

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA
ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA
GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



ESCUELA POLITECNICA
SUPERIOR DE GANDIA

**“Estudio del montaje
de videos del programa
de televisión APM?”**

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autor/a:

Judit Royuela Rodrigo

Tutor/a:

Nieves Alcaraz Pagán

GANDIA, 2015

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo fundamental identificar si los métodos que utiliza el programa de entretenimiento APM? -también conocido como *Alguna Pregunta Más?*- son innovadores en su forma. Mediante el análisis de numerosos programas a lo largo de las 10 temporadas de programa y de ejecutar un desglose por secciones de 5 programas escogidos entre las emisiones de 2013 y 2015; ha sido posible estudiar el uso que se hace de las imágenes y fragmentos de videos en APM? Los videos son tratados con diversas técnicas: doblaje, repetición, efecto de cámara rápida, fusión entre diferentes planos, etc. La conclusión principal de este trabajo es que APM? crea un nuevo sentido cómico y crítico de la realidad actual mediante el tratamiento de las imágenes que utiliza. También hay que tener en cuenta que pese a que APM? tiene un estilo basado en el *zapping*, sus técnicas y recursos se fundamentan en diversas corrientes artísticas de principios del siglo XX.

PALABRAS CLAVE

APM?, video, montaje, programas, televisión

ABSTRACT

The main objective of this work is identifying the technics that APM? (also known as *Alguna Pregunta Más?*) television program uses are a innovative way to present its contents. By viewing a large amount of episodes in the 10 seasons and making a breakdown of 5 programs chosen between 2013-2015; it has been possible studying the style of the images and video clips of APM? The videos have different work technics such as dubbing, replay, fast motion, mixed takes... The final conclusion of this studio leads that APM? creates a new funny and critic sense of reality due to the video process in postproduction. Moreover, although APM? it's based in zapping programs, its technics and resources are inspired by some artistic currents from the beginning of 20th century.

KEY WORDS

APM?, video, edition, programs, television

ÍNDICE

1.INTRODUCCIÓN	4
1.1 OBJETIVOS.....	4
1.2 2 METODOLOGÍA.....	5
2. EL PROGRAMA ALGUNA PREGUNTA MÁS?	6
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA	6
2.2 DECOUPAGE / SECCIONES DEL PROGRAMA.....	9
2.2.1 INTRODUCCIÓN	9
2.2.2 ESTRUCTURA DEL PROGRAMA.....	10
Introducción.....	10
A) Primera parte: cabecera y montaje inicial.....	11
B) Segunda parte: secciones fijas e intermitentes.	15
C) Tercera parte: video 1 <i>Els Millors, El Circ de la Tele</i>	26
2.3 ANÁLISIS DE LAS SECCIONES: REFERENTES CULTURALES DE APM?	28
3. INFLUENCIA DE APM? EN OTROS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN	39
3.1 EL INTERMEDIO.....	40
3.2 <i>TOP TRENDING TELE</i>	40
4. CONCLUSIONES	41
5. BIBLIOGRAFÍA	43
6. ANEXOS	46

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de este trabajo de investigación vamos a llevar a cabo un análisis del programa de entretenimiento del canal TV3¹ *Alguna Pregunta Más?*. El foco principal de nuestro análisis cae sobre el montaje y la edición de los videos y material audiovisual que aparece en los capítulos del programa. Esto es así ya que el tratamiento que se le da a estas imágenes en postproducción es lo que hace destacar el resultado final de los videos emitidos. A grandes rasgos, APM? tiene una apariencia basada en los programas de *zapping*, que son una recopilación de los momentos más interesantes y graciosos del conjunto de canales en televisión. Manteniendo esa apariencia, APM? se dedica a emitir contenido de este tipo: pifias, errores del directo, etc. Y uniendo esos fragmentos con otros videos sin relación extraídos de fuentes diferentes, altera el material original y genera una nueva versión.

Para poder hacer un análisis completo y fiable, ha sido necesario el visionado de una cantidad abundante de programas. Aunque la experiencia como seguidora del programa me da la ventaja de conocer los contenidos; a la hora de comenzar una evaluación descriptiva de estos me he dedicado a hacer un visionado de los programas mucho más exhaustivo. Es decir, me he detenido constantemente en todas las partes del programa para verlas como un ojo analítico, alejado del tono despreocupado del espectador de APM?

