o los matinales.
- **Editorial:** se trata de un subgénero informativo que combina interpretación e información al mismo tiempo. Este tipo de pieza suele explicar una noticia en la que un experto muestra su opinión al respecto. En este caso, también forma parte de otros programas, como los informativos diarios o los matinales.
- **Crónica:** este subgénero se caracteriza por explicar un hecho desde el lugar donde este está ocurriendo. Habitualmente, se manda hasta allí a un reportero o a un corresponsal que explica lo que se está viviendo.
- **Reportaje:** se explica un hecho noticiable de una forma profunda y con una extensión mayor. Es importante remarcar el hecho de que la actualidad es un elemento imprescindible cuando se enfocan los contenidos.
- **Documental:** se trata de una pieza que se centra en una temática concreta (naturaleza, ocio, etcétera) que se tratará en profundi-

dad. Este tipo de programas se suelen grabar previamente y con tiempo de antelación, y se suelen combinar archivos históricos o periodísticos.

- **Entrevista:** se trata un tema en concreto mediante la utilización de preguntas a un sujeto determinado. En este caso, el periodista o presentador indagará sobre un tema a través de la opinión y vivencias del entrevistado.
- **Rueda de prensa:** sus protagonistas suelen centrar la mayor parte del discurso, comunicando algún tipo de información relevante. Normalmente, después del discurso inicial, se abre una rueda de preguntas entre los asistentes. Se suele retransmitir en directo, aunque también se puede utilizar para realizar una pieza periodística, como la noticia, el editorial o el reportaje. Las ruedas de prensa se suelen dar, por ejemplo, después de un partido de fútbol.
- **Debate:** se trata de un intercambio de opiniones o argumentos en torno a un tema de actualidad. En este caso, los participantes discutirán sobre un tema en concreto mientras son guiados por el moderador. En España son populares, por ejemplo, los debates políticos durante los periodos previos a las elecciones.

1.3.2. FICCIÓN

El género de ficción narra historias interpretadas por personajes (actores o dibujos de animación). Se caracterizan por **explicar un relato** a su público.

En este punto, es importante hablar sobre las series y la **serialidad**. Este tipo de producto audiovisual narra una historia a lo largo de distintos capítulos. Habitualmente, se separan por temporadas. La temática puede ser variada y puede ir desde la comedia hasta la ciencia ficción.

- **Telecomedia:** se trata de uno de los formatos más consolidados de la televisión. Se trata de un producto de corta duración (entre los 30 y los 60 minutos). Suele tener una estructura narrativa episódica. Un ejemplo sería la serie *Friends*.
- **Soap opera:** programa dramático de carácter serial que, habitualmente, cubre varias temporadas de final abierto. Suele tener una duración de 60 minutos y suele emitirse diariamente. Es el caso de *Amar en tiempos revueltos*.
- **Telenovela:** producción dramática con estructura serial de final cerrado. Suele tener una duración de entre 60 y 90 minutos y se emite semanalmente. Ejemplo de ello es *Pasión de gavilanes*.
- **Miniserie:** series dramáticas con un limitado número de capítulos con un final cerrado. Encuentra sus antecedentes en la novela, ya que constituye un formato ideal para las adaptaciones literarias. Por ejemplo, *23-F*, emitida por RTVE.

- **Antología:** consiste en una serie de capítulos independientes que no poseen elementos comunes, pero sí comparten temática. *Black Mirror* responde a esta tipología.
- **Telefilme:** se trata de un relato unitario e independiente de unos 90 minutos pensado para ser retransmitido solamente por televisión. Su modelo de referencia se encuentra en el cine. Se diferencia de los largometrajes cinematográficos en que cuenta con procesos de producción y configuraciones narrativas distintas. Un buen ejemplo sería *Tren hotel*, una producción que Antena3 emitió en 2007.
- **Dibujos animados para niños:** animaciones dirigidas a un público infantil o adolescente, como, por ejemplo, *Caillou*.
- **Adultoon:** se trata de animaciones dirigidas a un público adulto. Es el caso de *Los Simpson*.

1.3.3. ENTRETENIMIENTO

El género de entretenimiento abarca todo tipo de programas dedicados a **entretener y divertir** a su *target* objetivo.

- **Magacines:** se trata de “revistas televisivas” caracterizadas por crear un programa con una temática variada que normalmente se fragmenta en bloques homogéneos, como *El programa de Ana Rosa*.
- **Musicales:** los programas musicales abarcan todo tipo de productos, desde conciertos y espacios de actuaciones hasta videoclips. Un buen ejemplo podría ser *Cachitos de hierro y cromo*.
- **Deportivos:** en este caso, los deportes también pueden constituir entretenimiento si hablamos, por ejemplo, de retransmisiones en directo de campeonatos o de programas que mezclan la información con la opinión de sus participantes. Un exponente de ello es *Estudio estadio*.
- **Concursos:** se trata de productos en los que los concursantes participan para conseguir un premio, bien sea por su sabiduría, o bien por su destreza, como el mítico concurso *Saber y ganar*.
- **Humor:** se trata de un formato que se puede desarrollar en diferentes tipos de piezas, todas ellas enmarcadas por el humor y por hacer reír a la audiencia. Son habituales los programas de chistes, de *sketches* o de monólogos. Un buen ejemplo sería *El club de la comedia*.



1.4. LA EVOLUCIÓN DE LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

Una de las principales características de la sociedad de hoy en día es la capacidad de entretenerse a través de una historia, de la narración de un relato. Uno de los vehículos más poderosos de este entretenimiento es la televisión, que ha ido cambiando a lo largo de la historia debido, en gran parte, a cómo los usuarios la consumen.

• Paleotelevisión

Si hablamos de la primera generación de la televisión, hacemos referencia a la **paleotelevisión**, que abarca desde las primeras emisiones hasta los años cincuenta. Se trata de un concepto actualmente desaparecido que se basaba únicamente en la programación de las **televisiones públicas**.

Su principal característica es que **separaba fervientemente la programación de la publicidad, y, a su vez, los distintos géneros**. En este caso, pretende ser un reflejo de la realidad y busca la veracidad y la objetividad. Además, se caracteriza por ser un modo de **representación institucional**.

• Neotelevisión

La segunda generación, llamada **neotelevisión**, se impone a finales de los ochenta y hasta la primera década del siglo XXI. Es entonces cuando empiezan a aparecer las **primeras emisoras y/o productoras privadas**.

En este momento, se empiezan a cruzar las fronteras entre la publicidad y la programación, además de las fronteras entre los distintos géneros, y aparece el término **hibridación** y el papel del **espectador como protagonista**.

• Hipertelevisión

CONCEPTO

Hablamos de **hipertelevisión** para referirnos al nuevo paradigma televisivo influenciado por internet y las nuevas tecnologías, haciendo de ella un producto interactivo en el que su audiencia tiene un papel activo.

Por último, podemos hacer referencia a la tercera generación de televisión, la hipertelevisión.

En este caso, la hipertelevisión se caracteriza principalmente por la aparición de las **plataformas televisivas** y, con ello, que el contenido se consuma desde diferentes tipos de dispositivos (ordenador, tableta, *smartphones*, etcétera).



1.5. EL PROCESO DE PRODUCCIÓN EN LA TELEVISIÓN

Para realizar una producción, uno de los factores más importantes es el **trabajo en equipo** entre los distintos departamentos y recursos humanos que se vayan a necesitar para su realización.

Para llevar a cabo este proceso, se debe pasar por las siguientes fases:

• Preproducción

En esta fase se ideará el programa y se realizarán los primeros **guiones**. Antes de comenzar el proceso de producción de un programa, existen algunos **factores que se deben tener en cuenta**:

- El **presupuesto** inicial con el que se cuenta.
- La **duración** prevista para la grabación y para los ensayos (si hiciera falta).
- El **espacio y las localizaciones** que se van a utilizar.
- La **capacidad de todo el equipo técnico** y los distintos departamentos.
- El tamaño del equipo de producción, así como la **experiencia** que puedan tener sus componentes.

• Producción

La fase de producción es la fase de **rodaje**, la más costosa de todo el proceso. El **tipo de producción** que se vaya a rodar, además, dependerá también de algunos factores:

- Si el programa **es en directo o si es en diferido**.
- Si el programa llevará **posproducción o no**.
- Si se debe **grabar de forma continuada o selectivamente**.
- Si se van a necesitar **planos recurso**.
- Si se necesitarán **materiales de archivo**.

- **Posproducción**

En muchas ocasiones, en televisión, la fase de producción y posproducción se suelen llevar a cabo de forma simultánea. Es en este punto cuando **se valorará el material obtenido** y se le aplicarán mejoras y **efectos de vídeo** tales como cartelería, corrección del color, caretas, etcétera. Se puede decir que es la fase de **edición del programa**.

- **Transmisión**

Esta es la fase en la que **se lanzará el programa** y se podrán evaluar los resultados. En este caso, se **medirá el nivel de audiencia** y se decidirá si seguir con la producción, realizar cambios o cancelarla.

1.6. PRODUCCIÓN DE LOS DISTINTOS MODELOS DE REALIZACIÓN EN TELEVISIÓN

Actualmente, para producir un programa de televisión, se debe tener en cuenta el modelo de realización que va a necesitar. Estos pueden ser programas en directo, programas en directo diferido o de registro por bloques.

A continuación, se citan los **modelos de realización** más importantes:

- **Retransmisión en directo:** también conocida como *streaming*, se trata de un modelo de realización en el que el programa se graba a la vez que se emite, sin posibilidad de posproducción, como, por ejemplo, un partido de fútbol.
- **Directo diferido:** se trata de un programa que ha sido grabado de la misma forma que si fuera en directo, con la peculiaridad de que será retransmitido en diferido. En realidad, se trata de un “falso directo” y puede contar con posproducción. Un buen ejemplo sería la gala de fin de año después de las campanadas.



¿SABÍAS QUE...?

¿Cada vez vemos más televisión en diferido? ¡Echa un vistazo al siguiente artículo!

La tele cambia: cada vez vemos más contenidos en diferido.
(20 Minutos)

<https://bit.ly/3rPS1Is>



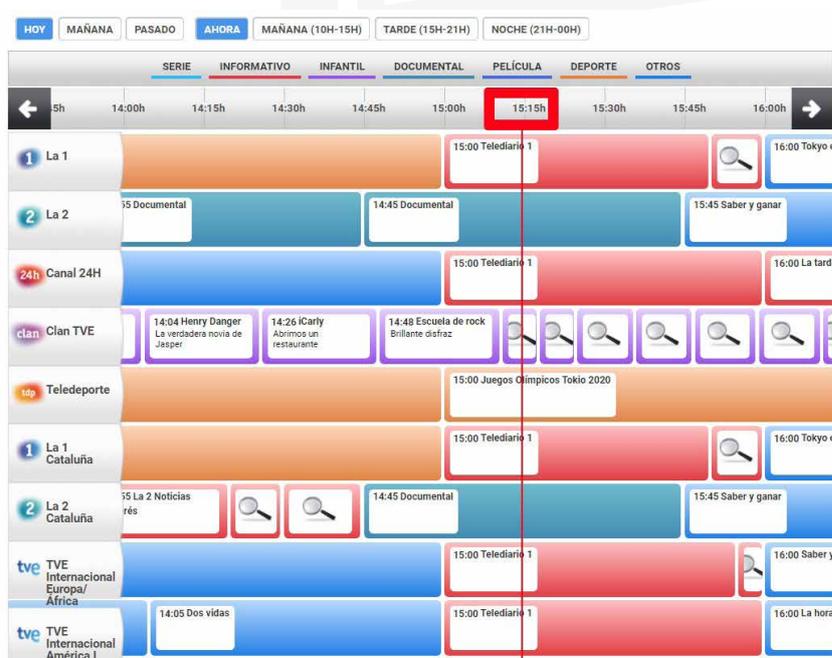
- **Registro por bloques:** también denominado grabación multicámara en estudio con posproducción. Consiste en la grabación de un programa de forma ininterrumpida y segmentada por distintos bloques, añadiendo material adicional entre ellos en posproducción, así como materiales de archivo. Es muy habitual que, en el momento de la edición, se restituya el orden de la narración (que no tiene que ser el mismo que el de la grabación). Este tipo de realización implica que se puede valorar qué tomas son válidas y cuáles no, se pueden añadir efectos, ajustar el ritmo, añadir música, etcétera.

1.7. TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS DE PROGRAMACIÓN EN TELEVISIÓN

En cuanto a las diferentes técnicas de programación, es importante destacar que van a variar según el tipo de empresa de televisión a la que nos refiramos. Con todo, en este punto haremos un breve resumen de las técnicas básicas.

Además, es importante destacar que, con la llegada de **internet y las TIC**, la forma en que se programan los contenidos ha cambiado radicalmente, ya que el **momento del consumo depende directamente del consumidor** y no de la cadena de emisión.

1.7.1. LA PARRILLA TELEVISIVA



Ejemplo de parrilla de programación. Fuente: RTVE

Llamamos **parrilla televisiva** a la forma en que las distintas cadenas disponen sus programas en el tiempo, indicando su hora de comienzo y de fin.

BUSCA EN LA WEB

Echa un vistazo al siguiente artículo sobre la parrilla televisiva y las nuevas tecnologías:

La muerte de la parrilla e programación televisiva (Puro-Marketing).

<https://bit.ly/3Cc7IOS>



1.7.2. ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS

Para los profesionales o los productores de televisión, la programación adquiere un carácter que va más allá del entretenimiento o del abanico de posibilidades televisivas que este medio pueda ofrecer al espectador.

El principal objetivo que persigue la programación de la parrilla televisiva es **atraer a la audiencia** y emitir programas que **compitan eficazmente contra la competencia**.

Existen diferentes **tipos de estrategias y técnicas** de programación:

- **Estrategias relacionadas con la parrilla y la localización de los programas:**
 - **Golpes de efecto:** se trata de desestabilizar a la competencia a través del cambio de algún programa a última hora.
 - **La tira diaria:** programar un mismo producto (normalmente, suelen ser series o concursos) a una misma hora de lunes a viernes.
 - **Contraprogramación:** existe la **contraprogramación competitiva**, que programa un tipo de producto similar al de la competencia en la misma franja horaria y el mismo día, o la **contraprogramación complementaria**, que pretende buscar a la audiencia no interesada en el canal mayoritario.
 - **Dúplex:** emitir dos capítulos de una serie seguidos. Se suele hacer con uno antiguo y uno nuevo, por ejemplo, al inicio de la temporada.
 - **Hamaca:** colocación de un programa nuevo entre otros dos que ya cuenten con sobrada audiencia.
- **Estrategias de formato:**
 - **Special:** se trata de un producto único, como la retransmisión de un evento o una gala que reúna personajes populares o de rabiosa actualidad. En estos casos, el canal suele conseguir la máxima audiencia. Un buen ejemplo sería la retransmisión de las Olimpiadas.



– **Long form:** programa de larga duración, habitualmente suelen ser especiales. Sería el caso de los maratones benéficos.

• **Estrategias de caracteres:**

– **Crossover:** consiste en el traslado de un personaje popular de un serial o un presentador de televisión a otro programa con el fin de darle mayor visibilidad.

– **Spinoff:** en estos casos, cuando un personaje de una serie es muy popular y consigue éxito, se le asigna el protagonismo de un nuevo serial.

– **Golpe bajo:** se trata de una técnica que consiste en parodiar un programa de la competencia que tiene gran audiencia, así como a sus actores o presentadores.

1.8. CARACTERÍSTICAS DE LA AUDIENCIA Y DE LOS ESTUDIOS

CONCEPTO

La **medición de audiencias** es un estudio que tiene como máxima finalidad determinar el número de espectadores de un programa, una cadena o una corporación de televisión.

La medición de las audiencias se relaciona directamente con la programación de la parrilla. De la misma forma que con la programación de la parrilla de televisión, se debe hacer hincapié en que, a lo largo de los años, se han implantado diferentes tipos de estrategias.

Este tipo de estudio se lleva a cabo **segmentando el target** en diversos tipos de variables, lo que permitirá identificar distintos tipos de personas con rasgos en común. Es importante saber identificar las características que hacen que un segmento determinado sea homogéneo y, aunque no es una tarea fácil, existen diferentes tipos de variables para poder agrupar a los telespectadores.

CONCEPTO

La **segmentación** consiste en la división del mercado en grupos homogéneos para adaptar la oferta a sus necesidades. Su objetivo principal es aplicar una estrategia comercial diferenciada a cada uno de los segmentos.



Las variables que están relacionadas con las **características del espectador** no se pueden controlar por parte de la empresa; en cambio, sí se puede tener cierto control sobre las variables relacionadas con su **comportamiento**.

- **Variables que dependen de las características del consumidor**

A continuación, analizaremos los criterios relacionados con las características del consumidor:

- **Geográficas:** puede tratarse de un país, un territorio, un barrio, un ámbito (rural o urbano), el clima, etcétera.
- **Demográficas:** se tiene en cuenta la edad, el género, el estado civil o las dimensiones familiares, entre otras características.
- **Socioeconómicas:** los ingresos son la variable más utilizada a la hora de segmentar un mercado, aunque también se puede utilizar la ocupación, el nivel de estudios, etcétera.
- **Psicográficas:** dividen el mercado según las características y el estilo de vida de los consumidores.

1.8.1. LOS PANELES

CONCEPTO

Los **paneles** son una muestra representativa y permanente de la población objeto de estudio sobre la cual se analizan determinados comportamientos y variables de manera periódica.

Este tipo de técnica está destinada a la recogida de información primaria periódica, cuantitativa y personal a partir de la participación de una **muestra permanente**.

En televisión, se utilizan los **paneles de audiencias**: esta técnica consiste en una muestra permanente de hogares representativos a la cual se proporciona audímetros que controlan la actividad de los televisores, los vídeos u otras fuentes de señal del televisor.

● ● ●
BUSCA EN LA WEB

¿Sabes cuáles son los momentos más vistos en la televisión durante el 2019? ¡Haz clic en el siguiente enlace para descubrirlo!

Las 50 programas más vistos de la televisión española en 2018 (ESPINOF).

<https://bit.ly/3yCnrop>

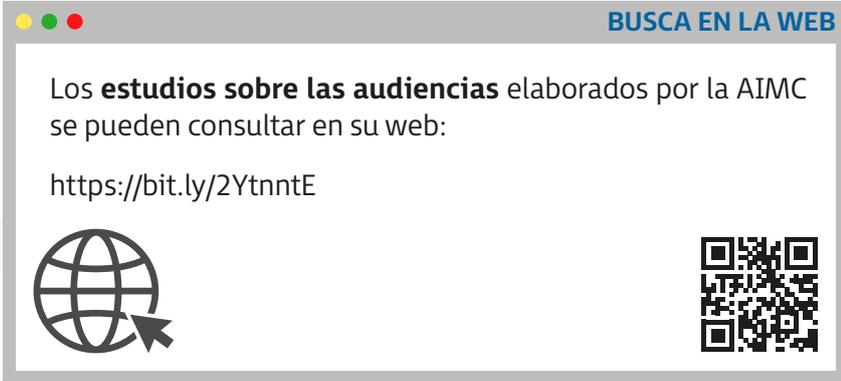



El análisis aporta información sobre el **share** (preferencia de una cadena respecto de otra en una determinada franja horaria) y el **rating** (informa sobre el número de personas que están viendo en un momento determinado un programa o cadena).

1.8.2. SISTEMAS DE MEDICIÓN DE AUDIENCIAS

Entre las **fuentes de información** sobre audiencias, destaca de manera especial el Estudio General de los Medios (EGM), elaborado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), una entidad sin ánimo de lucro formada por agencias de publicidad, agencias de medios, asesores/consultores y anunciantes.

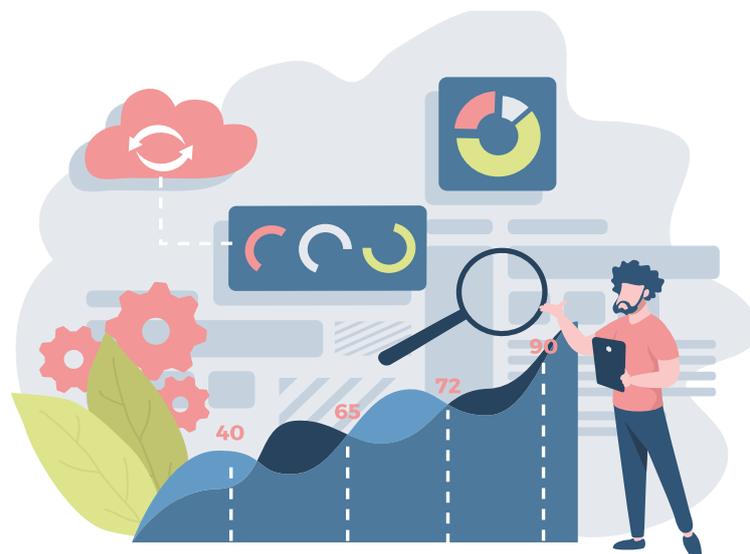
El **EGM** es la fuente principal de datos de audiencia de España; este estudio se realiza según la técnica de entrevista personal basada en el recuerdo, y recopila información sobre todos los medios de comunicación.



A screenshot of a web browser window with the title "BUSCA EN LA WEB". The main text reads: "Los estudios sobre las audiencias elaborados por la AIMC se pueden consultar en su web:". Below this is a URL: "https://bit.ly/2YtnntE". To the left of the URL is a globe icon with a mouse cursor pointing to it. To the right is a QR code.

Kantar Media funciona mediante audímetros instalados en los aparatos de televisión de ciertos hogares seleccionados. Para acceder a los resultados, es necesario contar con la suscripción de pago.

Es importante destacar que este tipo de sistemas de medición de audiencias presentan problemas de representatividad, dado que solamente hacen referencia a una pequeña parte del **target**. Ac-



tualmente, un concepto relevante es la **integración crossmedia**, que significa conocer lo que hace una persona en cualquier medio, integrando los diferentes soportes y dispositivos de consumo. Por otro lado, todos los paneles y sistemas de medición de audiencia están encaminándose hacia el **big data mining**, es decir, el trabajo con una gran base de datos que cubre el 100% de la población.

PARA + INFO

LAS CAMPANADAS QUE NADIE VIO

A principios de 2018, un dato relacionado con las audiencias se hizo viral: **nadie había visto las campanadas de la televisión de Castilla y León.**

¿Esto puede ser cierto? Pues, según los datos de audiencia, sí. Sin embargo, siendo realistas, resulta poco probable que nadie viera el programa.

¿Qué ocurrió entonces? Los audímetros de Kantar Media están instalados en solo 300 hogares de toda Castilla y León. Así pues, si un hogar que no dispone de audímetro vio las campanadas, este dato no aparece reflejado en los resultados de Kantar Media. Es decir, lo que podemos asegurar es que ninguno de los 300 hogares de Kantar Media con audímetro sintonizó el canal autonómico, pero otro hogar pudo haberlo hecho y el resultado sigue siendo el 0% de *share*.

Esta noticia refleja una de las críticas más habituales a este tipo de sistemas de medición de audiencias, pues es **cuestionable la representatividad real** que se logra con el sistema de los audímetros. No obstante, esto no implica que debemos subestimar la importancia de este tipo de medición, pues históricamente esta representatividad es la que se ha aceptado como moneda de cambio entre anunciantes y cadenas. Por lo tanto, mientras por ambas partes estos datos sean adecuados, este sistema de medición seguirá teniendo sentido.

Sin embargo, cabe destacar que, con el aumento del consumo de televisión a través de internet y los desarrollos tecnológicos, se puede prever que este tipo de sistemas quedarán completamente obsoletos en unos años y que serán sustituidos por formas de medición que trabajarán con el 100% de los datos (*big data*).

<https://bit.ly/3yAkzap>



BUSCA EN LA WEB

¿Quieres saber más sobre la utilización del *big data*? ¡Echa un vistazo al siguiente artículo!

“Cómo *House of Cards* se convirtió en un éxito mundial gracias a un algoritmo”

(El Confidencial)

<https://bit.ly/3ysU5bI>



1.8.3. INTELIGENCIA EMPRESARIAL (*BUSINESS INTELLIGENCE*) Y *BIG DATA*

Actualmente, es muy importante reunir y almacenar los datos que hagan que conozcamos mejor los gustos de espectadores. Gracias a las **nuevas bases de datos**, podemos crear tablas de contenido que nos digan qué ven, en qué cantidad, qué productos escogen, etcétera. De esta forma, se pueden analizar las relaciones entre los diferentes productos con los clientes y así tomar decisiones estratégicas.

Toda la información, incluso la desestructurada, es susceptible de ser tenida en cuenta. Las grandes compañías, de hecho, utilizan sistemas de análisis de datos con el objetivo de identificar patrones o tendencias que permitan destilar esta gran cantidad de información. Estas metodologías se conocen como *business intelligence*.

CONCEPTO

Business intelligence es la habilidad para transformar los datos en información y la información en conocimiento, de manera que se pueda optimizar el proceso de toma de decisiones en los negocios.

El análisis de estos datos permite, entre otras muchas cosas, descubrir oportunidades. Para aprovechar estas **oportunidades**, se crearán nuevas estrategias y acciones y, además, determinaremos nuestros objetivos.



1.9. METODOLOGÍA DE ANÁLISIS DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN

Un **análisis** es el estudio minucioso de un asunto, sujeto, objeto, situación o proyecto que se realiza con el fin de conocer sus fundamentos y los motivos por los que ha sido creado. Este proceso puede aplicarse a distintos ámbitos, también a un programa de televisión.

Existen diferentes **tipos de análisis** que se pueden realizar:

- **Estadísticos:** se trata de un conjunto de técnicas estadísticas que permiten detectar patrones de comportamiento para, posteriormente, establecer predicciones. En muchas ocasiones, se utiliza para hacer investigaciones de mercado y sobre los usuarios.
- **Predictivos:** estos análisis detectarán líneas de actuación que pueden llegar a ocurrir en un futuro. Habitualmente, se utilizan para detectar las oportunidades y riesgos que puede tomar una empresa sobre un acontecimiento no conocido. Se trata de una técnica que ayuda a buscar estrategias de fidelización de usuarios.
- **De optimización:** consiste en un análisis de los riesgos y puntos críticos de una organización con el fin de optimizarlos y buscar un equilibrio para la toma de decisiones tales como el momento idóneo para hacer una inversión, hacer cambios estructurales, descartar una estrategia concreta, etcétera.

Es importante realizar diferentes tipos de análisis sobre los programas, ya que nos pueden ayudar a programar la parrilla televisiva. Estos análisis servirán para determinar si lo que se está programando es correcto o se debe cambiar.

Además, cabe destacar que este tipo de estudio se debe aplicar en las **distintas fases de producción** de un programa: antes de ser emitido, mientras se emite y posteriormente. Para ello, se debe tener en cuenta tanto la audiencia real como el **target** al que se quiere llegar, entendiendo sus necesidades y atendiendo cada una de ellas.

