

<b>PROGRAMA DE TELEVISIÓN</b>						
<b>I.- DATOS GENERALES</b>						
Nombre de la Carrera o Programa: <b>COMUNICACIÓN SOCIAL</b>						
Nombre de la Asignatura: Televisión						
Departamento y/o cátedra: Artes Audiovisuales						
Concentración: Producción Audiovisual						
Régimen: <i>Semestral</i>				Número de Unidades Crédito: 5		
Ubicación en el plan de estudios: Semestre A						
Tipo de asignatura:				N° horas semanales:		
Obligatoria	x	Electiva		Teóricas:	1	Prácticas/Seminarios 3
Prelaciones/Requisitos:				Asignaturas a las que aporta: De la concentración <u>Producción Audiovisual</u> : Análisis Audiovisual; Documental.		
Fecha de aprobación del Programa por el Vicerrectorado Académico:						

<b>II.- JUSTIFICACIÓN</b>	
<p>Todo comunicador social especializado en el área de la producción audiovisual debe conocer y manejar los elementos del discurso televisivo, así como también las características de los géneros y formatos propios del medio. Esto, dado que la televisión es el medio de comunicación de masas por excelencia.</p> <p>Pero es bien sabido que el trabajo en televisión no se limita a la concepción del producto, el manejo de las técnicas de producción y la destreza en el uso de los equipos. También es necesario dominar herramientas que permitan establecer la línea editorial del canal y su respectivo paquete gráfico. Es por ello que la unidad curricular <i>Televisión</i> tiene como objetivo diseñar y producir programas televisivos de acuerdo a las características de cada género, utilizando los recursos técnicos y expresivos propios del medio, a partir de la concepción de las líneas editorial y gráfica de un potencial canal de televisión.</p>	
<b>III.- CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS</b>	
Esta unidad curricular contribuye al desarrollo de las competencias generales, profesionales básicas y específicas siguientes:	
Competencia general: Aprender a trabajar con el otro	
Participa y trabaja en equipo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identifica roles y funciones de todos los miembros del equipo</li> <li>2. Realiza las tareas establecidas por el equipo</li> <li>3. Cumple diversos roles dentro del equipo</li> <li>4. Utiliza formas de comunicación que</li> </ol>

	favorecen las relaciones de interdependencia 5. Coordina las acciones del equipo hacia el logro de la meta común
Motiva y conduce a otros hacia metas comunes	1. Identifica claramente objetivos, metas y propósitos comunes 2. Promueve la construcción conjunta de planes y estrategias para el logro de las metas 3. Aplica estrategias para superar limitaciones en el logro de las metas
Toma decisiones efectivas para resolver problemas	1. Identifica el problema 2. Analiza el problema 3. Plantea alternativas de solución 4. Ejecuta la opción que considera más adecuada para la solución del problema 5. Promueve los cambios necesarios para asegurar la calidad de los resultados en el tiempo
Se comunica, interactúa y colabora con el otro	1. Expresa en sus propias palabras lo que otras personas le comunican 2. Valora las ideas y opiniones de otras personas 3. Propicia la comunicación para conciliar posturas opuestas
Organiza y planifica el tiempo	1. Determina el tiempo idóneo para cumplir con objetivos individuales y colectivos 2. Jerarquiza las actividades en el corto, mediano o largo plazo 3. Ejecuta las actividades planificadas de acuerdo con el cronograma establecido 4. Evalúa sistemáticamente el cumplimiento del cronograma 5. Ajusta el cronograma de acuerdo con los resultados de la evaluación
Actúa creativamente ante diversas situaciones	1. Identifica, personal o colectivamente, situaciones que requieren soluciones creativas 2. Propone opciones novedosas de solución 3. Analiza críticamente las opciones propuestas 4. Aplica la solución de mayor beneficio-costos 5. Evalúa, individual o colectivamente, la solución aplicada en términos de novedad,