Además de los visionados, he recurrido a fuentes de información diversas, desde bibliografía relacionada con el montaje audiovisual hasta obras de arte. El mayor problema ha sido la falta de estudios o simplemente artículos publicados sobre APM? No me ha sido difícil localizar entrevistas a algunos miembros del equipo -siempre los que aparecen delante de la cámara-, pero estas se centran en el papel que ellos tienen y no tratan acerca de la técnica que utiliza APM? o su evolución.

Así pues, el presente estudio cuenta con varias fases: como punto de partida, recorre los orígenes del programa, luego muestra el desarrollo y análisis descriptivo de todas las partes que componen el programa -a partir de una estructura genérica de APM? desde la cabecera hasta el final-. Paralelamente, identifica las funciones de dichas partes. A continuación, localiza los precedentes culturales de las diferentes secciones y finalmente, advierte la influencia que el estilo de APM? ha creado en otros programas más recientes de la televisión.

1.1 OBJETIVOS

El objetivo principal de este trabajo de investigación es averiguar si el programa de televisión APM? Es pionero en su forma y su contenido a través del análisis de dicho programa.

Por lo que respecta a los objetivos secundarios, son los siguientes:

- Averiguar si el programa presenta una estructura narrativa lógica.
- Buscar posibles referentes artísticos y culturales que puedan haber influenciado en el estilo que utiliza APM?
- Reconocer si el estilo del programa APM? ha influido en otros programas de televisión.

1 En adelante las siglas TVC y TV3 harán referencia a la *Televisió de Catalunya* y a al canal de la televisión catalana.

1.2 METODOLOGÍA

La metodología que he utilizado para este trabajo de investigación tiene dos etapas diferentes: la etapa de documentación e investigación de datos y la etapa de exploración gráfica.

Por un lado esta la primera fase que consiste en la búsqueda de bibliografía relacionada con la temática que he estudiado. Es decir, primero me he documentado con libros y diccionarios referentes al montaje y a los géneros y formatos televisivos. Una vez conseguida esta parte, he recurrido a buscar información sobre determinadas corrientes artísticas y filosóficas y a indagar en la evolución y técnicas del lenguaje audiovisual. Para ello he recurrido a diversos libros, videos y artículos publicados sobre el tema.

Es a la hora de interpretar muchos de estos datos cuando da comienzo la segunda fase: la exploración gráfica. Con esto me refiero a que he dedicado numerosas horas al visionado del material audiovisual del programa y a buscar y examinar múltiples obras de arte -desde obras pictóricas hasta cinematográficas-; para apoyar la teoría de la que me he alimentado en la primera fase.

Al tener objetivos centrados en el montaje y la edición de los videos de APM?, la plataforma Youtube me ha sido muy útil ya que cuenta con un nutrido repertorio de capítulos del programa entre sus videos. Acceder al material de esta forma me ha permitido visualizar los programas sin cortes y deteniéndome tantas veces como fuera necesario.

Dada la importancia de las imágenes en este trabajo, he ido reuniendo una serie de capturas de pantalla de los fotogramas que se describen en el apartado de la descripción gráfica que aparece más adelante. Considero el apoyo visual imprescindible para esclarecer la comprensión de las representaciones visuales que se definen.

Por un lado, la función del visionado general era no obviar ninguno de los contenidos de APM? Además de ver una generosa cantidad de capítulos de APM? de todas las temporadas; también seleccioné 5 programas desde 2013 hasta la actualidad con la finalidad de hacer un desglose más minucioso de estos cinco². Los programas seleccionados son de principio y final de año para obtener margen entre ellos y posibilitar que las muestras pertenecieran a temporadas diferentes de APM? Estos desgloses toman la forma de tablas descriptivas en las que se indican la partes del programa y donde se tuvieron en cuenta los siguientes criterios:

1. Duración.
2. Música/efectos de sonido.
3. Texto que aparece en pantalla.
4. Si las imágenes aparecen dentro de un marco de APM? o no.
5. Elementos gráficos, animaciones añadidas...
6. Planos que se utilizan.
7. Descripción del resultado final de los videos como espectador.