Para realizar este tipo de análisis, existen diferentes tipos de **técnicas** a las que podemos recurrir, citamos algunas de las más importantes:

- **Técnicas cualitativas**

Las **herramientas cualitativas** de recogida de datos son las que se dirigen al análisis de la información que surge de la descripción y la observación de distintas situaciones, interacciones y conductas. Una de sus características principales es que los resultados **no tienen un carácter numérico** y, por lo tanto, surgen del estudio de **aspectos subjetivos** de la conducta humana.

PARA + INFO

¿Sabes qué es el **efecto bola de nieve**? Se basa en la idea de que los comentarios de los participantes de una muestra inspiran y fomentan la participación del resto del grupo, llegándose a producir un encadenamiento de ideas. Este tipo de encadenamiento suele ser muy provechoso para las investigaciones, por lo que se debe fomentar y explotar.

- **Observación participante:** consiste en la recogida de información mediante la observación de las actuaciones de los individuos de un determinado grupo sin que estos se den cuenta de que están siendo analizados.
- **Entrevista:** se basa en que el entrevistado exprese libremente sus pensamientos o motivaciones sobre un tema mediante una entrevista que realiza un entrevistador cualificado.
- **Dinámica de grupos:** es una técnica que recoge información cualitativa, primaria, estática y directa para su posterior aplicación en investigaciones de carácter exploratorio. A diferencia de la entrevista, la información no se recoge de forma individual, sino que se hace a través de la participación de los sujetos de la muestra en grupos de personas que responden a un mismo perfil.
- **Técnicas proyectivas:** consisten en la presentación de determinadas situaciones o estímulos ambiguos a un individuo que forma parte de la muestra para que proyecte sobre ellos su personalidad, motivaciones, creencias, actitudes o sentimientos.

EJEMPLO

Por ejemplo, para estudiar la imagen de un programa televisivo como *Sálvame*, se puede pedir a los individuos que participen y que terminen las siguientes frases:

- “*Sálvame* es...”.
- “La gente que ve *Sálvame* es...”.
- “Siempre que veo *Sálvame* me siento...”.



¿SABÍAS QUE...?

En muchas ocasiones, durante la utilización de estas técnicas se suele llevar a cabo una **grabación**. Tanto si registramos el audio como el vídeo, **se debe informar de forma expresa al entrevistado**, estando la grabación supeditada a su conformidad.

• Técnicas cuantitativas

Las **herramientas de investigación cuantitativa** se utilizan cuando la naturaleza de la información que se quiere obtener es de **tipo numérico**. Este tipo de resultados son susceptibles de ser tratados **estadísticamente** y pueden **extrapolarse al conjunto de la población** mediante la utilización de muestras elevadas.

- **Paneles:** son una muestra representativa y permanente de la población objeto de estudio sobre la cual se analizan determinados comportamientos y variables de manera periódica, como, por ejemplo, los paneles de audiencias.
- **Encuestas:** se trata de una técnica de recogida de información primaria y cuantitativa con finalidad descriptiva. Los datos se consiguen mediante una muestra representativa de la población que debe responder a un cuestionario.





2

**CONTROL DEL TIEMPO DE EMISIÓN, PUBLICIDAD
Y AUTOPROMOCIÓN DE LA CONTINUIDAD EN
TELEVISIÓN**

A lo largo de este tema aprenderemos diversos aspectos relacionados con la narrativa televisiva, la escaleta de programa, la continuidad y la publicidad en la televisión.

En primer lugar, nos referiremos al **concepto de narrativa televisiva** y haremos hincapié en las peculiaridades del medio televisivo, así como en los recursos de su discurso narrativo.

En segundo lugar, estudiaremos los **distintos formatos de publicidad** en televisión y la **normativa legal** que los enmarca.

Además, aprenderemos qué es la **continuidad en televisión** y los distintos elementos que hacen que una cadena mantenga una buena **imagen de marca**: presentadores, cortinillas, sintonías, etcétera.

También analizaremos los **elementos y características de la escaleta de programa** y todas sus peculiaridades, siendo capaces de hacer un pequeño guion con las partes más importantes de un programa televisivo.

Por último, hablaremos sobre las **desconexiones territoriales**, su importancia y características.

2.1. EL USO DE LOS RECURSOS NARRATIVOS EN LA REALIZACIÓN EN TELEVISIÓN

De la misma forma que la literatura, el teatro u otros medios audiovisuales, la televisión permite explicar un relato haciendo uso de ciertos mecanismos y recursos narrativos. De todas formas, se debe tener en cuenta que las narraciones contemporáneas proceden de la **cultura oral** y se suelen organizar en torno a temas como los sentimientos, la aventura, el miedo, etcétera.

• Peculiaridades del medio televisivo:

CONCEPTO

En concreto, la **narrativa audiovisual** cuenta historias a través de imágenes visuales y sonoras, y la **narrativa televisiva** explica relatos creados expresamente para ser emitidos por este medio de comunicación.

- **Complejidad**: el mensaje televisivo es complejo, ya que puede abarcar diversas temáticas y enfoques; puede ser estudiado desde diferentes vertientes, tales como la económica, la cultural, la ideológica, etcétera.

- **Dependencia de los índices de audiencia:** aunque parezca mentira, en muchas ocasiones la calidad o el prestigio no son suficientes para que un programa continúe en la parrilla, lo importante es a cuántos telespectadores llega y su audiencia.
- **Glocalización de contenidos:** el discurso de la televisión incorpora dos tendencias que, *a priori*, pueden parecer opuestas, la globalización y el localismo. En realidad, la televisión es uno de los medios de comunicación más globales que existen, aunque, a su vez, los ámbitos local y comarcal poseen una gran fuerza.
- **Peculiaridades y recursos del discurso narrativo televisivo:**
 - **Iconicidad:** todo se muestra con imágenes, son el vehículo del relato.
 - **Espectacularidad:** debido a la gran competencia, el discurso televisivo cada vez tiende más hacia la espectacularidad para captar la atención del espectador.
 - **Repetición:** el discurso narrativo televisivo se basa en la reiteración de distintos contenidos y ritmos con el fin de que el público se sienta familiarizado y sea fiel.
 - **Heterogeneidad y eclecticismo:** la programación televisiva ofrece una gran variedad de géneros y formatos, además de contar con una audiencia diferenciada.
 - **Velocidad:** el discurso narrativo tiene como base principal el movimiento continuo, sin periodos muertos ni pausas.
 - **Brevidad y exceso:** una de las peculiaridades del discurso es que se compone de relatos cortos, como, por ejemplo, la publicidad. Esto busca un mayor impacto en la audiencia.
 - **Caducidad:** la instantaneidad y la búsqueda de novedades se hace casi imprescindible para impresionar al espectador. Es importante destacar que lo que ahora parece nuevo puede parecer caduco o viejo a las pocas horas.
 - **Interactividad:** la televisión y las plataformas de contenido cada vez dan más importancia a sus espectadores y a mantener un *feedback* con ellos, buscando la interactividad.



- **Continuidad fragmentaria:** la televisión ofrece un discurso que, aunque no tiene fin, está formado por distintos fragmentos heterogéneos; además, la publicidad se cuela entre la parrilla, fragmentándola por bloques.
- **Iluminación y sonido expresivos como recurso del lenguaje audiovisual:** es importante destacar que, en la narrativa televisiva, igual de importante son el guion o la historia como la iluminación, el sonido e incluso la escenografía y el atrezzo.

2.2. LA PUBLICIDAD

La televisión es un canal de comunicación que, por medio de la imagen y el sonido, nos acerca contenidos desde cualquier lugar. El origen de la televisión se remonta a 1884, y el primer anuncio apareció el 1 de julio de 1941 de la mano de Bulova, una marca de relojes.

A continuación, se expone una lista de los **formatos televisivos publicitarios** más utilizados:

- **Spot:** es el anuncio que se transmite en los cortes publicitarios, también conocido como **publicidad ordinaria o convencional**. Es el tipo más sensible al *zapping*, sin embargo, presenta grandes ventajas, como el control absoluto sobre el mensaje.
- **Patrocinio:** es un contenido financiado por una marca; de esta forma, el contenido se asocia al nombre de la marca y esta se asegura una selección del público que le interesa.
- **Publirreportaje:** la diferencia con el *spot* es que se ha eliminado todo componente persuasivo para adquirir el producto y tiene un carácter informativo.
- **Product placement:** son los productos que aparecen integrados en el contenido de un programa. Esta integración puede ser más o menos evidente y, normalmente, se da en series o películas. Podemos distinguir entre **pasivo**, si el producto aparece pero no se nombra, y **activo**, si es mencionado.
- **Televenta:** son anuncios que tienen una duración similar a la de un programa de televisión, donde se explican las características del producto de manera pormenorizada y se hacen demostraciones de uso.

2.2.1. NORMATIVA LEGAL SOBRE EMISIÓN DE PUBLICIDAD EN LA TELEVISIÓN

En el momento de tomar cualquier tipo de decisión, debemos tener en cuenta todos los aspectos relacionados con la legislación, así como los códigos éticos del sector publicitario. De no tenerlos en consideración, podríamos tener problemas tanto legales como de reputación. Por ese motivo es importante conocer la Ley General de Publicidad, los diferentes tipos de contrato y el código deontológico de la profesión.



¿SABÍAS QUE...?

El **primer spot televisivo** de la historia se retransmitió a las 14:30 en Estados Unidos. Se calcula que el coste del anuncio fue de unos cuatro dólares.

<https://bit.ly/3fznbzi>



BUSCA EN LA WEB

La **Ley General de Publicidad al completo** la podemos encontrar en:

<https://bit.ly/3oW7N33>



En la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, encontramos dos **definiciones** importantes:

- **Publicidad:** “toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones”.
- **Destinatarios:** “las personas a las que se dirija el mensaje publicitario o a las que este alcance”.

Los límites de la publicidad también están marcados en esta ley, en el título II. Extraemos los fragmentos que marcan **límites específicos**:

- **Atentado contra las personas:** “la publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente a los que se refieren sus artículos 14, 18 y 20, apartado 4”.
 - **Artículo 14. Igualdad ante la ley.**
 - **Artículo 18. Derecho a la intimidad.**
 - **Artículo 20. Libertad de expresión.**
- **Engañosa:** “aquella que utiliza mensajes con afirmaciones que son distintas a las características, ventajas, beneficios y/o desempeños reales del producto o servicio y que inducen al error afectando el comportamiento económico de los consumidores o perjudicando a un competidor”.

BUSCA EN LA WEB

Para más información sobre los **límites de la publicidad engañosa**, puedes consultar el siguiente artículo:

<https://bit.ly/2VxZH5Q>



El artículo 5 de la Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios, define los actos de engaño de tal modo que, por extensión, se considerará desleal por engañosa la publicidad que “contenga información falsa o información que, aun siendo veraz, por su contenido o presentación induzca o pueda inducir a error a sus destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico”.

● ● ●
BUSCA EN LA WEB

Esta modificación del artículo sobre la **competencia desleal y engañosa** se puede encontrar aquí:

www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2009-21162




- **Subliminal:** a los efectos de esta ley, será publicidad subliminal la que, mediante técnicas de producción de estímulos de intensidades fronterizas con los umbrales de los sentidos o análogas, pueda actuar sobre el público destinatario sin ser conscientemente percibida.
- **Sexista:** se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género.
- **De ciertos productos sanitarios:** la publicidad en este ámbito ha de ser extremadamente cuidadosa. Para ello, podemos consultar Real Decreto 1416/1994, de 25 de junio, por el que se regula la publicidad de los medicamentos de uso humano, y que se modifican en el Real Decreto 109/2010, de 5 de febrero.

Un concepto importante dentro de los límites de la publicidad es el de **autorregulación**.

El organismo principal que trabaja la autorregulación en España es la asociación sin ánimo de lucro Autocontrol. Este organismo independiente, privado y voluntario se constituyó en 1995 y está integrado por anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación y asociaciones profesionales. El objetivo de esta asociación es “trabajar por una publicidad responsable: veraz, legal, honesta y leal”.

● ● ●
BUSCA EN LA WEB

Las **disposiciones legales sobre productos sanitarios** se pueden encontrar en:

<https://bit.ly/37jlcKs>




2.3. LA ESCALETA DE PROGRAMA Y DE CONTINUIDAD

A la hora de planear cómo se emitirán los contenidos y programas y, sobre todo, en qué orden se establecerán las informaciones, el concepto de continuidad juega un papel muy importante.

CONCEPTO

La **continuidad** en televisión sirve para reforzar la identidad de marca del canal y consigue ofrecer cercanía y calidad para el telespectador en torno al *branding* de la cadena.

La continuidad entre los distintos programas puede establecerse teniendo en cuenta los bloques publicitarios o la ausencia de ellos. Además, existen ciertos **elementos de puntuación** que ayudarán a reforzarla.

• Los elementos de puntuación en la continuidad de televisión

A continuación se ofrece un ejemplo de escaleta de programación o continuidad en la que se pueden identificar **los distintos elementos de puntuación**:

- **Presentadores de continuidad**: en la era de la paleotelevisión, existían presentadores de continuidad que daban paso a los siguientes programas, cuando todavía no se contaba con grafismos, rótulos o animaciones que introdujeran las siguientes piezas.
- **Identificativos de la cadena**: mosca, colores corporativos.
- **Cortinillas** de entrada y salida.
- **Cabeceras** de programa.
- **Cierre de programa**: créditos *copyright*.
- **Spot de imagen** del canal.
- **Sintonías**.
- Estilos de **diseño** y colores corporativos.
- **Avances y menús** de programación.
- **Decorados**.
- **Aplicaciones gráfico-visuales de la marca**: web, papelería, etcétera.
- **Publicidad** en otros medios.
- **Web corporativa**.
- **Eventos promocionales**.

BUSCA EN LA WEB

Te animamos a que eches un vistazo al siguiente vídeo en el que se pueden ver las **presentadoras de continuidad** con las que contaba TVE:

<https://bit.ly/3jmWWNf>

• La escaleta de televisión

Todos los elementos de puntuación de continuidad van a aparecer (junto con los programas) en lo que se conoce como escaleta de televisión.

CONCEPTO

Una **escaleta de televisión** es un guion cuyo principal elemento es el minutaje del programa. Este incluye una idea general de cada uno de los bloques que se emitirán, la temporización y la información más importante.

Las **partes principales** y esenciales que debe contener una escaleta de programa son las siguientes:

- Duración.
- Minutaje.
- Contenido.
- Origen.
- Efectos.
- Duración total.

Cuando se produce un programa y se realiza la escaleta, se deben tener en cuenta todos los **incidentes en la continuidad** que puedan ocurrir para poder paliarlos de la forma más rápida y eficaz posible.

PARA + INFO

Un **fallo en la continuidad de un programa** puede ser, por ejemplo, la caída de un presentador. Este hecho no estará reflejado en la escaleta, pero se deben tomar medidas para paliarlo. En el siguiente vídeo, en el que Julen Lopetegui de LaSexta cae desplomado, podéis ver que entra en acción otro presentador y da paso a la publicidad:

<https://bit.ly/2VuGUIL>



2.4. ELABORACIÓN DE LA ESCALETA DE PROGRAMA Y DE CONTINUIDAD

En realidad, no existen aplicaciones específicas para realizar este tipo de tarea, aunque es habitual realizarla a través un programa como, por ejemplo, **Excel**, ya que la información se debe visualizar (en forma de filas y columnas) rápidamente. Cabe destacar, además, que existen programas informáticos que actualizan la información minuto a minuto y agilizan todo el proceso.

En este caso, la escaleta **mezcla tanto contenido técnico como temático** y da la información necesaria para el equipo de realización.

Nombre del programa: X		N.º programa: X		Tema: X		Duración total: 0:10:00		Hoja n.º 1: X	
Orden	Locutor	Contenido	Origen	Efectos	Duración	Fecha de retransmisión: XX/XX/XX		Duración total	
Primer Bloque: X minutos									
1		Cabecera de programa	VTR1	Sintonía y cabecera	0:00:30			0:00:30	
2	Locutor 1		Plató		0:01:00			0:01:30	
3	Locutor 2		Plató		0:02:00			0:03:30	
4		Careta de transición 1	VTR1	Sintonía y cabecera	0:00:20			0:03:50	
Publicidad: X minutos									
Segundo Bloque: X minutos									
5		Careta de transición 2	VTR1	Sintonía y cabecera	0:00:20			0:04:10	
6	Locutor 1	Entradilla	Plató		0:02:30			0:06:10	
7		Pieza: noticia	VTR2		0:03:20			0:09:30	
8		Careta final	VTR1	Sintonía y cabecera	0:00:30			0:10:00	
Publicidad: X minutos									

• Operación de equipos de continuidad de televisión

En todo estudio de televisión existen equipos especializados que se aseguran de mantener la continuidad. Estos operadores se encargan de **vigilar y monitorizar la emisión** en todo momento.

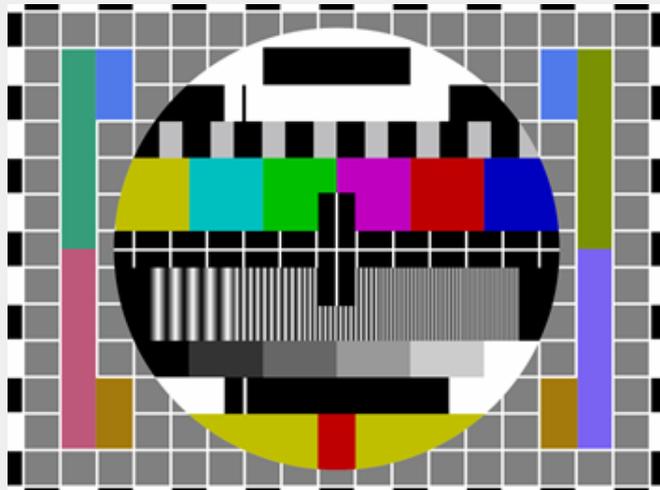
Entre sus **principales tareas**, se encuentran:

- Poner la **mosca** del canal.
- Colocar los **banners**.
- Colocar la **parrilla** de programación en sus franjas diarias.
- Añadir los **bloques publicitarios**, etcétera.

PARA + INFO

¿Sabías que hace tan solo 20 años los operadores de continuidad apagaban las luces y se iban a casa?

Para poder hacerlo, daban paso a la **carta de ajuste** y dejaban la cadena sin emisión hasta la mañana siguiente. Cuando los espectadores accedían a su televisor, no veían más que la siguiente imagen:



En el caso de que no se trate de una pieza en directo, una vez que los equipos de realización tengan la pieza o el programa, esta suele pasar por el departamento de **posproducción**. Este se encargará de **asegurarse de que el contenido, la imagen y el sonido son correctos y aplicará** (si es necesario) **correcciones y/o efectos**.

2.5. DESCONEXIONES TERRITORIALES

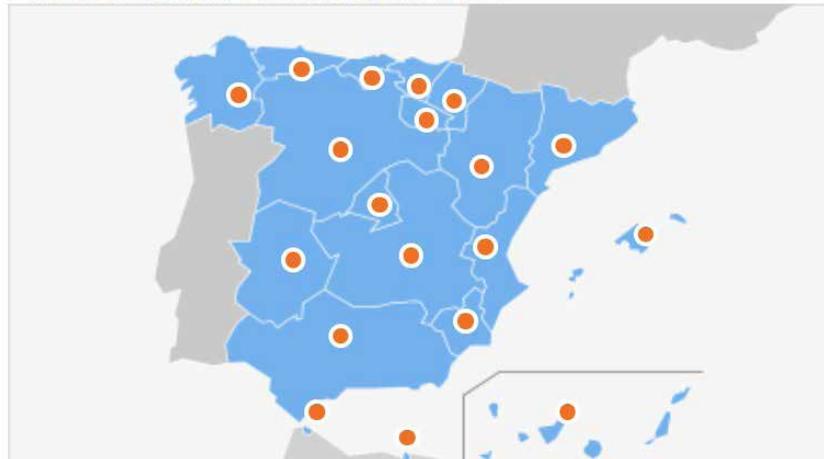
Las **desconexiones territoriales** se llevan a cabo por distintas cadenas de televisión cuando, en alguno de los momentos de emisión, se difunden de forma simultánea varios programas diferentes, lo que permite a las cadenas cubrir una zona geográfica más amplia y llegar hasta un público objetivo más concreto.

Este tipo de emisión se suele utilizar, por ejemplo, en los **telenoticias informativos** para cubrir las zonas autonómicas o incluso locales. En ocasiones, dependiendo de la zona geográfica, esta emisión se hace en la lengua de la comunidad autónoma en la que se vaya a emitir.

Las desconexiones territoriales se suelen realizar en **horarios de máxima audiencia**, para alcanzar el máximo de espectadores posible. Habitualmente, suele coincidir con la hora de la comida española, o bien el *prime time*, por la noche.

En concreto, **RTVE** cuenta con centros territoriales de Televisión Española en cada comunidad autónoma, ofreciendo así información tanto regional como local.

Informativos Territoriales TVE



Fuente: RTVE.





3

DESARROLLO DEL GUION Y LA ESCALETA DE REALIZACIÓN DEL PROGRAMA DE TELEVISIÓN

A lo largo de este tema aprenderemos los distintos **tipos de guiones**: literario, técnico, ilustrado y la escaleta, así como la manera de realizarlos. Estudiaremos su estructura y sus principales elementos y características. Además, estudiaremos los principales **recursos narrativos** de la televisión y cómo funcionan.

También veremos cómo se **coordinan los equipos de producción y realización** y los principales documentos que utilizan:

- Hojas de desglose
- Hojas de localizaciones
- Plan de trabajo

3.1. FASES DEL GUIÓN: DE LA IDEA EN EL GUIÓN LITERARIO AL GUIÓN TÉCNICO

Cualquier tipo de producción (largometraje, serial, programa televisivo, espectáculo, etcétera) nace de una **buena idea**. Esta idea se suele plasmar en los distintos tipos de guiones que explicaremos a lo largo de este tema.

Los guiones, como todo trabajo creativo, se van formando paso a paso y se debe tener en cuenta que tienen sus propios procesos internos, así como sus características.

En este epígrafe explicaremos el **guion literario**, el **guion técnico** y el **guion ilustrado**.

3.1.1. EL GUIÓN LITERARIO

CONCEPTO

El **guion literario** es un documento que contiene el relato de la narración que debe ser filmada. En él se van a especificar tanto las acciones como los diálogos de los personajes, se dará información sobre los escenarios y se pueden añadir acotaciones de interpretación para el reparto.

En este caso, es importante que la historia se explique de tal forma que todas las personas relacionadas con la producción (los lectores) sean capaces de **visualizar y oír lo que pasará**. Esta guía no contará con acotaciones técnicas, tales como planos, movimientos de cámara, etcétera, ya que esa información se especificará en el guion técnico.

Es decir, lo más importante del guion literario serán las **acciones** de los personajes, los **diálogos** del reparto (el texto) y las **acotaciones** (tanto del guionista como del director de la producción). Lo más importante es que se entienda que no se trata de un texto para ser leído, sino que está pensado para ser usado.

Es importante destacar que los guiones literarios cuentan con un **formato propio**, este va a permitir que pueda ser interpretado por todo el equipo de producción sin problemas.

A continuación, se citan sus **características distintivas**:

- **Letra Courier tamaño 12**, ya que de esta forma cada página escrita corresponderá (más o menos) a un minuto de grabación.
- Debe estar **escrito en presente** de manera que la acción se “vea” y se “oiga”.

A continuación, se puede observar un **ejemplo de la película Frozen**:

INT. ARENDELLE, DUNGEON -- DAY

Elsa looks to the nearby window. Tries to rush to it. She's pulled taut by giant shackles that fit like iron gloves. She's chained to the wall.

Elsa strains to look out a window...

INSET WINDOW: Arendelle is outside, frozen solid and getting further buried under the ice and snow that is falling.

ELSA
No...What have I done?

Hans enters. He hangs a torch by the door.

ELSA (CONT'D)
Why did you bring me here?

HANS
I couldn't just let them kill you.

FROZEN - J. Lee

ELSA
But I'm a danger to Arendelle. Get Anna.

HANS
Anna has not returned....

Elsa looks to the storm with worry.

HANS (CONT'D)
If you would just stop the winter, bring back summer...please.

Elsa meets his eyes, desperate.

ELSA
Don't you see...I can't.

Hans sees the sincerity in her eyes.

ELSA (CONT'D)
You have to tell them to let me go.

91

Ejemplo de guion literario. Fuente: Disney.

3.1.2. EL GUIÓN TÉCNICO

CONCEPTO

El **guion técnico** es un documento que en producción recoge toda la información técnica necesaria para ejecutar la grabación de la obra audiovisual.

A diferencia del guion literario, el guion técnico contiene la **transcripción en planos cinematográficos** de las escenas que se hayan narrado en el documento anterior. En este documento se planifica toda la realización por parte del director, incorporando el trabajo del guionista.

En este caso, se especifican **cuestiones técnicas** tales como:

- División de planos
- Encuadre
- Movimiento de cámara
- Iluminación
- Decorados
- Efectos de sonido
- Efectos especiales
- Diálogos
- Minutaje
- Descripciones de las imágenes

En muchas ocasiones, el guion técnico se acompaña de un guion ilustrado, del que hablaremos más adelante. Es importante destacar que estos tres documentos son fundamentales para la buena realización de una producción y deben de ser **entendibles para todo el equipo de trabajo**.



Aquí exponemos un **ejemplo de guion técnico**:

Escena	Plano	Tipo de plano	Duración	Descripción de la imagen	Efectos sonoros	Texto
ESCENA 1. LUGAR: DESCAMPADO – POBLADO ÉLFICO						
1	1	Primer plano. Angulación: contrapicado. Sin movimiento de la cámara/movimiento fijo.	4 s	Safne está tumbada en el suelo y se está despertando, mientras abre los ojos despacio ve a Dalia encima de ella observándola.	Ninguno.	Sin texto.
1	2	Plano entero. Angulación: normal/ frontal. Sin movimiento de la cámara/movimiento fijo.	3 s	Se ve a Safne de cuerpo entero pero sentada en el suelo.	Ninguno.	¿Dónde nos encontramos?
1	3	Gran plano general. Angulación: dorsal. Movimiento: paneo.	3 s	Se muestra la situación donde se encuentran (en medio de la nada). Se ve a los dos personajes (desde atrás) en pequeño desde arriba.	Sonido de grillo.	Sin texto.
1	4	Plano americano. Angulación: perfil. Sin movimiento de la cámara/movimiento fijo.	8 s	Se ven los dos personajes de perfil. Se aprecia que están aún en el suelo, pero no se ve demasiado.	Se escucha viento.	¿Hemos salido de Nueva...? ¿Y QUIÉN ERES?
1	5	Primer plano. Angulación: dorsal. Movimiento: paneo.	3 s	Se ve a Safne desde atrás mirando de un lado para otro de forma curiosa, su vista pasa por Dalia y el lugar donde se encuentran.	Ninguno.	Sin texto.