	valor y eficacia
Competencia profesional básica: Interpreta la realidad social	
Investiga la realidad cultural y social	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identifica problemáticas pertinentes desde el punto de vista comunicacional</li> <li>2. Obtiene información de fuentes confiables mediante métodos de investigación y procesos documentales propios de la comunicación social</li> </ol>
Competencia profesional básica: Crean textos para una audiencia	
Produce textos adecuados al contexto	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diferencia las características y convenciones de los géneros utilizados en la comunicación social</li> <li>2. Determina las características de las audiencias objetivo</li> <li>3. Utiliza adecuadamente el lenguaje para crear textos con distinto propósito y formato, y para distintas audiencias y medios</li> <li>4. Utiliza adecuadamente las TIC para la elaboración y difusión de mensajes</li> </ol>
Evalúa el texto	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Construye criterios de análisis para examinar un producto comunicacional</li> </ol>
Competencia profesional específica: Produce trabajos audiovisuales	
Propone un proyecto audiovisual	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Expone una idea creativa</li> <li>2. Determina las necesidades para materializar un contenido: recursos humanos, equipos y materiales, locaciones</li> </ol>
Planifica la producción	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desarrolla un manual de producción básico</li> <li>2. Realiza cronogramas y planes de trabajo</li> <li>3. Elabora un presupuesto básico</li> <li>4. Aplica estrategias de búsqueda de financiamiento y patrocinio</li> <li>5. Gestiona espacios y locaciones</li> <li>6. Gestiona la contratación de recursos humanos artísticos y técnicos</li> </ol>
Realiza o gestiona la realización de un producto audiovisual	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Determina criterios para la administración de recursos financieros</li> <li>2. Conformar equipos de trabajo con los recursos humanos apropiados</li> <li>3. Interviene en la grabación del producto audiovisual</li> <li>4. Interviene en la edición del producto</li> </ol>



	<p>audiovisual</p> <p>5. Maneja las plataformas para cargar y compartir productos audiovisuales</p>
Promueve productos audiovisuales	<p>1. Utiliza las herramientas básicas para difundir un producto audiovisual</p> <p>2. Aplica estrategias de promoción y mercadeo de productos audiovisuales</p>

#### IV.- CONTENIDOS

<p>Unidad I.</p> <p>La televisión como medio de comunicación. La televisión digital como nueva alternativa de difusión</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usos de la televisión <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Tipos <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1.1. Introducción al proceso técnico de emisión/recepción de la TV</li> <li>1.1.2. Televisión de señal libre. Televisión de señal paga.</li> </ol> </li> <li>2. Estructura de una planta televisiva <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Televisoras nacionales, regionales y alternativas</li> </ol> </li> <li>3. Programación</li> <li>4. Unidades de producción de estudio y exteriores <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Cabina y escenario</li> <li>4.2. Equipo técnico y de dirección</li> </ol> </li> <li>5. La productora independiente</li> <li>6. La televisión analógica y digital <ol style="list-style-type: none"> <li>6.1. Procesos analógicos y digitales <ol style="list-style-type: none"> <li>6.1.1. Beneficios de la televisión digital</li> <li>6.1.2. Formato (relación de aspecto)</li> <li>6.1.3. Escaneo digital</li> </ol> </li> </ol> </li> <li>7. New media y plataformas de streaming <ol style="list-style-type: none"> <li>7.1. Creación de contenidos</li> <li>7.2. Aspectos técnicos</li> <li>7.3. Plataformas (Netflix, Youtube, Twitch)</li> </ol> </li> </ol> </li> </ol>
<p>Unidad II.</p> <p>Sistema técnicos de producción: cámara, óptica, microfonía e iluminación</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La cámara de televisión <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Partes de la cámara <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1.1. Lente <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1.1.1. Tipos</li> <li>1.1.1.2. Características ópticas de los lentes</li> </ol> </li> <li>1.1.2. Mecanismo de transferencia</li> <li>1.1.3. Visor</li> </ol> </li> <li>1.2. Tipos de cámaras <ol style="list-style-type: none"> <li>1.2.1. Cámaras de estudio</li> <li>1.2.2. Cámaras EFP</li> <li>1.2.3. Cámaras ENG/EFP</li> </ol> </li> <li>1.3. Movimientos de cámara</li> <li>1.4. Encuadres</li> <li>1.5. Planos</li> </ol> </li> <li>2. Captura de audio <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Microfonía</li> <li>2.2. Controles de sonido y grabación</li> </ol> </li> <li>3. Iluminación</li> </ol>



