

Escola Universitària Politécnica de Mataró

Centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA

Grau en Mitjans Audiovisuals

CREACIÓ D'UN FORMAT TELEVISIU

Memòria

**DAVID AULADELL BASART
PONENT: MADDALENA FEDELE**

PRIMAVERA 2016



TecnoCampus
Mataró-Maresme

Agraïments

En un projecte de les magnituds que suposa el treball de fi de grau sempre hi ha un equip de gent a qui agrair tot el procés des del primer moment.

El primer agraïment és a tot l'equip de gravació del teaser del programa. David Molina, com a realitzador de l'equip, Ariadna Carreño i Marta Illa com a operadores de càmera i àudio i Arnau Urgell pel grafisme del programa.

Per a la gravació del teaser s'ha comptat amb la col·laboració de la Colla Gegantera La Patufa de Llinars del Vallès. Per aquest motiu un dels agraïments va a tota la colla i a més a més a Arnau Guardi, cap de colla, que va ser el contacte per a la gestió i a Gerard Avila, membre de la colla que va fer el seguiment amb l'equip de gravació i va ser la figura que representava el presentador del primer programa.

Per al dossier de producció del programa s'agraeix a tots els professionals de mitjans que s'ha contactat amb ells, Pere Prat, cap tècnic del programa "Tu cara me suena", Laia Estebaranz, de l'àrea de programació de GolTV, Lupe Perez, realitzadora de televisió i Miquel Herrada de la Xarxa de televisions locals de Catalunya.

Finalment a tots els petits suports de gent, amics, familiars i el seguiment per part de l'escola Universitària Tecnocampus.

Resum

El projecte del TFG és la creació d'un format televisiu de caràcter divulgatiu i cultural, centrat en la cultura popular i tradicional del territori català, amb el títol "Viu-la des de dins". A partir de la fase de recerca d'informació s'ha definit el marc teòric i s'ha contextualitzat el món televisiu. Successivament s'ha dut a terme la part pràctica del TFG, basada en la creació del dossier de producció del programa "Viu-la des de dins" per a ser proposat a productores i televisions d'àmbit català. Aquest dossier mostra totes les especificacions tècniques i de producció necessàries per a dur a terme el programa. Finalment s'ha dut a terme el procés de producció, gravació i postproducció d'un teaser per acompanyar el dossier de producció.

Resumen

El proyecto del TFG es la creación de un formato televisivo de carácter divulgativo y cultural, centrado en la cultura popular y tradicional del territorio catalán, con el título "Viu-la des de dins". A partir de la fase de búsqueda se ha definido el marco teórico y se ha contextualizado el mundo televisivo. Sucesivamente se ha llevado a cabo la parte práctica del TFG, basada en la creación del dossier de producción del programa para proponerlo en productoras y televisiones de ámbito catalán. Este dossier muestra todas las especificaciones técnicas y de producción necesarias para llevar a cabo el programa. Para terminar se ha hecho todo el proceso de producción, grabación y postproducción de un teaser que se adjunta en el dossier de producción.

Abstract

The TFG project is the creation of an informative and cultural TV format, focused on Catalan popular and traditional culture, entitled "Viu-la des de dins". The theoretical frame has been defined and contextualized in television world from research period. The practice part of the TFG, based on the creation of the program's production file in order to propose it in Catalan televisions and producers, has accomplished successively. This file shows all technical and production specification which are needed to carry through the program. For ending it has been done all the production process, recording and post-production from a teaser which is attached in the production file.

Índex de continguts

Índex de figures	III
Índex de taules	IV
1. Introducció.....	1
2. Marc teòric.....	3
2.1. Contextualització	3
2.2. Classificació de les televisions	3
2.3. Els gèneres televisius.....	4
2.3.1. El format de “Viu-la des de dins”.....	6
2.4. La graella televisiva.....	6
2.5. La TV actual	7
2.6. El dossier de producció.....	8
2.6.1. Editorial	8
2.6.2. Sinopsis.....	9
2.6.3. Escaleta.....	9
2.6.4. Plantejament estètic	9
2.6.5. Càsting.....	9
2.6.6. Localitzacions.....	9
2.6.7. Equip tècnic	10
2.6.8. Característiques tècniques	10
2.6.9. Pressupost	10
2.6.10. Pla de producció	10
2.6.11. Pla de finançament.....	11
2.6.12. Pla de comunicació del programa.....	11
2.6.13. El teaser	11
2.7. El pla de rodatge	11
3. Definició d’objectius i abast	13
3.1. Objectius generals i específics.....	13
3.2. Abast.....	14
4. Anàlisi de referents	15
4.1. Abast comarcal	15
4.2. Abast autonòmic	15

4.3. Abast estatal	17
4.4. Altres territoris	18
5. Metodologia.....	19
5.1. Fase 1. Recerca d'informació.....	19
5.2. Fase 2. Producció del format televisiu	20
5.3. Fase 3. Teaser.....	21
6. Desenvolupament	23
6.1. Fase 1. Recerca d'informació.....	23
6.2. Fase 2. Producció del format televisiu. Dossier de producció	26
6.2.1. Disseny i concepció global del programa	28
6.2.1.1. Durada i emissió.....	29
6.2.1.2. Target	29
6.2.1.3. Grafisme	30
6.2.1.4. Imatge i presentació	30
6.2.1.5. Àudio.....	32
6.3. Fase 3. Teaser.....	32
7. Conclusions	35
8. Possibles ampliacions.....	37
9. Bibliografia.....	39

Índex de figures

Fig. 4.1. Gaudeix la festa capítol 240	15
Fig. 4.2. Revista gegants.....	16
Fig. 4.3. El foraster per Catalunya.....	17
Fig. 6.1. Plaça dels països Catalans	26
Fig. 6.2. Plaça Damià Mateu	27
Fig. 6.3. Carrer Major de Llinars.....	27
Fig. 6.4. Logotip del programa.....	30
Fig. 6.5. Fly-cam	31

Índex de taules

Taula 6.1. Càrrecs equip del programa	28
---	----

1. Introducció.

Aquest treball de fi de grau (TFG) se centra en la idea de crear un nou format de programa televisiu com el mateix títol del TFG indica. A partir de l'ajuda d'algunes idees que proposava la mateixa universitat es pren la decisió de dur a terme la creació del format televisiu anomenat "Viu-la des de dins" amb un gènere televisiu informatiu i d'entreteniment que es veu com una forma de reportatge.

El programa dura entre 10 i 15 minuts per a cada episodi i el tema central és la cultura tradicional i popular de Catalunya i les seves festes (gegants, castellers, diables, balls tradicionals...). En cada episodi es presenta una festa tradicional d'un poble de Catalunya, mitjançant un reportatge que segueix alguns dels protagonistes de la festa, qui són els encarregats de presentar-la als espectadors. El programa té també interactivitat amb l'espectador per captar els interessos de temàtiques per als episodis a partir de les xarxes socials i web. A final de cada episodi es proposa una enquesta amb 5 temes tancats i el públic pot votar quin tema cultural vol veure al següent episodi. D'aquesta manera es vol establir un vincle amb l'espectador que pot sentir que sempre li esta oferint allò que busca i que està involucrat en les decisions temàtiques del programa. Serà per a televisió online i per televisió en antena. Per veure el programa en antena s'ha de seguir la graella televisiva en el moment d'inici de la franja de nit a partir de les 00 h. El seu horari és entre les 00 h i les 00.15 després del programa principal del *prime time* i abans de començar la programació nocturna. Els canals de les emissions són els canals territorials concrets, per tant, la Xarxa de televisions locals de Catalunya i les seves televisions adherides. Si l'emissió s'ha de dur a una televisió pública, en aquest cas la catalana ja que el territori que avarca és Catalunya. Possiblement no té un espai al canal de TV3 però si al canal 33 de Televisió de Catalunya.

A partir d'aquesta idea de programa, s'elabora la part important del TFG. Per una banda el dossier de producció d'aquest format televisiu que compta amb totes les especificacions necessàries per a poder dur a terme el format creat i que es troba als annexos.

L'altra part important és el teaser del programa. Per a fer-lo s'ha creat el pla de rodatge de les gravacions per elaborar el primer capítol amb tot l'equip tècnic i humà que es necessita per a la gravació i que ha col·laborat en la creació del teaser.

La principal motivació del l'evolució constant del món de la televisió, i provoca que hi hagi un en ser participants d'alguna manera o altra d'aquestes evolucions tant tècniques com de continguts.

El fet d'haver de fer el treball de fi de grau, és una manera d'entrar a formar part del món de la televisió més a fons i treballar-hi per la banda personal, d'interès per la televisió i per treballar-hi. Per oferir a l'espectador cada vegada més ventalls diferents de continguts.

A la memòria d'aquest TFG es troba primerament, una contextualització teòrica del món de la televisiu actual per a situar el programa "Viu-la des de dins". Seguidament es defineix quins són els objectius tant del TFG com del propi format que s'ha creat i a quin públic es vol arribar. Per poder elaborar el format s'ha fet una recerca prèvia de referents que també estan inclosos en aquesta memòria. Abans de les conclusions finals del treball hi ha la metodologia que es segueix i el procés de desenvolupament del treball.

2. Marc teòric.

2.1. Contextualització.

Actualment la visió de la televisió és molt diferent a la que hi havia als seus inicis. Les primeres emissions públiques van ser l'any 1927 i 1930. En aquell moment eren emissions a partir de sistemes d'emissió mecànics i no hi havia, com ara en l'actualitat, graelles de programació. Les emissions no seguien uns horaris fixes i tampoc durant les 24 hores del dia. Les primeres emissions que van tenir programació van ser l'any 1936 i van ser a Anglaterra.¹⁷

A partir d'aquell moment la televisió va tenir diverses evolucions com l'aparició de nous canals, l'aparició de la televisió en color, nous sistemes i aparells per a l'emissió i creació televisiva, la digitalització... Fins a la situació actual de la televisió.

Per concretar la contextualització d'aquest treball ens situem en el marc de la televisió actual en que el seu concepte ha deixat de ser una emissió per antena que arriba a totes les cases i a l'horari que marca la graella i ja ha arribat a ser multi plataforma (xarxes, dispositius mòbils...).

2.2. Classificació de les cadenes de televisió.

Hi ha molts tipus de canals de televisió i diferents formes de classificar-los.²¹ Una d'elles és la més genèrica i coneguda, en públiques i privades.

Les televisions públiques són aquelles que es financen a partir de fonts d'ingressos de les administracions públiques, generalment del govern territorial que avarca la televisió.

Les televisions privades són les que la seva font d'ingressos no ve de les administracions públiques. Generalment són empreses audiovisuals on la forma d'obtenir els recursos econòmics és a partir de la publicitat.

Una altra forma de classificar les televisions és segons la zona demogràfica per la que treballen. Poden ser estatals, dedicades a un país sencer. Poden ser autonòmiques, on el seu radi de cobertura és per a les comunitats autònomes. I finalment, també poden ser locals o comarcals, que es dediquen a una zona de la comarca, a la comarca sencera o només a una població.

Excepcionalment també hi ha canals de televisió classificats com a temàtics. Aquests canals temàtics majoritàriament estan destinats a només notícies, esports, només series, documentals de natura o d'altres temes més concrets.

2.3. Els gèneres televisius.

Tot i que la televisió actual està canviant constantment no deixa de banda la separació per gèneres televisius¹⁰ dels programes que s'hi fan. Hi ha diferents gèneres:^{7,8}

- Els informatius: el seu principal objectiu de cara als espectadors és informar. Ho pot fer de diferents maneres, a partir de programes dedicats només a informar a mode de notícies o a partir d'altres gèneres: els reportatges, els documentals, els debats i l'entrevista.

- Reportatges: informen d'un tema d'una manera més extensa que una notícia.
- Documentals: també volen informar però estan treballats d'una forma més cinematogràfica i que poden arribar a entretenir.
- Debats: els coneguts “*talkshow*” on es posen sobre la taula diversos punts de vista sobre una temàtica.
- Entrevista: pot ser de diferents maneres, la més típica és que un presentador fa una sèrie de preguntes a una persona convidada. Aquest gènere pot ser informatiu però també d'entreteniment o educatiu segons sigui l'enfocament del tema de l'entrevista.