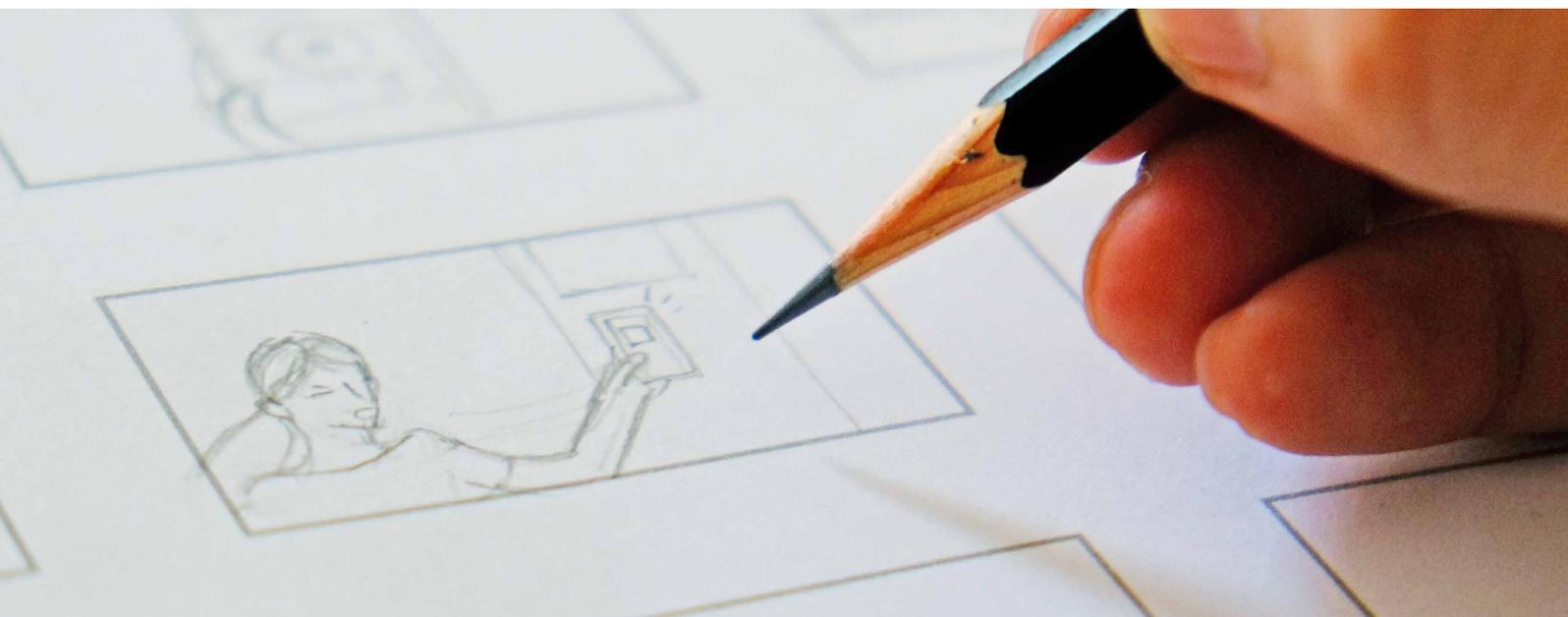
1	6	<p>Primer plano.</p> <p>Angulación: escorzo.</p> <p>Sin movimiento de la cámara/movimiento fijo.</p>	10 s	Se ve a Dalia de frente y un poco de la espalda de Safne.	Ninguno.	<p>¿Hacia dónde estás mirando? ¿Eo?</p> <p>Estoy aquí.</p> <p>C... ¿CÓMO HAS HECHO ESO?</p> <p>Safne, hay mucho que debo... y necesito que estés tranquila.</p>
1	9	<p>Primerísimo primer plano.</p> <p>Angulación: normal/ frontal.</p> <p>Sin movimiento de la cámara/ movimiento fijo.</p>	3 s	Danris agarra con suavidad a Safne por la cabeza. Safne empieza a vislumbrar el lugar.	Sonido de abejas en la cabeza de Safne.	Sin texto.
1	10	<p>Gran plano general.</p> <p>Angulación: picado.</p> <p>Movimiento: paneo.</p>	7 s	Va apareciendo el aspecto real del lugar (una ciudad élfica).	Música de naturaleza (viento, pájaros...).	Sin texto.
1	11	<p>Plano americano.</p> <p>Angulación: contrapicado.</p> <p>Movimiento: <i>till up</i>.</p>	5 s	Se ve a Dalia levantándose mientras Safne sigue sentada en el suelo (Safne sigue con la mirada a Dalia mientras esta se levanta).	Pájaros canturreando de fondo.	Este lugar... Vas a vivir aquí un tiempo, con todos nosotros. Este es el reino de tu familia, Safne. ¿No lo recuerdas?
1	12	<p>Primerísimo primer plano.</p> <p>Angulación: normal/ frontal.</p> <p>Sin movimiento de la cámara/movimiento fijo.</p>	3 s	Safne está completamente petrificada y sin escuchar una palabra de lo que Dalia dice.	Ninguno.	Sin texto.
1	13	<p>Plano medio.</p> <p>Angulación: Perfil.</p> <p>Sin movimiento de la cámara/movimiento fijo.</p>	4 s	Se ve a Dalia de pie hablándole a Safne.	Ninguno.	Vamos a tu habitación, debes descansar un poco, este tipo de viajes son duros, te lo explicaré todo por la mañana.

3.1.3. GUIÓN ILUSTRADO

CONCEPTO

Un **guion ilustrado** es un documento que recoge las ilustraciones necesarias de una secuencia para previsualizar la animación y entender la historia.

El **guion ilustrado** o **storyboard** se suele utilizar para explicar una historia con imágenes, aunque en ocasiones puede ir acompañado de textos o incluso de anotaciones técnicas. Es una técnica que se suele utilizar más en cine que en televisión, aunque es interesante conocerla y estudiarla, ya que se puede llegar a utilizar para series o grandes programas.



3.1.4. APLICACIÓN DE PROGRAMAS EN LA CONFECCIÓN DE GUIONES

En la industria existen varios **programas para la elaboración de guiones**, a continuación citamos algunos de los más importantes:

- **Final Graft:** es el programa más utilizado por la industria por su compatibilidad con el resto de programas utilizados en una gran producción. Se pueden realizar todo tipo de guiones (incluso para teatro o televisión). Aunque se requiere aportación monetaria, cuenta con una versión de prueba de 30 días.
- **Celtx:** se trata de un programa gratuito que permite escribir guiones de todo tipo, incluso historietas y obras de teatro.
- **Trelby:** es un programa sencillo y gratuito para escribir guiones literarios.

Debes ser tú el que decida qué programa se adecúa a tus necesidades, ¡no tengas miedo a explorar! De todas formas, debéis tener en cuenta que para elaborar un guion **lo más importante es la imaginación**. Con un buen ordenador y programas de edición de textos y de imágenes, se puede empezar a desarrollar una idea.

AVISO

BUSCA EN LA WEB

¿Quieres saber más?
¡Prueba cada uno de ellos!

Final Graft
<https://bit.ly/3ywEIiA>



Celtx
<https://bit.ly/2WYg24J>



Trelby
<https://bit.ly/3yrMM4a>




3.2. ESTRUCTURA, RITMO Y RECURSOS NARRATIVOS EN FICCIONES Y EN PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

Como en cualquier producto audiovisual, las ficciones y programas televisivos también cuentan con sus propios recursos narrativos que hacen que estos adquieran cierta estructura y cierto ritmo. Tanto la estructura como el ritmo de una obra determinará su éxito y su audiencia, así como su **continuidad de emisión**.

Un **recurso narrativo** es una estrategia que debe pasar inadvertida para el telespectador pero que debe conseguir un fin concreto, como, por ejemplo, ser líder de audiencia.

Algunos de los **recursos más importantes** son los siguientes:

- **Dramatización:** es importante dosificar la acción, utilizar los cambios de ritmo, etcétera, siempre respetando el esquema de introducción, nudo y desenlace.

- **Elipsis y paralipsis:** en la elipsis, se elimina del relato toda la información superflua. En el caso de la paralipsis, se ocultan partes importantes para dar énfasis a la historia y a la intriga: en ocasiones, los personajes las conocen, pero nunca debe saberlas el espectador.
- **Suspense y sorpresa:** en el suspense, la audiencia conoce la información que es desconocida para los personajes; si la desconocen personajes y espectadores, hablamos de sorpresa.
- **Anticipación:** en este caso, el recurso se suele relacionar con los anteriores. El espectador intentará anticiparse a la acción y al relato y descubrir qué va a pasar. El guion le dará las pistas, que en algunos casos pueden ser certeras y en otros erróneas.
- **La trampa:** simplemente se utiliza para captar la atención de la audiencia, y suele tratarse de información falsa sobre la historia.
- **La caracterización:** es importante tener en cuenta que el aspecto de los personajes nos dará muchísima información sobre ellos y sobre la historia. La buena elección del actor, el vestuario, el maquillaje y la peluquería resultarán claves.
- **El contraste:** se utiliza para reforzar emociones o momentos importantes, como, por ejemplo, terror y comedia.
- **El descanso:** sirve para relajar a la audiencia y la tensión en la trama, suele cambiar el ritmo de la historia.
- **El énfasis:** la acción se para en un momento importante de la historia que queremos que el espectador recuerde.
- **El gag repetitivo:** se suele utilizar en la comedia para enganchar al espectador, repitiendo el mismo chiste o frase a lo largo de todo el relato.
- **El flashback y el flashforward:** se trata de alteraciones narrativas temporales sobre la historia. El primero vuelve al pasado de los personajes y la historia, mientras que el segundo viaja hacia el futuro de los mismos.

Recuerda que durante los primeros temas hemos hablado sobre los distintos **géneros y formatos televisivos**, de sus **características** y también de los recursos utilizados en televisión. Te recomendamos que le eches un vistazo para que puedas relacionar cada tipo de programa o serie con los distintos recursos explicados en este punto.



3.3. COORDINACIÓN ENTRE LOS EQUIPOS DE REALIZACIÓN Y DE PRODUCCIÓN

En toda producción es muy importante que los diferentes equipos y departamentos se mantengan en contacto en todo momento. En el caso de los audiovisuales, los equipos de realización y producción van a trabajar durante el proceso de producción mano a mano y, además, contarán con distintos tipos de documentos que harán que el proyecto fluya con naturalidad y de forma eficiente.

En concreto, para coordinar los equipos de realización y de producción se utilizarán los **guiones** y los **desgloses**.

Desgloses de guion en proyectos de ficción y programas de televisión

Los desgloses de guion son documentos que van a servir a todo el equipo para poder llevar a cabo un proyecto determinado.

A lo largo de los siguientes temas explicaremos tres de los más importantes:

- **Hoja de desglose**
- **Hoja de localizaciones**
- **Plan de trabajo**

3.4. MODELOS DE DESGLOSE DEL GUION DE REALIZACIÓN DEL PROGRAMA DE TELEVISIÓN

El desglose del guion es la base sobre la que se asientan los planes de rodaje y contiene prácticamente toda la información importante sobre el mismo. Existen distintos tipos de modelos, que se pueden recoger en lo que llamaremos **hoja de desglose**.

CONCEPTO

Una **hoja de desglose** es un documento que tiene como fin prever todas las necesidades (tanto técnicas como de recursos humanos) que puedan surgir durante una grabación.

Este tipo de previsión la llevan a cabo los **productores y directores**, y la hacen con base en la idea principal del proyecto y sus diferentes guiones, el presupuesto, los recursos necesarios y las distintas localizaciones.

Es muy importante que se lleve a cabo durante la **fase de preproducción** del proyecto y que sea lo **más detallada posible**. Para explicarlo de una forma fácil, podríamos decir que sería como una lista de la compra para preparar un plato en concreto.

Habitualmente, las hojas de desglose **se utilizan por secuencias** para que el equipo no cuente con un sinfín de papeles o archivos electrónicos en los que tener que buscar la información.

Normalmente, se suele clasificar según las necesidades del rodaje y también de los recursos (humanos y técnicos) con los que se cuente.

Las **partes principales** y esenciales que debe contener una hoja de desglose son las siguientes:

- **Localizaciones:** lugar donde se rodará, sobre todo nos debemos fijar en si es en exteriores o en interiores.
- **Hora de la grabación:** importante tener en cuenta si es diurna o nocturna.
- **Reparto:** habitualmente se recoge el nombre del personaje y del actor o presentador en cuestión y el orden de aparición en la secuencia.
- **Especialistas:** número de especialistas, sus apariciones y características que cumplen como especialistas. Se especifica cada especialista para cada escena y/o actor.
- **Figuración:** número de extras o figurantes y el momento de aparición.
- **Animales:** momento de aparición y necesidades especiales de cada tipo de animal. En ocasiones, algunas personas están especialmente encargadas de sus necesidades básicas.
- **Atrezo:** se presta especial atención al atrezo argumental de la obra, el más necesario, el esencial, aunque también se recoge el adicional o recomendado.
- **Vehículos:** aparición y número de vehículos.
- **Escenografía y decorados:** deben apuntarse por cada secuencia.
- **Vestuario:** se debe tener en cuenta las veces que se cambian los actores, así como preparar varios trajes parecidos por si existen problemas técnicos y se pierde el original. En los casos en que se requiera vestuario especial (como, por ejemplo, de época o *vintage*) se tratará de forma independiente.
- **Maquillaje y peluquería:** en especial si se van a rodar varias tomas en las que se cambia de aspecto, se llora, hay una catástrofe, etcétera.
- **Caracterización:** en el supuesto de necesitar prótesis en algún momento, se recogerá el actor y en qué momento la necesitará.
- **Efectos especiales:** se recogen simplemente los que se necesitan por rodaje, como la lluvia, por ejemplo.

- **Efectos de iluminación:** se detallan, también, los que pasan en la acción en ese momento.
- **Efectos de sonido:** los que se requieren en rodaje, no constan los de posproducción.

A continuación, podéis observar un **ejemplo** de una hoja de desglose:

Páginas de guion:	Secuencia:	Fecha:
Productora:	Título de la producción:	
Descripción:		
Localización (día/noche):		

Reparto	Especialistas
Figuración	Animales

Atrezo	Vehículos	Escenografía y decorados
Vestuario	Maquillaje y peluquería	Caracterización

Efectos especiales	Efectos de iluminación	Efectos de sonido

3.4.1. DETERMINACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO DE REGISTRO Y DE LAS LOCALIZACIONES A PARTIR DEL GUIÓN

CONCEPTO

Una **hoja de localizaciones** es un documento que recoge los lugares escogidos para rodar la producción.

Es muy importante destacar que una localización no tiene por qué ser un lugar en concreto: también puede ser un decorado, un plató o incluso un *chroma key*.

Este tipo de hojas deben servir a todo el equipo de grabación para poder llevar a cabo la idea que se plasma en los distintos tipos de guiones. Por ese motivo, es muy importante o recomendado acompañarla de un mapa o una ubicación electrónica para que todos puedan acudir al lugar sin problemas (de no conocerlo con anterioridad).

Factores de idoneidad de las localizaciones

Los encargados de escoger la idoneidad de las localizaciones son los productores de las ficciones o los programas.

Esta elección dependerá de muchos factores:

- Económicos y de **presupuesto**.
- Exigencias del **guion** y escaletas.
- **Impacto** del programa sobre el *target*.
- **Audiencia**.
- **Condiciones meteorológicas**.
- **Material técnico**.
- **Reparto y presentadores**.
- **Suministros de energía**.

En realidad, actualmente, una cámara se puede utilizar en casi cualquier lugar que se necesite, simplemente hacen falta los medios técnicos adecuados y un presupuesto acorde a la idea principal del proyecto. Es importante, en este caso, que todo el equipo de preproducción se ponga de acuerdo durante esta fase para que se lleven a cabo los menores cambios posibles en la fase de rodaje y que estos queden registrados en la hoja de localizaciones.

A continuación, se puede observar un **ejemplo de una hoja de localizaciones** y sus partes más importantes:

Programa:	Título:	Capítulo:	
Ciudad:	Provincia:		
Complejo de decorados:	Situación:		
Permisos:	Teléfonos:		
Observaciones:			
Decorado y aspecto	Interior	Exterior	Efecto
Aparcamientos, tráfico, accesibilidad, equipos humanos y técnicos:			
Toma de corriente:		Agua, aseos:	
Dimensiones:			
Camerinos:			
Comidas de rodaje:			
Almacén de material:			



3.5. APLICACIÓN DE SOLUCIONES AUDIOVISUALES A LA TRANSFORMACIÓN DE UN GUION LITERARIO EN ESCALETA

¡RECUERDA!

Una **escaleta de televisión** es un guion cuyo principal elemento es el minutaje del programa. Este incluye una idea general de cada uno de los bloques que se emitirán, la temporización y la información más importante.

Las **partes principales** y esenciales que debe contener una escaleta de programa son las siguientes:

- Duración
- Minutaje
- Contenido
- Origen
- Efectos
- Duración total

Tal y como se ha explicado anteriormente, realizar una escaleta de televisión consiste en transformar un guion (literario o técnico) en un **documento sencillo que puedan utilizar todos los miembros del equipo de realización**.

Este tipo de escaletas se pueden utilizar tanto en papel físico como de forma electrónica.

VISITA LAS PÁGINAS

Para ver un **ejemplo de escaleta** televisiva, revisa el punto 2.4 *Elaboración de la escaleta de programa y de continuidad*.

3.5.1. TÉCNICAS DE REALIZACIÓN DE LA ESCALETA DE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

Existen distintas técnicas a la hora de programar una escaleta de programa de televisión. Habitualmente, lo haremos a través de la estructura por bloques o secuencias; todo ello lo haremos, siempre, **reforzando y conservando la continuidad**.

Estructura en bloques o secuencias

Estructurar la escaleta mediante bloques temáticos o bloques de grabación nos ayuda a conservar la continuidad y a **reforzar la imagen de marca** de la cadena o plataforma de contenidos.



¡RECUERDA!

Recuerda que la **continuidad** en televisión sirve para reforzar la identidad de marca del canal y consigue ofrecer cercanía y calidad para el telespectador en torno al *branding* de la cadena.

Además, esta estructura permite que la grabación del programa sea más cómoda, ya que, en ocasiones, los bloques no solamente se **estructuran de forma temática**, sino que lo hacen en el **orden de grabación que llevará el proyecto** ese día en concreto. Esta información se reflejará en las hojas de desglose, en la de localización y, como veremos más adelante, en el plan de trabajo.

Estos bloques o secuencias se diferenciarán a través de los siguientes **elementos de separación**:

- **Determinación de pausas publicitarias o promocionales:** las pausas publicitarias o promocionales siempre son importantes y, en ocasiones, priman sobre la temática. Se debe tener en cuenta que es una de las fuentes monetarias principales de toda cadena de televisión o plataforma *online*.
- **Relación de intervenciones, vídeos, líneas y duraciones:** para separar los bloques o secuencias, siempre se utilizan los distintos elementos de continuidad que ligarán un bloque con otro y conservarán la imagen de marca del mismo, tales como las distintas intervenciones, los vídeos promocionales, cortinillas, etcétera.

VISITA LAS PÁGINAS

Para recordar lo que es la **continuidad y sus elementos** echa un vistazo al punto 2.3 *La escaleta de programa y de continuidad*.



Identificación de las fases y de las características de un proceso de producción en directo, por bloques y en diferido



¡RECUERDA!

Recuerda que estos son los distintos **modelos de realización** en televisión:

- **Retransmisión en directo:** también conocido como *streaming*, se trata de un modelo de realización en el que el programa se graba a la vez que se emite, sin posibilidad de posproducción.
- **Directo diferido:** el programa ha sido grabado de la misma forma que si fuera en directo, con la peculiaridad de que será retransmitido en diferido. En realidad, se trata de un falso directo y puede contar con posproducción.
- **Registro por bloques:** también denominado grabación multicámara en estudio con posproducción. Se trata de la grabación de un programa de forma ininterrumpida y segmentada por distintos bloques, añadiendo material adicional entre ellos en posproducción, así como materiales de archivo.





Por último, a la hora de transformar un guion literario y/o técnico en escaleta televisiva se debe tener en cuenta el modelo de realización que se utilizará:

- **Registro en directo:** cuando se trata de una retransmisión en *streaming*, la escaleta se registrará en todo momento tal y como se sucederán temporalmente los hechos. Es importante tener en cuenta que siempre pueden ocurrir cosas que no estén en el guion y el equipo debe estar alerta.
- **Registro de falso directo:** cuando se trata de un falso directo, la escaleta también se organizará temporalmente, pero también por bloques. En este caso, no se corta la acción hasta que termina una secuencia que vaya a ir separada, por ejemplo, por un vídeo o una promoción.
- **Registro por bloques:** se estructurará de tal forma que tanto el equipo de realización como el de posproducción puedan trabajar cómodamente y de forma rápida y eficiente.

3.6. REDACCIÓN DEL PLAN DE TRABAJO

CONCEPTO

El **plan de trabajo** es una herramienta que las empresas audiovisuales utilizan para que una producción resulte lo más rentable y económica posible. De este modo, se pueden reducir al máximo las jornadas de trabajo, tanto en la fase de rodaje como en la de posproducción.

Habitualmente, el plan de trabajo se lleva a cabo en la **fase de pre-producción** del proyecto, teniendo en cuenta las hojas de desglose, las hojas de localizaciones y los guiones de los cuales se dispone. Es de vital importancia, sobre todo, en el cine, aunque para grandes producciones televisivas (tales como seriales o miniseriales) también se suele utilizar.

Para poder **elaborar un buen plan de trabajo** se deben de tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Guion literario.**
- **Guion técnico.**
- **Guion ilustrado.**
- **Escaleta.**
- **Hojas de desglose.**
- **Localizaciones.**
- **Presupuesto.**
- Agrupación de tomas y secuencias que tengan lugar en una misma **localización o decorado.**
- Agrupación de tomas y secuencias que tengan que grabarse el **mismo día o a una misma hora.**
- **Empezar la grabación en los exteriores** para aprovechar al máximo la luz solar.
- Tener en cuenta las **inclemencias meteorológicas.**
- **Agrupar las jornadas entre diurnas o nocturnas**, debido a que lo recomendable es que los equipos descansen un mínimo de 12 horas desde el final de una jornada de grabación al inicio de la siguiente.

Cada productora hace su propio plan de trabajo, adecuándolo a sus necesidades. De todas formas, a continuación podéis observar un **ejemplo** del mismo:

	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4
Secuencias				
Localización				
Interior / exterior				
Día / noche				
Cámara				
Sonido				
Iluminación				





4

**PREPARACIÓN DE LOS MATERIALES PARA
LA PREPRODUCCIÓN DE UN PROGRAMA DE
TELEVISIÓN**

A lo largo de este tema abordaremos desde diferentes perspectivas la gestión de los recursos necesarios para la elaboración de un programa de televisión. En concreto, determinaremos las **necesidades del material audiovisual** de archivo que vamos a precisar y aprenderemos **cómo podemos obtenerlo**: desde material de archivo corporativo hasta agencias de noticias, fuentes documentales, etcétera.

También veremos cómo se **preparan los distintos materiales de VTR**, de audio y grafismo, así como sus principales tipos y características. Además, analizaremos su documentación técnica y aprenderemos a elaborar la **escaleta de audio** y la **escaleta de VTR**.

Por otro lado, señalaremos los principales **programas de edición y redacción de noticias y proyectos audiovisuales**, y la manera de **seleccionar y evaluar** este tipo de materiales.

Por último, nos referiremos a la **ley de propiedad intelectual**, veremos qué supone y en qué consisten los **derechos de autor**.

4.1. DETERMINACIÓN DE LAS NECESIDADES DE MATERIAL AUDIOVISUAL EN PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

Cuando un equipo de realización y producción se pone manos a la obra para realizar un programa de televisión, en lo primero que se fijará será en los recursos que tiene: materiales y humanos. Acto seguido, realizará una lluvia de ideas para determinar cómo debe ser este y pensará la forma en la que se llevará a cabo tanto la grabación como la posproducción.

En la fase de preproducción del proyecto (aunque muy ligada a la posproducción) se encuentra la tarea del **documentalista**, una figura que determinará las necesidades de material audiovisual que se necesitarán para realizar el programa. Una buena planificación de los medios técnicos y los materiales hará que todo el rodaje avance más rápido y sea más eficiente.

Así pues, el documentalista pensará **qué tipo de materiales se necesitan y cómo conseguirlos**:

- Materiales propios: de archivo o de nueva creación
- Productoras televisivas
- Agencias de noticias
- Etcétera

4.2. PROCEDIMIENTOS DE OBTENCIÓN DE MATERIALES AUDIOVISUALES

CONCEPTO

Las **fuentes documentales audiovisuales** son toda aquella información que contiene tanto imagen como sonido y que puede servir como pieza o parte de un programa televisivo.

Existen distintos **tipos** de fuentes documentales **según su procedencia**:

- **Fuente primaria:** material de primera mano, información que se considera original. Un buen ejemplo sería una entrevista o una rueda de prensa.
- **Fuente secundaria:** se trata de un texto o una documentación basada en fuentes primarias, se considera un producto de análisis, como, por ejemplo, un reportaje documental sobre un hecho conocido.
- **Fuente terciaria:** se trata de la recopilación entre las fuentes primarias y las secundarias como pueda ser un reportaje bibliográfico.

Así pues, se deduce que, para realizar un programa audiovisual, se pueden utilizar diferentes tipos de fuentes, según si los materiales son de procedencia propia y han sido elaborados especialmente para él o si se deben comprar a terceros para elaborarlo. En la **fase de ideación del proyecto** se deberán tener en cuenta, así como su procedencia, para poder elaborar una buena escaleta de programa y sus diferentes escaletas técnicas (audio y VTR).

A continuación se citarán los **principales procedimientos de obtención de materiales**:

- **Fuentes propias** y materiales de archivo
- **Agencias** de noticias
- **Productoras** de televisión

4.2.1. FUENTES PROPIAS Y BASES DE DATOS

En muchas ocasiones, las cadenas televisivas (sobre todo las que provienen de grandes corporaciones) cuentan con los recursos necesarios para elaborar sus propios materiales. Esto implica que en la fase de preproducción se pensará detenidamente **qué se necesita y cómo se puede obtener**.



La información primaria se consigue normalmente a través de **diversos mecanismos y diferentes equipos de trabajo**:

- **Cámaras**: la parte del equipo que se dedicará a grabar todas las imágenes necesarias.
- **Redactores ENG** (*electronic news gathering*): se trata de periodistas que acuden a un acto o rueda de prensa con una cámara y se encargan tanto del texto como de las imágenes.
- **Periodistas**: asisten a ruedas de prensa y actos para redactar toda la información importante del evento.
- **Entrevistas personales**: se suelen utilizar en el caso de que se necesiten historias en primera persona o, por ejemplo, expertos sobre un tema determinado.
- **Investigaciones**: se pueden realizar pequeñas investigaciones, encuestas o incluso pequeños estudios.
- **Montadores**: equipo de edición y montaje.
- **Editores de efectos de audio e imagen**.

Habitualmente, una vez que se ha realizado el material audiovisual, este se almacena en una **base de datos** para que posteriormente se pueda utilizar. Si se utilizan imágenes o piezas antiguas, se denominan **material de archivo**, y debe identificarse en el programa como material antiguo indicando la fecha y lugar de grabación.

