

# **Manual de narrativa televisiva**

Consulte nuestra página web: [www.sintesis.com](http://www.sintesis.com)  
En ella encontrará el catálogo completo y comentado



Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra sin contar con autorización de los titulares de la propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (arts. 270 y sigs. Código Penal). El Centro Español de Derechos Reprográficos ([www.cedro.org](http://www.cedro.org)) vela por el respeto de los citados derechos.

# **Manual de narrativa televisiva**

Inmaculada Gordillo



Reservados todos los derechos. Está prohibido, bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil previstos en las leyes, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, íntegra o parcialmente, por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o por cualquier otro, sin la autorización previa por escrito de Editorial Síntesis, S. A.

© Inmaculada Gordillo

© EDITORIAL SÍNTESIS, S. A.  
Vallehermoso, 34 - 28015 Madrid  
Teléf.: (91) 593 20 98

Depósito Legal: M. 21.878-2009  
ISBN: 978-84-975664-0-7

Impreso en España - Printed in Spain

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	11
--------------------	----

### PARTE I DISCURSO TELEVISIVO Y TEORÍA NARRATIVA

CAPÍTULO 1: NARRATIVA TELEVISIVA. CONCEPTOS Y LÍMITES ....	17
1.1. Definiciones de Narrativa Televisiva.....	17
1.2. La Narrativa Televisiva en el marco de otras narrativas.....	18
1.2.1. Narrativa Literaria .....	18
1.2.2. Narrativa Fílmica.....	20
1.3. Mapa diacrónico de la Narrativa Televisiva .....	21
1.4. Perspectivas de estudio e investigación.....	25
1.4.1. Morfología televisiva .....	25
1.4.2. Sintaxis televisiva .....	25
1.4.3. Semántica televisiva.....	26
1.4.4. Analítica televisiva.....	26
1.4.5. Creatividad televisiva .....	27
1.4.6. Taxonomía televisiva .....	27
1.4.7. Pragmática televisiva .....	27
1.5. Funciones de la televisión .....	28
1.6. Peculiaridades de la narración televisiva .....	30
1.6.1. Peculiaridades del medio.....	31
1.6.2. Peculiaridades del discurso .....	32
1.6.3. Peculiaridades genéricas.....	34
Actividades .....	35

<b>CAPÍTULO 2: CÓDIGOS Y ESTRUCTURAS DE LA NARRACIÓN TELEVISIVA.....</b>	<b>37</b>
2.1. Los códigos del relato televisivo .....	37
2.1.1. Códigos de la puesta en escena .....	37
2.1.2. Códigos sonoro-visuales .....	38
2.1.3. Códigos ideológicos y culturales .....	40
2.1.4. Relaciones entre los códigos televisivos .....	41
2.2. Los componentes de la narración televisiva .....	42
2.2.1. Historia y discurso.....	42
2.2.2. Concepto de diégesis en televisión.....	43
2.3. La segmentación del discurso televisivo .....	45
2.3.1. Episodios, secciones y bloques narrativos.....	46
2.3.2. Secuencias, escenas y planos.....	47
2.4. Configuraciones sintácticas.....	48
2.4.1. La composición tradicional .....	48
2.4.2. Modelos según la composición diegética.....	49
2.4.3. Modelos según la composición temporal .....	53
Actividades .....	55
<b>CAPÍTULO 3: CATEGORÍAS NARRATIVAS EN TELEVISIÓN.....</b>	<b>57</b>
3.1. La enunciación televisiva .....	57
3.1.1. Enunciador y enunciatario .....	58
3.1.2. Destinador y destinatario .....	60
3.1.3. Narrador y narratario .....	63
3.2. Personajes y ambientes .....	65
3.2.1. Nivel fenomenológico: el personaje como persona .....	66
3.2.2. Nivel formal: el personaje como rol.....	66
3.2.3. Nivel abstracto: el personaje como actante.....	67
3.3. Acciones y transformaciones .....	68
3.3.1. Nivel fenomenológico: comportamientos y cambios .....	68
3.3.2. Nivel formal: funciones y procesos .....	69
3.3.3. Nivel abstracto: actos y variaciones estructurales .....	70
3.4. El espacio .....	71
3.4.1. Características del espacio televisivo .....	72
3.4.2. La construcción del espacio en el tiempo.....	73
3.4.3. Espacio presente/ausente .....	74
3.4.4. Espacio dinámico/estático .....	75
3.4.5. Espacio orgánico/inorgánico.....	75
3.5. El tiempo .....	76

3.5.1. Ordenación .....	77
3.5.2. Duración.....	79
3.5.3. Frecuencia .....	80
Actividades .....	80

## PARTE II NARRATIVA TELEVISIVA: GÉNEROS Y FORMATOS

CAPÍTULO 4: UNIDADES NARRATIVAS.....	85
4.1. Unidades narrativas: la macrounidad programática.....	85
4.2. El programa como unidad narrativa metodológica .....	86
4.3. La fragmentación del discurso televisivo .....	88
4.3.1. Tipología de la fragmentación televisiva.....	91
4.3.2. La fragmentación episódica y serial.....	95
4.4. La interactividad .....	99
Actividades .....	101
CAPÍTULO 5: GÉNEROS Y FORMATOS TELEVISIVOS .....	103
5.1. El concepto de género.....	103
5.2. El género en televisión. Una tipología .....	105
5.3. Género, formato y programa.....	108
5.4. El género informativo .....	110
5.4.1. La noticia.....	110
5.4.2. La crónica.....	111
5.4.3. El editorial .....	111
5.4.4. La noticia reportaje.....	112
5.4.5. La crítica.....	112
5.5. Géneros ficcionales.....	112
5.5.1. Funciones de la ficción televisiva .....	114
5.5.2. La comedia.....	115
5.5.3. El drama .....	116
5.5.4. La aventura y la acción.....	116
5.5.5. La ciencia ficción.....	117
5.5.6. Tipología de los formatos ficcionales.....	117
5.6. Géneros publicitarios .....	119
5.7. Géneros de entretenimiento.....	119
5.8. Género docudramático.....	120