- Els d'entreteniment: la seva principal finalitat és entretenir l'espectador de diverses maneres. Pot ser a partir de la ficció amb sèries, o web sèries si parlem de la televisió més actual. O també a partir de programes dedicats a entretenir com concursos o programes

especialitzats d'humor. També s'inclouen els programes magazines tant sigui de matins o de tardes, els *reality show* i els dibuixos animats.

- Concursos: per entretenir la gent a partir de participants que juguen al concurs amb l'objectiu de rebre un premi.⁶
- Ficció: les sèries o les pel·lícules que s'emeten per televisió. Aquest apartat també inclou la telenovel·la.
- Dibuixos animats: destinats a l'entreteniment dels més petits. També poden ser educatius.
- Magazines: programes amb diferents seccions d'entreteniment, la gran majoria a la franja de tarda de les graelles televisives.
- *Reality show*: programes en que la majoria d'ells es parla o es tracta la vida privada o pública de les persones que hi surten.

També podem incloure en entreteniment però amb un *target*, actualment, més reduït, els programes religiosos.

- Els educatius: actualment la majoria de programes s'ha centrat en informar i entretenir i d'aquests dos objectius en surten la majoria dels gèneres televisius que trobem tot i que sempre s'ha parlat que la televisió també és un mitjà per ensenyar i aprendre.

Dins dels gèneres televisius, cada programa de televisió s'emmarca dins un format.²¹ El format és la base estructural interna d'un programa que pot estar creat o per crear-ne un de nou. Si ens centrem en formats creats en podem trobar alguns de molt clars, el format d'un noticiari informatiu, el format d'una entrevista bàsica de presentador i entrevistat o el format d'un debat polític, entre molts d'altres. O també es poden crear per a un programa en concret. Aquest és el cas d'aquest treball, el de crear un nou format.

D'alguna manera hem de fer que aquests gèneres i els formats es converteixin en un programa i un cop es té el programa, emetre'l.

2.3.1. El format de “Viu-la des de dins”.

El format creat s'ha d'emmarcar dins dels gèneres informatius ja que la seva manera de mostrar els continguts és a partir de reportatges amb entrevistes a testimonis que viuen l'activitat en primera persona, és a dir, declaracions.

Però no només te la finalitat d'informar, també vol entretenir l'espectador i no és cap magazine, ni cap altre tipus de programa de la classificació dels programes d'entreteniment.

Així doncs, es tracta d'un format que hibrida diferents gèneres²²; la informació, l'entreteniment i la divulgació cultural del territori català.

2.4. La graella televisiva.

Sempre s'ha parlat de la graella televisiva a l'hora de posar en emissió un programa. És la programació d'un canal televisiu on es marca l'horari d'emissions d'un determinat període de temps. La majoria de les graelles es programen setmanalment i es separen en diferents franges horàries¹¹ durant el dia:

- Matinada: entre les 2 i les 7 hores.
- Despertador: entre les 7 i les 9 hores.
- Matí: entre les 9 i les 13 hores.
- Migdia: entre les 13 i les 15 hores.
- Sobretaula: entre les 15 i les 18 hores.
- Tarda: entre les 18 i les 20 hores.
- Vespre: entre les 20 i les 21 hores.
- *Prime time*: entre les 21 i les 00 hores. Aquesta es la franja de màxima audiència televisiva.
- Nit: entre les 00 i les 2 hores. Aquesta és la franja horària ideal per a l'emissió del programa “viu-la des de dins”. El millor moment és a l'inici de la franja, a les 00 h de la nit.

2.5. La TV actual.

Per acabar de situar-nos on emmarcarem el treball i per tant on emmarcarem la creació del nou format, cal parlar de la nova televisió, la televisió que viu en un món canviant constantment. Estem en una nova època de la televisió en que, com s'ha dit al principi, s'ha convertit en un audiovisual multi plataforma que ja ha arribat a ser consumida per Internet ja sigui a través dels ordinadors, les tauletes electròniques, els telèfons mòbils i fins i tot als nous aparells *Smart TV*, amb connexió a Internet per a consumir els programes fora del seu horari habitual però en el mateix aparell televisior de sempre. A més a més de veure televisió de diferents maneres, la interactivitat amb l'usuari hi juga un gran paper. Anys enrere ja hi havia interactivitat a través de trucades i missatges de text telefònics, però això ha evolucionat fins a arribar a les xarxes socials com Facebook, Whatsapp i Twitter entre les més usuals. Per tant diem que estem en el moment de la televisió connectada²¹. Aquesta televisió està connectada a les xarxes per la interactivitat, a les persones perquè es fan els continguts que busca l'audiència i configura comunitats, a les productores de continguts que s'adapten, a l'actualitat, ja sigui social, política o d'altres temes, són més creatius i polivalents; també es connecta a les tendències i a la tecnologia de producció i de difusió.

El marc teòric en el que s'emmarca el treball doncs és la televisió actual en que els programes que es creen busquen sempre l'interès del públic majoritari, però la idea del programa és un públic més reduït encarat a l'interès cultural popular, per tant un públic familiar de cara als adults i que els agradi la cultura popular i tradicional, que en moltes ocasions aquest públic és d'associacions culturals. A més a més un públic juvenil també majoritàriament associat i que els agrada els temes centrats en la cultura popular. Però com ja s'ha dit abans, la televisió ja treballa per xarxa, i aquest es el fet que fa que ens situem en l'actualitat en un tema com el del format que s'ha de crear, ja que es vol jugar amb la interactivitat de l'espectador a l'hora de triar el tema que es tracta a cada programa. La televisió vista a casa en els moments que marca la graella; la televisió a la carta a través dels nous Smart TV i a través dels mòbils que cada vegada són els màxims consumidors d'Internet, per davant dels ordinadors i les tauletes per això mateix les xarxes han d'estar molt presents en el programa.

Per poder treballar en un programa aquesta idea de televisió connectada s'ha de treballar amb el terme de comunitat. Aquest concepte és molt conegut en el discurs i la informació que dóna Miquel Herrada, responsable de *digital media* de la xarxa de televisions locals de Catalunya. Es refereix a que primer de tot s'ha de crear una comunitat detectant el públic objectiu i les seves necessitats i com el projecte les pot resoldre. A partir de crear o identificar una comunitat existent, en aquest cas, les entitats que treballen divulgació de la cultura popular i tradicional, comença el paper de les xarxes socials. A partir de les xarxes socials es pot generar converses i debats entre aquesta comunitat, fòrums, enquestes; i que aquesta comunitat es faci seu el projecte del format de programa televisiu.

Ara bé, perquè la comunitat sigui activa a les xarxes socials se'ls ha de donar un al·licient. Si treballem un producte audiovisual poden ser petits vídeos que generin debat, imatges del procés del programa, informacions que només es posen a les xarxes i generar molta participació. Doncs crear materials i productes extres del programa.

La idea és crear un format on hi ha sobretot entreteniment, però també informa a la persona que veu el programa de les activitats i el tema principal del que parla el programa.

2.6. El dossier de producció.

El dossier de producció²³ es el document de treball per a l'elaboració d'un projecte audiovisual on s'especifica tots els detalls de temàtica i ideologia del projecte, els detalls de la producció, realització i post producció. També s'explica en que es centrarà i com i on es durà a terme i amb quina finalitat final.

Així doncs es resumeix que el dossier de producció és el producte audiovisual final però tot plasmat per escrit. Només llegint aquest dossier qualsevol persona ha de ser capaç de fer-se una imatge a la ment de com es aquest projecte i com s'ha de crear.

2.6.1. Editorial.

L'editorial en el dossier de producció mostra quin és l'objectiu del programa i el que es vol explicar. També busca saber quin espai es vol ocupar. Per tant en el dossier de producció

del TFG s'explica l'objectiu que vol assumir el programa de cara als seus espectadors i quina imatge exterior mostra de la seva idea.

2.6.2. Sinopsi.

Consta d'una explicació senzilla d'entre 20 o 30 línies aproximadament on s'explica principalment, la trama del programa, o el funcionament en si del programa. Es destaquen els elements més importants i a més a més s'explica el punt diferencial. En aquest apartat del dossier de producció hi ha especificada l'estructura principal del programa que s'ha de seguir a cada episodi.

2.6.3. Escaleta.

Document que especifica totes les especificacions tècniques de realització per blocs i per ordre, en que s'informa dels detalls de vídeo, àudio, grafisme i altres detalls tot en un sol document.

2.6.4. Plantejament estètic.

En aquest apartat s'explica com es tradueix formalment el programa. Amb quins referents estètics es treballa per el resultat que es vol aconseguir a l'hora de desenvolupar el projecte o format televisiu en aquest cas. També hi ha detallat el grafisme del programa.

2.6.5. Càsting.

En el cas que es treballi amb personatges de ficció s'han d'especificar en aquest apartat. Si no és el cas es pot anotar el/s presentadors/es o els col·laboradors que hi hagi que siguin actants. En el cas del programa no hi ha càsting de personatges. Només s'especifica la persona que presenta les informacions del tema de cada episodi. Aquesta persona s'escull en base a que té un coneixement prou elevat d'informació del tema tractat a l'episodi i que la seva tasca dins el col·lectiu no comporta estar implicat al 100 % i pot tenir moments de dedicació al programa.

2.6.6. Localitzacions.

En aquest apartat cal descriure les localitzacions concretes on es fa el rodatge, les seves característiques, i els aspectes detallats que poden afectar d'alguna manera positiva o

negativa al rodatge i no depenguin de l'equip del programa. En el programa hi ha detallades 3 localitzacions.

2.6.7. Equip tècnic.

Cal tenir un equip per a l'elaboració del programa i per tant s'ha de tenir clar qui treballa en ell. S'ha de deixar escrit tots els càrrecs necessaris, i si se sap de manera concreta qui és l'encarregat de cada càrrec i/o departament es detalla especificant la persona. En el dossier de producció hi ha una descripció de cada persona de l'equip del programa "Viu-la des de dins".

2.6.8. Característiques tècniques.

S'han d'especificar tots els detalls tècnics. Amb quin material es treballa tant sigui en el rodatge com en la postproducció. El format d'emissió i gravació, cadència, idioma i subtitulació. Tots els detalls perquè en el moment de preparar el material només mirant aquesta pàgina del dossier es tingui clar què és el necessari per a la gravació i postproducció del programa.

2.6.9. Pressupost.

S'ha de saber què costa el projecte, per això s'ha de tenir un pressupost detallat. El pressupost detalla quin cost econòmic tindrà la producció en que es destinarà cada partida o cada percentatge.

2.6.10. Pla de producció.

El pla de producció és el calendari que es marca per a tot el projecte. Ja sigui en dates exactes com el temps que es necessita per a cada tasca que comporta el programa televisiu. Normalment es fan en diagrames de Gantt, sistema de planificació temporal molt emprada en el món de la producció a partir d'una taula on s'especifiquen les tasques i el temps que comporta aquella tasca, així es pot veure si es solapen tasques o no i quan duren cadascuna d'elles.

2.6.11. Pla de finançament.

En aquest punt s'ha de marcar com es trobaran els recursos dineraris per al projecte que abans s'han marcat al pressupost. Cal delimitar com s'aconsegueixen aquests recursos econòmics per finançar el projecte i com es gestionen. Pot ser d'una sola productora o empresa o es pot fer a partir de coproduccions. Actualment també s'utilitza el "crowdfunding".

2.6.12. Pla de comunicació del programa.

Ara entra en joc la política de difusió deixant de banda la peça audiovisual. Cal explicar amb quines eines de comunicació es complementarà el projecte. Especificar si la comunicació serà 1.0 amb només una pàgina web i sense opció a la participació de l'espectador i si serà amb webs i xarxes socials, espais de premsa i d'altres de forma que l'espectador tingui un paper prou important dins la comunitat de comunicació.