Para obtener información concreta sobre ciertos datos he recurrido en un par de ocasiones a: <http://www.ccma.cat/atencio/opcions.html> -que es un apartado de la página web oficial de TV3 dedicado a atender al telespectador-. A pesar de que siempre me han respondido con brevedad y son muy amables, no me han podido ayudar. La primera vez que solicité su ayuda pretendía que me facilitasen algunos contenidos más antiguos del programa, pero debido al espacio que estos ocupan no era posible la transmisión de esos datos. Aunque mi intención era tener una fuente oficial cercana al programa, no pudo ser, pero afortunadamente, la plataforma de videos YouTube, como he mencionado antes, cuenta con vastos contenidos de APM?, especialmente de los últimos años.

2 Los desgloses mencionados aparecen como Anexos.

En relación con la metodología del trabajo es necesario mencionar además de la investigación y consulta libros, artículos de revistas y publicaciones de autores que he utilizado. Todos ellos son profesionales del mundo audiovisual, escritores o profesores de universidad que publican artículos. También he recurrido a la transcripción de fragmentos de conferencias y discursos, un ejemplo está en la primera parte del apartado de referentes, al mencionar las Vanguardias.

Toda esta información me ha servido para basar la temática que trato a lo largo del estudio y encontrar fundamentos en los que soportar las conclusiones de mi trabajo.

2. EL PROGRAMA *ALGUNA PREGUNTA MÉS?*

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

En el siguiente apartado la descripción del programa está dividida en dos partes: por un lado se explica el origen de *APM?* en TV3 y del nombre del programa. Por otro lado, se trata el desarrollo que *APM?* ha tenido en la televisión y se clasifica entre los diferentes formatos televisivos.

En primer lugar, se explican los orígenes del programa de televisión *Alguna Pregunta Más?*:

El primer programa de *APM?* en televisión nació el 14 de julio de 2004. Comenzó como una edición especial³ de la sección homónima en el programa *Els matins* de Catalunya Ràdio. En dicho programa se hacía una selección de los momentos televisivos más graciosos y las pifias de los presentadores y se reproducía el audio original seguido de otros cortes de audio de la televisión para montar una historia y completarla con imitaciones que los presentadores hacían.

La versión televisiva de esa edición especial comenzaba con una cabecera⁴ de 22 segundos en la que aparecía el nombre del programa y su forma abreviada en siglas continuamente. Al presentar aquella primera edición de esa manera en televisión, los seguidores del programa de radio podían entender fácilmente el tipo de programa que *Alguna Pregunta Más?* iba a ser y los contenidos que lo formarían. En la última parte de la cabecera de la edición especial ya se muestran únicamente las siglas seguidas por el signo de interrogación ***APM?***. Sin embargo, el título completo se menciona constantemente debido a que las siglas siempre son reforzadas con una voz en *off* al final de la cabecera que cita el nombre completo del programa: *Alguna Pregunta Más?*

Después de la cabecera de 22 segundos, el programa comenzó con un montaje muy breve de planos en los que diferentes presentadores de programas catalanes habían dicho la frase *Alguna Pregunta Más?* en un momento concreto en directo⁵. Entonces se enlazaba con un reportaje narrado con voz en *off*, que explicaba los orígenes de *APM?* -basados en el formato de radio-, aclarando los contenidos del *APM?* radiofónico y las razones por las que se emitía aquella edición especial en televisión: se celebraba el décimo aniversario de la versión radiofónica de *Alguna Pregunta Más?*.

Así que, aunque el nombre completo del programa sea '*Alguna Pregunta Más?*', este aparece contraído desde las primeras emisiones: la voz en *off* citaba el nombre completo al final de la cabecera, pero en la presentación gráfica aparecían repetidamente las siglas *APM?*. Por lo que gracias a la presencia constante de las siglas en los 22 segundos de cabecera se consigue, -mediante la repetición-, que el telespectador interprete esta forma abreviada que sustituye a la frase completa y funciona como título.