4.2.2. AGENCIAS DE NOTICIAS

CONCEPTO

Las **agencias de noticias** son organizaciones que se caracterizan por recoger noticias a través de corresponsales que después las venderán u ofrecerán a distintos medios de comunicación.

Los **abonados** a las diferentes agencias de información o noticias tendrán acceso a toda la información que estas recojan mediante una aportación monetaria. Una vez que hayan adquirido la información (puede ser un texto, una imagen, un recurso audiovisual o sonoro, etcétera), tienen el **derecho de transformarlo y difundirlo**.

Las cadenas o productoras de televisión utilizan este tipo de servicios cuando no disponen de corresponsales en el extranjero o corresponsales especiales. Aunque todo tipo de medios hacen uso de este servicio, es más habitual en las cadenas con menos medios.

Las **principales agencias de noticias** en España son las siguientes:

- **Agencia EFE**: agencia española pública que da cobertura internacional de información.

- **Europa Press:** agencia privada de noticias española, aunque contiene noticias de todo el mundo.
- **Reuters:** agencia privada de noticias inglesa que da cobertura a todo el mundo.
- **Agència Catalana de Notícies:** servicio de información público catalán.
- **Aragón Press:** servicio público que ofrece información sobre Aragón.
- **VascoPress:** servicio de información público dedicado a las noticias de Euskadi.
- **Agencias especializadas:** como, por ejemplo, Servimedia, que da cobertura a las ONG, o Cora24, dedicada a la cultura.

BUSCA EN LA WEB

Para entender cómo funciona una agencia de noticias echa un vistazo a la **página web de la Agencia EFE**. Te recomendamos que visites su parte comercial y veas qué tipos de materiales ofrece:

<https://www.agenciaefe.es/comercial/>



4.2.3. PRODUCTORAS DE TELEVISIÓN

¡RECUERDA!

Recuerda que las **productoras de televisión** son agencias que ofrecen sus programas (tanto información como ficción o entretenimiento) a los principales conglomerados televisivos mediante un pago monetario.

VISITA LAS PÁGINAS

Repasa los **tipos de empresas televisivas** que se trataron en la **UF1** y, en concreto, lo referente a los distintos tipos de proveedores de servicios en los que se menciona las productoras de televisión en España.

En este caso, cuando se plantea un programa de televisión, se puede contar con piezas adquiridas en una productora televisiva, o incluso puede que esta ofrezca programas enteros ya terminados, reportajes, documentales, películas, etcétera.

4.3. PREPARACIÓN DEL MATERIAL DE LOS VTR, EL AUDIO Y EL GRAFISMO

Cuando un equipo de grabación y/o emisión se encuentra en la **fase de preproducción**, debe tener en cuenta todos los materiales adicionales que va a necesitar a lo largo del programa.

Encontramos distintos **tipos de materiales**:

- **VTR**: este tipo de material puede ser piezas de elaboración propia (como noticias o reportajes), piezas que se hayan comprado a una agencia de noticias, piezas de archivo, etcétera.
- **Audio**: sintonía del programa, efectos de sonido enlatados (risas o aplausos, por ejemplo), fondos musicales, entre otros.
- **Rotulación y grafismo**: careta de programa, nombre del locutor, titulares o notas informativas de última hora, por ejemplo.

Es importante destacar que cada uno de ellos debe tratarse de forma única y con relación a sus características. Por este motivo, a lo largo de este tema se hablará de la **gestión de los distintos tipos de materiales**: VTR, grafismo, rotulación y audio.

4.3.1. GESTIÓN DEL MATERIAL VTR

CONCEPTO

Se conoce como **materiales VTR** a aquellos materiales ya grabados que se van a utilizar durante la emisión o grabación de un programa de televisión.

En el caso de la televisión, se encargaría de esta labor el **operador VTR** en un estudio de grabación. Su función es, básicamente, clasificar los diferentes materiales de archivo y ordenarlos según su aparición.



¿SABÍAS QUE...?

Las **siglas VTR** vienen del inglés y significan **video tape recorder**. Esta nomenclatura se utilizaba para designar a las cintas de vídeo que contenían materiales audiovisuales, tales como una pieza informativa. Aunque se sigue usando el término, en realidad el uso de cintas se encuentra obsoleto, ya que hoy en día prácticamente la totalidad del material es digital.



La **ingesta de material adicional** se hace en la actualidad directamente desde un servidor central de contenidos y aparece en todas las estaciones de reproducción y montaje de una cadena o estudio de televisión. El operador se encarga de interpretar la escaleta de programa y de VTR y de seguir las indicaciones del realizador.

4.3.2. GESTIÓN DE LA REALIZACIÓN DEL GRAFISMO Y LA ROTULACIÓN

Una parte muy importante de un programa de televisión, como ya hemos ido comentado a lo largo del temario, es la **continuidad**. Una de las maneras de conseguirla es utilizando un grafismo y una rotulación adecuados; esto ayudará al telespectador a identificar la imagen de marca de la cadena y a unir los diferentes bloques programados en la escaleta.

Si se trata de un programa grabado, todo este proceso se llevará a cabo en la fase de posproducción, mientras que, si se trata de una emisión en directo, se realizará en la fase de producción, es decir, en el mismo momento.

A continuación se establece una clasificación de los diferentes tipos de rotulación o grafismo, a la vez que se establecerán sus principales estrategias.

• Tipología y estrategias de rotulación y/o grafismo en televisión

Dependiendo del estilo de la rotulación y/o grafismo y su finalidad podemos establecer distintas clasificaciones de este tipo de materiales.

La rotulación se puede **clasificar según su estilo**:

- **Rotulación y/o grafismo manual**: este tipo de técnica se realiza a mano alzada haciendo uso de un pincel o una brocha, que permiten un trazado espontáneo. En el caso de la televisión, este tipo de rotulación se utilizaba en forma de carteles impresos que después captaba la cámara. Hoy en día, aunque también se puede utilizar, se digitalizarían los materiales.
- **Rotulación y/o grafismo digital**: se utiliza en la mayoría de los casos y surge de la utilización de programas de edición de textos que se pueden implementar al programa o al vídeo de forma automatizada.

También se puede clasificar **según su finalidad o estrategia**:

- **Rotulación y/o grafismo informativo**: su finalidad principal es identificar de forma informativa lo que aparece en la pantalla. Se puede referir, por ejemplo, al nombre del locutor, al titular de la noticia o al nombre de una sección del programa.
- **Rotulación y/o grafismo decorativo**: se trata de grafismos dedicados, sobre todo, a la imagen de marca de la cadena, del programa, de la sección, etcétera. Aunque no dan información relevante al telespectador, son un elemento de continuidad muy importante que ayuda a la audiencia a seguir conectada a ese canal.

Es importante destacar que tanto el grafismo como la rotulación no suelen contener una sola estrategia, así pues, por ejemplo, las **caretas de programa** cumplen con una doble función: informar de lo que se verá y, a su vez, reforzar la imagen de marca de la cadena y la emisión.

4.3.3. GESTIÓN DE LA REALIZACIÓN DEL MATERIAL SONORO

El material sonoro es **imprescindible** en cualquier tipo de proyecto audiovisual. Este nos ayudará, de la misma forma que los efectos de vídeo, a identificar la imagen de marca y a mantener la continuidad. Además, será capaz de crear tensión en la audiencia, sorpresa, nerviosismo, etcétera.

La gestión del material sonoro que se vaya a necesitar se debe tener en cuenta desde la fase de preproducción del proyecto y puede conseguirse a través de **material propio o utilizando proveedores de servicios**. En cualquier caso, se debe tener en cuenta para realizar los diferentes documentos, en especial la escaleta de programa y la posterior escaleta de audio.

Además, de la misma manera que los materiales gráficos o de rotulación, el material sonoro se tratará de forma diferenciada si organizamos una emisión en diferido (grabada y montada en postproducción) o si realizamos un programa en directo.

A continuación, se citan los principales elementos sonoros que se utilizan en una producción:

- **Ráfagas**: fragmento musical de corta duración (5 segundos) que sirve para separar contenidos o bloques temáticos dentro de un mismo programa. Se trata de una transición fuerte y dinámica.
- **Golpes musicales**: fragmento extremadamente corto, de tan solo 2 o 3 segundos de duración, que se utiliza para llamar la atención del telespectador en un momento determinado.

- **Cortinillas:** fragmento musical de entre 10 y 15 segundos que se usa para separar contenidos diferenciados.
- **Fondo musical:** se trata de música ambiental para todo tipo de programas. Debe ser sutil y no eclipsar la atención del público, y suele ser una melodía sin letra.
- **Sintonía de programa:** melodía, con o sin letra, que identifica y presenta el programa. Tiene una duración de entre 15 y 30 segundos.

BUSCA EN LA WEB

A continuación te dejamos un pequeño **ejemplo de las diferentes sintonías** que se pueden utilizar en un programa de televisión, en este caso, **¡Boom!**, un programa de Antena 3.

Haz clic en el siguiente enlace:

<https://bit.ly/3yUzMDE>



4.4. ELABORACIÓN DE DOCUMENTACIÓN TÉCNICA DE LOS MATERIALES VTR Y LOS MATERIALES SONOROS

Tal y como se ha explicado anteriormente, para que un programa se lleve a cabo se deben tener en cuenta muchísimos documentos, tales como las hojas de desglose, la de localizaciones y, sobre todo, la escaleta de programa.

La elaboración de la documentación técnica de los diferentes materiales (tanto VTR como sonoros) se debe realizar **con base en los guiones principales y a la escaleta de programa**. A partir de ahí, se realizará una escaleta técnica de audio y una escaleta técnica de VTR (que contará con el grafismo y la rotulación).

- **Escaletas técnicas para audio:** se trata de una escaleta en la que se añadirá la narrativa (texto del locutor), el origen de los clips de audio (plató, VTR3, VTR2, etcétera), los efectos de sonido y, si es necesario, algún tipo de fondo musical.

A continuación, se aporta un **ejemplo** de escaleta técnica audio:

Nombre del programa: X				Hoja n.º 1: X			
Nº programa: X		Tema: X		Duración total: 0:10:00		Fecha de retransmisión: XX/XX/XX	
Orden	Locutor	Contenido	Narrativa	Origen	Efectos de sonido	Fondo musical	Duración
Primer bloque: X minutos							
1		Cabecera de programa		VTR1	Sintonía y cabecera		0:00:30
2	Loc 1		"Bienvenidos, un día más..."	Plató + VTR2		<i>Fade in</i> Fondo tertulia	0:01:00
3	Loc 2		"... damos paso a la publicidad"	Plató + VTR2		<i>Fade out</i>	0:02:00
5		Careta de transición 1		VTR1	Sintonía y cabecera		0:00:20
Publicidad: X minutos							
Segundo bloque: X minutos							
6		Careta de transición 2		VTR1	Sintonía y cabecera		0:00:20
7	Loc 1	Entradilla	"20.000 estudiantes se concentran..."	Plató+ VTR2		<i>Fade in</i> Fondos informativos <i>Fade out</i>	0:02:30
8		Pieza: noticia		VTR3			0:03:20
9		Careta final		VTR1	Sintonía y cabecera		0:00:30
Publicidad: X minutos							

- **Escaletas técnicas para VTR:** esta escaleta también contará con la narrativa (locución), con el origen de los materiales y los canales de emisión (VTR1, VTR2, etcétera) y los rótulos o grafismos necesarios.

A continuación, se aporta un **ejemplo** de escaleta técnica para VTR y grafismo:

Nombre del programa: X				Hoja n.º 1: X		
N.º programa: X		Tema: X		Duración total: 0:10:00		Fecha de retransmisión: XX/XX/XX
Orden	Locutor	Contenido	Narrativa	Origen	Rotulación y grafismo	Duración
Primer bloque: X minutos						
1		Cabecera de programa		VTR1	Sintonía y cabecera	0:00:30
2	Loc 1		"Bienvenidos, un día más..."	VTR3	Nombre loc 1	0:01:00
3	Loc 2		"... damos paso a la publicidad"	VTR3	Nombre loc 2	0:02:00
5		Careta de transición 1		VTR1	Sintonía y cabecera	0:00:20
Publicidad: X minutos						
Segundo bloque: X minutos						
6		Careta de transición 2		VTR1	Sintonía y cabecera	0:00:20
7	Loc 1	Entradilla	"20.000 estudiantes se concentran..."	VTR3	Nombre loc 1	0:02:30
8		Pieza: noticia		VTR2	Título noticia 1	0:03:20
9		Careta final		VTR1	Sintonía y cabecera	0:00:30
Publicidad: X minutos						

4.5. SISTEMAS VIRTUALES DE EDICIÓN Y DE REDACCIÓN DE NOTICIAS Y DOCUMENTOS AUDIOVISUALES

Actualmente, tanto la edición como la redacción de libros se encuentran cada vez más automatizadas gracias a las nuevas tecnologías y, sobre todo, a los sistemas virtuales de edición. Este tipo de **software** ha permitido que estas labores se ejecuten de una forma cada vez más rápida y eficaz. Es más, estos sistemas de montaje han permitido que se lleve a cabo lo que llamamos **edición no lineal**.

CONCEPTO

La **edición no lineal** es un sistema que permite el montaje libre y sin seguir un orden en concreto; de este modo, se pueden reducir o ampliar las diferentes secuencias sin que se altere el resultado final.

Este tipo de edición sustituyó a la **edición lineal o analógica** alrededor de los años ochenta, debido a que el sistema era más costoso, más rudimentario y no permitía el libre montaje de las secuencias.

En definitiva, podemos decir que los sistemas de edición no lineal han permitido que el **montaje en posproducción sea más dinámico**, así como las grabaciones, que se pueden realizar programando bloques que después se podrán mover, cortar o incluso suprimir en la última fase del proyecto.

Además, también es importante destacar que, en el mismo proceso de posproducción, se puede **añadir todo el grafismo**, los **efectos de audio y los de vídeo**. Este proceso suele ser el último, una vez que se ha llevado a cabo el montaje de las imágenes principales, evitando muchos de los errores que se cometían en la edición lineal (se debía hacer en el mismo momento de la grabación) y mejorando el tiempo de renderizado de los programas.

● ● ●
BUSCA EN LA WEB

Echa un vistazo a este curioso videotutorial en el que se explican los principios básicos de la edición no lineal:

<https://bit.ly/3l1TgRW>




PARA + INFO

¿Sabes lo que es la edición lineal?

Este fue el primer método de montaje que apareció cuando se difundieron los primeros sistemas de vídeo. Se le considera un sistema lineal porque se debía grabar en el orden de secuencia de la emisión del programa. Sus limitaciones y las mejoras tecnológicas hicieron que desapareciera en la década de los ochenta.

Se trataba de un sistema de edición en el cual un magnetoscopio (habitualmente conocido como *recorder*) grababa sobre una cinta magnética las imágenes de vídeo suministradas por otro tipo de magnetoscopios (llamados *players*).

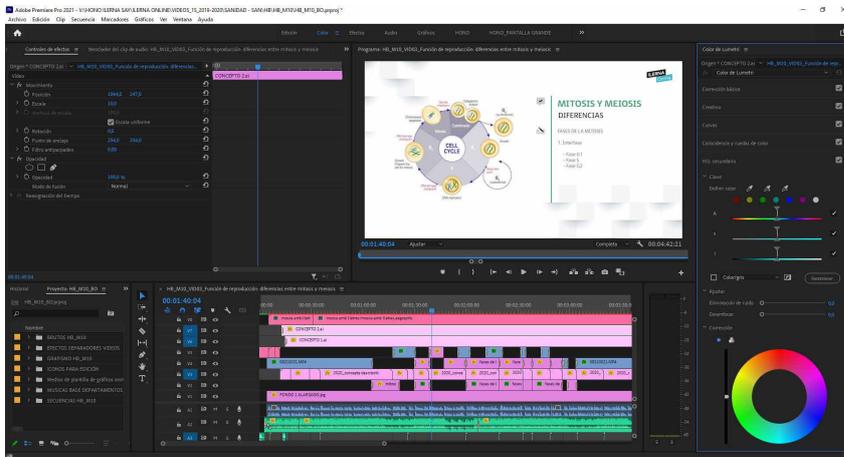


Equipo para la edición lineal con magnetoscopios, monitores, mezclador de audio y de vídeo. Fuente: Wikipedia.

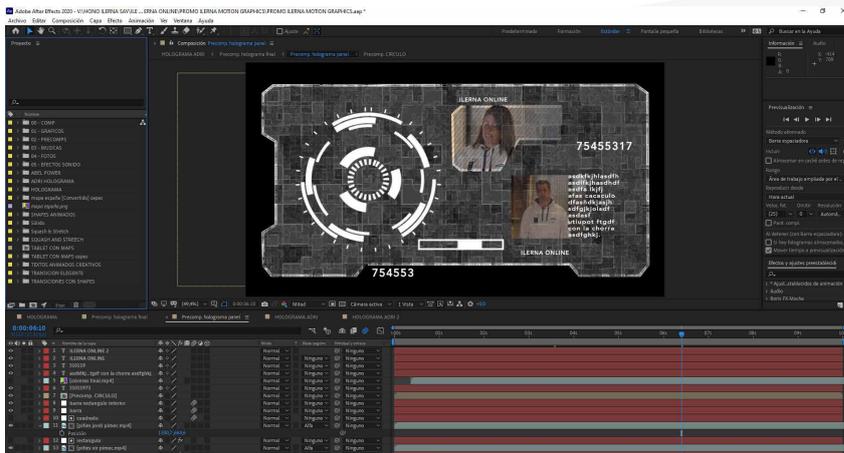


A continuación, se citan los **principales programas** informáticos profesionales de edición de imagen y audio que se utilizan actualmente:

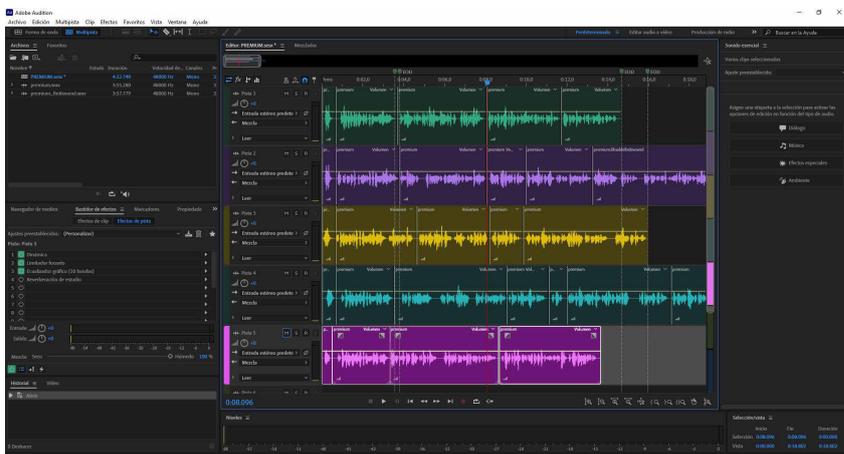
- **Adobe Premiere:** programa de pago para la edición de vídeo y películas.



- **Adobe After Effects:** *software* de pago para la edición de efectos especiales, grafismo y animaciones.



- **Adobe Audition:** aplicación de pago para la edición de audio.



BUSCA EN LA WEB

¡Te recomendamos que eches un vistazo a los **vídeos de presentación de estas herramientas** para que veas todas sus posibilidades!

Adobe Premiere:
<https://adobe.ly/3mWSTKS>



Adobe After Effects:
<https://adobe.ly/3yBuFif>



Adobe Audition:
<https://adobe.ly/3t9JXTx>




4.6. PLANIFICACIÓN, REGISTRO, SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DE LOS MATERIALES AUDIOVISUALES

Tal y como se ha explicado a lo largo de los temas anteriores, para realizar un programa de televisión se deben escoger bien los materiales audiovisuales que se necesitarán a lo largo de todo el proceso. En este punto hablaremos de cómo seleccionar los que vayan a funcionar mejor, cómo obtenerlos y cómo saber si debemos conservarlos.

Es importante destacar que estos materiales dependerán de las decisiones de producción, así como de los recursos con los que se cuente, y que deberán ser tratados de modo diferente dependiendo de la fase en la que se encuentren.

En los siguientes apartados se explican las diferentes **fases de planificación** de los materiales audiovisuales: identificación de las necesidades, registro y obtención, selección, evaluación y conservación.

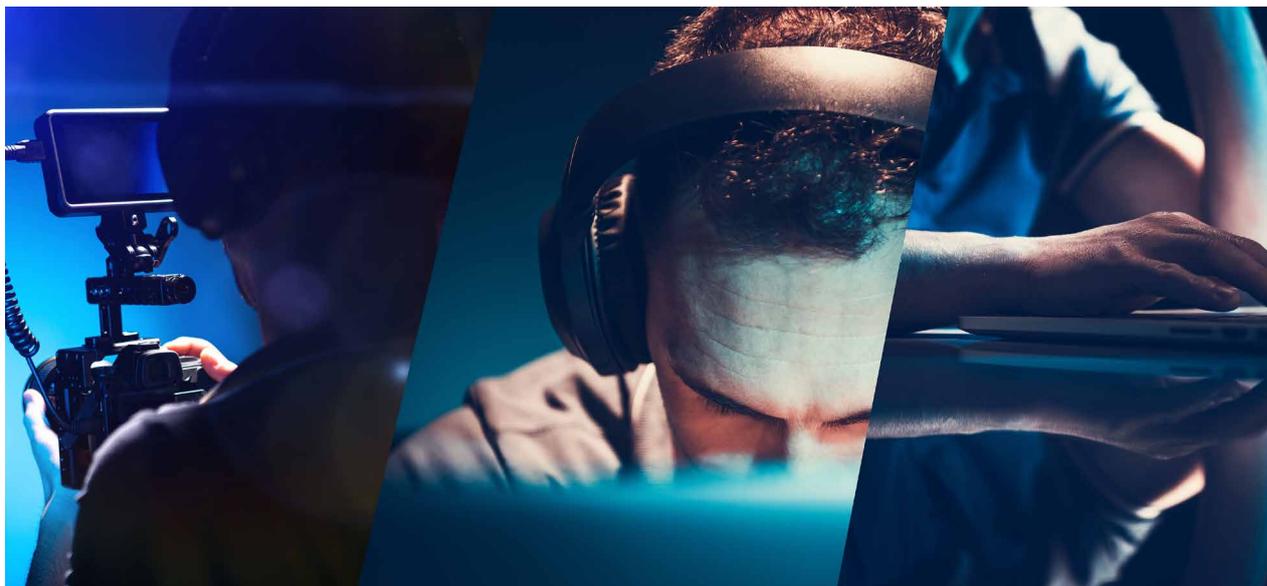
4.6.1. IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES

La identificación de las necesidades de los materiales audiovisuales se lleva a cabo en una primera fase del proyecto, en la **preproducción**. Es muy importante que este punto se ejecute de manera rigurosa, ya que de él dependerán todas las fases posteriores y el desarrollo del programa.

Los materiales que se vayan a necesitar deberán quedar **registrados en la documentación técnica**, y servirán de apoyo para redactar los guiones del programa y, sobre todo, para hacer la escalera. En esta primera fase, se pensará, además, si los materiales se obtendrán de fuentes propias (material original) o de agencias de noticias o productoras televisivas.

- En el primer caso, **creación de material original**, las necesidades se centrarán en los recursos humanos y en el equipo de trabajo, centrandos los esfuerzos en cuadrar el número de personas que participarán y la agenda de los mismos.
- En el segundo caso, **utilización de fuentes secundarias**, las necesidades se focalizarán en los recursos económicos y en discernir cuál será la agencia de noticias o la productora más adecuada para paliarlas.

De cualquier modo, es importante destacar que, habitualmente, los programas televisivos utilizarán tanto material propio como material proveniente de fuentes secundarias. En este caso, la pieza o el programa se considerarán fuentes de información terciarias.



4.6.2. REGISTRO Y OBTENCIÓN DE LOS MATERIALES

Esta segunda fase del proceso se realiza en plena **producción** del programa. En este punto, el equipo concentrará sus esfuerzos en recopilar todos los materiales que vaya a necesitar. De la misma forma que en la fase anterior, se tendrá en cuenta si se utiliza material de creación propia o si se va a adquirir en agencias de noticias o productoras televisivas.

- En el caso de la creación **de material original**, se cumplimentarán todos los registros de las imágenes necesarias. Este punto se llevará a cabo siempre con base en la documentación técnica, teniendo en especial consideración el *storyboard* y el guion técnico. Habitualmente, los registros serán gestionados por los operadores de cámara o los redactores ENG. En algunas ocasiones, este tipo de creación se realizará por reporteros internacionales o enviados especiales: esto puede pasar, por ejemplo, en eventos puntuales como las Olimpiadas o en sucesos como una guerra o una revuelta social.
- Si se **utilizan fuentes secundarias**, será el documentalista quien se encargará de cerciorarse de que las agencias y las productoras están abasteciendo a la producción de forma correcta. Además, clasificará todos los materiales y los preparará para que puedan pasar (después de la selección previa) hasta la fase de posproducción.

4.6.3. SELECCIÓN

Una vez que se han registrado las imágenes o se han obtenido desde las distintas fuentes, el documentalista se encargará de hacer una selección de las más importantes. Esta fase se pone en marcha también durante la **producción**.



Para realizar una buena selección de los materiales audiovisuales que se van a utilizar es importante tener en cuenta los siguientes **critérios**:

- **Rentabilidad**: uno de los más importantes, depende directamente del presupuesto. Para que un proyecto o programa sea rentable, se debe hacer un estudio previo y determinar las ganancias.
- **Cantidad de material**: a veces, la cantidad de material es insuficiente para una buena secuencia o pieza, por ese motivo, puede descartarse. Esto puede ocurrir, por ejemplo, en la grabación de eventos especiales en directo como un partido de fútbol o en sucesos como una manifestación.
- **Los plazos**: puede ocurrir que, por falta de tiempo o por no cumplir los plazos de entrega, un material acabe directamente descartado.
- **El equipo**: también es posible que el equipo falle, o alguno de los miembros no acuda a la grabación. Si no es posible volverla a realizar, se eliminará ese trozo.
- **Calidad técnica**: en ocasiones, se puede descartar un material por su poca calidad. En el caso de haber demandado la pieza a una agencia de noticias o a una productora, el comprador tendrá el derecho de pedir una con mayor calidad. En el supuesto de la elaboración propia, o bien se volverán a registrar las imágenes, o bien se eliminarán definitivamente del proyecto.
- **Soporte y/o formato**: puede ocurrir también que el soporte de los materiales o su formato no sean compatibles, por ejemplo, si el sistema de almacenaje se encuentra comprimido en FAT32 (únicamente legible a través de Windows) o Mac OS Plus (únicamente compatible con Apple).
- **Tipo de contenido**: puede ser que el tipo de contenido obtenido difiera notablemente de lo esperado y por ese motivo no pueda formar parte de la pieza o el programa. Pongamos el caso de que se asiste a una manifestación llena de imágenes violentas y sangrientas y ese programa debía emitirse en horario infantil.
- **Derechos de imagen**: en algunas ocasiones, se deben descartar imágenes, como las provenientes de internet, por falta de derechos sobre ellas.