2.6.13. El teaser.

El teaser^{24,25} és una peça audiovisual utilitzada de forma publicitària que mostra un producte audiovisual de forma fragmentada i que busca captar l'atenció del client. Per aquest motiu, captar l'atenció del client, és important acompanyar el dossier de producció amb un teaser. L'objectiu és generar un interès de continuar vivint l'experiència que mostra el teaser.

2.7. El pla de rodatge.

El pla de rodatge¹⁶ és el document que s'utilitza per a la convocatòria del dia o dies de gravació del projecte. Aquest pla es passa a tots els membres de l'equip i així només es desplacen fins al lloc de rodatge els membres de l'equip remarcats al document. Al pla de rodatge hi consta el dia, l'hora i la localització de la gravació, el temps que dura la gravació, els actants que hi ha d'aparèixer i el material tècnic necessari.

3. Definició d'objectius i abast.

3.1. Objectius generals i específics.

L'objectiu del treball és crear un format televisiu amb tots els detalls de producció i tècnics necessaris per poder vendre el producte a productores audiovisuals i televisions públiques i privades. Així doncs, aquest objectiu general, fa que sigui un projecte que fa arribar al món televisiu el que un estudiant pot aportar d'un àmbit tant ampli que es concreta a partir de la branca o format que al que es destina.

El projecte és crear un format televisiu del que en surti un programa que es pugui emetre per televisió on-line i per televisió en antena.

Un altre objectiu és que el programa no ha de perdre rigor en la informació amb el pas del temps i ha d'aportar el mateix que el dia de la seva primera emissió en antena ja que és un programa multi plataforma que es pot veure on-line en altres moments fora de la graella televisiva.

A partir d'haver definit aquests objectius de treball, es defineixen els objectius del format del programa.

La durada de cada programa és de 10 minuts amb un marge de fins a 15 minuts de durada i per tant ha de ser una càpsula petita en format de reportatge. L'objectiu és no superar aquests 15 minuts i tampoc fer-ne menys de 10. Es vol transmetre tot el que pot aportar la temàtica de cultura popular i tradicional de cada programa a partir d'una persona implicada a cada festa que pren el paper de presentador. Aquesta persona explica en comentaris petits com es viu la festivitat o acte en concret.

Per centrar el format específicament s'elabora un dossier de producció del programa. Inclou totes les especificacions tècniques i de producció per poder dur a terme l'elaboració del format. Amb aquest dossier de producció el producte audiovisual final s'ha de poder vendre a altres televisions o productores. Les productores o televisions interessades poden

dur a terme el programa a partir del dossier sense cap necessitat de crear des de l'inici la producció del programa.

Els objectius personals del TFG són la creació d'un format televisiu i que la idea d'aquest programa és d'una sola persona tot i haver-hi petites ajudes per a idees concretes. Trobar, a partir de la idea, un equip de persones per realitzar el primer programa pilot i el teaser. I finalment, que aquest format sigui un suport més a totes les associacions que fomenten la cultura popular i tradicional a Catalunya.

3.2. Abast.

El format que es crearà estarà dirigit a persones que viuen el món de la cultura popular i tradicional i les festes dels territoris on estigui dedicat el programa. No hi ha una franja d'edat única perquè és un tema que mou gent de totes les edats. La gent que està interessada en un tema tan concret com és la cultura popular i tradicional acostuma a ser gent molt activa en la vida participativa i associativa dels pobles o ciutats, molt sociables de caràcter i amb ideologies polítiques semblants entre ells, majoritàriament d'esquerres ja sigui moderades o radicals. Així doncs, aquest és el públic principal al que va dirigit el format del programa i al que es vol arribar.

Però també es vol que cada vegada hi hagi més gent interessada en aquest tema. ja sigui d'altres sectors polítics diferents als especificats anteriorment, o grups de gent que no té cap interès cultural, o iniciar al públic més petit. Avui dia, la cultura popular i tradicional, sembla que agafa més interès i més coneixement amb el moment que està vivint la societat actual i potser és un bon moment per captar més interessats.

El ha d'acabar sent un referent dins de la cultura popular i tradicional i un referent televisiu ja que pocs programes actualment tracten aquest tema. Haver pogut repetir temàtica mínim dues vegades, és a dir, haver pogut fer doncs, dues temporades de programa. D'aquesta manera poder fer una comparativa del tema tractat al programa d'un any a un altre i veure'n una evolució. També d'aquesta manera, veure si ha augmentat l'interès del públic, o ha disminuït d'una temporada a una altra i donar petites pistes de si pot ser un format que pot tenir continuïtat.

4. Anàlisi de referents.

Hi ha diferents referents principals que representen diverses parts del format televisiu que s'ha creat. N'hi ha d'altres que ajuden a donar contingut a la idea de la interactivitat amb el públic. Els referents estan diferenciats segons l'abast territorial que tenen cadascun d'ells.

4.1. Abast comarcal.

Un referent considerat d'abast comarcal ja que la seva emissió per antena no arriba a tot Catalunya, sinó a les televisions locals que el volen emetre i que també és un programa de televisió és el programa *Gaudeix la Festa* (2013-2015)¹⁸ que emet la xarxa de televisions locals de Catalunya i que produeix Canal Blau Televisió, la televisió del Garraf. Aquest programa té de tema principal la difusió de la cultura popular i tradicional i de festes del territori català. És un programa que mostra detalls històrics i d'actualitat de cada tradició o festa a la que dedica el programa. Cada programa tracta més d'un tema, festa o tradició diferents. Un dels aspectes d'aquest programa que s'agafen per al format del TFG és el color i la lluminositat de les imatges, amb alts contrastos, i també la tipologia de plans sobretot de les imatges en moviment i amb molts detalls de la festa que s'està retransmetent.



Fig. 4.1. *Gaudeix la festa capítol 240*

4.2. Abast autonòmic.

D'abast autonòmic el primer és un mitjà no televisiu. Es tracta de la revista *Gegants* que edita l'Agrupació de colles de Geganters de Catalunya. D'aquest referent s'absorbeix el disseny del logotip de la revista. És una imatge senzilla però amb un bon resultat que pot

fer que el programa prengui una línia semblant per al seu grafisme. La revista canvia la tipologia de títol sovint i la idea de símbols dins el títol de la revista número 100 és la que s'utilitza per a la idea del grafisme del programa.



Fig. 4.2. Revistes gegants

També per la quantitat d'informació de diferents llocs de Catalunya que ofereix a cadascuna de les edicions i que serveix per agafar la idea de que per emetre un programa amb el tema de cultura popular i tradicional s'ha d'arribar a tots els racons del territori català.

D'un altre programa de televisió, en aquest cas de TV3 que esta en emissió aquesta temporada s'extreu com a referent el fet de viatjar per zones de Catalunya d'una forma molt dinàmica i vivint en primera persona les activitats que es fan als pobles, es tracta d'*El Foraster*.¹⁹

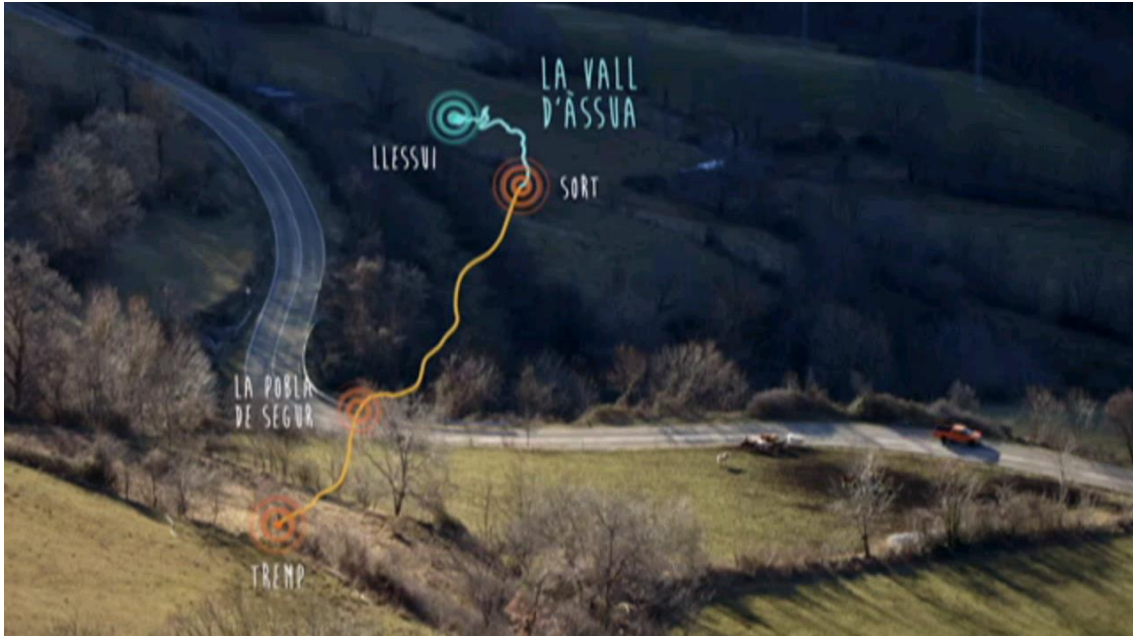


Fig. 4.3. El foraster per Catalunya

4.3. Abast estatal.

Un referent a la informació en directe i per tant amb actualitat molt concreta del moment és el programa de TVE *España Directo* (2005-2011) tot i que tenia un format molt semblant al d'un programa totalment informatiu. La forma dinàmica en que presentaven els continguts i la forma de captar l'atenció de l'espectador pot servir per prendre d'exemple per al nou format i fer que la gent tingui ganes de veure cada episodi sencer.

Hi ha dos programes més de "Televisión Española", concretament del canal online *cultural.es*, però que també s'emeten per La 2. Són programes culturals dels que s'agafen dos conceptes.

El primer és *La mitad invisible*¹⁴ (2015) en que es mostren monuments, festes i personatges de la cultura de diferents pobles de tot el territori Espanyol. Segueix la mateixa idea de moure's pel territori i mostrar la seva cultura.

L'altre programa és *Los Oficios de la cultura*¹⁵ (2012) en el que parla de la gent que forma part de la cultura que es fa al país, des de músics, biòlegs, directors, mestres... Aquest fet pot ser molt important per al programa a l'hora de conèixer què fa la gent culturalment en

els programes que es facin. Per exemple, totes les figures del món casteller, els tipus de balladors dels balls populars, músics...

I dins de l'abast estatal, també un programa de televisió que es pren com a referent és el programa "Atrapa un millón" (2011-2014) en que l'espectador podia jugar al mateix moment que els concursants a partir d'una aplicació. Aquesta es una idea d'interactivitat en que es crea comunitat entre tots els jugadors *online*. La idea de crear una comunitat d'aquestes magnituds en la que acaba creant debat és la que ha d'incloure el programa.

4.4. Altres territoris.

Hi ha un programa que s'estrenarà en breus en una televisió mexicana. El programa es diu "*En ruta T*"¹² i parla de la gastronomia dels països del voltant de la ruta de San Diego a Nova York. El programa es fa a un canal anomenat Canal 22 dedicat exclusivament a programes culturals a Mèxic. El que aporta aquest programa de cara al nou format és la idea de ruta, d'anar d'un punt a un altre passant per el que es troba durant el camí, on en un programa pots parlar de tots els temes de cultura popular que es troben des que s'arriba fins que es marxa d'un espai on es busca una temàtica concreta.

5. Metodologia.

La metodologia d'elaboració del treball esta dividida per tres fases diferenciades. La primera la recerca d'informació per a l'elaboració del format. La segona la producció del programa. I finalment la tercera la gravació i edició del teaser del programa final.