5.9. Reciclaje e hibridación de géneros en los nuevos formatos televisivos	120
Actividades .....	122
CAPÍTULO 6: FORMATOS INFORMATIVOS .....	125
6.1. La información televisiva .....	125
6.2. El informativo diario o telediario .....	126
6.2.1. Características.....	127
6.2.2. Configuración estructural.....	128
6.2.3. Los personajes .....	129
6.2.4. Otros elementos narrativos.....	130
6.3. El reportaje televisivo .....	131
6.3.1. Características.....	131
6.3.2. Tipología.....	132
6.3.3. Evolución .....	134
6.4. El documental televisivo .....	135
6.4.1. Características.....	135
6.4.2. Tipología.....	137
6.4.3. Evolución .....	138
6.5. El debate televisivo.....	139
6.5.1. Tipología.....	139
6.5.2. Evolución .....	140
6.6. La entrevista televisiva .....	140
6.6.1. Características.....	141
6.6.2. Tipología.....	141
6.7. El género informativo en la hipertelevisión: el <i>infoshow</i> .....	145
6.7.1. Características.....	146
6.7.2. Tipología.....	149
Actividades .....	150
CAPÍTULO 7: FORMATOS FICCIONALES .....	151
7.1. La ficción televisiva .....	151
7.1.1. La serialidad.....	152
7.1.2. Modalidades de la serialidad .....	153
7.2. La comedia de situación .....	155
7.2.1. Estructura narrativa .....	156
7.2.2. Peculiaridades narrativas .....	157
7.2.3. Tipología de la <i>sitcom</i> .....	160
7.3. El teledrama .....	163



7.3.1. Las series dramáticas y de acción .....	163
7.3.2. La <i>soap opera</i> .....	164
7.4. La telenovela .....	166
7.4.1. Características narrativas .....	166
7.4.2. Modelos .....	169
7.5. Otros formatos de ficción.....	170
7.5.1. La miniserie .....	170
7.5.2. La <i>TV-movie</i> .....	171
7.5.3. El teleteatro .....	172
7.6. Innovaciones narrativas en las series televisivas .....	172
Actividades .....	174
CAPÍTULO 8: ENTRE REALIDAD Y FICCIÓN: EL DOCUDRAMA.....	177
8.1. El género docudramático .....	177
8.2. Modalidades del docudrama.....	179
8.2.1. Modalidades discursivas .....	180
8.2.2. Modalidades temáticas .....	180
8.3. La identificación narrativa en el docudrama .....	182
8.4. El <i>reality show</i> .....	183
8.4.1. Particularidades narrativas.....	183
8.4.2. Subformatos.....	184
8.4.3. El <i>docugame</i> de convivencia.....	186
8.4.4. El <i>docugame</i> de superación .....	189
8.4.5. El <i>docugame</i> de supervivencia.....	192
8.5. El <i>talk show</i> .....	193
8.6. La docuserie.....	196
8.7. El <i>coaching show</i> .....	197
8.8. Los programas de cámara oculta .....	198
8.9. El <i>celebrity show</i> .....	199
8.9.1. Personajes .....	200
8.9.2. Tipología.....	201
8.9.3. Evolución .....	203
Actividades .....	205
CAPÍTULO 9: GÉNEROS TELEVISIVOS PUBLICITARIOS.....	207
9.1. La publicidad televisiva.....	207
9.2. El <i>spot</i> publicitario.....	212
9.2.1. Características narrativas .....	212
9.2.2. Clasificación del <i>spot</i> convencional.....	214

9.3. Publicidad convencional y discursos narrativos no publicitarios .....	217
9.3.1. El videoclip y el videojuego en la publicidad televisiva .....	218
9.3.2. Publicidad televisiva y cuentos de hadas.....	218
9.3.3. Publicidad televisiva y cine .....	219
9.3.4. Publicidad televisiva y series de ficción.....	220
9.3.5. Publicidad televisiva y discursos informativos.....	220
9.3.6. Publicidad televisiva y docudrama .....	221
9.4. La autopromoción.....	222
9.5. El <i>brand placement</i> .....	223
9.6. El <i>merchandising</i> y el <i>bartering</i> .....	225
9.7. La publicidad interactiva.....	226
9.8. La televenta .....	228
Actividades .....	230
CAPÍTULO 10: GÉNEROS TELEVISIVOS DE ENTRETENIMIENTO.....	231
10.1. El entretenimiento televisivo .....	231
10.2. Los concursos televisivos .....	234
10.3. El magacín televisivo .....	239
10.3.1. Características narrativas .....	240
10.3.2. Formatos .....	242
10.4. El humor televisivo .....	244
10.4.1. Formatos .....	244
10.4.2. Programas de <i>sketches</i> .....	246
10.4.3. Evolución .....	247
10.5. Las retransmisiones en directo de acontecimientos .....	249
Actividades .....	250
BIBLIOGRAFÍA .....	253