4.6.4. EVALUACIÓN Y CONSERVACIÓN

La evaluación y conservación de los materiales audiovisuales se lleva a cabo en la fase de **posproducción** del proceso. Este será el momento de evaluar y considerar todas sus características y determinar si tienen la calidad suficiente para ser guardados en una base de datos.

- Habitualmente, en la fase de **evaluación** de las piezas audiovisuales se tienen en cuenta factores como la calidad técnica e informativa del material. Hoy en día, se suele digitalizar prácticamente todo el contenido por si pudiera ser utilizado con posterioridad.
- En cuanto a la **conservación** de los medios obtenidos, es importante destacar que, actualmente, se suele guardar todo el material digitalizado previamente. Es cierto, pues, que en décadas anteriores la decisión era más importante debido al gran almacenaje que se requería con las cintas de película analógicas.

La conservación cumple, principalmente, dos **funciones**:

- **Archivística**: conservar el material para su posterior utilización en piezas y programas. Como ya se ha dicho, si es material antiguo, se suele guardar en grandes almacenes aislados del agua y de la luz solar. En el caso de material actual, se almacena de forma digitalizada en bases de datos (propias o alojadas en la nube).
- **De memoria histórica**: otra de las funciones, y no menos importantes, es guardar las imágenes para completar la memoria histórica de un país, de una comunidad o de la misma cadena. Por ejemplo, en la serie de TVE *Cuéntame cómo pasó* se utilizan gran cantidad de imágenes de archivo para recrear momentos de la historia de España.

4.7. GESTIÓN DE RECURSOS PROTEGIDOS POR LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Cuando se utilicen **recursos que no sean de creación propia** para la realización de los proyectos, se debe tener en cuenta que estos suelen tener un autor, que verá sus derechos protegidos por la Ley de Propiedad Intelectual.

CONCEPTO

La **propiedad intelectual** de una obra es un derecho que protege todas aquellas creaciones de carácter único, como las obras artísticas, tales como obras musicales, literarias, esculturas, pinturas, etcétera.

BUSCA EN LA WEB

¿Quieres saber más sobre la Ley de Propiedad Intelectual?

Te dejamos el enlace de la **Ley 2/2019, de 1 de marzo**, por la que se modifica el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, y por el que se incorporan al ordenamiento jurídico español la Directiva 2014/26/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de febrero de 2014, y la Directiva (UE) 2017/1564 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de septiembre de 2017.

<https://www.boe.es/eli/es/l/2019/03/01/2>



En España, la Ley de Propiedad Intelectual se rige por la **Ley 2/2019, de 1 de marzo**, por la que se modifica el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, y por el que se incorporan al ordenamiento jurídico español la Directiva 2014/26/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de febrero de 2014, y la Directiva (UE) 2017/1564 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de septiembre de 2017.

Esta ley se encarga, principalmente, de los derechos de autor. La protección de estos derechos corresponde al **Registro de la Propiedad Intelectual**.

Es importante que, siempre que se haga uso de este tipo de material, se reflejen los autores de las obras y se respete su autoría. Se debe tener en consideración que, en algunos casos, se requerirá algún tipo de aportación monetaria regida por los derechos patrimoniales y de explotación de la obra.

PARA + INFO

¿Sabes lo que es el **Registro de la Propiedad Intelectual**? Se trata de un organismo que se encarga de registrar obras artísticas. Aunque no es obligatorio hacerlo, es beneficioso, ya que, en caso de litigio o conflicto, la titularidad de los derechos recaerá en el autor que haya registrado la obra.

Te dejamos el enlace a su página web:

<http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/propiedadintelectual/registro-de-la-propiedad-intelectual.html>



La declaración y los derechos de autor

Existen dos **tipos** de derechos de autor:

CONCEPTO

Los **derechos de autor** hacen referencia a los privilegios que corresponden al creador de una obra por el simple hecho de haberla creado.

- **Derecho moral:** se trata de un derecho irrenunciable e inalienable que identifica al autor como propietario de la obra. Esto le da algunos derechos tales como el de ser reconocido, garantizar la integridad de la obra, etcétera.
- **Derecho patrimonial o de explotación:** retribuye al autor económicamente por ese derecho reconocido. Esto se lleva a cabo a través de la reproducción, distribución y/o transformación de la obra.

BUSCA EN LA WEB

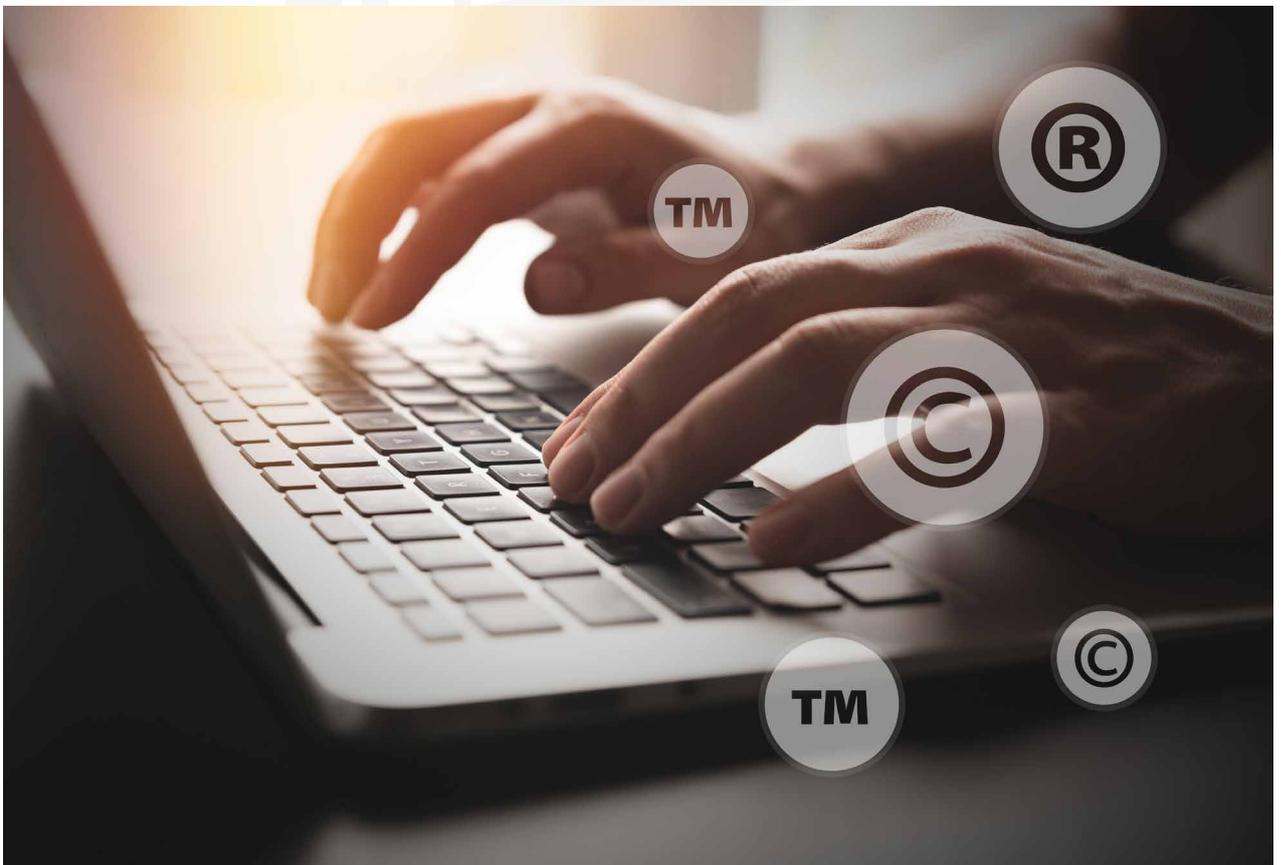
¿Qué pasa con los derechos de autor y la Ley de Propiedad Intelectual en internet?

Te dejamos el siguiente artículo:

“Novedades y conceptos generales de la propiedad intelectual en internet”. Revista digital Inesem.

<https://bit.ly/3tnv9AG>







5

PLANIFICACIÓN DE LA REALIZACIÓN MULTICÁMARA EN EL CONTROL DE TELEVISIÓN

A lo largo de este tema, aprenderemos qué es la **puesta en escena** y qué diferencias sustanciales existen entre la puesta en escena para proyectos de ficción y para proyectos televisivos. También aprenderemos qué es la **locución televisiva**, quién la lleva a cabo y cómo puede mejorarse para que el mensaje llegue mejor hasta la audiencia.

Veremos también cómo se debe planificar la **escenografía** y los distintos elementos escenográficos. Aprenderemos qué son las **plantas de decoración** y con qué tipo de programas informáticos podemos realizarlas. Hablaremos también de la escenografía virtual y cómo esta interactúa con el medio televisivo y en qué casos su utilización es más frecuente.

También nos centraremos en los **ejes de acción** y el sentido direccional de la realización multicámara y cómo estos elementos influirán en la planificación de los **movimientos** que se ejecutarán por parte de los operadores: los distintos tipos de planos.

Por último, estudiaremos distintos **elementos de articulación del espacio-tiempo**, así como de la **imagen y el sonido**, sin dejar de lado los **efectos de iluminación**.

5.1. LA PUESTA EN ESCENA EN PROYECTOS DE FICCIÓN Y PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

CONCEPTO

La **puesta en escena** es la materialización física de un guion. Incluye todos los elementos que compondrán cada escena y, por tanto, lo que contendrá cada encuadre.

En realidad, la puesta en escena es la **composición que forman todos los elementos de una producción**: actores, escenografía, vestuario, caracterización, interpretación, sonido, etcétera. Esta composición se lleva a cabo en un plano tridimensional en el que, durante un intervalo de tiempo (el rodaje), los actores representarán a sus personajes. La finalidad de esta puesta en escena será que la audiencia, los espectadores, perciba esta representación como si fuera real y que no sienta en ningún momento que se trata de algo artificial.

El director del proyecto y el **director de arte** serán los encargados de crear esta "magia", y lo harán valiéndose tanto de elementos reales, como la escenografía, como de elementos intangibles, como, por ejemplo, el etalonaje del color. En este caso, es importante destacar que la creación de este espacio no tiene por qué funcio-

nar en el mundo real, sino que el director puede utilizar elementos simbólicos o metafóricos que den vida a la escena, haciendo que, a la vez, resulten creíbles para el espectador.

En realidad, se puede decir que la principal función de la puesta en escena es ubicar al espectador en el **punto de interés del proyecto** y en donde se focalice su acción. Para ello, se utilizarán todos los elementos que formen parte de la acción: actores, movimientos, iluminación, etcétera.

Una de las mejores formas de plasmar la puesta en escena es el uso del **guion ilustrado** o **storyboard**, que dará una visión más detallada a todo el equipo de cómo se compondrán las diferentes secuencias.

EJEMPLO

BUSCA EN LA WEB

¿Quieres indagar un poco más sobre la **puesta en escena de la película Dogville**? Te recomendamos que hagas clic en el siguiente enlace de **“Críticas a la carta” (Espinof)**:

<https://bit.ly/3yugUev>



Un buen ejemplo de **la utilización de la simbología** para la puesta en escena podría ser la película **Dogville**, de **Lars von Trier**, que solamente utiliza los elementos escenográficos más esenciales para la acción.

En el siguiente enlace puedes observar la escenografía de *Dogville*:

<https://vimeo.com/105662199>



La puesta en escena debe combinar diferentes funciones, tales como la comunicativa, la narrativa y la expresiva. Por eso, es importante que tengamos en cuenta que la puesta en escena no se llevará a cabo de la misma forma en los **distintos tipos de proyectos**, sobre todo si se trata de proyectos de ficción frente a programas televisivos.

• **La puesta en escena en proyectos de ficción**

En cuanto a la puesta en escena de proyectos de ficción, es importante destacar que suele **predominar la parte más estética y simbólica**. Aunque el director suela buscar un equilibrio entre la parte narrativa y la funcional, se dejará llevar más por su función expresiva.

En este caso, se buscará **impactar al espectador** y recrear de la mejor manera posible el ambiente y la estética, utilizando todos los elementos que se consideren necesarios. Esto es posible debido a que, en los proyectos de ficción, la fase de preproducción suele ser de vital importancia.

Tanto es así que no se empieza a rodar (fase de producción) hasta que no quedan claros todos los documentos que se van a nece-

sitar: hojas de desglose y de localizaciones, guion literario, guion técnico, *storyboard*, escenografía, atrezzo, maquillaje, actores idóneos, etcétera.

Todos estos elementos deben funcionar de tal forma que, en la mente del espectador, creen un producto único que concuerde con la imagen que el director tiene en mente. Habitualmente, la puesta en escena suele ser **completamente artificial para crear una realidad no existente**.

En el supuesto de la ficción, además, es importante destacar que variará dependiendo también del formato utilizado y del género. No es lo mismo, por ejemplo, preparar una puesta en escena de una película de recreación histórica que recrear una película de fantasía.



- **La puesta en escena en televisión**

La puesta en escena de programas de televisión estará sujeta a motivaciones muy distintas que las de los proyectos de ficción, debido a sus peculiaridades. Se podría decir que va a **prevalecer la parte más funcional que favorezca la comunicación**. En estos casos, la no ficción suele partir de una realidad existente y, a partir de ahí, se irá alterando.



A continuación, veremos los **patrones** que comparten los programas televisivos y que determinarán qué tipo de puesta en escena se va a llevar a cabo:

- Cuentan con una **producción constante y efímera**, sujeta al presupuesto y a la audiencia.
- Persiguen la **espectacularidad**, y por eso utilizan elementos llamativos.
- Utilizan ampliamente de la **iluminación** en plató.
- Deben ofrecer una imagen de modernidad, haciendo uso de toda la tecnología que tenga a su alcance, lo que hace que, en muchas ocasiones, la puesta en escena contenga muchos elementos virtuales o añadidos en posproducción.
- Se consideran un **producto informativo o de entretenimiento**, por lo que se destinará menos presupuesto a la puesta en escena.
- Habitualmente, mantienen un **ritmo de producción rápido** que hace que no haya tiempo de reunir a todo el equipo para reflexionar sobre temas formales.
- En muchas ocasiones, los programas se graban y/o se emiten en directo y cuentan con **una única puesta en escena**.

EJEMPLO

Un buen ejemplo de puesta en escena única llamativa, mucha iluminación y con aire moderno podrían ser los **concursos** que se suelen emitir a media tarde, tales como **Allá tú** o **¡Boom!**, de **Antena 3**.

<https://www.antena3.com/programas/boom/>



5.2. CONTROL DE LA LOCUCIÓN EN LA TELEVISIÓN

Los **presentadores televisivos** son la vía de contacto entre el programa y los telespectadores, por ese motivo, es muy importante que la forma en la que hable y transmita la información se haga de una forma correcta. La imagen y la expresión oral de los presentadores, así como su voz, se convertirán en sus instrumentos de trabajo.

CONCEPTO

La **locución** es la forma en la que se expresará un presentador de televisión, regida por unas características básicas entre las que destacan el tono, el ritmo y la dicción.

- Características específicas de la locución
 - **La respiración:** una de las características más básicas con las que cuenta toda buena locución es la óptima utilización de las respiraciones, utilizando de forma correcta las pausas y los silencios. Debido a que la voz es el instrumento de trabajo de los presentadores de televisión, estos deben aprender técnicas de respiración que los puedan ayudar a expresarse con claridad y a que su garganta no sufra.
 - **El volumen:** equivale a la energía con la que se emite el discurso y al aire que se soltará desde los pulmones. En este caso, el volumen no solamente dependerá de las características vocales del presentador, sino también de lo que esté comunicando. Gritar más no suele significar que te hagas entender mejor, aunque locutar demasiado flojo tampoco ayudará en la comprensión del mensaje. Se debe optar por un volumen medio que remarque las partes más importantes del discurso.
 - **El tono:** el tono de voz dependerá de la longitud de las cuerdas vocales y, por lo tanto, será distinto para cada persona. Pero, aunque dependa de las características vocales, también se puede variar, haciéndolo más grave o más agudo según las conveniencias comunicativas y del estilo de programación.
 - **El ritmo:** el ritmo es la relación que se da entre los acentos y las pausas. Se relaciona con la velocidad del discurso, y este, a su vez, con distintas convenciones sociales. Por ejemplo, alguien que hable muy rápido transmitirá nerviosismo, mientras que alguien que lo haga lento lo más probable es que transmita tranquilidad o incluso aburrimiento. En este caso, es importante marcar bien las partes importantes y los silencios que se vayan a realizar, manteniendo una locución clara pero no pausada. Es importante destacar que el ritmo, en gran parte, vendrá marca-



do por el horario de emisión del programa. Probablemente, un programa que se emite por las mañanas mantenga un ritmo de locución alto, mientras que uno que se emita por la tarde o por la noche mantenga un ritmo mucho más lento.

- **La melodía:** se trata de los acordes musicales que se generan con la **entonación** del discurso. Esta melodía se crea mediante la utilización de distintas técnicas.
 - **Ascendente:** se trata de una ligera subida al terminar la frase, como, por ejemplo, cuando hacemos una exclamación o una pregunta. Se utiliza para dar énfasis.
 - **Descendente:** ligera caída de la entonación para determinar el final de una frase o un párrafo. Se suele utilizar siempre cuando leemos un punto.
 - **Monocorde:** se trata de la pausa que se genera en medio de una frase que puede resultar muy larga. Aunque no denota expresividad, sí marca un punto de inflexión en la locución y, por lo tanto, hace que el telespectador se fije.
- **La dicción:** se trata de la unión adecuada de todas las características de la voz para emitir un mensaje de forma correcta. La dicción se preocupa de que se entiendan las palabras, se pronuncien correctamente, etcétera. Es imprescindible que un presentador cuente con una buena dicción para hacer llegar su mensaje hasta su público objetivo.

5.3. PLANIFICACIÓN DE LA ESCENOGRAFÍA PARA LA TELEVISIÓN

CONCEPTO

La **escenografía** son todos aquellos elementos (iluminación, vestuario, atrezzo, decorado, etcétera) que forman parte de la ambientación de un proyecto audiovisual y, en lo que atañe a este módulo, de un plató de televisión.

Cuando se vaya a rodar, ya sea para cine o para televisión, se debe tener en cuenta que se necesitarán elementos escenográficos. Estos elementos pueden ser simples o incluso llegar a **recrear todo un ambiente** que se haya construido desde cero (suele pasar en los géneros de ficción). De todas formas, en la televisión esto también será de vital importancia y puede llegar a determinar el éxito de un producto.

BUSCA EN LA WEB

¿Quieres saber más sobre la recreación de localizaciones?

Echa un vistazo al siguiente artículo: **“Así fueron creadas las localizaciones de Star Wars” (Vice):**

<https://bit.ly/3juDejX>




La escenografía en televisión es conocida como **decorados o plató de televisión**.

Este tipo de escenario debe reunir una serie de **características** o requisitos:

- Debe ser **funcional y apropiado para la ocasión** y el tipo de programa.
- La escenografía debe adaptarse, en muchas ocasiones, a las **dimensiones que tenga el estudio** donde se rueda.
- Debe **adaptarse al presupuesto** de una producción televisiva.
- Debe **facilitar la libertad operativa de los técnicos** de cámara, iluminación, sonido, etcétera.



5.3.1. ORGANIZACIÓN DE LA ESCENOGRAFÍA PARA TELEVISIÓN

La escenografía se plantea en la fase de **preproducción** y viene dictada por la idea que tenga el director del proyecto, y se verá plasmada en los distintos documentos técnicos, empezando por el guion.

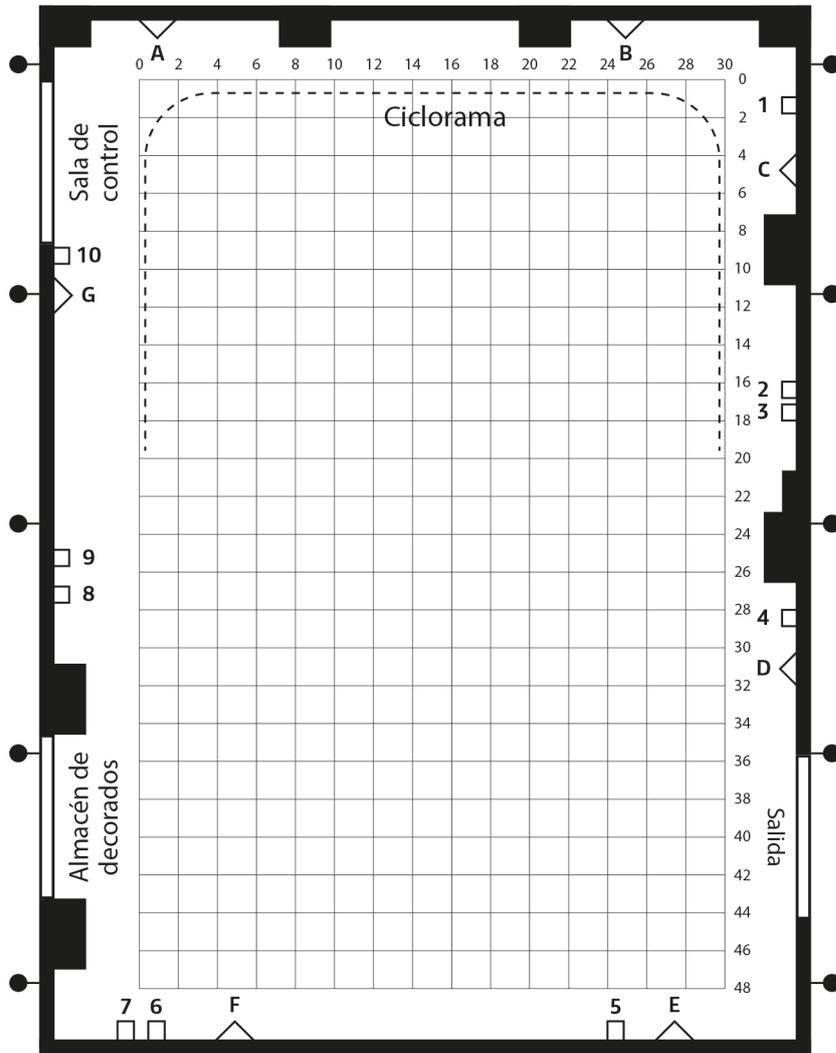
En gran medida, que haya una gran escenografía o, en cambio, algo más austero dependerá del presupuesto asignado, aunque también cambiará en función de las exigencias narrativas de cada proyecto. Que presupuesto e idea converjan dependerá de la imaginación del equipo de producción y del director. Es importante destacar que los **decoradores de televisión** deben hacer “magia” y recrear distintos ambientes reutilizando los materiales con los que se cuenta día a día.

Esta **planificación** se realizará entre el director del programa, el realizador y los distintos escenógrafos. Todos ellos se pondrán de acuerdo para plasmar la idea del producto de la mejor manera posible. Cuando se trata de una realización de gran alcance y gran envergadura, se necesitará de la **coordinación** entre los distintos departamentos.

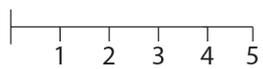
Para llevar a cabo este tipo de planificación, existen algunos **documentos técnicos** que todo el equipo debe conocer:

- **Plano de estudio**

Es el elemento esencial para una buena planificación de la escenografía. Este debe estar a escala y mostrar la disposición de los elementos permanentes, tales como suministros, accesos o almacenes.



Escala (m)



A Cámara
Monitor
Conexiones a audio

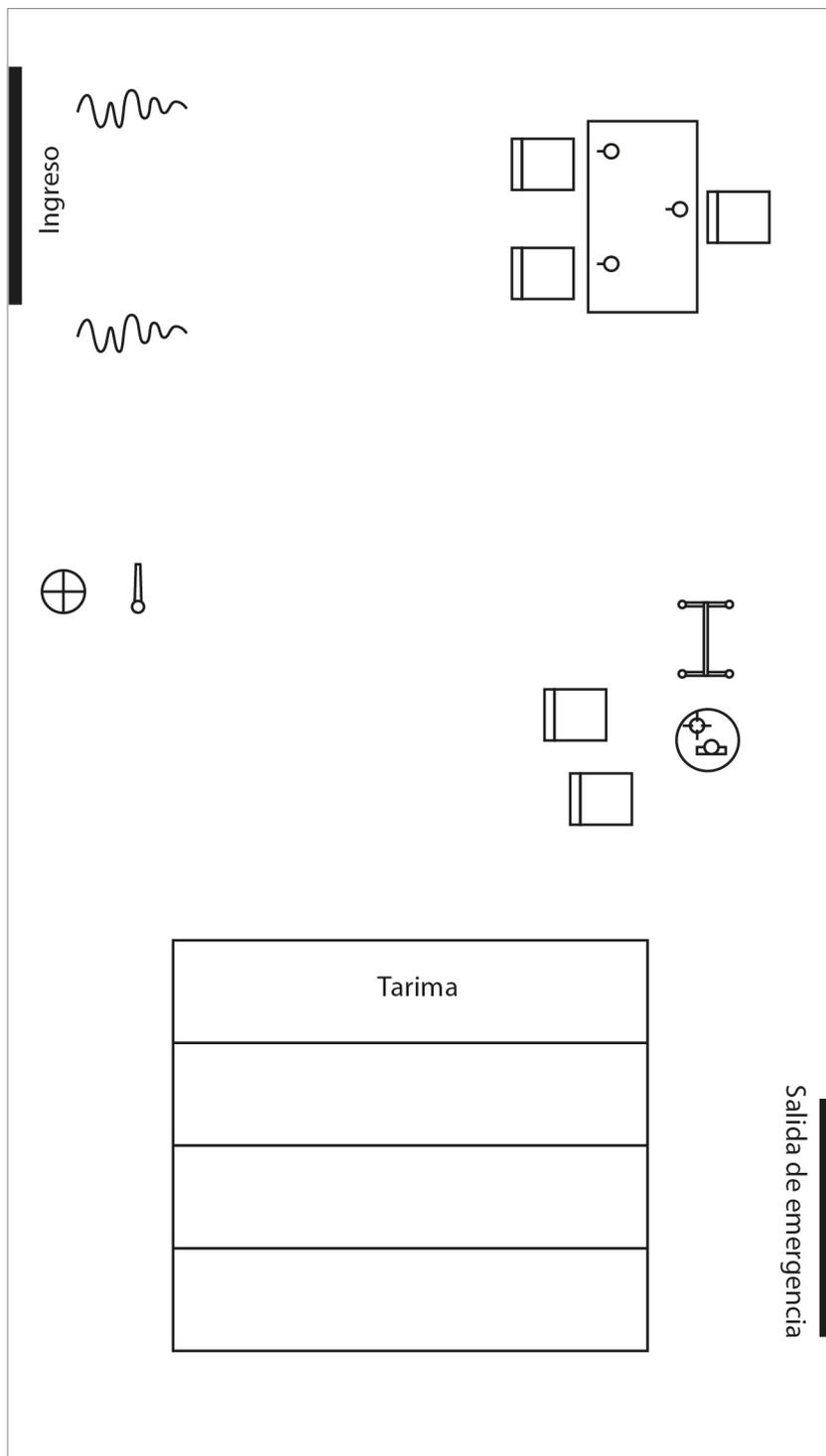
1 Tomas de energía

● Conexiones
iluminación



• **Plano de escenario (planta, suelos y decorados)**

Se trata de una planificación de la disposición de los distintos elementos que vayan a formar parte de la puesta en escena.