5.1. Fase 1. Recerca d'informació.

La primera fase és una fase de recerca de material i coneixements. Es compta amb entrevistes a professionals dels mitjans per obtenir una informació qualitativa relacionada amb aspectes a tenir en compte en l'elaboració del format televisiu. Per a aquestes entrevistes es compta amb quatre perfils diferents:

- Lupe Perez és realitzadora de televisió. Un dels programes que ha realitzat és la temporada 2014-2015 del programa *Salvados*. Actualment treballa al programa *Clandestinos* de Discovery MAX.
Se li ha preguntat sobre aspectes a tenir en compte a la realització en exterior i s'agafen algunes de les idees de la xerrada que va fer per l'assignatura de Televisió a l'escola universitària Tecnocampus el quadrimestre de primavera 2016.
- Miquel Herrada, responsable *digital mèdia* de la xarxa de televisions locals de Catalunya. El tema principal que es tracta amb aquesta entrevista és la interactivitat amb els espectadors per tenir algun consell de com dur a terme les enquestes per als propers programes.
- Laia Estebanz: treballa a l'àrea de programació del canal privat Go!TV. D'aquesta manera la seva aportació ajuda a saber identificar en quins moments de la graella televisiva és més recomanable posar el format de programa que es crea.
- Pere Prat, responsable tècnic del programa de televisió *Tu cara me suena*, programa d'Antena 3 però que ha treballat en molts altres projectes com a tècnic amb la productora Gestmusic. El coneixement que ens aporta aquesta col·laboració són alguns consells tècnics en material i funcionament del material a l'hora de fer les gravacions en espais exteriors.

A partir de tots els contactes del món de la televisió s'ha fet una anàlisi de tots els coneixements i informacions aportades. A partir d'aquesta anàlisi s'extreuen petites conclusions i solucions per elaborar el format complet de televisió.

A més a més, a la fase de recerca de material, hi ha una cerca de com són alguns dels formats televisius dels que es fan referència i quins d'ells funcionen millor i de quina manera. Així mateix, agafar idees del que busca més el públic consumidor de televisió.

Una part de la cerca també està destinada a com treballar la interactivitat a través de les xarxes ja que els espectadors decideixen els temes i s'ha d'especificar al dossier de producció. Com s'ha dit anteriorment, en Miquel Herrada aporta part d'aquesta informació al TFG.

5.2. Fase 2. Producció del format televisiu.

La segona fase és la producció del format televisiu. Aquesta fase inclou el dossier de producció, que es troba als annexos, del format que a més a més va acompanyat d'un "teaser", que també es troba als annexos. Aquesta és la part més densa del treball que s'ha dut a terme a partir dels diferents punts que han acabat creant el dossier de producció que s'ha comentat.

El dossier de producció també inclou la realització i per tant la gravació del programa, com és l'estil, la dinàmica, els estils de les imatges, el ritme, el so... entre d'altres aspectes tècnics necessaris per a definir el format.

I finalment també especifica la postproducció necessària que s'ha de fer en el programa, especifica el grafisme a utilitzar, el ritme del muntatge, les correccions de color per aconseguir un equilibri a tots els programes... i tots els aspectes que comporta aquesta fase de la cadena audiovisual.

5.3. Fase 3. Teaser.

Finalment la tercera fase és la creació, com s'ha comentat anteriorment, del *teaser* que acompanya el dossier de producció. El *teaser* és un producte audiovisual que en aquest cas mostra els punts claus del format del programa que s'està creant amb una mostra d'un tema concret dels que es pot tractar al programa. En aquest cas el tema del *teaser* és la trobada gegantera de Llinars del Vallès el dia que la colla commemora els 5 anys de colla i inaugura una nova figura, una de les festes any rere any més importants i esperades al poble de Llinars.

Per aquesta fase hi ha un equip tècnic i artístic dedicat a les 3 fases que comporta la gravació del *teaser*: la preparació de la gravació i el grafisme, el rodatge i la postproducció del *teaser*. Aquest equip està pendent en tot moment a les tres fases per obtenir el resultat i a més a més amb un tema central per poder mostrar els punts forts del format creat.

Perquè un *teaser* i no un programa pilot? Doncs per el simple fet que per treballar en la creació d'un format per encarar-ho cap a diferents formes de fer un programa, no es crea el programa. Quan es crea el dossier de producció s'acompanya d'un *teaser* per tal de presentar el projecte en pocs minuts. D'aquesta manera quan es fa el *pitch* del projecte es té temps per a les explicacions en veu i per a la mostra de contingut audiovisual. Aleshores el *teaser* mostra punts del programa interessants que serviran per a la posterior presentació del projecte per a la seva venda a productores i televisions.

6. Desenvolupament.

El desenvolupament del projecte segueix les tres fases que es marquen a l'apartat de Metodologia.

6.1. Fase 1. Recerca d'informació.

La primera fase és la recerca d'informació. En aquesta part del treball es va fer una recerca d'informació sobre el món televisiu per al marc teòric que s'explica anteriorment. També es va fer un estudi previ per a obtenir referents que serveixin per donar una base i tenir unes idees per al format televisiu.

A la fase de recerca d'informació de coneixements es va dur a terme unes entrevistes a professionals de mitjans per obtenir informació qualitativa. Cada entrevista va ser encarada a una part diferent d'interès del món televisiu que aporta informació aplicable al TFG. Es van fer 4 entrevistes.

Una va ser a Miquel Herrada, responsable de *digital media* a la xarxa de televisions locals de Catalunya. A aquesta entrevista es va posar en context a la persona a entrevistar explicant la idea de que el programa havia de tenir com a punt diferencial que els espectadors poden escollir amb una enquesta a respostes tancades, la temàtica del següent episodi. També es va informar que aquestes enquestes i recollida d'opinions havia de ser a través de les xarxes socials del programa i la seva pàgina web.

Així doncs la pregunta més destacada a l'entrevista amb Miquel Herrada va ser que aportés algun consell de com fer aquestes enquestes i que hi hagués un resultat per part dels espectadors.

Ràpidament es va obtenir una resposta confirmant que prèviament a la preparació de les enquestes s'havia de fer un estudi. Abans de crear interactivitat s'ha de treballar amb la comunitat a partir de la identificació del públic actiu del producte audiovisual i les necessitats que el projecte pot aportar a aquest públic. Identifiquem doncs que un del públic més actiu d'aquest tema són les associacions que promouen la cultura popular i que cal treballar amb ells i fer-los partícips de forma activa del projecte. D'aquesta idea ve que

els mateixos que fan les festes i activitats són els presentadors de cada programa i expliquen el que volen mostrar. Un cop s'ha aconseguit crear una comunitat amb tot el públic actiu es quan les xarxes ajuden a crear converses i debats i es poden obtenir les diverses opinions de cara a la millora de cada programa o ajudar a triar els nous temes ja que el mateix públic ho reclamarà. Aleshores perquè això funcioni, Miquel Herrada ens comenta que s'ha de crear continguts específics per a les xarxes. Els que més funcionen actualment són els petit vídeos que es miren sense àudio a qualsevol xarxa i des de qualsevol dispositiu. Per tancar la seva entrevista aporta dues idees més. La primera es que referent a la comunitat de les xarxes s'ha de fer formats oberts a la participació i que no tot el contingut va pels mateixos canals de comunicació. L'altra idea és que últimament en els projectes televisius s'està tendint més a centrar-se en el servei que es pot oferir a més a més que en el contingut audiovisual en si.

L'altra entrevista que s'ha fet és a Laia Estebaranz. Ella treballa a l'àrea de programació de Gol TV i també és l'encarregada de la graella televisiva de Televisió de Cardedeu. Per poder-li demanar informació el plantejament inicial que se li va fer del projecte és el fet que el programa ha de tenir un espai a la graella televisiva i en alguna televisió si realment el programa s'emet. D'aquesta manera es va demanar que aportés informació de quan creia que s'havia d'emetre aquest tipus de format.

Després d'estudiar el públic al que va dirigit el format va arribar a la conclusió de que el millor moment per aquesta capsula era a la nit. Per acotar l'horari va recomanar que si no és possible abans del programa principal del *prime time* fos després i abans de la programació de la franja nocturna. El públic més actiu d'aquest tipus de programa, com ens va dir Miquel Herrada, són principalment les associacions de cultura popular. La gent que forma part d'aquestes associacions es generalment molt activa. Activa en el sentit que fora del seu àmbit de treball o d'estudi segons les edats no acostumen a frenar la seva activitat i a les seves hores lliures segueixen fent activitats o projectes propis. D'aquesta manera l'horari que proposa es un bon moment perquè aquet tipus de públic veu el programa abans que anar a dormir ja que té un cert interès en la temàtica.

Una tercera entrevista és a Pere Prat, cap tècnic del programa *Tu cara me suena* que s'emetia a Antena 3. Segueix al departament tècnic de la productora Gestmusic. Un perfil

tècnic per a entrevistar va ser necessari perquè pogués aportar algunes especificacions que a vegades no es tenen en compte en segons quins llocs. En concret, després d'explicar-li com es farien les gravacions en exterior es va demanar que els seus consells anessin destinats a especificacions tècniques que no s'acostumen a tenir en compte a les gravacions en exteriors. Va destacar dos detalls importants que comenta que semblen molt obvis però molts cops la gent no els té en compte. Un d'ells és que tots els equips que surten a fer la gravació vagin amb bateries. Es concreta sobretot en el fet de la il·luminació. Si el programa es fa en un espai en que no s'ha de moure el set de gravació d'un punt no hi ha problema en dur il·luminació que necessiti endolls sempre que hi hagi una font d'electricitat. Però si l'espai que es grava ha de ser en moviment el millor es dur focus de bateries o les mateixes il·luminacions que es poden incorporar a les càmeres. L'altre detall és la funcionalitat d'equips de so sense fils si han de ser externs i connectats a les càmeres ja que facilita més el moviment físic del càmera a l'hora de fer els plans i també el moviment del subjecte que du el micròfon. Si l'enregistrament de so es fa a part sense connexió a les càmeres, aquest cop és millor amb cable ja que d'aquesta manera no hi ha el perill de pèrdua de senyal entre els aparells.

Finalment també es va demanar consells i opinions diverses a la realitzadora de la temporada 2015 de *Salvados* i actual realitzadora del programa anomenat *Clandestinos*, la Lupe Perez. La manera que se li va presentar el format va ser explicant que la gravació és tota en exteriors i en un principi a dues càmeres. Que es vol que sigui en forma de reportatge i amb declaracions a testimonis en primera persona. La Lupe Pérez no va donar resposta a temps a la col·laboració que es va demanar. Tot i així ella va oferir una xerrada als alumnes de l'assignatura de Televisió del Tecnocampus en que explicava formes de gravació per a documentals i com captar les imatges que ens interessin en el moment que interessin.

La Lupe explicava que per gravar entrevistes o declaracions d'un tema amb una sola càmera es suficient ja que es grava la meitat de material i s'és més conscient de gravar aquella informació o plans que buscats per poder-los emetre. Explica que el més important son els plans recurs de quan hi ha les declaracions, no és més important captar en una conversa la persona que parla, sinó la gent que esta escoltant aquella persona. En el programa "Viu-la des de dins" això es pot traslladar a tapar les explicacions de la persona

mirant a càmera amb els plans recrus sobre el que esta explicant. També recorda tenir en compte que qualsevol gest de realització pot canviar les idees de les persones, la percepció i la naturalització de les persones.

Les entrevistes a professionals dels mitjans és un recurs d'obtenció d'informació en primera persona que a vegades es considera més fiable que qualsevol recerca informativa per Internet que no es pot contrastar. La informació de les entrevistes tampoc es pot contrastar si els perfils son diferents però són testimonis que coneixen de molt a prop la seva àrea de treball.

6.2. Fase 2. Producció del format televisiu. Dossier de producció.

A la segona fase del desenvolupament del projecte, es va desenvolupar el dossier de producció del format de programa de televisió. Al dossier de producció s'hi va especificar l'objectiu del programa i la forma en que estaria creat. Aquests apartats es poden trobar a l'editorial i a la sinopsis als annexos del TFG.

També es van explicar les localitzacions del primer programa on es va gravar el teaser. Aquestes localitzacions son 3, la primera la Plaça dels Països Catalans de Llinars del Vallès.