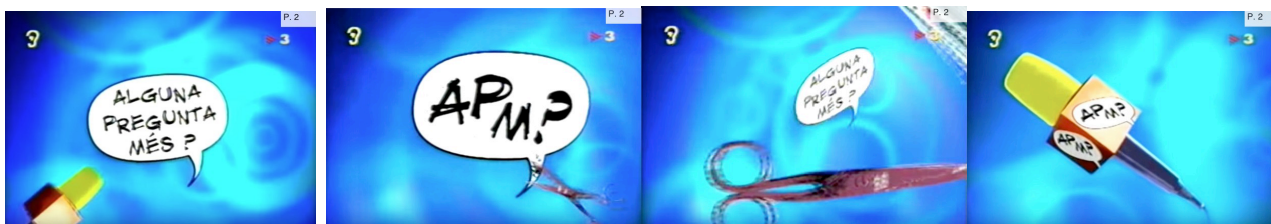
A continuación se muestran algunos fotogramas de la cabecera de la primera emisión en

3 Fuente: <<https://www.youtube.com/watch?v=nP2aZ99uinA>>. (Consulta: 29 de junio 2015).

4 En el Diccionario Galego de Televisión se define la cabecera de un programa como el video indicador del inicio o cierre de un programa de televisión, que incluye elementos visuales y sonoros (sintonía) que lo identifican.(PAZÓ

5 En radio y televisión, son los programas que se emiten a la vez que se realizan.

televisión de APM? En ellos, el título del programa está presente en sus dos formas: completa y abreviada.



Figuras 1, 2 ,3 y 4. Capturas de varios fotogramas de la primera cabecera de Alguna Pregunta Más?

En segundo lugar se aborda la trayectoria del programa y el formato al que pertenece: Como anteriormente se ha comentado, APM? surgió como una emisión especial, es decir una emisión única para conmemorativa del aniversario del programa de radio *Els matins de Catalunya ràdio*. Al ver el éxito que obtuvo en televisión, TVC comenzó a emitir un programa semanal que acabaría regenerándose a sí mismo y desarrollando nuevas secciones hasta convertirse en el formato actual. A día de hoy cuenta con un historial de 10 temporadas. La siguiente imagen es una síntesis de los porcentajes de share y datos numéricos de la audiencia del programa desde sus inicios hasta 2012⁶.

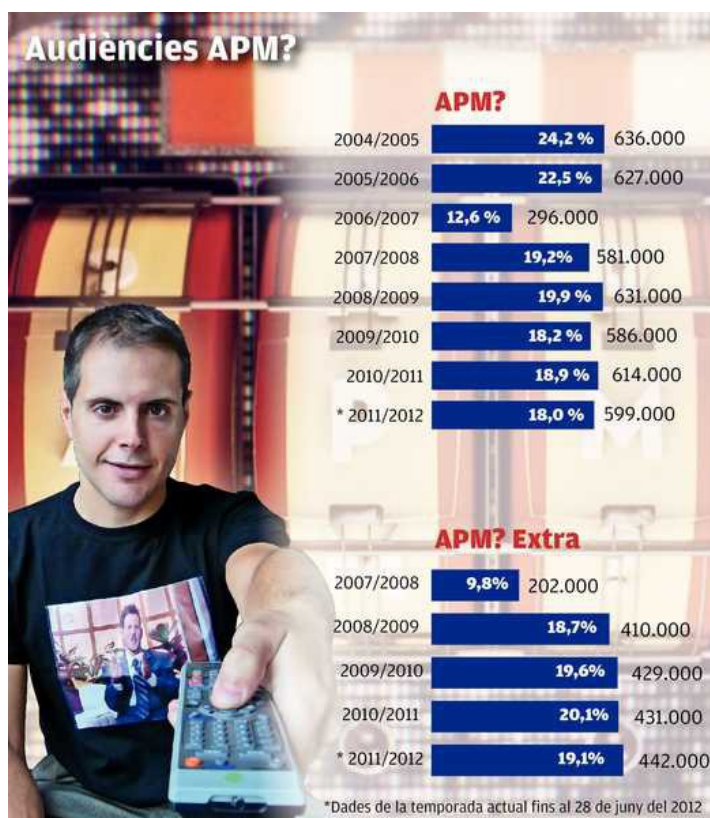


Figura 5. Imagen con datos de audiencia y porcentajes de share de APM? Y APM? Extra desde sus inicios hasta 2012.

APM? es un formato de entretenimiento de media hora de duración producido por el canal de la televisión autonómica catalana TV3. Dicho formato está inspirado en el *zapping*⁷ y su contenido

6 Respecto a los datos de audiencia en las temporadas de 2013 y 2014 de APM?, al no encontrar nada, como ya he explicado, acudo al servicio de atención a la audiencia de TVC sin resultados satisfactorios.