Planta escenográfica

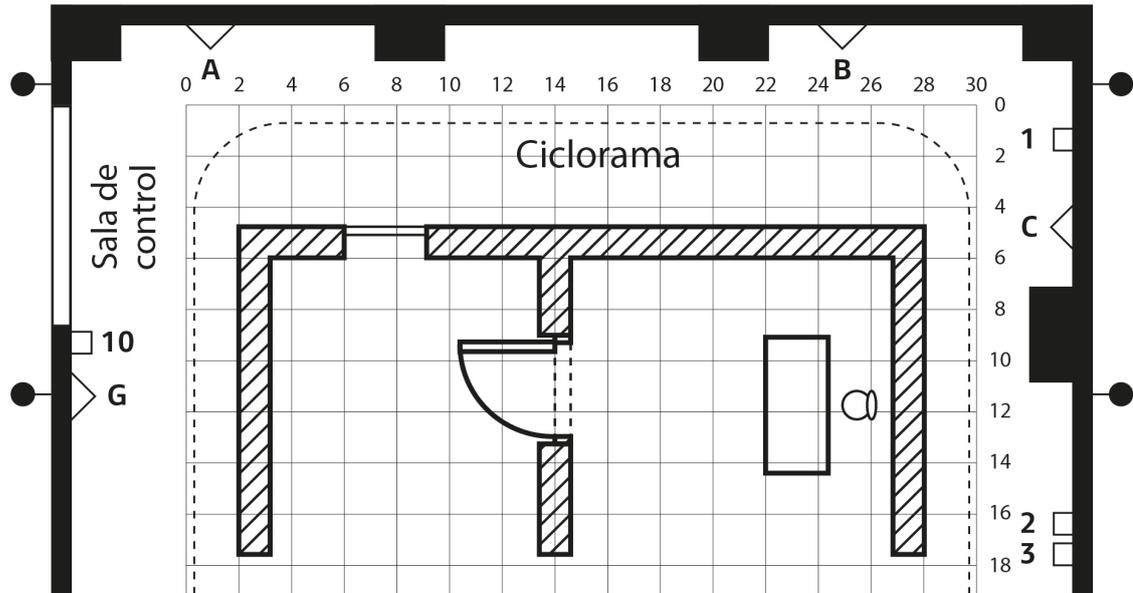
OBRA Alquímica

SALA 3-A

DIRECTOR J. Pedrosa

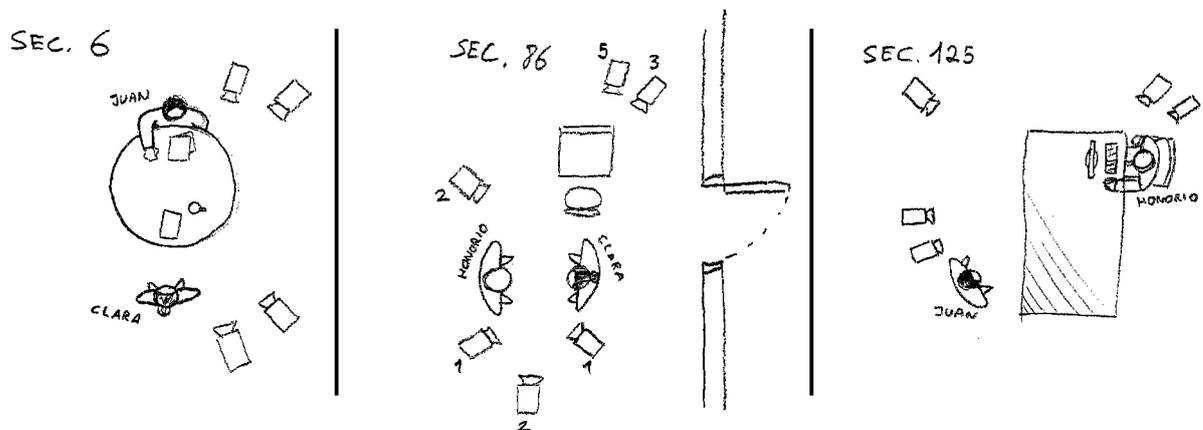
Iconografía

-  Cortina
-  Mesa redonda
-  Taburete
-  Micrófono
-  Mesa escritorio
-  Silla de madera
-  Tendedero
-  Taza
-  Reloj de mesa
-  Cenicero



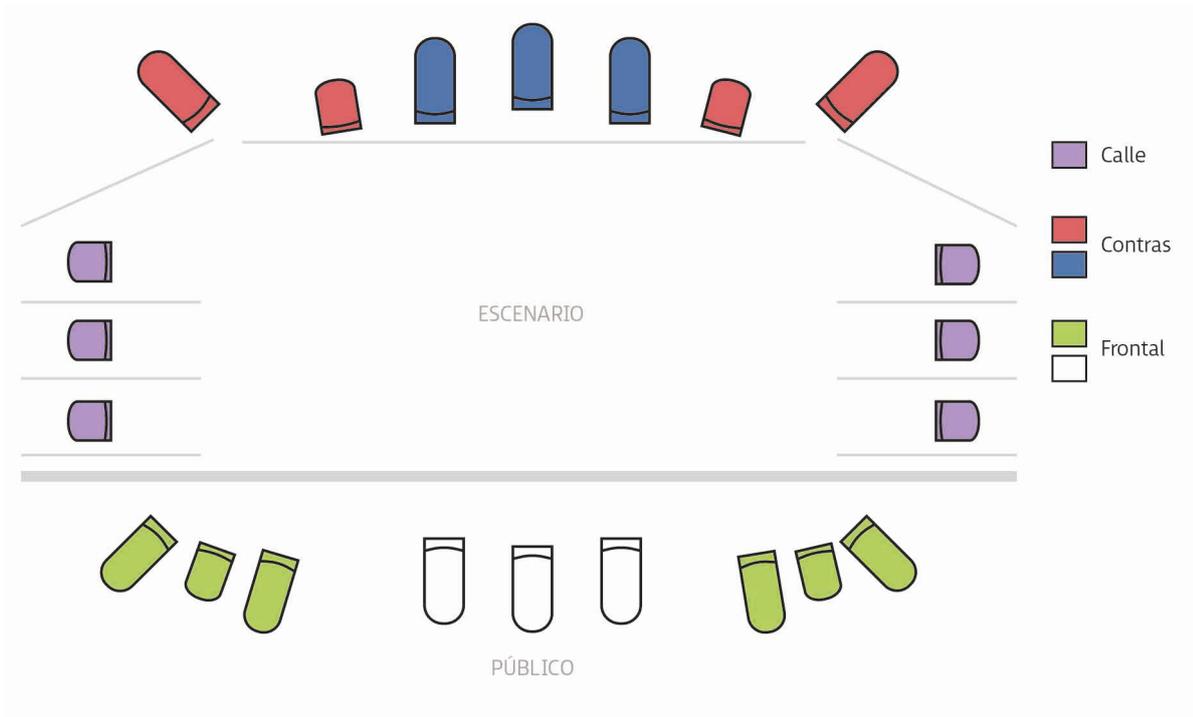
• Plano de distribución de cámaras

Se basa en planificar la realización multicámara manteniendo el eje de acción de los sujetos. Será un plano del escenario en el que aparezcan los decorados, los sujetos y la posición de las cámaras.



• **Esquema de iluminación**

En este caso, se trata de un plano transparente que se superpondrá al plano de estudio con los distintos focos y su alcance.

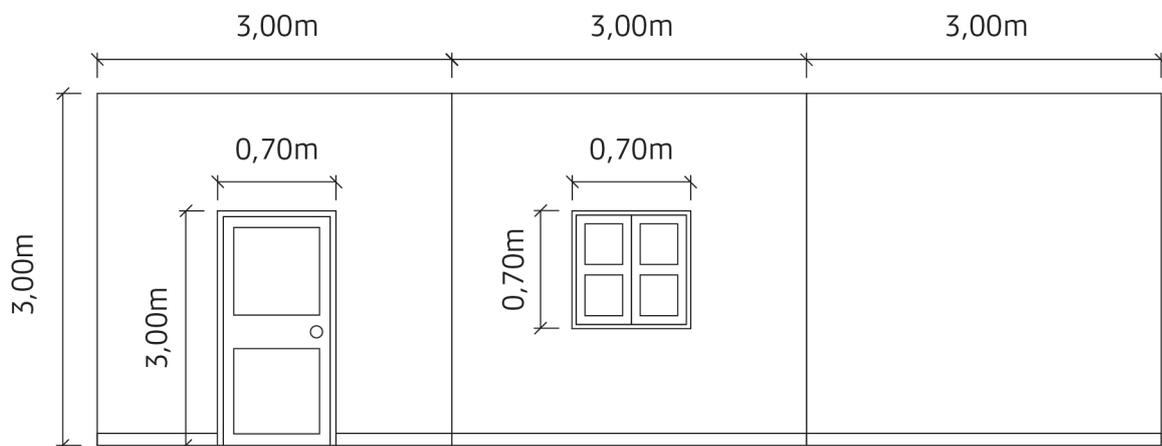


• **Esquema de atrezzo**

Se hace una lista con todo el atrezzo necesario en la que se especificará dónde se puede encontrar cada elemento.

• **Alzados**

Se realizará con la misma escala que el plano del decorado y proporciona una visión lateral y con más detalle, haciendo también hincapié en los planos verticales (puertas, accesos, paredes, etcétera). Los alzados, además de ofrecer una visión tridimensional de la escenografía, van a ayudar a su construcción y montaje por parte de los escenógrafos.



5.3.2. TIPOS DE ELEMENTOS Y MATERIALES ESCENOGRÁFICOS

Habitualmente, el **estilo de la escenografía** y de los decorados dependerá de cada tipo de producción:

- **Decorados neutros:** ofrecen fondos sencillos y poco costosos. Cuando se utilizan este tipo de decorados, la atención recae sobre el sujeto y sobre la acción, ya que suelen pasar más desapercibidos. Es el caso del plató de los telenoticias.



- **Decorados realistas:** suelen representar una localización o un emplazamiento real utilizando la recreación. Gracias a la ilusión que se crea en la mente del telespectador, pueden ofrecer una impresión naturalista, como, por ejemplo, la escenografía que se utiliza en un plató en el que se graba un programa de cocina.

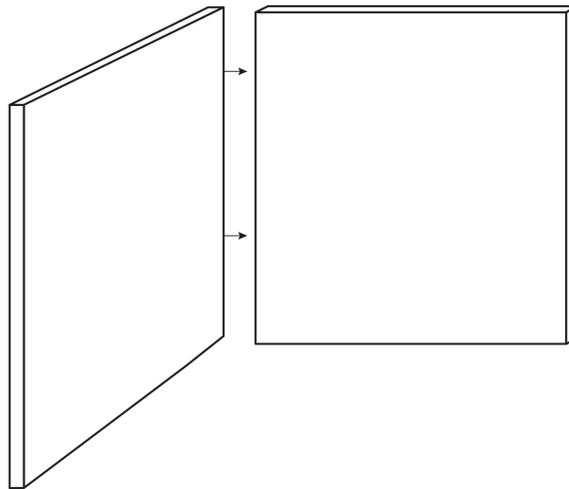


- **Escenografía decorativa:** este tipo de escenografía cuenta con varios estilos, son diseños que simplemente se disponen en el plató de forma decorativa pero que no pretenden recrear ninguna localización, aunque tampoco deben pasar desapercibidos. Como ejemplo, podríamos hablar de elementos decorativos temporales, como los adornos navideños.

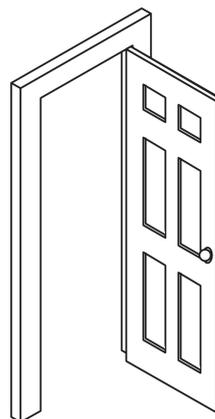
En un estudio de televisión, la mayoría de los elementos están **prefabricados** y solo se debe marcar su posición en el plano y colocarlo en el espacio escénico. Este tipo de elementos suelen estar preparados para que se puedan **mover con facilidad** y que se puedan **reutilizar** en varias ocasiones.

Estos son los **materiales escenográficos** más habituales:

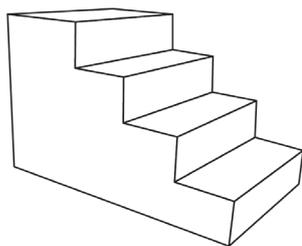
- **Panel (panó):** paneles conglomerados que se juntan para crear escenografías mayores. Suelen pintarse según las exigencias del programa o aplicárseles un vinilo decorativo.



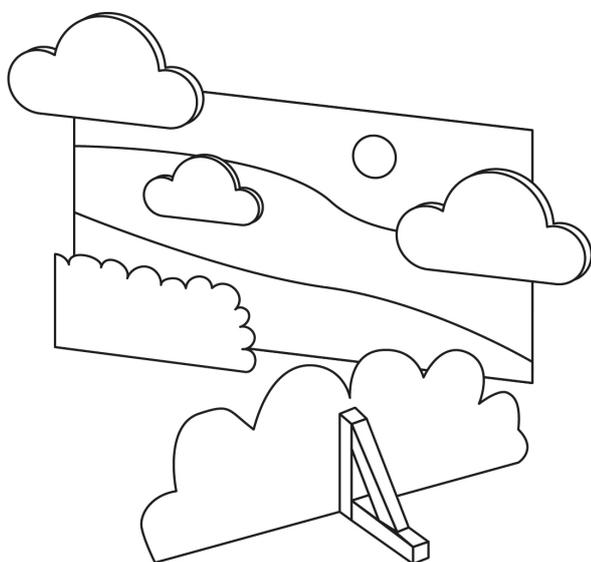
- **Unidades arquitectónicas:** bastidores donde se puedan emplazar detalles como puertas o ventanas. Este tipo de elementos no se suelen utilizar normalmente, simplemente cumplen una función decorativa.



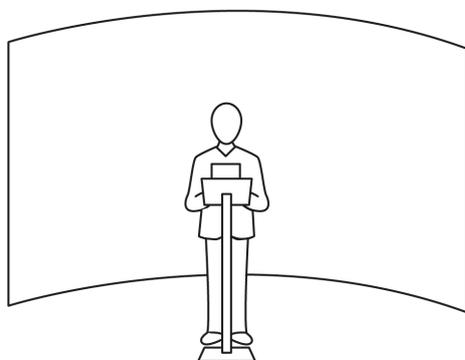
- **Elementos autoestables del decorado:** elementos sólidos que proporcionarán elementos arquitectónicos tales como paredes, pero también otro tipo de escenografía, como escaleras, arcos, tarimas, plataformas o zonas elevadas.



- **Elementos de silueta (fermas):** elementos de contrachapado que se pueden mantener por sí solos o acoplarse con el resto de la escenografía. Pueden ser tanto elementos decorativos como suelos o paredes.



- **Ciclorama:** se trata de una tela, habitualmente lisa, que se cuelga de un bastidor circular de madera.



- **Fondos escenográficos (forillos):** se llama así a cualquier superficie visible detrás de los sujetos y los ejes de acción. En este caso en concreto, hace referencia a lo que se verá a través de las ventanas y las puertas. Se utilizan para crear sensación de distancia.
- **Tratamiento del suelo:** el suelo suele utilizarse como elemento neutro, aunque, de ser necesario, se podría tapar con telas, vinilar o incluso pintar.

5.4. ESCENOGRAFÍA VIRTUAL

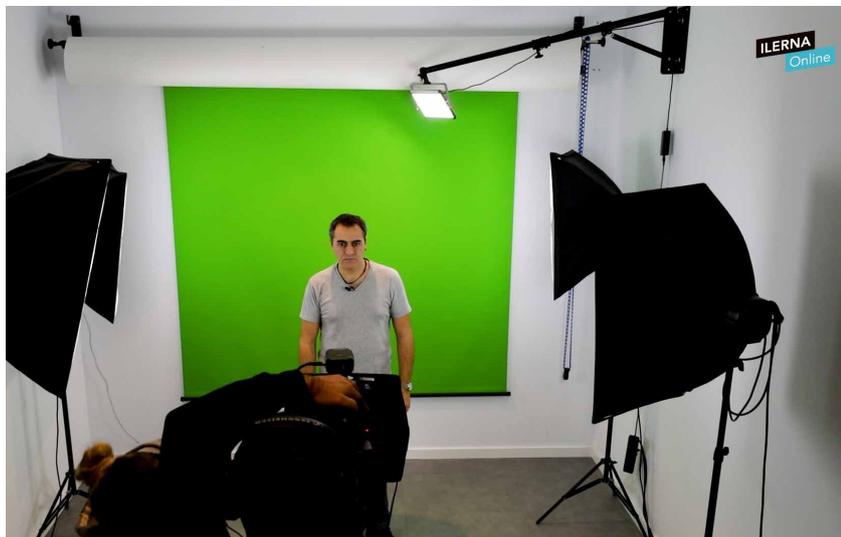
Con el avance de las nuevas tecnologías, una técnica muy extendida es **diseñar digitalmente las escenografías** e instaurarlas utilizando lo que llamamos *chroma key*.

CONCEPTO

El **chroma key** es una técnica empleada en cine, televisión y fotografía para realizar composiciones digitales que unen imágenes registradas en diferentes espacios y cuyo resultado puede parecer natural y unificado.

Es decir, el *chroma* consiste en eliminar el color de una imagen digital para hacer aparecer otra en su lugar y que ambas parezcan formar parte de la misma. Para que la sustitución de color pueda realizarse con precisión, lo más habitual es usar un **panel verde**. En este caso, es importante que los elementos que no se quieran sustituir no vayan de este mismo color, como los presentadores de los programas y los decorados.

La principal ventaja del uso del chroma es el **abaratamiento de costes de producción**.



Además del ahorro en gastos de producción, las escenografías virtuales han permitido imágenes de una **espectacularidad** impresionante con un alto grado de realismo. O, incluso, han permitido hacer llegar mejor la información hasta los telespectadores.

Tal y como muestra el ejemplo anterior, la escenografía virtual se puede utilizar en telenoticias, partes meteorológicos, programas de entretenimiento, etcétera.

EJEMPLO

Por ejemplo, en el siguiente vídeo podrás ver **la utilización del chroma key con fines informativos** en unas telenoticias, en concreto, en el parte meteorológico:

<https://youtu.be/k62IIF5U4RA>



Se trata de un canal que alerta sobre graves inundaciones y hace uso del diseño de escenografías digitales en movimiento que recrean la profundidad del agua. Este tipo de imágenes pueden, incluso, salvar vidas, ya que alertan a la audiencia de forma gráfica de lo que les puede ocurrir. No es lo mismo decir que el agua alcanzará los dos metros de profundidad que ver que te cubrirá toda la cabeza.

5.5. LOS EJES Y EL SENTIDO DIRECCIONAL EN LA REALIZACIÓN MULTICÁMARA

Para obtener **distintos puntos de vista** y disponer de varias opciones en la fase de montaje, es muy habitual grabar una escena con varias cámaras, o con varias posiciones de cámara. Los actores o presentadores interpretarán la escena repetidas veces para que sea registrada desde todas las posiciones de cámara que haya considerado el director.

En este caso, y con el fin de no despistar al telespectador, se debe mantener el eje de acción.

CONCEPTO

Eje de acción consiste en la línea invisible, imaginaria, que marca la dirección de la acción que ocurre en una escena.

Este eje es de vital importancia **porque marca las posiciones en las que se podrá colocar la cámara**. La línea dividirá el espacio escénico en dos zonas, y todas las tomas deberán ser tomadas desde el mismo lado del eje, es decir, desde una zona o la otra para así evitar el salto de eje, lo que provocaría que el espectador se desubicara.

En el caso de no seguir estas indicaciones, se produciría el **salto de eje**.

BUSCA EN LA WEB

Para entender en qué consiste el **salto de eje** echa un vistazo al cortometraje **Tía, no te saltes el eje**, de **Kike Narcea** (2006):

<https://youtu.be/svejkenpJJU>



Esto no quiere decir que nunca se pueda cambiar el eje de acción, **se puede cambiar con fines narrativos y expresivos** sin desorientar al espectador. Un buen ejemplo para saltar de lado de eje podría ser realizar un *travelling*, insertar un plano detalle (sin dirección), etcétera. En algunas ocasiones, además, es posible que el director quiera **saltarse el eje de forma intencionada** para generar caos o confusión.

EJEMPLO

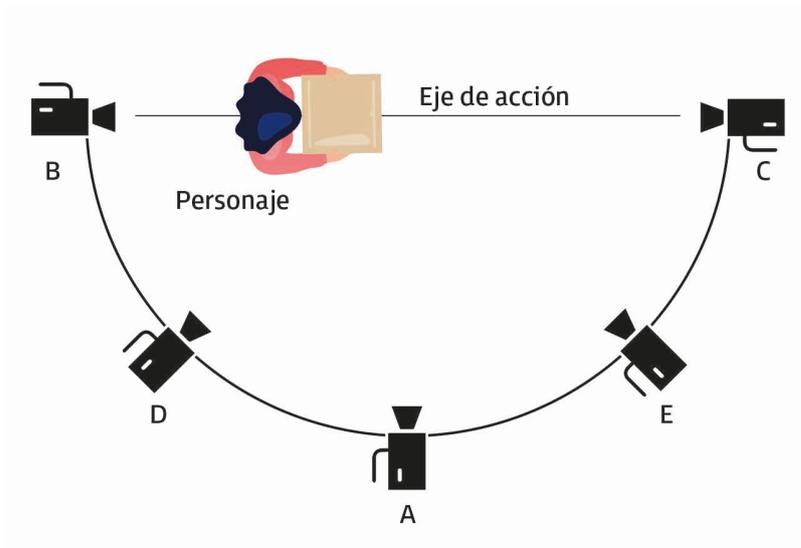
Por ejemplo, en la película **El resplandor**, **Kubric** se salta el eje intencionadamente para crear tensión visual.

<https://youtu.be/zpaU4Ilzvz0>

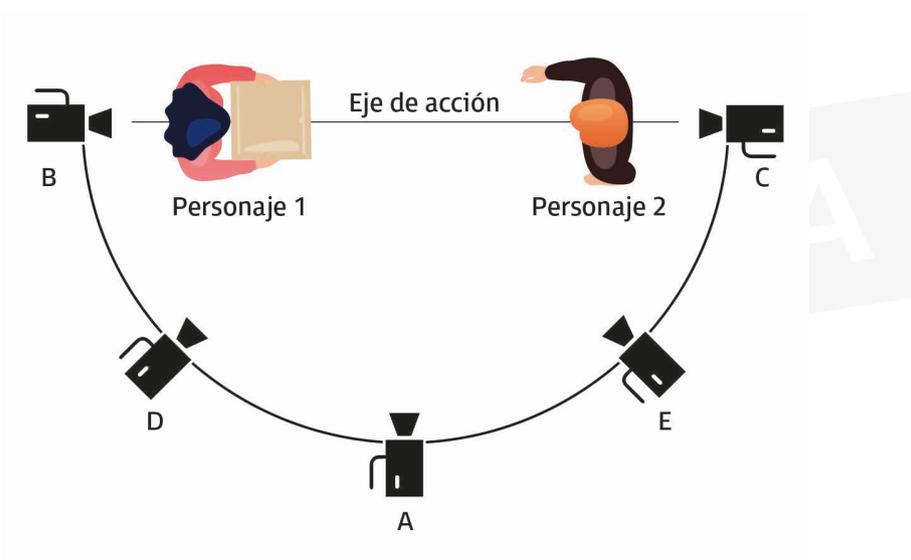


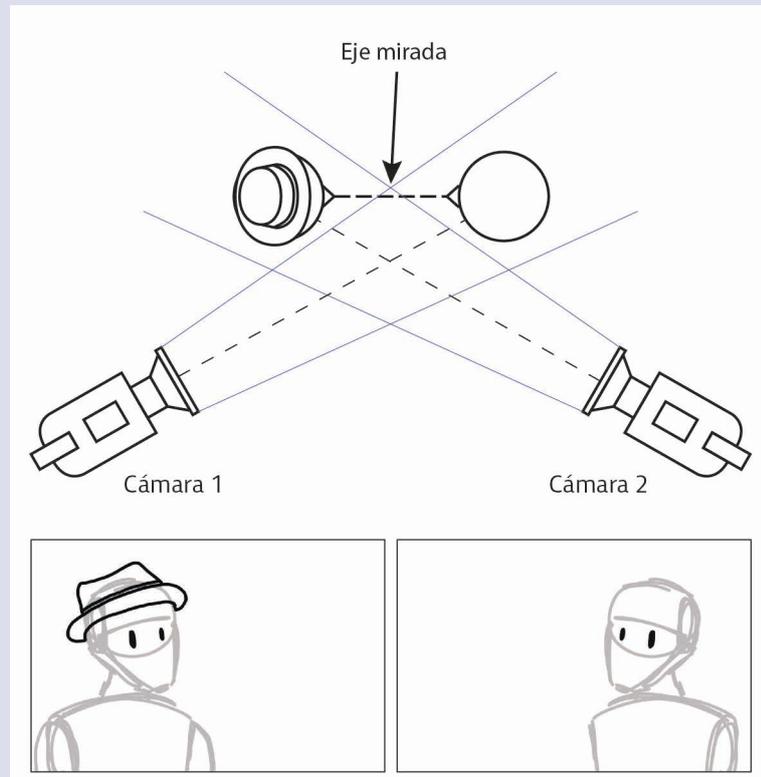
• **Reglas para evitar el salto de eje**

El eje de acción va intrínsecamente ligado a **la regla de los 180 grados**, que define el mismo concepto. El eje de acción marcará el diámetro de un círculo (180 grados), y ese diámetro dividirá el espacio en dos semicírculos, en uno de los cuales será donde colocaremos las cámaras.



También existe el **eje de miradas**, cuya línea invisible se traza siguiendo la dirección de las miradas de los personajes.