Fig. 6.1. Plaça dels Països Catalans

La segona localització és la Plaça Damià Mateu de Llinars del Vallès també i que és on va començar la gravació del primer episodi per a poder fer el teaser.



Fig. 6.2. Plaça Damià Mateu

I finalment la última localització són els carrers centrals de Llinars del Vallès per on van fer passar la cercavila gegantera de la festivitat que es va gravar. Aquests carrers són els que es troben compresos entre la Plaça Damià Mateu i la plaça dels Països Catalans.

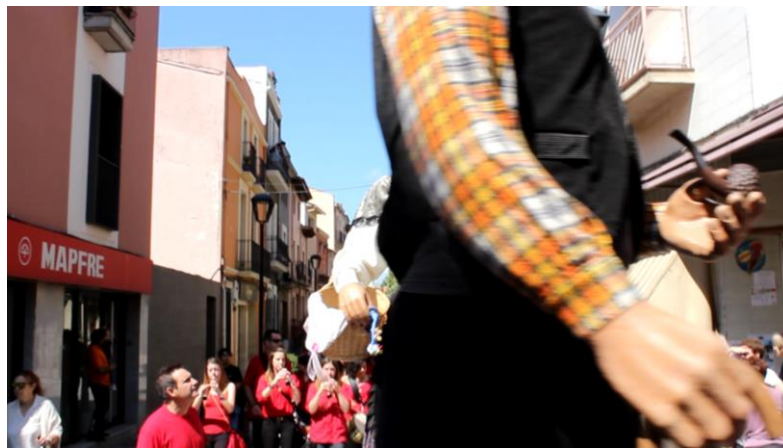


Fig. 6.3. Carrer Major de Llinars

Es va afegir al dossier de producció tot l'equip de gravació del primer episodi i del teaser. Al dossier de producció es troba una descripció de cada persona de l'equip del programa dispost a fer-ne tota la primera temporada si finalment aquest programa acaba sent un projecte en emissió.

L'equip es classifica en 5 càrrecs diferents:

Direcció i producció	David Auladell
Realització	David Molina
Operador de càmera	Ariadna Carreño i David Molina
Operador d'àudio	Marta Illa
Grafisme	Arnau Urgell

Taula. 6.1. Càrrecs equip del programa

Al dossier de producció també s'explica les especificacions tècniques necessàries. En aquest apartat es van definir les càmeres i quantitat necessària per la gravació en exterior. L'equip per a l'enregistrament del so i les especificacions d'il·luminació en cas de ser necessària una lluminària artificial.

El pressupost del cost total d'un capítol i de tota la temporada també es pot trobar al dossier de producció per a que les productores i televisions valorin el projecte econòmicament. A partir d'aquests pressupostos es poden treballar des d'altres punts de vista per reduir costos si les productores no volen assumir tot el cost o si s'escau, fer el projecte més dimensionat a la alça.

El dossier de producció acaba amb un pla de comunicació de tota la temporada del programa. L'objectiu d'aquest pla és crear una comunitat activa a les xarxes i web i d'aquesta forma conèixer les opinions dels espectadors. També a partir de la comunicació fer que hi hagi interactivitat amb els espectadors i cada episodi facin una votació a una enquesta proposada per escollir el tema del proper episodi.

6.2.1. Disseny i concepció global del programa.

La temàtica central del projecte com s'ha dit en altres punts és la creació d'un format televisiu amb tema central a la cultura popular i tradicional.

Per iniciar el projecte del format televisiu, primer s'ha de tenir clara la diferenciació entre un programa de televisió i un format televisiu. El programa es crea a partir del format. Així doncs amb un format no es crea un programa concret amb una prova pilot, sinó que necessita un dossier de producció que explica el format del programa i pot anar acompanyat

audiovisualment d'un "teaser". Aquest producte fa que tot el projecte es dugui a terme amb els detalls tècnics i de producció pensant en crear el *teaser*.

6.2.1.1. Durada i emissió.

El format té una durada d'entre 10 i 15 minuts. El muntatge de cada programa sempre s'acota als 10 minuts inicials marcats però hi ha un marge de 5 minuts més. La durades ideal del programa són 12 minuts.

L'emissió del programa és en el canvi entre el *prime time* i la programació nocturna, a les 00 h de la nit. És l'horari més adequat per arribar a tot el públic actiu de la cultura catalana i tradicional i la gent que es troba en associacions. El motiu és que la majoria d'aquest públic és una població molt activa i després d'estudiar aquest sector per part de diversos canals, com ens explica Laia Estebaranz, s'identifica que el moment en que poden mirar la televisió o dedicar-se a fer comunitat en aquest món en un moment de tranquil·litat és la nit. Potser perquè molts treballen durant el dia, o també molts no tenen feina però dediquen el seu temps durant el dia a projectes propis.

6.2.1.2. Target.

El públic al que va destinat, com es pot veure també a l'abast d'aquesta memòria, és un públic principalment molt actiu en el món associatiu. Això no tanca les portes a que un altre tipus de públic no pot ser seguidor del programa i finalment té un interès per aquesta temàtica. Generalment aquest tipus de públic té una ideologia política d'esquerres però no tanca la porta a que altres ideologies polítiques tinguin un interès en la cultura popular i tradicional. De fet, que altres tipus de públic mirin el programa pot fer que hi hagi una unió entre ideologies polítiques i tipus de gent que moltes vegades no hi ha a la cultura catalana. No hi ha una franja d'edat fixa ja que majoritàriament el món de la cultura popular i tradicional és molt familiar i aquest interès acostuma a passar de generació en generació. Si bé és cert, a part del públic familiar hi ha una àmplia població juvenil molt implicada també i que a vegades no esta implicada amb la resta de la família.

6.2.1.3. Grafisme.

L'estètica del programa és alegre, amb colors vius. El color principal del grafisme del programa és el blanc per als textos, per donar-li llum i el gris clar per donar contrast de serietat amb la resta de les imatges festives que surten al programa. El logotip del programa incorpora una tipografia de lletra molt bàsica però amb 4 petits detalls de dibuix. Aquests detalls substitueixen 4 de les lletres del nom del programa per símbols d'elements festius de la cultura popular. El primer element és la lletra "i" de la paraula "Viu" que es substitueix per una forca representant el foc i els diables. El segon element és el guió del verb "Viu-la" que esta interpretat per dos bastons creuats representant les danses catalanes, en aquest cas, el ball de bastons. El tercer simbolisme són els castells que substitueixen la lletra "a" de l'article "la". Aquest castell per donar la forma de la lletra esta fet simbolitzant a més de la pinya de baix, la folra. L'últim simbolisme és una altra lletra "i". Ara de la paraula "dins" substituïda per un simbolisme representant els gegants.



Fig. 6.4. Logotip del programa

6.2.1.4. Imatge i presentació.

Les animacions al grafisme acaben de donar un afegit de dinamisme al programa per que no hi hagi imatges estàtiques.

El tipus d'imatges que es mostren al programa son captades amb molta lluminositat i amb un contrast de color notable per donar més vida i festivitat al producte audiovisual. Les imatges no són estàtiques en cap moment. Són gravades sense trípode però si amb una *fly-cam* per donar estabilitat als plans que surten en emissió.



Fig. 6.5. Fly – Cam

Per poder dur a terme l'explicació de la temàtica del programa es busca amb cada entitat responsable de la festa una persona que sigui un referent per al programa. Aquesta persona s'encarrega d'explicar al públic la festa o el que estan fent en aquell moment des de dins. Aquesta persona a més a més guia al càmera cap a allò que pot ser interessant per a mostrar al públic i fa que l'espectador vegi en primera persona la festa a través d'una pantalla.

El fet que aquesta persona implicada al tema introdueix les explicacions a càmera, fa que no hi hagi un presentador de programa però si una veu en off. Aquesta veu surt sempre a l'inici del programa explicant fins a quin punt del territori es desplaça l'equip de realització i gravació i fa una breu introducció a la festa i o activitat del capítol. A més a més per explicar en quin punt del territori es desplaça el programa a l'inici de tot hi haurà un petit grafisme situant la població o ciutat dins un mapa de Catalunya ja que és el territori en que treballa el programa.

Finalment, hi ha una feina de postproducció i muntatge. Aquesta part és on es determina el ritme del programa i el dinamisme que se li vol donar. El ritme és àgil amb plans curts, per

tant molts canvis de plans. Si alguns plans es mantenen més temps del que s'han de mantenir es perquè el mateix pla donat aporta un dinamisme intern.

6.2.1.5. Àudio.

L'àudio que inclou el programa en termes musicals és captat al moment de les gravacions i la música que se'n deriva és l'acompanyament de les imatges i de les veus en off o explicacions del programa. D'aquesta manera la música sempre té relació amb la temàtica tractada.

6.3. Teaser.

Finalment, la gravació del teaser va acompanyar el dossier de producció. El teaser es va gravar buscant una temàtica que servís per a un programa i que si en algun moment alguna televisió o productora demana un pilot, amb aquest material es pot crear un programa pilot tot i mancar algunes característiques gràfiques com és la careta.

El tema en aquest cas va ser la Trobada Gegantera de Llinars del Vallès on la colla gegantera organitzadora commemorava els 5 anys des que es va crear i a més a més coincidia amb el cap de setmana que el poble de Llinars dedica a les entitats. També era una trobada especial perquè inauguraven una figura d'imatgeria amb un simbolisme important per Llinars de quan l'escultor Frederic Marès estiuejava al poble. Van inaugurar la rèplica d'una escultura d'un Isard que va fer Marès.

Per a la gravació del teaser es va buscar crear un equip de persones relacionades amb el món audiovisual. L'equip va estar format finalment per 5 persones. Al capdavant de l'equip, David Auladell, s'encarregava de la coordinació i producció de la gravació. Va contactar amb la colla Gegantera per tenir dos contactes principals, el cap de colla Arnau Guardiola i Gerard Avila, que va ser la persona encarregada de tenir el rol de presentador en la gravació. A més a més s'encarregava de la recerca de l'equipament tècnic audiovisual que l'equip de gravació que entrava en joc posteriorment, faria servir. També es va encarregar de la part de postproducció del teaser per a ser afegit al dossier de producció.

A l'equip també hi havia un estudiant de grafisme per audiovisuals. L'Arnau Urgell es va encarregar de crear el logotip del programa que es mostra anteriorment. A més a més va crear la mosca del programa i les animacions per als títols principals i els cairons del programa.

L'equip es completava amb les tres persones que van dur a terme la gravació del teaser. David Molina, treballador del departament tècnic de Gestmusic i estudiant d'Enginyeria de sistemes audiovisuals i col·laborador de ràdio i televisió Cardedeu. Va assumir la tasca de realitzador. Dins l'equip hi havia l'Ariadna Carreño i la Marta Illa, dues col·laboradores de Televisió Cardedeu amb més de 5 i 3 anys d'experiència respectivament. Elles van dur a terme les tasques d'operadores de càmera i àudio. La gravació del teaser es va dur a terme a les localitzacions esmentades a l'explicació del dossier de producció tenint en compte tots els detalls de la tipologia de plans i l'estètica de la imatge que s'especifica també al dossier de producció.

Després de la gravació del teaser es va dur a terme la postproducció. Primer de tot es va fer la selecció de plans per a captar l'atenció dels possibles compradors del producte i es van muntar mostrant els punts importants que conté el programa, des de la localització fins a les explicacions de les entitats dins la temàtica del programa. Per mostrar el dinamisme es va afegir una part musical amb imatges. Per acabar el teaser complet es va comptar amb el grafisme del programa.

7. Conclusions

En un bon inici com fer un nou format televisiu era projecte del que no es tenia gaire informació. La necessitat de fer una recerca d'informació televisiva sobre el tema i l'optativa de televisió a quart curs ha fet adquirir un coneixement nou per a l'elaboració del format.