7 "La palabra zapping corresponde a un neologismo anglosajón que define la práctica de cambiar de canal televisivo a merced del mando a distancia." (ULLOD, 1994, p.51.)

se basa en la recopilación y montaje de imágenes y fragmentos de otros programas. La temática de los videos siempre es la parodia.

Para comprender la forma en la que APM? trata y presenta sus contenidos al telespectador, es oportuno recurrir a la siguiente descripción de la Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación:

“Toda forma de manipulación es una especie de malabarismo intelectual. Un ilusionista, por ejemplo, hace trueques sorprendentes y al parecer «mágicos», gracias precisamente a la velocidad de sus movimientos, que impide la percepción de los detalles por parte del público. Algo semejante le ocurre al demagogo, que procede con estudiada precipitación, para que las multitudes no adviertan sus trucos intelectuales y acepten como posibles los engaños más inverosímiles. De modo semejante, un publicitario prometerá, por ejemplo, una gran libertad al espectador que utilice el producto que le ofrece, pero otra cosa distinta es el tipo de libertad al que se refiere: si una aparente autonomía de actuación que puede llevarle a meras experiencias de fascinación, o a la verdadera libertad que le llevaría al pleno desarrollo de su personalidad, a superarse de verdad a sí mismo. El solo recurso a la aceleración de la imagen o a la selección de planos es suficiente para mostrar una realidad que no existe ni será posible jamás, produciendo unas agradables sensaciones en el espectador que, aunque sean pasajeras, quedarán asociadas al producto ofertado por la pequeña pantalla. Bastaría pedirle a un demagogo que matizara un concepto para desvirtuar sus artes hipnotizadoras. Y bastaría un conocimiento adecuado de sintaxis audiovisual para relativizar, o incluso anular, el impacto de la magia televisiva en los espectadores habituales.” (MARTÍNEZ, S.,2005, p. 215).

APM? se emite en TV3 todos los miércoles a las 21:55. A pesar de que este estudio versa sobre el APM? original que se emite cada miércoles, es pertinente aclarar que los domingos en horario de sobremesa se emite una versión muy similar del programa conocida con el nombre de APM? Extra. Esta versión la componen contenidos semejantes a los de APM?, pero no cuenta con el mismo historial televisivo -comenzó a emitirse en 2007-. Por esta razón, el presente trabajo se centra en el programa de los miércoles que es el inicial y lleva más tiempo en antena. El propio canal destaca APM? sobre APM? Extra, posicionando el primero en la parrilla televisiva en horario de *access prime time*⁸ y reservando el horario de sobremesa del domingo para APM? Extra.

A parte de las emisiones de los miércoles, en las redes sociales y en la página web oficial del programa, se cuelgan con asiduidad algunos contenidos breves y secciones completas. La plataforma YouTube también dispone de numerosos programas completos para visualizar, junto con la amplia disponibilidad de contenidos online en la página web oficial. Además, su éxito se ha visto reconocido recientemente al recibir el Premio Ondas 2014 al mejor programa de televisión en emisoras o cadenas no nacionales.⁹

A pesar de haberlo catalogado como un formato de entretenimiento, es menester reconocer que parte de los principios de APM? se encuentran entre los **programas de montaje o de archivo**: “Son los programas en los que la totalidad de los planos son imágenes extraídas de archivos[...] Por su accesibilidad económica son formatos muy recurridos por todas las televisiones, tanto en su fórmula autónoma como en el uso que hacen los espacios informativos para contextualizar las informaciones de actualidad[...] Esta modalidad de realización suele demandar así mismo la colaboración de los departamentos de grafismo y de postproducción (efectos visuales), tanto para identificar y señalar gráficamente los materiales recuperados: indicadores de procedencia, fecha, personajes, etc., como para introducir efectos visuales que enriquezcan y espectacularicen las presentaciones: giros, ampliaciones, reducciones, pasos de página, viñeteados, congelados, ralentizaciones, etc.” (BARROSO GARCÍA,1996, pp. 53-54).

8 “Access prime time: entre las 20:00 y las 21:00 horas.

Prime time (banda de máxima audiencia): entre las 21:00 y las 24:00 horas.”

Fuente: <<http://ocwus.us.es/periodismo/produccion-periodistica/asigpp/apartados/apartado18-7.html>>. (Consulta: 27 de agosto 2015).