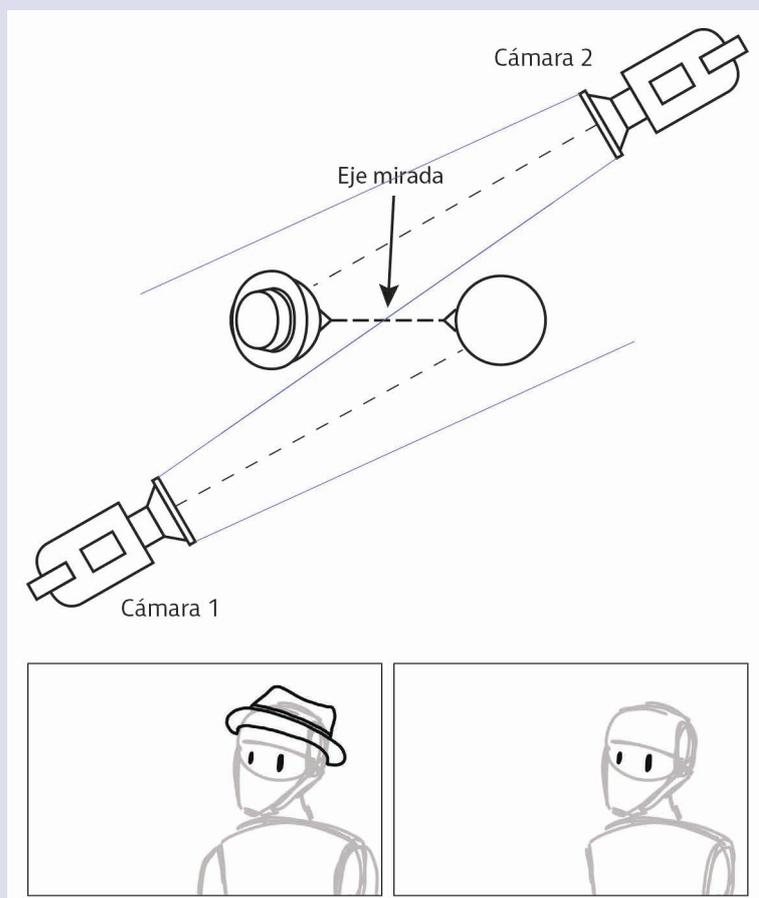
Respetar el eje de acción en una conversación:

Las tomas cruzadas, o también llamadas **plano contraplano**, consiste en grabar, con las cámaras enfrentadas físicamente, dos planos que serán consecutivos en el montaje. Es un clásico empleado muy recurrentemente para grabar una conversación entre dos sujetos y no saltarse el eje de acción. Es aconsejable realizarlo con el mismo tamaño de plano y la misma angulación de cámara, a no ser que se pretenda otorgar más relevancia a uno de los dos personajes. Se suele utilizar, por ejemplo, cuando en un programa de televisión se entrevista a un sujeto.



EJEMPLO

Respetar el eje de acción en una conversación:



Mantener el eje nos va a ayudar a **mantener la continuidad** (récord) del programa de televisión, haciendo así que la narración fluya siguiendo una lógica de naturalidad.

CONCEPTO

El **récord** es la correlación lógica, espacial, visual y/o temporal que debe existir entre dos planos consecutivos con el objetivo de que no rompan la ilusión en el espectador.



BUSCA EN LA WEB

Echa un vistazo al siguiente vídeo sobre la falta de récord en algunas películas famosas:

<https://youtu.be/f9oDJspw-mc>



5.6. PLANIFICACIÓN DEL MOVIMIENTO DE LA ACCIÓN EN LA REALIZACIÓN MULTICÁMARA

La **realización multicámara** es un método de registro de imágenes y programas de televisión caracterizado por la utilización de más de un sistema de captación de vídeo. Estas cámaras se dispondrán en el plató televisivo de tal forma que no se salten el eje, fomentando la continuidad entre los distintos planos.

Este tipo de modelo televisivo es muy habitual, por ejemplo, en realización audiovisual en directo en la que la **instantaneidad** del momento es muy importante. En este tipo de casos, y en relación con la técnica, no existe un número limitado de cámaras, aunque sí se puede ver limitado por el presupuesto de la producción, el espacio escénico, etcétera.

Lo más habitual en **telenoticias** es utilizar la combinación de tres cámaras: una para cada presentador y una que tome un plano general de los dos o un plano mayor de todo el plató. En el caso de tratarse de un programa más elaborado, como, por ejemplo, un **concurso**, es posible que se añadan cámaras grúa o cámaras para cada uno de los concursantes. Cuantas más cámaras, más información visual estaremos ofreciendo a los telespectadores.



La persona que decidirá qué cámara queda registrada o se va a emitir en pantalla es el **realizador**, quien será una pieza clave para que el desarrollo del programa se lleve de una forma correcta y deberá dar indicaciones al resto de operadores del estudio.

En el caso de las **retransmisiones en directo**, el peso de lo que finalmente los telespectadores vean en pantalla también recaerá sobre él. El realizador debe utilizar técnicas y metodologías que no se utilizarían en un rodaje convencional (donde se pueden repetir las tomas tantas veces como se desee si no son del gusto del director).

Es importante destacar que la realización multicámara en directo es una de las tareas más difíciles que llevará a cabo el realizador junto con su equipo. Para que la emisión se realice con normalidad, se necesitarán (al menos) **tres cámaras** con diferentes ángulos de visión y un **operador de montaje** que esté pendiente de cada una de ellas, combinando en tiempo real los diferentes planos (siempre guiado por el realizador).

Aunque parezca una paradoja, para que una realización en directo multicámara salga bien es muy importante la **planificación**. Es muy importante que todo el equipo cuente con la documentación técnica necesaria para llevar a cabo el programa: guiones técnicos, escaletas, hojas de cámara, plantas de decorados, etcétera.

- **Hojas de cámara:** se trata de un documento técnico con el que contarán todos los operadores de cámara en el momento de la grabación/emisión. En él se especificarán todos los planos que se espera que se recojan de forma consecutiva. Aunque esto puede cambiar durante el transcurso del programa, el técnico debe partir de esa base e improvisar solamente si es estrictamente necesario.

Este documento contará con el minutaje del programa, el número de plano, su descripción, el emplazamiento y movimiento de la cámara y también el movimiento de los sujetos.

Es, en realidad, un guion técnico que contará con las posiciones en la planta del plató tanto de las cámaras como de los sujetos que vayan a participar en el programa.

5.6.1. TIPOS DE PLANOS Y MOVIMIENTOS DE CÁMARA

Podemos **clasificar los distintos tipos de planos** según el encuadre que se utilice, la angulación de la cámara y el movimiento de la cámara.

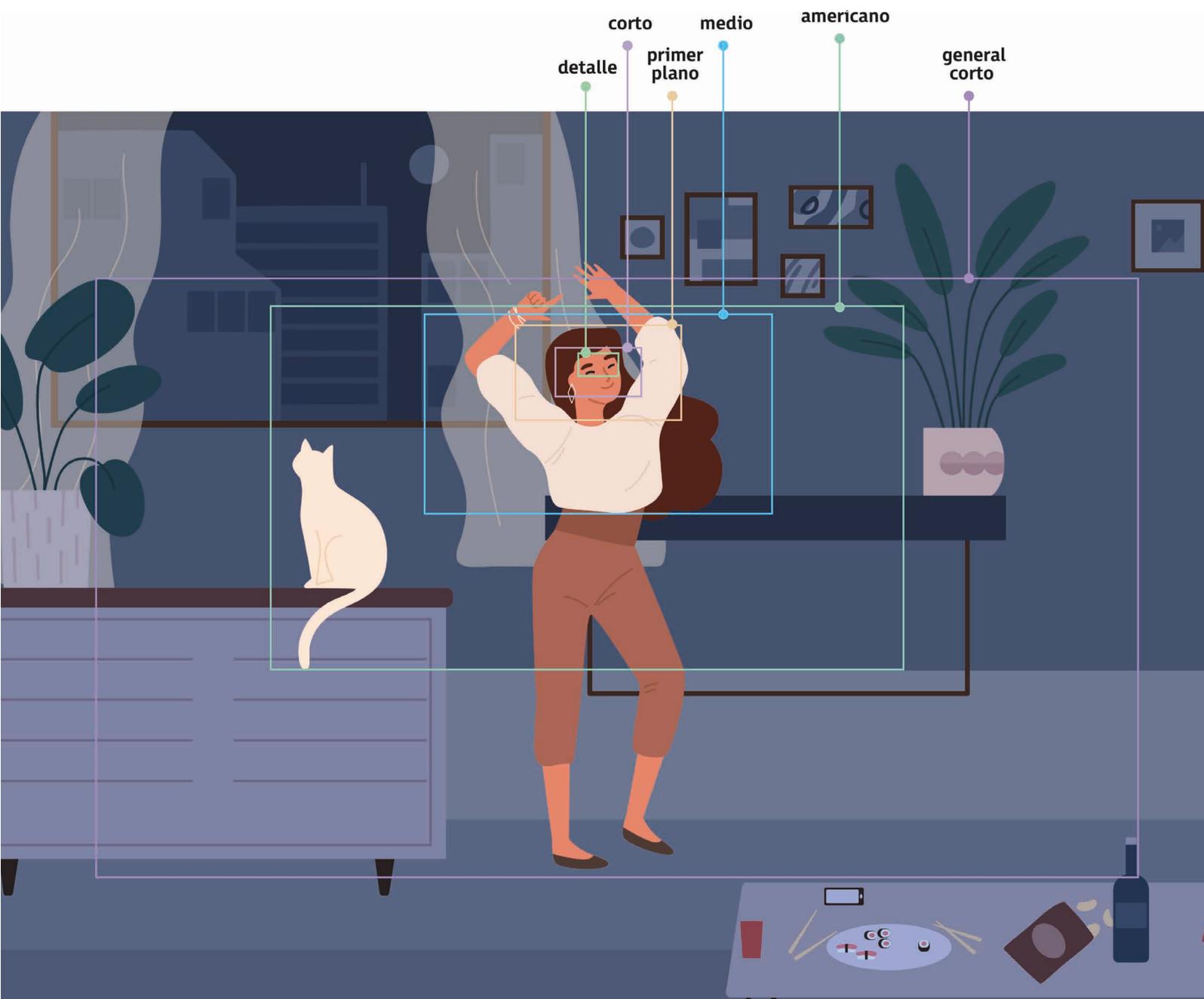
Según el encuadre

El **encuadre** es la selección de realidad que registrará la cámara. Según la selección que capte la cámara, encontraremos distintos tipos de planos:

- **Planos descriptivos:** utilizan encuadres amplios para mostrar el entorno en el que se ubica el personaje y para ofrecer la máxima información sobre dónde transcurre la historia. Será el lugar donde se desarrolle la acción y suelen emplearse para el inicio o el final de una escena.
 - **Gran plano general:** muestra un gran escenario. Aporta mucha información sobre el entorno, situación o ubicación de la acción; es por eso por lo que también se le denomina plano de situación o plano panorámico. En el caso de aparecer personajes, estos se verán a un tamaño muy pequeño, a veces incluso difícil de apreciar.



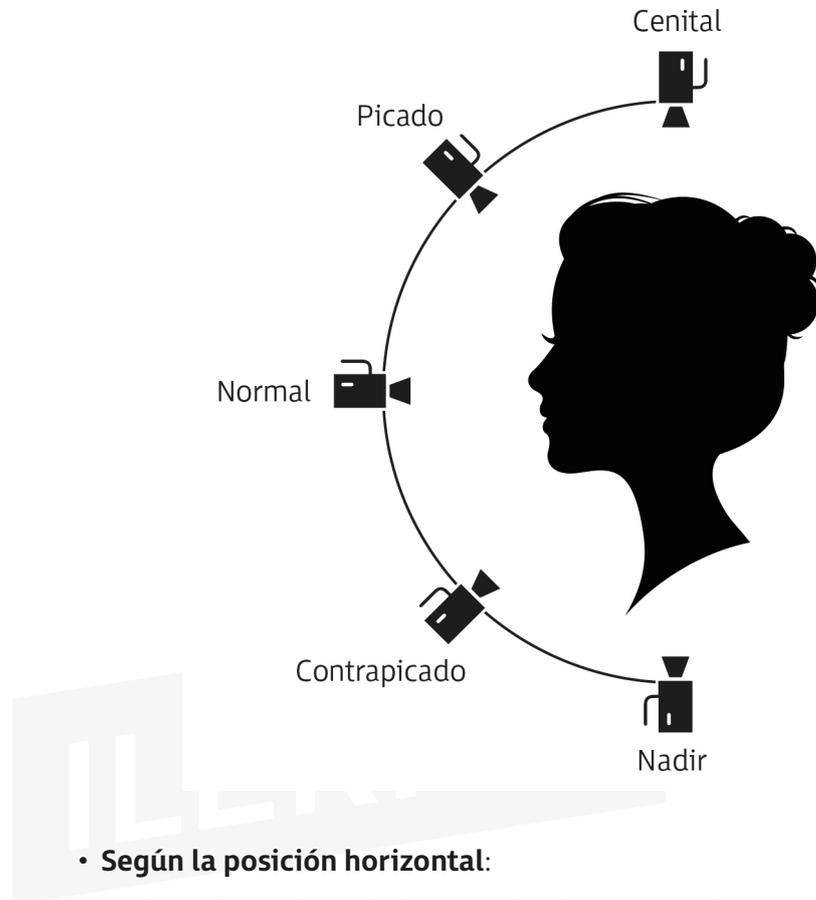
- **Plano general:** permite mostrar a los personajes de cuerpo entero, aunque manteniendo suficiente aire a su alrededor para situarlos en el decorado o localización natural en que se encuentran. Se utiliza para comenzar una escena o situar una acción.
- **Plano entero:** muestra al sujeto desde los pies hasta la cabeza. El personaje es el protagonista, por lo que no se deja mucho aire ni arriba ni a sus laterales.
- **Planos narrativos:** se usan para captar las acciones que realizan los personajes, por tanto, la figura humana va ganando relevancia, aunque a veces también se recurre a ellos para mostrar de más cerca determinadas partes del entorno.
 - **Plano americano:** encuadra al sujeto desde la cabeza hasta ligeramente por encima de la rodilla (tres cuartos del cuerpo), atendiendo a que nunca se debe cortar justo por las articulaciones del cuerpo. Es un encuadre muy habitual en el cine clásico y en la comedia porque permite mucha libertad de movimiento a los actores.
 - **Plano medio:** muestra la imagen de los personajes desde la cabeza hasta la cintura. Es un encuadre suficientemente cercano para captar la expresividad en la cara y manos de los actores. Es un encuadre óptimo y bastante recurrente para las entrevistas, siempre que la óptica que se use y la distancia entre ambos sujetos lo permitan.



- **Planos de carácter expresivo:** se quieren destacar la expresión de los personajes, sus emociones y sus sentimientos. Son planos muy empleados porque nos transmiten la comunicación verbal y la no verbal del sujeto.
 - **Primer plano:** aparecerán la cabeza y los hombros del personaje. Son encuadres muy recurrentes en escenas de diálogos porque permiten una cierta distancia dramática pero suficiente cercanía para ver las expresiones y reacciones más sutiles. El entorno ha perdido relevancia, nos interesan las emociones del sujeto. Este plano no permite mucho movimiento.
 - **Primerísimo primer plano o plano detalle:** plano muy cerrado que encuadra un detalle, un objeto pequeño o una parte del personaje (unas letras de una caja, una llave, una boca, etcétera). Sirve para enfatizar un elemento que, de no destacarlo, pasaría desapercibido.

Según la angulación de la cámara

Otra decisión que tomará el creador audiovisual, según lo que quiera transmitir, será cómo colocar la cámara: el **eje y la altura, así como su grado y dirección de la inclinación.**



• Según la posición horizontal:

- **Plano frontal:** también llamado plano normal o plano neutro. Este es el plano más habitual porque no conlleva una carga expresiva añadida, se trata de una angulación dramática neutra. La cámara está colocada en ángulo paralelo al suelo y en frente del sujeto a quien grabar, a la altura de los ojos si se trata de una figura humana o en su altura media en caso de ser un objeto.



- **Plano lateral o plano perfil:** es el resultado de colocar la cámara a un lado del sujeto, en perpendicular al eje de atención. Este ángulo creará una distancia entre el espectador y el sujeto, pero permitirá presenciar igualmente la acción.



- **Plano escorzo:** se posiciona la cámara de tal modo que capta a un sujeto de cara, y al que interactúa con él, de espaldas. Otorga énfasis al personaje que está en acción y ayuda al espectador a empatizar con él. Se consigue situando la cámara en 45 grados detrás del sujeto filmado. Se usa especialmente para las conversaciones entre dos personajes, y muy habitualmente la toma se graba con un mínimo de dos cámaras para captar el escorzo y los momentos de acción de ambos personajes.



- **Plano oblicuo:** lo obtenemos al colocar la cámara claramente en diagonal respecto del lugar donde ocurre la acción. Este plano permite destacar el volumen de la escena, y la perspectiva que se muestra contribuye a crear una sensación de profundidad.



- **Según la posición vertical:**

- **Plano picado:** se consigue colocando la cámara a una altura ligeramente superior a los ojos del sujeto, o de la altura media del objeto, y orientándola levemente hacia el suelo. El resultado será una imagen con connotaciones de humillación, inferioridad, abatimiento, derrota, inocencia o incluso ridículo del sujeto. Inconscientemente, en ese plano el espectador percibirá al sujeto como alguien débil, inofensivo o vulnerable.



- **Plano contrapicado:** es el efecto de situar la cámara a una posición ligeramente inferior a los ojos del sujeto, o a la altura media del objeto, y orientarla levemente hacia el techo. Se trata del plano opuesto al picado y se usa para ensalzar y magnificar al personaje u objeto.



- **Plano cenital:** se obtiene un plano cenital cuando grabamos un plano completamente por encima del personaje u objeto en posición perpendicular respecto del suelo. Desde el punto de vista expresivo, consigue encoger al personaje en todos los sentidos. Dotaremos al personaje de una carga dramática que le hará parecer hundido, deprimido o asustado. En piezas documentales, puede tener simplemente un valor descriptivo desde otra perspectiva.

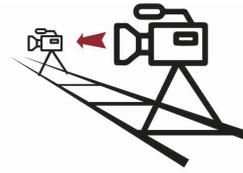


- **Plano nadir:** este ángulo es la perspectiva contraria al cenital. Se consigue colocando la cámara totalmente por debajo del sujeto, en ángulo perpendicular al suelo. Su valor estético dotará la toma de dramatismo, interés o dinamismo. No suele ser habitual por la complejidad que requiere.



Según el movimiento de la cámara

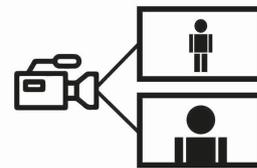
Travelling



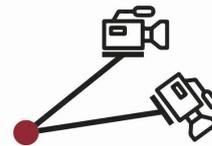
Giro



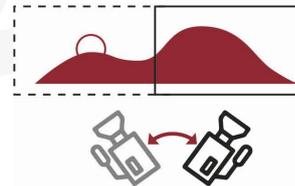
Zoom



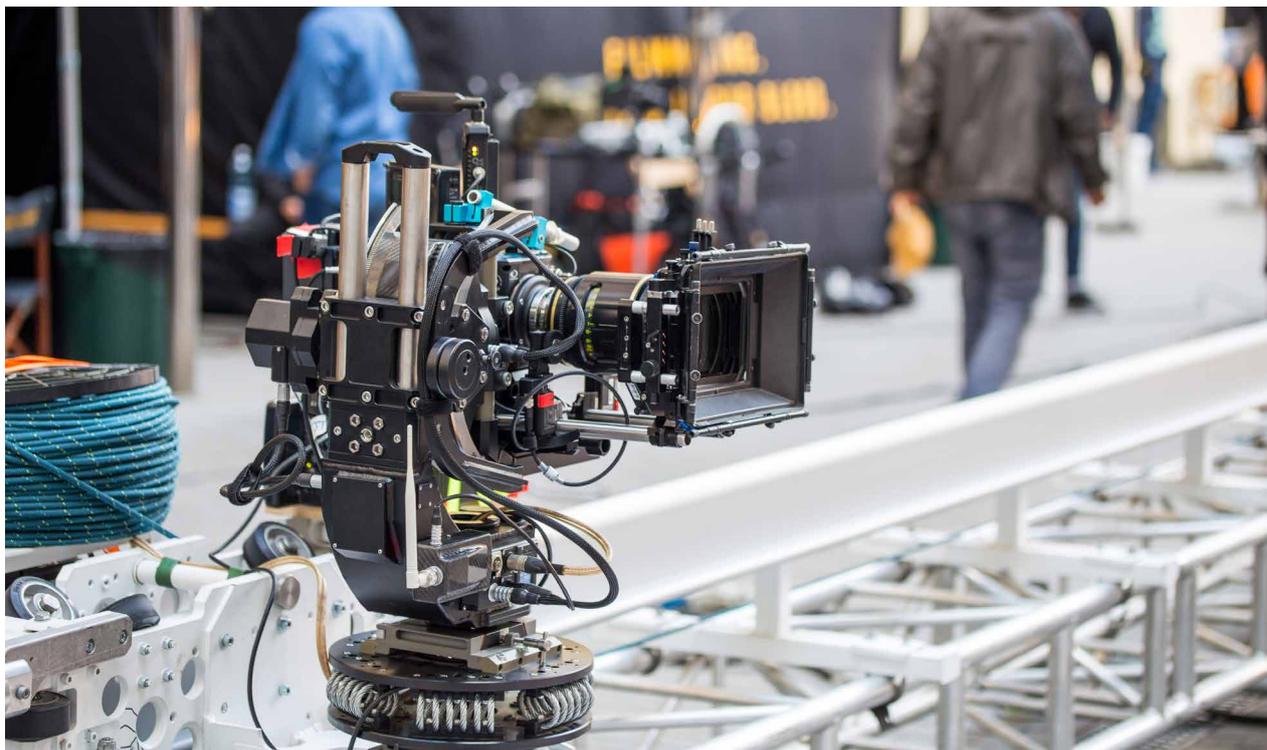
Grúa



Panorámica



- **Movimientos físicos:** son aquellos en los que la cámara se desplaza.
 - **Panorámica:** se hace girar la cámara sobre el eje vertical, el aparato no se desplaza de lugar.
 - **Movimiento picado/contrapicado:** la cámara se mueve en el eje horizontal hacia abajo o hacia arriba.
 - **Plano de travelling:** se desplaza la cámara hacia la dirección que se desee, normalmente siguiendo la acción.
- **Movimientos ópticos:** mediante los movimientos ópticos, lo que se consigue es acercar la imagen sin mover la cámara.
 - **Zoom in:** se amplía la imagen, reduciendo el número de elementos en el plano, pero aumentando su nivel de detalle. Se comprime la perspectiva. Otorga un efecto de énfasis a nivel narrativo.



- **Zoom out:** se reduce la imagen, el plano incluye una parte más extensa del espacio, pero muestra menor detalle. Aumenta la perspectiva, incluso puede llegar a distorsionarse. Puede tener un efecto narrativo disuasorio o desesperante.

●
●
●
BUSCA EN LA WEB

Si quieres ver en directo los **distintos planos según el movimiento de la cámara**, echa un vistazo al siguiente enlace:

<https://bit.ly/3DXKYmF>




Es importante destacar que **existen multitud de clasificaciones de planos** y tiros de cámara. En este módulo hemos tomado esta como la más adecuada para poder estudiarlos. Además, es importante recordar que no todos ellos se utilizarán en los distintos medios audiovisuales y que la televisión es el que suele contar con más inconveniente técnicos y, por lo tanto, en el que menos creativos podremos ser.

5.7. TÉCNICAS DE ARTICULACIÓN DEL ESPACIO Y EL TIEMPO EN LA REALIZACIÓN DE TELEVISIÓN

La **relación** entre **el espacio y el tiempo** en el mundo audiovisual parte de la base de que el espacio siempre es identificable y concreto, mientras que el tiempo es un concepto variable. Este está sometido a las convenciones de la narrativa, y el espectador lo identificará como simultáneo, posterior o anterior según el contexto comunicativo al que pertenezca.

En concreto, el **espacio** es el escenario (escenografía, decorados, atrezzo, etcétera) que el realizador y el director mostrarán a su audiencia en cada encuadre, en cada plano. Las diferentes opciones técnicas y los distintos tiros de cámara modificarán el significado del plano, de la información y, en general, de todo el relato. En este caso, podemos decir que el **campo** es todo aquello que se usa para describir el espacio escénico que se mostrará dentro del encuadre.

Atendiendo a las necesidades narrativas de cada programa y de cada producto televisivo, el realizador dispondrá de varios recursos para **manipular el tiempo**. Este puede fragmentarlo, ralentizarlo, acelerarlo, puede crear elipsis, etcétera.

Si bien todo este tipo de recursos se suelen utilizar mucho en lo que llamamos **tiempo cinematográfico**, no son tan utilizados en la televisión debido a que, en muchas ocasiones (en la no ficción), el espacio y el tiempo suelen converger. En el caso de la ficción televisiva (seriales), se pueden utilizar todo este tipo de recursos y aprovecharlos al máximo.

Para hablar del **tiempo** en el mundo audiovisual debemos definir distintos términos:

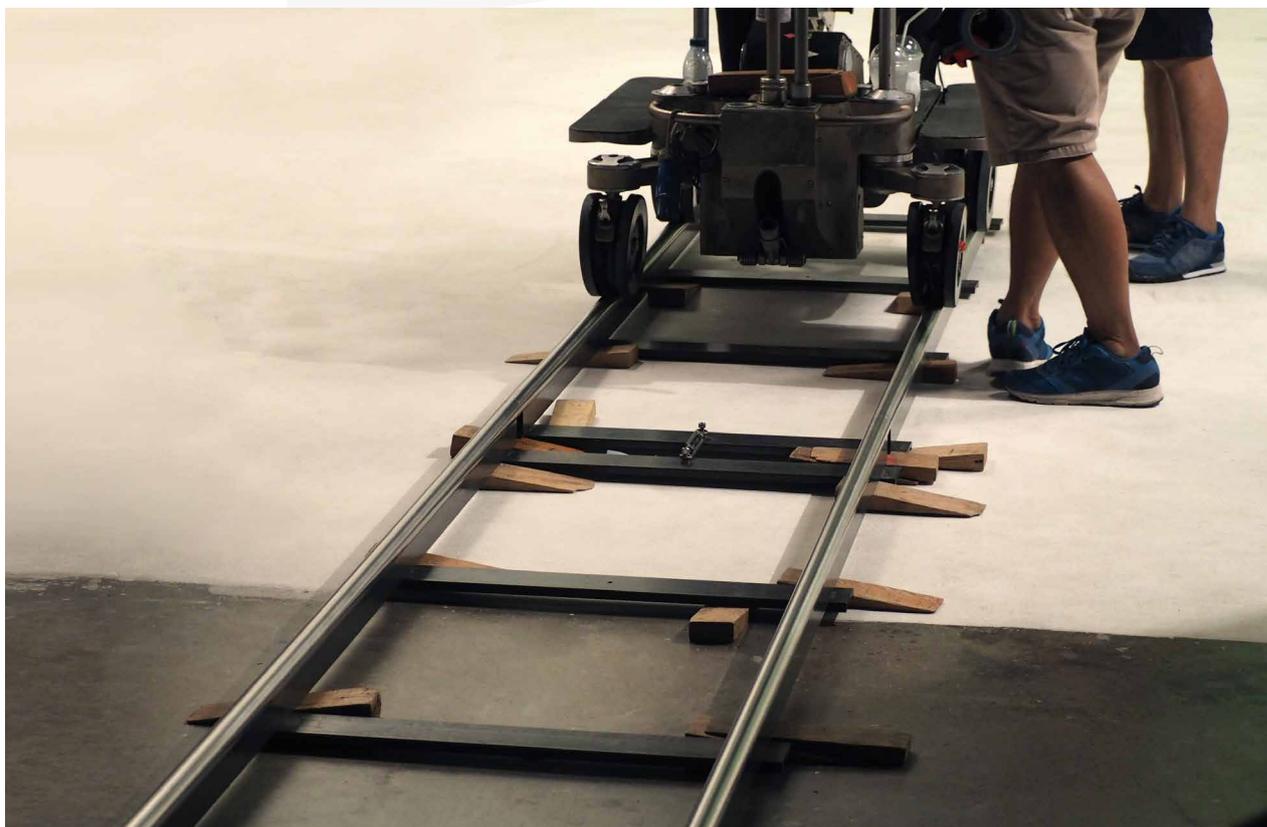
- **Tiempo real:** el tiempo que un acontecimiento tarda en la realidad.
- **Tiempo de filmación:** el tiempo necesario para la grabación.
- **Tiempo cinematográfico:** el tiempo narrativo que diseñará el creador audiovisual para contar la historia. Suele consistir en omitir toda acción irrelevante y, mediante el montaje, crear una nueva temporalidad ficticia, que será el tiempo que requerirá el relato. Puede ser una hora, meses, años, etcétera.