Els consells de les entrevistes a professionals de mitjans que fa anys que es dedica al món professional són una font d'informació molt fiable i a més a més que es pot aportar una gran quantitat d'informació qualitativa al projecte. Per molt que una persona conegui uns conceptes audiovisuals, és important que sempre hi hagi una persona que segueixi recordant petits conceptes audiovisuals comuns i coneguts però que molts cops son oblidats.

Per crear un format s'ha de tenir clara la idea de programa des del primer a l'últim, des del primer minut del programa fins a l'últim minut. Sense el programa no es pot escriure el format televisiu que es vol crear encara que després pugui patir modificacions.

Econòmicament parlant els projectes audiovisuals son d'un cost molt elevat i això es demostra sempre ens els pressuposts dels projectes. Aquest és un producte car però que sempre es pot reduir més el seu cost de producció.

No és un producte difícil de fer per a poder emetre en una televisió local i és viable tècnicament i econòmicament sempre que hi hagi una televisió o productora que el vulgui finançar.

La part més important a vegades no és la gravació i el muntatge sinó la planificació. Tenir el projecte ben planificat i tenir una producció adequada i detallada facilita molt la feina posterior de cara a crear el producte final.

Per treure unes conclusions exactes del programa que s'ha creat és viable fer una anàlisi DAFO del projecte. Començant aquesta anàlisi, les seves debilitats és que es un tema que

no és d'interès general i que segons a quina zona demogràfica esta gravat i es fa l'emissió, pot tenir un relat de poc interès per a algunes zones que el veuen.

També té unes amenaces, la primera es que ja hi ha un programa dedicat a la divulgació de cultura i tradicions catalanes en emissió a la xarxa de televisions locals de Catalunya que s'anomena *Gaudeix la Festa* del qual se'n parla als referents. Aquest programa pot fer que el nou format no s'accepti per a l'emissió en algunes televisions.

Però també té les parts positives, les fortaleces del programa és que hi ha molta proximitat amb els actants i els membres dels col·lectius que hi apareixen i també molta proximitat amb l'espectador. El tipus de realització dinàmica també es una fortalesa que ajuda a no fer el programa pesat. Una fortalesa pot ser que al haver-hi pocs programes dedicats a aquesta temàtica tingui un interès general.

De cara a les oportunitats que té aquest programa és que neix en un moment en que la divulgació i creixement de la cultura popular i tradicional esta molt activa pels moment polítics que esta vivint Catalunya. A més a més també per l'activitat continuada que hi ha a les xarxes i que si crea comunitat pot tenir molta activitat i intercanvi d'opinions a la xarxa.

Finalment, una reflexió agafada d'un coneixement que va aportar Miquel Herrada, és que els productes televisius actuals no s'han de treballar per a la màxima qualitat de continguts, sinó per a crear una comunitat de televisió connectada i una audiència que segueixi els altres mitjans en els que es pot trobar un programa televisiu com son les xarxes socials.

8. Possibles ampliacions

La millor continuïtat que pot tenir aquest TFG és creant el programa i que sigui emès per alguna televisió del seu abast, com s'ha comentat, del territori català.

Es pot treballar només creant el programa sense buscar la comunitat i la interactivitat, i que per tant, només ocupi un espai de la graella. Però el més recomanable per assegurar una continuïtat i uns bons resultats del programa és crear tota la part que treballa la comunitat amb els seus espectadors episodi rere episodi.

També es pot ampliar treballant la creació de les xarxes socials de Facebook, Twitter, Instagram i fins i tot Snapchat, per anar mostrant instantàniament el moment de treball de cada episodi i poder captar les opinions del públic actiu que segueix el programa.

S'ha d'aconseguir que les entitats i grups que amb la seva tasca promouen la cultura catalana i tradicional facin seu el projecte per tant s'ha de fer una bona presentació del projecte i implicar-los d'alguna manera a cada capítol del programa.

9. Bibliografia

1. Tècnics en produccions d'exploració per mitja d'un sistema de televisió del BOE. 10 de maig de 2013. Disponible a <<http://www.boe.es/boe/dias/2013/05/10/pdfs/BOE-A-2013-4887.pdf>>.
2. Preus de lloguer de material Audiovisual. Disponible a <<http://www.avisualpro.es/>>.
3. Preus de lloguer de transports. Disponible a:
<<https://www.hertz.es/rentacar/reservation/#vehicles>>.
4. Revista Gegants de l'Agrupació de colles de Geganters de Catalunya. Disponible a <<http://www.gegants.cat/revista/>>.
5. Protecció de dades, d'imatges i de la propietat intel·lectual. Generalitat de Catalunya, departament d'ensenyament. Disponible a <http://educacio.gencat.net/documentos_publics/instruccions/instruccions11_12/Documentos/Proteccio_dades.pdf>.
6. Bloc de "Los Concursos de La Tele. Disponible a:
<<http://concursostv.blogspot.com.es/>>
7. Temari "Cultura Audiovisual" Escola Ginebró. Disponible a:
<<https://sites.google.com/a/ginebro.cat/cultura-audiovisual/televisio>>.
8. Pàgina de Viquipèdia sobre la "Televisió". Disponible a:
<https://ca.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3#G.C3.A8neres_televisius>
9. Bloc "Educació en comunicació audiovisual". Disponible a:
<<http://xtec.cat/iesmalgrat/peca/concurs.htm>>
10. Presentació de gèneres televisius. Disponible a: <<https://prezi.com/fcbyaa2jdxfx/copy-ofgeneres-televisius/>>

11. Conceptes bàsics de l'audiència de la televisió. Disponible a:
<<http://ocwus.us.es/periodismo/produccion-periodistica/asigpp/apartados/apartado18-7.html>>
12. El Canal cultural de Mèxic. Programa “en ruta T”. Disponible a:
<<http://canal22.org.mx/p/documento.php?ndf=16867&s=home>>
13. Ignacio Berguillos Garcia Tesis doctoral “Participación de la audiència y television en la era digital. Propuesta de anàlisis y evolucion de las invitaciones a la participacion en la tdt y en otras plataformes”. Disponible a:
<<http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/308326/ibg1de.pdf?sequence=1>>
14. Programa “La mitad invisible”. Disponible a: <<http://www.rtve.es/television/la-mitad-invisible/>>
15. Programa “Los oficios de la cultura”. Disponible a:
<<http://www.rtve.es/alcarta/videos/los-oficios-de-la-cultura/>>
16. Pre-Producció: guió, storyboard, pla de rodatge”. Disponible a:
<<http://bcnaulamobil.cat/pre-produccio-guio-storyboard-pla-de-rodatge/>>
17. Història de la televisió. Viquipèdia. L'enciclopèdia lliure. Disponible a:
<https://ca.wikipedia.org/wiki/Hist%C3%B2ria_de_la_televisi%C3%B3>
18. Gaudeix la Festa. XipTv. Capítol 240. 2016. Disponible a:
<<http://www.xiptv.cat/gaudeix-la-festa/capitol/capitol-240-temporada-2016>>
19. El Foraster. TV3. La Vall d'Àssua. 31 de maig de 2016. Disponible a:
<<http://www.ccma.cat/tv3/alcarta/el-foraster/llessui-i-la-vall-dassua/video/5591882/>>
20. ROBERT L. HARTWIG. *Tecnología básica de televisión digital y analógica*. Barcelona: Ediciones Omega, 2008. Introduccion al digital, p.24.

21. AYMERICH, ELOI. *Apunts assignatura de televisió*. Mataró: Tecnocampus. Abril 2016.
22. FEDELE, MADDALENA. *Televisió. Gèneres i formats des d'informatius a ficció seriada*. Mataró: Tecnocampus. Maig 2016.
23. AYMERICH, ELOI. *Proposta de projecte de format televisiu*. Document. Mataró: Tecnocampus. Abril 2016.
24. Teaser. Marketing directo. Disponible a: <
<http://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/teaser-2/>>
25. Campanya d'intriga. Viquipèdia. Disponible a: <
https://ca.wikipedia.org/wiki/Campanya_d%27intriga>

Escola Universitària Politécnica de Mataró

Centre adscrit a:



**UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA**

Grau en Mitjans Audiovisuals

CREACIÓ D'UN FORMAT TELEVISIU

Estudi de la viabilitat

DAVID AULADELL BASART
PONENT: MADDALENA FEDELE
PRIMAVERA 2016



**TecnoCampus
Mataró-Maresme**

Índex.

Índex de taules	II
1. Planificació.....	1
1.1. Planificació inicial.	1
2. Anàlisi de la viabilitat tècnica.	5
3. Anàlisi de la viabilitat econòmica.	7
3.1. Pla de finançament (si escau).....	7
3.2. Costos de producció. Pressupost.....	7
4. Aspectes legals	11

Índex de taules

Taula 1.1. Planificació inicial.....	1
Taula 3.1. Pressupost inicial.....	7
Taula 3.2. Pressupost reduït	9

A més a més es necessiten uns recursos tècnics per a la gravació del programa:

Dues càmeres Sony Z7, micròfon inal·làmbric solapa, micròfon perxa, 2 focos ARRI L7, 2 Panel LED Exterior, cables corrent alterna, cables àudio, PC muntatge (compra), Mac (àudio i grafisme) (compra), monitors àudio estudi (compra).

2. Anàlisi de la viabilitat tècnica.

Dels materials tècnics especificats a l'apartat anterior alguns no es poden aconseguir per a la gravació. S'especifiquen els canvis a continuació:

Dues càmeres Sony Z7: es substituiran per una càmera JVC 150 i una Canon 600 D

Micròfon inal·làmbric solapa: al teaser es substitueix per micròfon ambient de la càmera però a la gravació del programa es pot tenir.

Micròfon perxa: al teaser es substitueix per un micròfon extern afegit a la càmera però per al programa es pot tenir.

2 focus ARRI L7 i 2 Panel LED Exterior: no es fan servir ja que al necessitar anar endollats a corrent alterna no donen mobilitat a la gravació. Es substitueix per torxes de càmera en cas de ser necessàries.

Cables corrent alterna: es suprimeixen ja que es suprimeixen els focus exteriors.

Cables àudio: no hi ha problema per al subministrament.

PC muntatge: el subministrament és correcte.

Mac (àudio i grafisme): al no poder fer la compra es farà amb el mateix PC de muntatge.

Monitors àudio estudi: no hi ha problema per al subministrament.

3. Anàlisi de la viabilitat econòmica.

3.1. Pla de finançament

No es presenta el pla de finançament del projecte ja que amb la màxima possibilitat el projecte es dura a terme a cost 0 sempre amb col·laboracions i voluntariat.

Tot i això al ser la creació d'un format televisiu, des de la creació de la idea, el primer plantejament de pla de finançament, serà aconseguir el cost a través de les productores que posen els seus recursos per a tirar endavant el programa resultant del format.

3.2. Costos de producció. Pressupost

El pressupost del projecte inclou el cost del rodatge dels dos dies de programa i els 15 dies que es triga en fer un programa i finalment es mostra el que aproximadament es gastaria en una temporada segons si es trimestral o de 9 mesos.

- Pressupost 1 programa, cada programa ha de ser quinzenal, per tant es treballa durant 15 dies en cada programa. Segons el departament treballarà durant les dues setmanes, o segons el departament només una o dies concrets.

