

INDICE

Prefacio	11
Introducción	15
Capítulo I.	19
La Televisión de Televisión	
1.1. Tipos de televisión	19
1.2. Aspectos semiológicos de la televisión	25
1.3. Aspectos semiológicos de la televisión	29
1.4. El espacio en la televisión	30
1.5. El encuadre de una pantalla de televisión	34
1.6. El tiempo en televisión	41
1.7. Televisión interactiva	52
1.8. Periódicos	55
1.9. Administración del espectro	61
1.10. Organización de un canal de televisión	66
Capítulo II.	69
Gerencia de Ingeniería y Tecnología	
2.1. Master y grabación	74
2.2. Postproducción	77
2.2.1. Los efectos visuales en televisión	79
2.2.2. Los efectos sonoros en televisión	83
2.3. Grupo técnico de estudios	85
2.4. Unidades móviles	87
2.5. Laboratorio	89
2.6. Transmisores y satélites	90
2.7. Torres y antenas	92
2.8. Electricidad y plantas	94
2.9. Control de calidad	95
2.10. Tecnología	96
2.11. Administración de ingeniería	97
2.12. Estudios de televisión	98
Capítulo III.	101
Gerencia de Operaciones	
3.1. Escenografía	103
3.1.1. Tramoya	103
3.1.2. Utilería	104
3.1.3. Carpintería	105
3.1.4. Pintura	106
3.1.5. Herrería	106
3.1.6. Ambientación	107
3.1.7. Manualidades y marquetería	109
3.2. Grupos técnicos	110
3.3. Maquillaje	115
3.4. Vestuario	117
3.5. Administración de operaciones	118
3.6. Pauta operativa	119
3.7. Algunos comentarios sobre ingeniería y operaciones	123
Capítulo IV. Gerencia de Programación y Promociones	125

4.1. Comité de programación	126
4.1.1. Características del comité de programación	128
4.2. Departamento de promociones	155
4.2.1. Imagen del canal	155
4.2.2. Símbolos del canal	160
4.2.3. Promociones individuales	162
4.2.4. Pauta de promociones	171
4.3. Departamento de encuesta	179
Capítulo V. Gerencia de Producción	193
5.1. Gerencia de programas	194
5.1.1. Reparto	194
5.1.2. Directores y productos	201
5.1.3. Programas infantiles	209
*Programas para niños muy jóvenes	211
* Programas para niños en escolaridad	
* Comiquitas	213
5.1.4. Programas dramáticas	214
5.1.5. Programas de concursos y musicales	224
5.1.6. Programas cómicos y comedias	227
5.1.7. Otros programas	230
5.2. Gerencia de desarrollo	232
5.2.1. Programas pilotos	232
5.2.2. Escritores	234
5.2.3. Adquisiciones de programas	235
5.2.4. Filmoteca y espaciales	240
5.3. Administración de producción	242
5.4. Gerencia ventas de programas	243
5.5. Gerente de producción	244
Capítulo VI. Vicepresidencia de Mercadeo y Ventas	247
6.1. Ejecutivo de ventas	248
6.2. Vendedores	250
6.3. Intercambios	251
6.4. Secretaría de ventas	252
6.5. Estrategia de mercadeo	253
6.6. tarifas	254
Capítulo VII. Gerencia de Información	267
7.1. Reporteros	270
7.2. Redacción	272
7.3. Edición	273
7.4. Especiales de prensa	273
7.5. Noticiero nocturno	274
7.6. Noticiero diurno	276
7.7. Avances y extras	277
7.8. Unidades de campo	277
7.9. Archivo	278
7.10. Jefe de información	278
Capítulo VIII. Gerencia de Administración	281
8.1. Consultoría jurídica	290

Capítulo IX. Televisión por suscripción	293
9.1. Abonado	293
9.2. Proveedor del servicio de suscripción	294
9.3. Habilitaciones	301
9.4. Productores de canales	302
Capítulo X. Intento de un Análisis Semiológico a la Televisión	305
10.1. Realidad en televisión	310
Anexo A. Las Telenovelas	329
* Diagramación de capítulos	344
* Uso del tiempo en la telenovela	350
* El espacio en las telenovelas	353
* Enlaces	354
* Acentuación del drama	355
* Música y efectos	256
Anexo B. La verdadera historia de HBO Latinoamérica	361
Corto epílogo	365