Quando empleamos diferentes técnicas para manipular el tiempo en el relato, en realidad estamos cambiando el **ritmo** interno de la historia o del programa. Esto hace que el telespectador adopte una posición pasiva frente a ello, ya que debe aceptar la velocidad en la que el realizador ha decidido mostrar la historia. Esto se debe tener en cuenta para presentar la información de tal forma que sea fácilmente asimilada por parte de la audiencia.



Existen diversos **factores** que determinarán el ritmo audiovisual del relato:

- **Velocidad de asimilación de la información:** de este punto dependerá que los telespectadores asimilen de forma correcta la información. Si es demasiado rápido, se perderán, mientras que, si es demasiado lento, se aburrirán. Lo importante es encontrar un término medio.
- **Estilo de la edición:** evidentemente, la intencionalidad y el estilo de la obra también influirán en su ritmo. Por ejemplo, no es lo mismo el ritmo de un documental breve para YouTube que el de un documental largo para televisión.
- **Intencionalidad de la escena:** el ritmo se puede ver modificado para conseguir ciertos efectos. Los ritmos lentos transmitirán paz y tranquilidad al telespectador, mientras que los más rápidos transmitirán nerviosismo. Por ejemplo, si una escena tiene un ritmo rápido y de repente para, se puede crear una tensión dramática importante y generará expectación en la audiencia.
- **El momento de la narración:** un relato bien explicado debe conectar con su público. Habitualmente, el ritmo del relato irá en aumento hasta que encuentre su clímax o el desenlace, para después ralentizarlo hasta terminar.
- **El plano de situación y el plano consecutivo:** especialmente en clips cortos, el primer y el último plano suelen ser más largos y estáticos que el resto. En este caso, el ritmo responderá a razones descriptivas de la situación: introducir y/o despedir la historia.





Además, también existen diversos **recursos** que afectarán al ritmo audiovisual:

- **Dinamismo de los planos:** una escena con muchos cambios de planos y muy dinámica hará que el ritmo aumente, mientras que los planos largos sin muchos cambios harán que el ritmo sea mucho más lento.
- **La cantidad de información nueva:** cuanto más introducción de información nueva se genere, más sensación de rapidez percibirá el telespectador.
- **La continuidad:** en general, mantener la continuidad hará que el relato y el ritmo audiovisual resulten más lentos. Las alteraciones en el récord harán que este cambie o que acelere.
- **Los cortes y las transiciones gráficas:** los diferentes cortes o transiciones tienen distintos efectos sobre el relato. La edición por corte, por ejemplo, hará que este resulte más rápido, mientras que otros efectos, como los fundidos a negro, crearán un discurso más lento e incluso pueden llegar a detener el relato.
- **La cantidad de sonido:** el sonido también ayudará, ya que el ritmo del mismo hará que las imágenes se perciban de forma diferente.
- **Elipsis:** se omite cierta información atendiendo criterios estéticos o narrativos. El espectador obviará de forma natural la información omitida y esta no le impedirá la total comprensión del transcurso de lo acontecido. Un ejemplo clásico de elipsis temporal es una imagen de un avión. Servirá para omitir todo el desplazamiento del personaje y que se sobreentienda que ha cambiado de lugar.
- **Distensión:** cuando el creador audiovisual alarga el tiempo (superando el tiempo real) para darle énfasis o tensión a la escena o con el fin de conceder más tiempo al espectador para percatarse de los detalles.
- **Adecuación:** cuando se decide que coincidan el tiempo real y el tiempo cinematográfico.
- **Salto en el tiempo:** realizar saltos temporales dentro del tiempo cinematográfico del relato. Se trata de los conocidos *flashbacks* (hacia el pasado) y *flashforwards* (hacia el futuro).

5.8. TÉCNICAS DE ARTICULACIÓN DE LA IMAGEN Y EL SONIDO EN PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

El **sonido** es una parte elemental del discurso audiovisual, de hecho, si nos fijamos bien en la palabra, podríamos decir que es la mitad de la misma: *audio* y *visual*. En el caso de la televisión, el sonido viene dado directamente desde plató a través de los micros, o bien desde la sala de realización mediante los materiales adicionales que se vayan a utilizar durante el programa.

De la misma forma que es importante la producción de sonido, también lo es el silencio audiovisual, tal y como se ha explicado en el apartado dedicado a la locución televisiva.

El **silencio audiovisual** es la ausencia total o parcial de sonido, y se utiliza como recurso narrativo de forma intencionada y como elemento dramático. Sirve para transmitir ciertos estados de ánimo, generar tensión, dar miedo, remarcar una palabra, etcétera. Este silencio será interpretado por parte del telespectador dependiendo del contexto comunicativo. En principio, este recurso no será casual (si ocurre, puede deberse a alguna contingencia) y será premeditado y recogido en la documentación técnica.

Igual de importantes son las **transiciones**, recursos entre los diferentes planos sonoros que se van a utilizar para no interrumpir la comprensión del discurso. Este tipo de transiciones, en ocasiones, también añaden valor expresivo y estético a la información.

El material sonoro es **imprescindible** en cualquier tipo de proyecto audiovisual. Este nos ayudará, de la misma forma que los efectos de vídeo, a identificar la imagen de marca y a mantener la continuidad. Además, será capaz de crear tensión en la audiencia, sorpresa, nerviosismo, etcétera.



PARA + INFO

Recuerda que anteriormente hablamos de los **principales elementos sonoros** que se utilizan en la producción de un programa televisivo:

- **Ráfagas:** fragmento musical de corta duración (5 segundos) que sirve para separar contenidos o bloques temáticos dentro de un mismo programa. Se trata de una transición fuerte y dinámica.
- **Golpes musicales:** fragmento extremadamente corto, de tan solo 2 o 3 segundos de duración, que se utiliza para llamar la atención del telespectador en un momento determinado.
- **Cortinillas:** fragmento musical de entre 10 y 15 segundos que se utiliza para separar contenidos diferenciados.
- **Fondo musical:** se trata de música ambiental para todo tipo de programas, debe ser sutil y no eclipsar la atención del público. En este caso, suele ser una melodía sin letra.
- **Sintonía de programa:** melodía, con o sin letra, que identifica y presenta el programa. Tiene una duración de entre 15 y 30 segundos.

Planos sonoros

El plano sonoro determina la **situación temporal, física o de intención** de diferentes sonidos dentro de un producto audiovisual.

Existen distintos **tipos de planos sonoros**:

- **Espaciales de la narración:** identifican el lugar específico de la acción y el movimiento. Por ejemplo, el sonido del mar o una música de fondo pueden ubicar la acción o lo que está ocurriendo en ese contexto.
- **Temporales de narración:** otorgan una temporalidad a la acción, ya sea presente, futuro o atemporal. Si suena una radio de fondo con unas noticias, conoceremos la fecha en la que ocurre la historia.
- **De intención:** buscan una intencionalidad, señalar algo concreto, y suelen situar al oyente en una introspección, un sueño, una fantasía, etcétera. Un ejemplo serían unas voces hablando todas a la vez, lo que puede explicarnos que el protagonista sufre algún tipo de trastorno o paranoia.
- **De presencia:** estos planos indican la distancia con respecto al sujeto que se encuentra en el plano principal. Son muy importan-

tes para dotar al sonido de espacialidad, creando así profundidad y perspectiva sonora. Existen cuatro niveles de medición para la distancia que se simula entre la fuente sonora y su oyente:

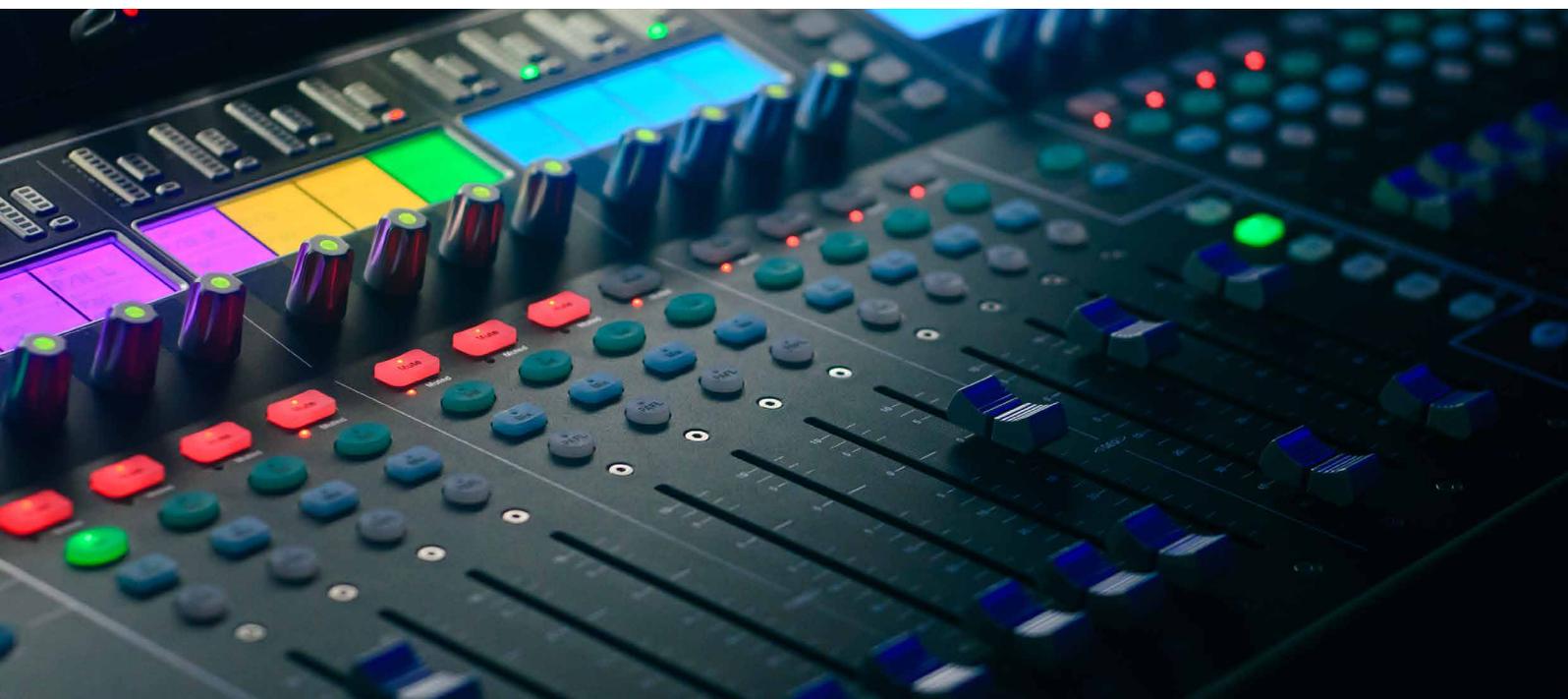
- **Primer plano:** la fuente está en la misma ubicación que el oyente.
- **Plano medio:** el sonido se percibe cercano, pero a una distancia prudente, no en el plano principal.
- **Plano general:** la fuente se encuentra a cierta distancia, crea una sensación de profundidad.
- **Segundo plano o plano de fondo sonoro:** son varios sonidos que suenan lejos respecto de otros que están sonando en primer término. Aumentan la sensación de profundidad.

Valor expresivo de la música y los sonidos

El sonido y el silencio son dos recursos que se pueden usar como elementos **expresivos y creativos**. Estos complementan a las imágenes y aportan contenido al espectador.

A continuación, se citan las principales **funciones** de los sonidos en una obra audiovisual:

- **Unión:** consiste en unir el flujo de imágenes. El sonido aporta continuidad.
- **Puntuación:** con un golpe de música o un efecto sonoro, se resalta un sentimiento de un personaje o una situación dramática o cómica.
- **Anticipación:** para evocar expectativas en el espectador.
- **Separación:** hace referencia al silencio y su capacidad de producir contraste con el habitual flujo sonoro de las películas.
- **Sincronización:** señala un momento relevante de encuentro entre un instante sonoro y uno visual.



Música diegética y extradiegética

Según la **fuentes de emisión**, la música se puede clasificar en diegética y extradiegética:

- **Diegética:** la música surge de la acción que ocurre en la escena, por eso es denominada también música narrativa. Suele usarse para aportar realismo en la recreación del entorno, aunque también puede emplearse como recurso dramático. La música que forma parte de la acción también se llama música de pantalla.

PARA + INFO

Por ejemplo, en la película **Titanic**, cuando los músicos están tocando, emiten un sonido que forma parte de la escena y se convierte en música narrativa.

https://youtu.be/9YfDWbhO_Iw



- **Extradiegética:** cuando no está motivada por algo presente en la escena, solamente la oye el espectador, los personajes no pueden oírla. Forma parte de la banda sonora y persigue determinados efectos estéticos o funcionales. También puede llamarse música de pantalla.

PARA + INFO

Por ejemplo, en la conocida escena de la ducha de la película **Psicosis** se utiliza la música extradiegética para dar tensión al momento.

<https://youtu.be/4FdQjKYdEeU>



Tipos de micros

Un **micrófono** es un elemento que sirve para convertir la energía sonora en eléctrica y así poder elevar el volumen de los sonidos y permitir su grabación.

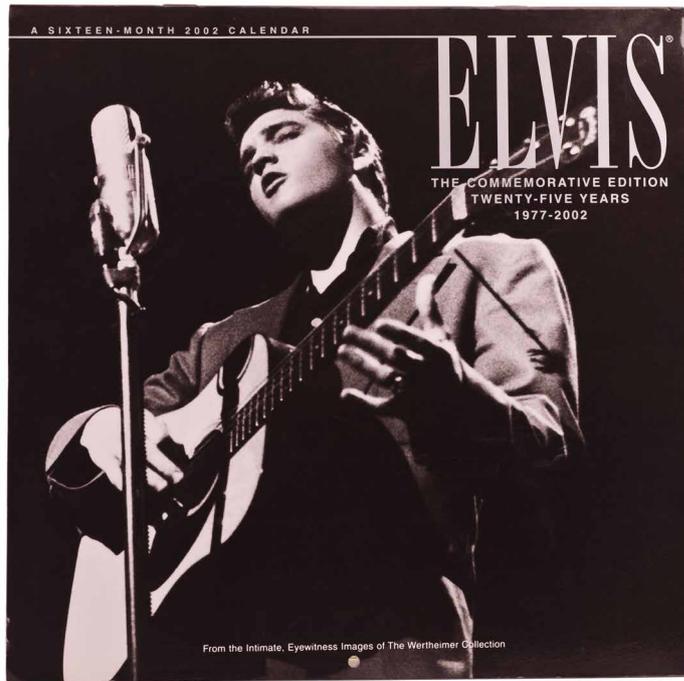


Los micrófonos se pueden **clasificar** según distintos criterios, en lo que atañe a este módulo, lo vamos a hacer **según su método de transducción**:

CONCEPTO

La **transducción** es la transformación de la energía acústica en energía mecánica. Es decir, el proceso por el cual las ondas sonoras se convertirán en vibraciones mecánicas.

- **Micrófonos dinámicos:** se trata de un micro versátil que se puede utilizar para cualquier tipo de transmisión. Es el más indicado en el caso de retransmisiones en directo debido a su autonomía (no necesita alimentación). Su principal desventaja es que, aunque tiene una buena sensibilidad acústica, esta es menor que la que ofrecen los micrófonos de condensador. Es importante destacar que este elemento no se aconseja para trabajar con altas frecuencias musicales, tales como los violines.
- **Micrófonos de condensador:** este tipo de micrófono se utiliza habitualmente para realizar grabaciones de estudio tales como voces, efectos *foley*, instrumentos musicales, etcétera. Como se ha dicho anteriormente, este tipo de material tiene una alta sensibilidad acústica y responde de mejor forma ante las altas frecuencias. Su principal inconveniente es que recoge no solamente el audio que nos interesa, sino que, debido a su sensibilidad, también recoge el sonido ambiente.
- **Micrófonos de cinta:** son los típicos micrófonos de los años cincuenta. Este tipo de elemento suele ser bidireccional. Se trata de material delicado que responde mejor ante las tonalidades cálidas y peor ante tonalidades agudas.



Elvis Presley utilizando un micrófono de cinta.

- **Micrófonos electret:** también llamados micrófonos de corbata. Son materiales pequeños que se suelen usar en debates y conferencias, para grabar instrumentos, etcétera. Tienen un alto potencial para grabar al sujeto en primer plano, pero no captan con claridad el sonido ambiente.

5.9. DETERMINACIÓN DE LOS EFECTOS DE ILUMINACIÓN DESEADOS PARA EL PROGRAMA DE TELEVISIÓN

La **iluminación** es un recurso fundamental e imprescindible para cualquier obra audiovisual. Este elemento condicionará el resultado final del programa, ofreciéndole una estética determinada, dándole realismo, dramatismo, etcétera. En algunas obras, el tratamiento de la luz aplicado llega a ser tan protagonista que puede incluso modificar la respuesta y la emoción del espectador.

La luz artificial permite tener el **control técnico** de los siguientes elementos:

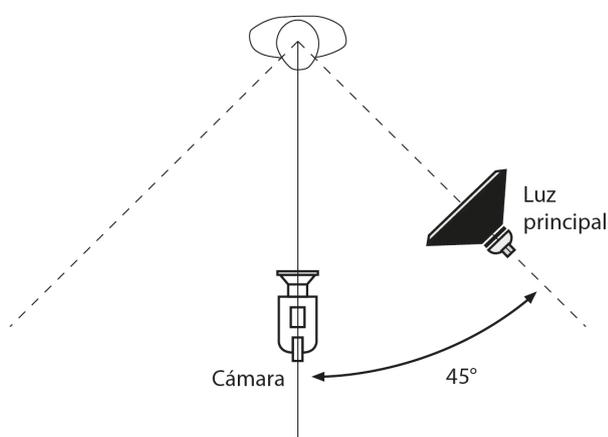
- La **intensidad**:
 - Depende de la potencia lumínica de la fuente de luz.
 - De la naturaleza de esa fuente, del diseño del aparato.
 - De la distancia entre la fuente y el sujeto.

- La **calidad**:
 - Luz suave: diseminada. No provoca sombras. Crea una iluminación plana.
 - Luz dura: define muy bien la zona iluminada y las sombras.
- La **dirección**:
 - **Cenital**: ilumina la parte superior del personaje, que quedará claro, generando sombras debajo del cuello y la nariz. Los ojos serán casi inapreciables.
 - **Lateral**: la creación de sombras hará que resalte el volumen y la textura de objetos y sujetos.
 - **Frontal**: luz uniforme que provoca un efecto estético y equilibrado. No se visibilizará apenas el contorno, la textura o las irregularidades.
 - **Contraluz**: en objetos sólidos, resaltarán los bordes y las figuras se separarán del fondo. Si fueran elementos translúcidos, se destacarían los detalles de la superficie.
 - **Contrapicada**: cuando se ilumina desde abajo del sujeto, se provocan sombras duras y poco naturales.

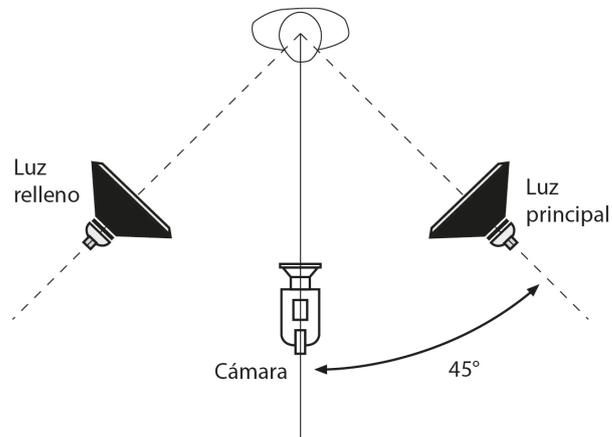
Para lograr una buena iluminación, no basta con contar con un foco que ilumine al sujeto, sino que se deben plantear lo que se llaman **esquemas de iluminación**. En ellos, se determinará la colocación de los focos, de la cámara y de los sujetos.

Los **elementos básicos** que se necesitan para una buena iluminación son: luz principal, luz de relleno y contraluz. El **esquema básico** de iluminación, especialmente cuando hay sujetos, es aquel compuesto por **tres puntos de luz**.

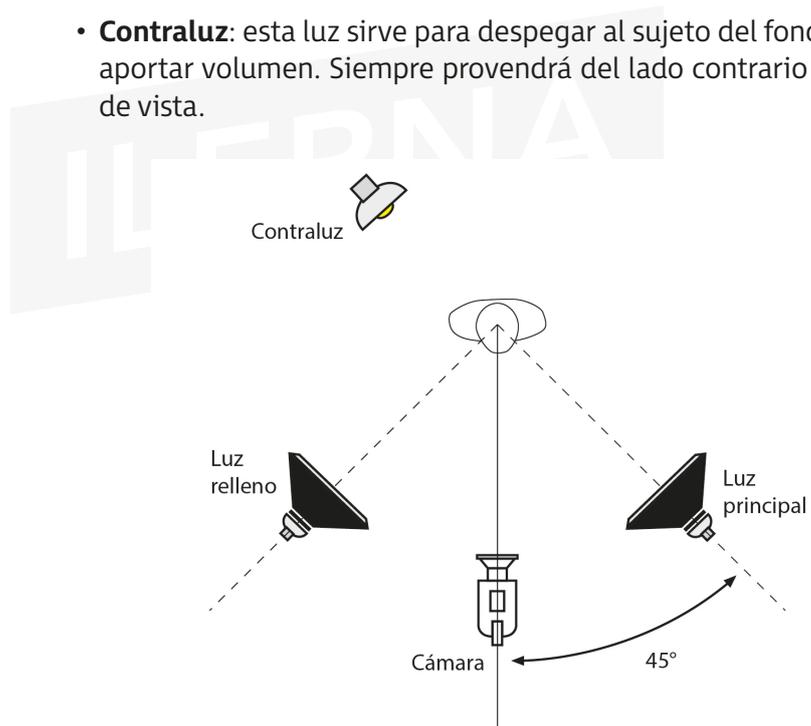
- **Luz principal**: se trata de la luz predominante y de mayor importancia. Suele ser la más intensa, definirá la intención fundamental de la iluminación de una escena y será en la que se basen las demás luces. Al aplicarla, se distribuyen las luces y las sombras.



- **Luz de relleno:** sirve como contrapunto de la luz principal para corregir las zonas que han quedado oscuras o las sombras que ha creado. Es una luz suave que no genera sombras. Suele colocarse en eje de la cámara formando un ángulo de 90 grados en relación con la luz principal, y se aconseja situarla a una altura inferior.



- **Contraluz:** esta luz sirve para despegar al sujeto del fondo y para aportar volumen. Siempre provendrá del lado contrario al punto de vista.

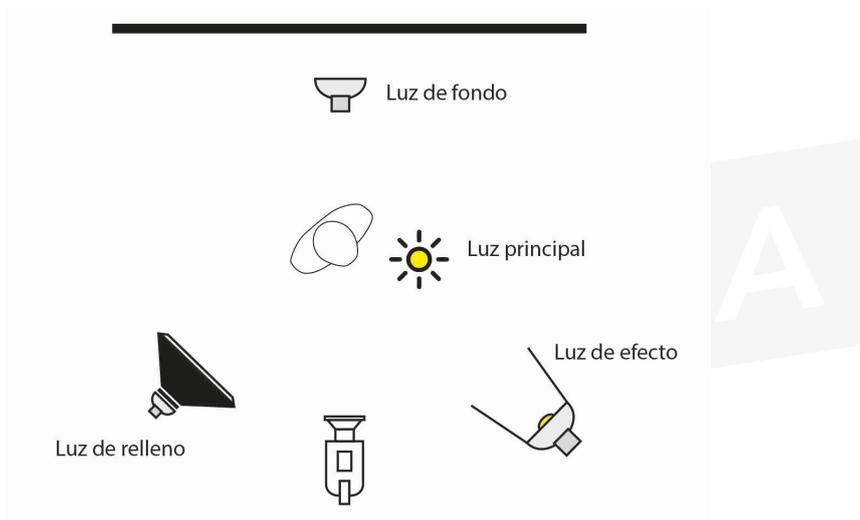


Además de los principales esquemas de iluminación, existen otros más trabajados y sofisticados:

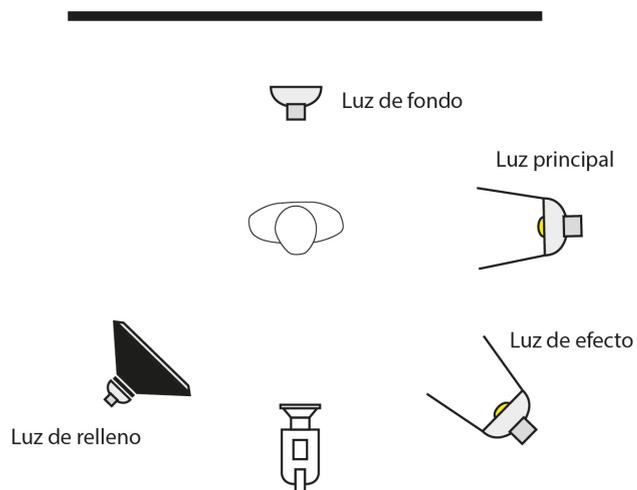
- **Paramount:** se caracteriza por la sombra simétrica que se genera debajo de la nariz con forma de mariposa. Se trata de un esquema de iluminación muy habitual en los carteles de los actores de cine de los años cincuenta.



- **Loop:** busca que la sombra se genere a un lado de la nariz.



- **Rembrandt:** genera una sombra triangular en una mejilla de la persona iluminada.



- **Split:** solamente se ilumina la mitad del rostro. Se utiliza para conseguir un efecto dramático.