	Sou/setmana	Dies/programa	Sou/programa
PERSONAL			
Direcció	529.82 €	15	1059.64 €
Ajudant de direcció	394.73 €	15	789.46 €
Producció 1 (direcció)	529.82 €	15	1059.64 €
Producció 2	452.63 €	15	905.26 €
Redacció (direcció)	394.73 €	8	451.12 €
Redacció (redactor)	317.54 €	8	362.90 €
Redacció (documentalista)	298.24 €	8	340.84 €
Realització	452.63 €	15	905.26 €

Ajudant de realització	336.84 €	15	673.68 €
Direcció fotografia i il·luminació	394.73 €	15	789.46 €
Operador càmera 1	356.84 €	2	101.95 €
Operador càmera 2	356.84 €	2	101.95 €
Direcció de so	394.73 €	15	789.46 €
Operador àudio	298.24 €	3	127.81 €
Elèctric 1 (Il·luminació exterior)	278.95 €	3	119.55 €
Regidor exteriors	317.54 €	3	136.08 €
Postproducció muntatge	394.73 €	5	281.95 €
Postproducció àudio	356.14 €	2	101.75 €
Grafisme	356.14 €	2	101.75 €
Presentador	394.73 €	2	112.78 €
MATERIAL TÈCNIC (lloguer)	Preu/2 dies rodatge/programa		
Càmera 1 Sony Z7	119.00 €		
Càmera 2 Sony Z7	119.00 €		
Micròfon inal·làmbric solapa	30.00 €		
Micròfon perxa	45.00 €		
2 focos ARRI L7	42.00 x 2 €		
2 Panel LED Exterior	29.00 x 2 €		
Cables corrent alterna	50.00 €		
Cables àudio	50.00 €		
PC muntatge (compra)	1300.00 € / 13 programes		
Mac (àudio i grafisme) (compra)	2300.00 € / 13 programes		
Monitors àudio estudi (compra)	500.00 € / 13 programes		
ALTRES	Preu/2 dies rodatge/programa		
Transport	124.47 €		
Càtering	750 €		
Seguretat (2 vigilants)	300 €		
IMPREVISTOS (10 % del total sense imprevistos)	1148.49 €		
TOTAL / PROGRAMA	12633.42 €		

Taula 3.1. Pressupost inicial

Aquest és un pressupost aproximat per programa que en pròpia opinió és molt elevat i s'hauria de reduir personal per a la realització del format.

Així doncs, si seguim amb aquest pressupost una temporada de 13 episodis tindria un cost de 164.234,46 €.

Considerant així un programa poc viable per ser una capsula de 12 minuts de durada. A partir de l'estudi de viabilitat dels pressuposts es planteja reduir els dies de creació de programa a una setmana de 7 dies i amb tan sols 1 dia de rodatge i no 2. D'aquesta manera el pressupost es reduiria a gairebé el 50 % de l'actual plantejat inicialment.

	Sou/setmana	Dies/programa	Sou/programa
PERSONAL			
Direcció	529.82 €	7	529.82 €
Ajudant de direcció	394.73 €	7	394.73 €
Producció 1 (direcció)	529.82 €	7	529.82 €
Producció 2	452.63 €	7	452.63 €
Redacció (direcció)	394.73 €	3	169.17 €
Redacció (redactor)	317.54 €	3	136.08 €
Redacció (documentalista)	298.24 €	3	127.81 €
Realització	452.63 €	7	452.63 €
Ajudant de realització	336.84 €	7	336.84 €
Direcció fotografia i il·luminació	394.73 €	7	394.73 €
Operador càmera 1	356.84 €	1	50.97 €
Operador càmera 2	356.84 €	1	50.97 €
Direcció de so	394.73 €	7	394.73 €
Operador àudio	298.24 €	2	85.20 €
Elèctric 1 (Il·luminació exterior)	278.95 €	2	79.70 €
Regidor exteriors	317.54 €	1	45.36 €
Maquillatge i perruqueria	394.73 €	1	56.39 €
Postproducció muntatge	394.73 €	3	169.17 €
Postproducció àudio	356.14 €	2	101.94 €
Grafisme	356.14 €	1	56.39 €
Presentador	394.73 €	1	56.39 €

MATERIAL TÈCNIC (lloguer)	Preu/2 dies rodatge/programa (dia abans per a la preparació del material)
Càmera 1 Sony Z7	119.00 €
Càmera 2 Sony Z7	119.00 €
Micròfon inal·làmbric solapa	30.00 €
Micròfon perxa	45.00 €
2 focos ARRI L7	42.00 x 2 €
2 Panel LED Exterior	29.00 x 2 €
Cables corrent alterna	50.00 €
Cables àudio	50.00 €
PC muntatge (compra)	1300.00 €
Mac (àudio i grafisme) (compra)	2300.00 €
Monitors àudio estudi (compra)	500.00 €
ALTRES	Preu/2 dies rodatge/programa
Transport	124.47 €
Càtering	750 €
Seguretat (2 vigilants)	300 €
IMPREVISTOS (5 % del total sense imprevistos)	320.81 €
TOTAL / PROGRAMA	3737.14 €

Taula 3.2. Pressupost reduït

Aquest és el pressupost per programa amb la reducció de preparació a una setmana. D'aquesta manera es faria més viable per a una productora o televisió que vol comprar el format per omplir un espai de la graella.

En aquesta situació la temporada de 13 episodis té un cost de 87582.77 €.

4. Aspectes legals.

Tota producció audiovisual ha de tenir en compte els aspectes legals que l'envolten. En aquest TFG n'hi ha alguns que s'ha de tenir en compte.

Durant el rodatge s'ha de demanar el permís per poder gravar als espais públics de les localitats on estigui fet el programa. Així doncs, es demanarà a l'administració pública corresponent aquest permís. En el cas dels pobles, a l'Ajuntament o la Policia Local.

En el moment del rodatge també s'han de guardar els Drets d'imatge dels menors que surtin, protegits per la *Llei orgànica 1/1982* de 5 de maig⁵ sobre el dret a l'honor, a la intimitat personal i familiar i a la pròpia imatge.

Un altre aspecte legal a tenir en compte sobretot a la postproducció es l'ús de música i sons lliures de drets o "Creative Commons" (segons la llicència). No es pot fer ús de cap música o so amb drets sense pagar-ne els drets a l'empresa o col·lectiu que els gestiona.

Escola Universitària Politécnica de Mataró

Centre adscrit a:



**UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA**

Grau en Mitjans Audiovisuals

CREACIÓ D'UN FORMAT TELEVISIU

Annexos

DAVID AULADELL BASART
PONENT: MADDALENA FEDELE
PRIMAVERA 2016



**TecnoCampus
Mataró-Maresme**

Índex.

Índex de figures	II
Índex de taules	III
Annex I. Pla de rodatge.	1
Annex II. Dossier de producció.....	2

Índex de figures

Fig. 4.1. Logotip del programa.....	3
Fig. 4.2. Representació il·luminació.....	3
Fig. 5.1. Gerard Avila.....	4
Fig. 6.1. Plaça dels Països Catalans	4
Fig. 6.2. Plaça Damià Mateu	5
Fig. 6.3. Carrer Major de Llinars	5

Índex de taules

Taula 1.1. Pla de rodatge	1
Taula 9.1. Pressupost inicial	7
Taula 9.2. Pressupost reduït.....	9
Taula 10.1. Pla de producció	11

Annex 1. Pla de Rodatge

PLA DE RODATGE TEASER “VIU-LA DES DE DINS”	
Dia	15 MAIG 2016
Hora convocatòria	9.30 h
Hora rodatge	10 h
Hora finalització	13.30 h
Localització	Plaça Ventura Gasol, Plaça Damià Mateu, Plaça dels Països Catalans 08450 Llinars del Vallès
Convocatòria equip	
Direcció i producció	David Auladell
Realització	David Molina
Operadors càmera	Ariadna Carreño
Operadors àudio	Marta Illa
Observacions gravació	
Trobada gegantera de Llinars del Vallès amb presentació de figura i diada d'entitats Contacte responsable entitat: Arnau Guardi (687672246)	
Material tècnic	
Càmera JVC 150 Càmera Canon 600 D Fly – Cam Torion Microfonia ambient Rode Go Pro H3	

Taula 1.1 Pla de rodatge

Annex 2. Dossier de producció

1. Editorial

El programa “Viu-la des de dins” vol transmetre als seus espectadors l’emoció de viure la cultura popular i tradicional que cada vegades esta més viva a Catalunya d’una manera molt propera.

La cultura popular catalana és a l’abast de tothom i no només per unes quantes persones que la fan i la viuen.

Qualsevol persona, de qualsevol edat, qualsevol ideologia, qualsevol religió, qualsevol ètnia... pot ser partícip de la cultura de tots en tot el territori.

2. Sinopsis

El programa “Viu-a des de dins” és un programa que tracta de temes de cultura popular i tradicional del territori català. És una capsula d’uns 12 minuts ideals que es recomana la seva emissió aproximadament entre les 00 h de la nit i les 00.15 h.

S’inicia amb una introducció a la temàtica que es parla a cada programa. Seguidament es presenta molt breument la població a la qual es dedica el programa amb un grafisme mostrant un mapa i després es fa la introducció de la festa que es grava al moment. Tota aquesta introducció va acompanyada d’una veu en off i una música relacionada amb la temàtica a tractar, generalment gravada en directe en el transcurs de la gravació del programa.

El cos del programa és el reportatge a partir de les imatges gravades seguint un presentador. Aquest presentador es una figura implicada directament a la festa o activitat que es grava i que a cada moment li explica al càmera com si fos l’espectador allò que vol mostrar. D’aquesta manera es dona la sensació a l’espectador de viure la cultura en primera persona.

La cloenda del programa es fa amb unes imatges sense explicació però sí amb música de la temàtica del programa i finalment amb una veu en off s'introdueix la temàtica del proper capítol.

3. Escaleta

El programa té una estructura clara però no una escaleta de realització definida per a la gravació ja que no és una gravació en directe ni en fals directe. Al ser una gravació exterior en forma de reportatge, cada programa tindrà una feina prèvia de producció en que es prepararà juntament amb els responsables de l'entitat els temes que s'explicaran i en quin ordre hauran d'anar en aparició. El primer programa no ha estat gravat i per tant no hi ha el guió de producció del primer programa.

4. Plantejament estètic

L'estètica del programa serà alegre, amb colors vius. El color principal del grafisme del programa és el blanc per als textos, per donar-li llum i el grup clar per donar contrast de serietat amb la resta de les imatges festives que surten al programa. El logotip del programa incorpora una tipografia de lletra molt bàsica però amb 4 petits detalls de dibuix. Aquests detalls substitueixen 4 de les lletres del nom del programa per símbols d'elements festius de la cultura popular. El primer element és la lletra "i" de la paraula "Viu" que es substitueix per una forca representant el foc i els diables. El segon element és el guió del verb "Viu-la" que està interpretat per dos bastons creuats representant les danses catalanes, en aquest cas, el ball de bastons. El tercer simbolisme són els castells que substitueixen la lletra "a" de l'article "la". Aquest castell per donar la forma de la lletra està fet simbolitzant a més de la pinya de baix, la folra. L'últim simbolisme és una altra lletra "i". Ara de la paraula "dins" substituïda per un simbolisme representant els gegants.



Fig. 4.1. Logotip del programa

Les animacions al grafisme acabaran de donaran un afegit de dinamisme al programa per que no hi hagi imatges estàtiques.

El tipus d'imatges que es mostren al programa son captades amb molta lluminositat i amb un contrast de color notable per donar més vida i festivitat al producte audiovisual. Les imatges no són estàtiques en cap moment. Son gravades sense trípode però si amb una *fly-cam* per donar estabilitat als plans que surtin en emissió.



Fig. 4.2. Representació il·luminació

5. Càsting

Aquest programa és un programa televisiu enfocat al reportatge i per tant els actants que hi sortiran seran els pactats prèviament des de l'àrea de producció per a fer declaracions de la temàtica que es gravi a les pròpies localitzacions.

Per al teaser les declaracions de la primera temàtica a la Trobada Gegantera de Llinars del Vallès per a la commemoració dels 5 anys de colla gegantera La Patufa de Llinars s'ha concretat com a actant de la colla el seu vicepresident, Gerard Avila.



Fig. 5.1. Gerard Avila

6. Localitzacions

Localització 1: Plaça dels Països Catalans

Situada a davant de la biblioteca i pavelló municipal d'esports de Llinars entre l'avinguda Pau Casals i el carrer Frederic Marès.

Plaça molt gran amb aparcament just al costat del pavelló. Es grava la diada de Sant Jordi, la diada d'entitats i la part final de la trobada gegantera del 15 de maig.