9 Fuente: <<http://www.ccma.cat/tv3/apm/lapm-recull-el-premi-ondas/noticia/2606734/>> (Consulta: 20 de julio 2015).

En consecuencia, *Alguna Pregunta Más?* es el título del programa conocido también por *APM?*, que hereda el nombre de esa frase común entre los presentadores y reporteros de televisión. Al mismo tiempo, podemos afirmar que *APM?* es un formato de entretenimiento hibridado con los formatos de montaje o de archivo ya que tiene una finalidad de recreación y su metodología para abastecerse de material audiovisual es idéntica a la de los formatos de archivo.

2. EL PROGRAMA *ALGUNA PREGUNTA MÁS?*

2.2 *DECOUPE* / SECCIONES DEL PROGRAMA

2.2.1 INTRODUCCIÓN

Esta parte del trabajo consiste en una descripción detallada de todas las partes que forman el programa. Como se explica anteriormente, he llevado a cabo un desglose de 5 programas. De este modo es posible identificar las diferentes partes, analizar su duración y contenido y así comprobar que coinciden en cada capítulo para consolidarlas dentro de las partes de *APM?*

Cabe destacar que a diferencia de otros programas en los que cada emisión se presenta bajo un título diferente; en el caso de *APM?* las distintas emisiones se etiquetan como capítulos que siguen un orden numérico continuo. En la actualidad ha superado los cuatrocientos capítulos.

La estructura de *APM?* es rica en contenidos y estos son presentados de forma organizada y jerárquica. Cierto es que en la página web del programa aparecen únicamente 4 secciones –estas 4 secciones serán explicadas más adelante junto al resto de contenidos–, pero la estructura del programa está formada por un número de contenidos fijos más abundante. La mayoría de ellas no aparece en todos los capítulos, ni siquiera las que figuran como secciones oficiales en la página web. De hecho, partes del programa que aparecen siempre como el caso de *Els Millors*, tampoco figura en el apartado de secciones de la página web. En cambio, de las cuatro secciones que sí figuran, sólo dos de ellas aparecen en cada nuevo capítulo.

Pese a haber analizado la página web, la estructura del programa y haber hecho un estudio de la analogía entre ambas, es significativo recurrir a la definición que algunas instituciones y autores han hecho sobre el término 'sección' en los medios audiovisuales. Es sustancial definir este término para establecer un criterio claro cada vez que hablemos de *sección*, ya que va a ser la unidad de análisis clave a lo largo de este trabajo.

La RAE define el concepto de *sección*¹⁰ de varias formas distintas, entre ellas, la acepción para los medios de comunicación afirma que es un espacio reservado para tratar una temática determinada. También se describe el término como “el espacio dedicado a una temática fija que forma parte de la estructura de un programa” (Pazó, 2005, p. 163).

2.2.2 ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

Introducción

En primer lugar, es necesario aclarar algo sobre la estructura del programa, aunque sus contenidos tienen un orden establecido a lo largo de los diferentes capítulos, estos no cuentan con un orden idéntico entre sí. Pese a coincidir en el orden de presentación y de cierre del programa, los contenidos del cuerpo de *APM?* varían su orden durante los treinta minutos de emisión.

10 Fuente: <<http://lema.rae.es/drae/srv/search?id=ohSSmABfrDXX2YrcFI7>> [Consulta: 1 de julio 2015].

Además, dependiendo del capítulo dichos contenidos varían y pueden aparecer en varios capítulos seguidos o no hacerlo. Es decir, hay secciones fijas y otras tienen presencia de manera intermitente. Así mismo, el hecho de que APM? tenga múltiples secciones de poca extensión, permite una organización variada de las mismas.

Tras comparar el análisis de la página web con los programas individualmente, se observa que las cuatro que figuran como secciones oficiales del programa son concretamente las que cuentan con la participación de invitados y no se basan en videos de otros programas. Así pues, se justifica que únicamente aparezcan cuatro secciones ya que estas tienen contenido original y han sido realizadas por APM? en lugar de construidas a base de videos y material de otros programas.

Al examinar la web se aprecia un estilo sencillo y directo, es una página en la que el internauta no encuentra dificultad para visualizar los contenidos. Esta es otra razón que justifica la selección de cuatro secciones; ya que como se va a comprobar en las descripciones de este apartado, en caso de exponer todos los contenidos, el sitio web sería mucho más extenso. No obstante, no vamos a extendernos más en profundidad sobre los contenidos de APM? en la red ya que no es objeto de este estudio.