	<p>3.1. Instrumentos y controles de iluminación</p> <p>3.2. Técnicas de iluminación</p>
<p>Unidad III.</p> <p>Los géneros de la televisión.</p> <p>Los libretos aplicados en cada uno</p>	<p>1. Género Informativo</p> <p>1.1. Tipos de programa</p> <p>1.1.1. Noticiarios</p> <p>1.1.2. Entrevistas</p> <p>1.1.3. Reportajes</p> <p>1.2. El libreto para noticiarios</p> <p>2. Género de entretenimiento</p> <p>2.1. Magazine</p> <p>2.1.1. Talk show</p> <p>2.1.2. Late night show</p> <p>2.2. Telerealidad</p> <p>2.2.1. Docu-soap</p> <p>2.2.2. Reality game show</p> <p>2.2.3. Reality talent show</p> <p>2.3 El libreto A/V</p> <p>3. Género dramático</p> <p>3.1. Telenovelas</p> <p>3.2. Series</p> <p>3.3. Miniseries</p> <p>3.4. Unitarios</p> <p>3.5. Comedias de situación</p> <p>3.6. Libreto a una columna</p>
<p>Unidad IV.</p> <p>Técnicas de dirección</p>	<p>1. Técnicas de dirección en estudio</p> <p>2. Emplazamiento y movimientos de cámara</p> <p>3. Estructura de set para 2 y 3 cámaras</p> <p>4. Técnicas de dirección en exteriores</p> <p>4.1. Cámara en mano</p> <p>5. Técnicas de cámara para géneros</p>
<p>Unidad V.</p> <p>Realización en estudio-exteriores</p>	<p>1. Grabación de programas de sub-géneros</p> <p>1.1. Noticiario</p> <p>1.1.1. Desde el set</p> <p>1.1.2. Reporteros</p> <p>1.1.3. Video editorial</p> <p>1.2. Late night show</p> <p>1.2.1. Teaser promocional</p> <p>1.3. Comedia de situación</p> <p>1.3.1. Promocionales</p>

#### V.- ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

DOCENTES	ESTUDIANTES
<p>1. Método expositivo/lección magistral</p> <p>2. Interacción con los estudiantes a través de preguntas específicas sobre la unidad de contenido en proceso de estudio</p> <p>3. División del salón de clases para conformar dos grupos de trabajo que simularán ser canales de televisión para la web durante todo el semestre</p> <p>4. Asignación de las dinámicas según el</p>	<p>1. Escuchar atentamente</p> <p>2. Interacción con el profesor y el resto de los estudiantes sobre los contenidos de la clase</p> <p>3. Selección del grupo de trabajo para la creación de un canal web indicando su línea editorial y público objetivo</p> <p>4. Construcción de las tres fases de producción: pre-producción, producción y post producción para cumplir las asignaciones y</p>



<p>contenido teórico visto en clases y organización de calendarios de grabación para cada grupo</p> <p>5. Creación de un espacio virtual (foro on line) para la discusión privada de las piezas previo a la difusión de las mismas</p> <p>6. Utilización de las diferentes plataformas del mundo 2.0</p>	<p>dinámicas</p> <p>5. Participación en el foro online para la discusión y crítica de los productos efectuados en clases</p> <p>6. Creación de estrategias de promoción para el arrastre de audiencia y conquista del rating en cada uno de los productos a realizar</p>
--	--

## VI.- ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

Las estrategias de evaluación sugeridas para la asignatura *Televisión* son:

1. Conceptualización de contenido televisivo.
2. Realización de piezas audiovisuales: noticiario, late night show y sitcom.
3. Avances complementarios para cada uno de los productos principales: pieza para la presentación de la línea editorial del canal, teaser, promocionales, afiches publicitarios.
4. Exposición final tipo pre-venta para presentar el reel de los trabajos realizados durante el semestre

## VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### TEXTOS

#### Bibliografía básica general:

- Arana, Edorta. (2011). *Estrategias de programación televisiva*. España: Síntesis.
- Badillo, Ángel y Francisco Sierra Caballero (ed). (2011). *La transición a la televisión digital terrestre en Iberoamérica*. Ecuador: Ciespal.
- Bravo, R. (1993). *Producción y Dirección de Televisión*. Mexico: Limusa, S.A.
- Cabrujas, José Ignacio. (2003). *Y Latinoamérica inventó la telenovela*. Caracas: Alfadil Ediciones.
- Carrasco, Jorge. (2013). *Cine y televisión digital. Manual técnico*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Castillo Pomedá, José María. (2004). *Elementos del lenguaje audiovisual en televisión*. España: IORTV.
- Castillo, José María. (2013). *Televisión, realización y lenguaje audiovisual*. España: IORTV.
- Contreras, José Miguel y Manuel Palacio. (2001). *La programación de televisión*. España: Síntesis.
- Escudero Chauvel, Lucrecia y Eliseo Verón. (2009). *Telenovela: ficción popular y mutaciones culturales*. España: Gedisa.
- Francés i Domenec, Miguel. (2011). *Contenidos y formatos de calidad en la nueva televisión*. Sevilla: IORTV.
- Guerrero, Enrique. (2013). *Guion y producción de programas de entretenimiento*. Navarra: Ediciones de la Universidad de Navarra.
- Hartwing, Robert. (2008). *Tecnología básica de televisión digital y analógica*. España: Omega.



- León, Bienvenido. (2014). *Detrás de las cámaras: un manual para los profesionales de la comunicación*. España: Comunicación Social, ediciones y publicaciones.
- Martín Barbero, J. y Muñoz, S. (1992). *Televisión y Melodrama*. Colombia: Tercer mundo.
- Maza, M. y Cervantes, C. (1997). *Guion para medios audiovisuales*. México: Alhambra mexicana.
- Millerson, Gerald. (2008). *Realización y producción de televisión*. España: Omega.
- Orza, Gustavo. (2003). *Programación televisiva: un modelo de análisis instrumental*. España: La Crujía Editores.
- Sáinz Sánchez, M. (1999) . *El Productor Audiovisual*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Solarino, Carlo. (2000). *Cómo hacer televisión*. España: Cátedra.
- Zettl, Herbert. (2000). *Manual de Producción de Televisión*. Séptima edición. San Francisco: International Thomson Editores.

### **Bibliografía adicional:**

- Álvarez, R. (1999). *La comedia enlatada. De Lucille Ball a los Simpson*. España: Gedisa.
- Barroso García, Jaime. (1996). *Realización de los géneros televisivos*. España: Síntesis.
- Barroso García, Jaime. (2008). *Realización audiovisual*. España: Síntesis.
- Benitez, Anto. (2014). *Realización de deportes en televisión*. España: IORTV.
- Cadavienco, J. I. (1994). *Breve historia anecdótica de la evolución del video en Venezuela*. Seminario "Las nuevas tecnologías: Sueño y realidad". Cresal, UNESCO y Escuela de Cine y Televisión.
- González, J. (1996). *Televisión y comunicación. Un enfoque teórico práctico*. México: Alhambra mexicana.
- Hilliard, R. (1999). *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*. Estados Unidos: Thomson.
- López, Nereida. (2008). *Medios de comunicación, tecnología y entretenimiento: un futuro conectado*. Barcelona: Laertes.
- Martínez Abadía, José y Federico Fernández Diez. (1993). Barcelona: Paidós Ibérica.
- Poveda Criado, Miguel Ángel. (2014). *Comunicación televisiva*. Madrid: Centro de Estudios Financieros.
- Sainz Sanchez, Miguel. (1999). *El productor audiovisual*. España: Síntesis.
- Sánchez, Lydia. (2014). *Industrias de la comunicación audiovisual*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Toledo, Sergio. (2012). *Cómo crear un programa de TV*. Barcelona: Laertes.
- Tostado, V. (1996). *Manual de producción de video*. México: Alhambra mexicana.

### **PÁGINAS WEB**

Miguel Hernandez Communication Journal Nro. 4 / 2013. Teleseries: géneros y formatos. Ensayo de definiciones.  
[https://mhcommunicationsjournal.wordpress.com/2010/07/20/angel\\_carrasco/](https://mhcommunicationsjournal.wordpress.com/2010/07/20/angel_carrasco/)

### **GUÍAS Y MATERIAL DE APOYO**

Guía de implementación de Radiodifusión de Televisión Digital. CITELE, octubre 2005.



Material adicional podrá ser definido por el profesor al inicio de cada período académico.

---

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO - Urb. Montalbán, Apto. 20332, Caracas-1020, Venezuela.  
Módulo IV, Piso 3. Teléfono: +58-212-407.4232 – URL: [www.ucab.edu.ve](http://www.ucab.edu.ve)  
RIF J-00012255-5