Les dimensions de la plaça són més grans que el pavelló municipal, això fa que no hi hagi problemes d'obstacles al mig de la plaça.



Fig. 6.1. Plaça dels països Catalans

Localització 2: Plaça Damià Mateu

Situada entre els carrers Major i Anselm Clavé de Llinars del Vallès. Plantada i inici de la cercavila de la trobada gegantera que es grava al programa.

Pot ser un obstacle per a l'angle dels plans que és una plaça estreta, cal buscar un angle diferent per agafar les imatges necessàries.



Fig. 6.2. Plaça Damià Mateu

Localització 3: Carrers encara no especificats de la cercavila del 15 de maig. Estaran compresos entre plaça Damià Mateu i Plaça dels Països Catalans.



Fig. 6.3. Carrer Major de Llinars

7. Equip tècnic

L'equip tècnic de la realització del primer teaser està definit per un equip de persones totes amb un vincle al món de la televisió.

David Auladell: productor i director. Estudiant de 4t curs de Mitjans Audiovisuals a l'escola universitària del Tecnocampus. Col·laborador de Televisió Cardedeu des de l'any 2008. Actual realitzador del programa mensual de música en Català "Somtresitu" de Televisió Cardedeu i Coordinador dels Informatius de la mateixa televisió. Du a terme les tasques de producció dels programes de "Viu-la des de dins" i les tasques de direcció des de la creació del format.

David Molina: col·laborador de Televisió Cardedeu des de l'any 2011. Responsable de l'àrea tècnica de Televisió Cardedeu. Estudiant de 3r del grau en Enginyeria de Sistemes audiovisuals a la Universitat Politècnica de Catalunya. Treballa al departament tècnic de Gestmusic. Du a terme al programa les tasques de realització de la gravació del teaser per donar la imatge definida la part d'estètica al programa.

Ariadna Carreño: col·laboradora de Televisió Cardedeu des de l'any 2012. Realitzadora dels informatius de Televisió Cardedeu i ajudant de realització del programa de música en català "Somtresitu" de la mateixa televisió. Al programa és operadora de càmera de la gravació del Teaser sota les ordres del realitzador David Molina.

Marta Illa: col·laboradora de Televisió Cardedeu des de l'any 2014. Encarregada del control de notícies del Cardedeu Informatiu a Televisió Cardedeu i operadora de càmera al programa de música en català "Somtresitu" de la mateixa televisió. Al programa du a terme la tasca d'operadora d'àudio per a assegurar-nos la qualitat de l'enregistrament del so.

Arnau Urgell: col·laborador de Televisió Cardedeu des de l'any 2006. Actual operador de gràfics i també operador d'àudio als informatius de Televisió Cardedeu. Estudiant de cicle

superior de grafisme per a audiovisuals. En aquest programa s'ha encarregat de dur a terme la part gràfica del projecte. S'han creat els logotips, la mosca, els cairons i les animacions de separació.

8. Característiques tècniques

Per a la gravació del programa tècnicament es necessitarà dues càmeres amb estabilitzador d'imatge ja que es graven sense trípode. Els estabilitzadors poden ser *fly-cam*, *steady-cam*, o *fig-rig*. A més a més es necessitarà una càmera amb micròfon ambient i una gravadora Zoom H4 que acompanyarà la càmera que no du incorporat el micròfon ambient a fer el seguiment de la persona que fa de presentador. Es necessitarà per aquesta gravadora externa un micròfon sense fils per al presentador i un micròfon de perxa.

Per a la postproducció es necessiten el softwares *Adobe After Effects* i el software *Adobe Premiere*.

9. Pressupost

El pressupost del projecte inclou el cost del rodatge dels dos dies de programa i els 15 dies que es triga en fer un programa i finalment es mostra el que aproximadament es gastaria en una temporada segons si es trimestral o de 9 mesos.

- Pressupost 1 programa, cada programa ha de ser quinzenal, per tant es treballa durant 15 dies en cada programa. Segons el departament treballarà durant les dues setmanes, o segons el departament només una o dies concrets.

	Sou/setmana	Dies/programa	Sou/programa
PERSONAL			
Direcció	529.82 €	15	1059.64 €
Ajudant de direcció	394.73 €	15	789.46 €
Producció 1 (direcció)	529.82 €	15	1059.64 €
Producció 2	452.63 €	15	905.26 €
Redacció (direcció)	394.73 €	8	451.12 €

Redacció (redactor)	317.54 €	8	362.90 €
Redacció (documentalista)	298.24 €	8	340.84 €
Realització	452.63 €	15	905.26 €
Ajudant de realització	336.84 €	15	673.68 €
Direcció fotografia i il·luminació	394.73 €	15	789.46 €
Operador càmera 1	356.84 €	2	101.95 €
Operador càmera 2	356.84 €	2	101.95 €
Direcció de so	394.73 €	15	789.46 €
Operador àudio	298.24 €	3	127.81 €
Elèctric 1 (Il·luminació exterior)	278.95 €	3	119.55 €
Regidor exteriors	317.54 €	3	136.08 €
Postproducció muntatge	394.73 €	5	281.95 €
Postproducció àudio	356.14 €	2	101.75 €
Grafisme	356.14 €	2	101.75 €
Presentador	394.73 €	2	112.78 €
MATERIAL TÈCNIC (lloguer)	Preu/2 dies rodatge/programa		
Càmera 1 Sony Z7	119.00 €		
Càmera 2 Sony Z7	119.00 €		
Micròfon inal·làmbric solapa	30.00 €		
Micròfon perxa	45.00 €		
2 focos ARRI L7	42.00 x 2 €		
2 Panel LED Exterior	29.00 x 2 €		
Cables corrent alterna	50.00 €		
Cables àudio	50.00 €		
PC muntatge (compra)	1300.00 € / 13 programes		
Mac (àudio i grafisme) (compra)	2300.00 € / 13 programes		
Monitors àudio estudi (compra)	500.00 € / 13 programes		
ALTRES	Preu/2 dies rodatge/programa		
Transport	124.47 €		
Càtering	750 €		
Seguretat (2 vigilants)	300 €		
IMPREVISTOS (10 % del total sense imprevistos)	1148.49 €		

TOTAL / PROGRAMA	12633.42 €
-------------------------	-------------------

Taula 9.1. Pressupost inicial

Aquest és un pressupost aproximat per programa que en pròpia opinió és molt elevat i s'hauria de reduir personal per a la realització del format.

Així doncs, si seguim amb aquest pressupost una temporada de 13 episodis tindria un cost de 164.234,46 €.

Considerant així un programa poc viable per ser una capsula de 12 minuts de durada. A partir de l'estudi de viabilitat dels pressuposts es planteja reduir els dies de creació de programa a una setmana de 7 dies i amb tan sols 1 dia de rodatge i no 2. D'aquesta manera el pressupost es reduiria a gairebé el 50 € de l'actual plantejat inicialment.

	Sou/setmana	Dies/programa	Sou/programa
PERSONAL			
Direcció	529.82 €	7	529.82 €
Ajudant de direcció	394.73 €	7	394.73 €
Producció 1 (direcció)	529.82 €	7	529.82 €
Producció 2	452.63 €	7	452.63 €
Redacció (direcció)	394.73 €	3	169.17 €
Redacció (redactor)	317.54 €	3	136.08 €
Redacció (documentalista)	298.24 €	3	127.81 €
Realització	452.63 €	7	452.63 €
Ajudant de realització	336.84 €	7	336.84 €
Direcció fotografia i il·luminació	394.73 €	7	394.73 €
Operador càmera 1	356.84 €	1	50.97 €
Operador càmera 2	356.84 €	1	50.97 €
Direcció de so	394.73 €	7	394.73 €
Operador àudio	298.24 €	2	85.20 €
Elèctric 1 (Il·luminació exterior)	278.95 €	2	79.70 €
Regidor exteriors	317.54 €	1	45.36 €
Maquillatge i perruqueria	394.73 €	1	56.39 €
Postproducció muntatge	394.73 €	3	169.17 €
Postproducció àudio	356.14 €	2	101.94 €

Grafisme	356.14 €	1	56.39 €
Presentador	394.73 €	1	56.39 €
MATERIAL TÈCNIC (lloguer)	Preu/2 dies rodatge/programa (dia abans per a la preparació del material)		
Càmera 1 Sony Z7	119.00 €		
Càmera 2 Sony Z7	119.00 €		
Micròfon inal·làmbric solapa	30.00 €		
Micròfon perxa	45.00 €		
2 focos ARRI L7	42.00 x 2 €		
2 Panel LED Exterior	29.00 x 2 €		
Cables corrent alterna	50.00 €		
Cables àudio	50.00 €		
PC muntatge (compra)	1300.00 €		
Mac (àudio i grafisme) (compra)	2300.00 €		
Monitors àudio estudi (compra)	500.00 €		
ALTRES	Preu/2 dies rodatge/programa		
Transport	124.47 €		
Càtering	750 €		
Seguretat (2 vigilants)	300 €		
IMPREVISTOS (5 % del total sense imprevistos)	320.81 €		
TOTAL / PROGRAMA	3737.14 €		

Taula 9.2. Pressupost reduït

Aquest és el pressupost per programa amb la reducció de preparació a una setmana. D'aquesta manera es faria més viable per a una productora o televisió que vol comprar el format per omplir un espai de la graella.

En aquesta situació la temporada de 13 episodis té un cost de 87582.77 €.

10. Pla de producció

Dilluns, 18	Dimarts, 19	Dimecres, 20	Dijous, 21	Divendres, 22	Dissabte, 23	Diumenge, 24
Contacte amb responsables de colles per a			Pla de rodatge			
Dilluns, 25	Dimarts, 26	Dimecres, 27	Dijous, 28	Divendres, 29	Dissabte, 30	Diumenge, 01
			Producció del rodatge	Producció del rodatge		
Dilluns, 02	Dimarts, 03	Dimecres, 04	Dijous, 05	Divendres, 06	Dissabte, 07	Diumenge, 08
		Reunió amb equip de realització del rodatge				
Dilluns, 09	Dimarts, 10	Dimecres, 11	Dijous, 12	Divendres, 13	Dissabte, 14	Diumenge, 15
				Entrega del grafisme		Rodatge
Dilluns, 16	Dimarts, 17	Dimecres, 18	Dijous, 19	Divendres, 20	Dissabte, 21	Diumenge, 22
Muntatge		Muntatge	Post-producció Audio			Finalització programa pilot
Dilluns, 23	Dimarts, 24	Dimecres, 25	Dijous, 26	Divendres, 26	Dissabte, 28	Diumenge, 29
	Entrega del teaser					

Taula 10.1 Pla de producció

11. Pla de finançament

L'acceptació del 100 % del cost del format televisiu "Viu-la des de dins" anirà a càrrec de la productora o televisió que compri el format. Des de la productora que compra el format o televisió, es poden buscar altres formes de finançament com pot ser el micromecenatge.

Es pot arribar a acords de coproducció amb altres productores i televisions.

12. Pla de comunicació

El programa "Viu-la des de dins" vol que la comunitat d'espectadors actius del programa tingui un espai de debat i opinió amb altres materials extres als del programa. També vol

crear una metodologia d'enquestes buscant la interacció del públic per a triar el tema de cada programa. Per aquest motiu es creen les xarxes socials *Facebook* i *Twitter* i també una pàgina web.

A les xarxes socials es penjaran continguts audiovisuals extres per a genera opinió entre els seguidors de les xarxes i també es faran les enquestes als espectadors per al següent episodi. Aquestes enquestes seran proposades amb 5 opcions cada una i la opció amb més demanada serà la temàtica del proper episodi. S'analitzaran els resultats de les dues xarxes socials creades.

A la web es penjaran els programes emesos del programa i també hi haurà un apartat per a l'enquesta per al proper programa tot i que s'espera que la majoria de les opinions arribin a través de les xarxes socials.

Les xarxes es crearan prèviament a l'estrena del primer programa per començar a oferir pistes del programa i començar a fer-se un espai entre els interessats en la temàtica fins al dia de l'estrena.