Dicho lo anterior, vamos a ejecutar una descripción de todas las partes del programa llevando a cabo un análisis individual de cada una de ellas en el que estudiaremos primero el estilo gráfico y el diseño con el que son presentadas; y en segundo lugar, examinaremos la función de cada sección de APM?. Al hacerlo tendremos en cuenta la coherencia de estas funciones con el estilo visual que nos presentan. Para reforzar las descripciones gráficas de este apartado, nos apoyamos con imágenes de algunos fotogramas que se van explicando.

Para facilitar la organización de las secciones que vamos a tratar a continuación, proponemos la estructuración de los 30 minutos de programa en tres partes que abarcan todos los contenidos. De modo que se plantea un modelo de programa en el que la primera parte está compuesta por la cabecera y el montaje inicial, la segunda la forma el cuerpo del programa -que ocupan todas las secciones y contenidos- y finaliza con la tercera parte, compuesta por el último video de Els Millors y El Circ de la Tele/montaje de cierre de programa.

A) Estructura de APM? Primera parte: cabecera y montaje inicial

A continuación se describe la primera parte de APM? Situamos la cabecera y el montaje inicial como parte inicial de la estructura del programa debido a que la cabecera es la animación con la que se presenta APM?. Las figuras que aparecen en las siguientes páginas muestran algunos fotogramas de la cabecera actual; esta se mantiene desde principios de la octava temporada en 2011 y denota una evolución sobre la cabecera de la edición especial que aparece en las figuras 1-4.

Cabecera

El programa comienza siempre con una cabecera animada acompañada siempre por la misma sintonía. La sintonía es muy dinámica, con una mezcla de efectos sonoros como aplausos y melodías que recuerdan a videojuegos de los 90 creadas mediante una base electrónica. Esto se funde con ritmos de instrumentos de viento y percusión.

Descripción gráfica

En los primeros fotogramas de la cabecera aparece un brazo que acciona una máquina de juego con el título *El Circ de la Tele* en su parte superior.

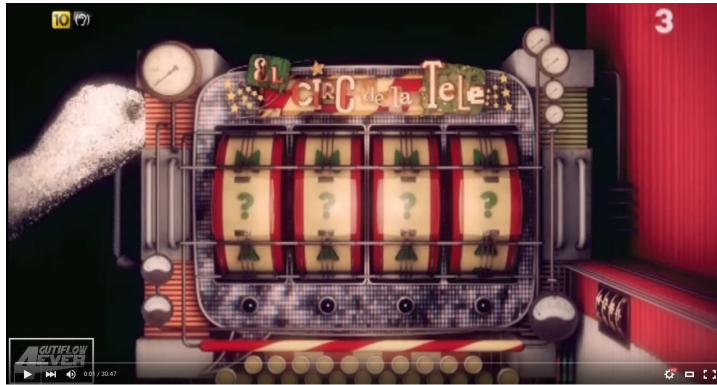


Figura 6. Primeros fotogramas de la cabecera de APM?

Cuando los tornos comienzan a rodar la cámara se adentra hasta que estos se detienen dando como premio las siglas APM?



Figura 7. Fotograma de la cabecera donde aparece el nombre del programa por primera vez.

En seguida, la cámara se desplaza hacia abajo abandonando la máquina de juego y enfoca una silla en un plano muy colorido y brillante. Se compone de tuberías y algunas figuras geométricas que conforman un plano simétrico pero muy animado. Mientras la cámara hace un efecto Zolly¹¹, un personaje cae sobre la silla que inmediatamente gira 90° sobre sí misma para dejarnos ver el logotipo del programa con las siglas APM? en el lateral.



Figura 8. Fotograma del segundo 6 de la cabecera.



Figura 9. Fotograma del hombre sobre el sillón APM?

La silla comienza a desplazarse hacia la derecha y la cámara la sigue con una breve panorámica¹². Sale de la habitación y aquí se produce el primer corte de la cabecera que se retoma rápidamente por otra panorámica.

11 "Esta técnica consiste en alejar o acercar la cámara mientras se aumenta o disminuye el zoom para que el sujeto permanezca igual de tamaño y enfoque. Lo interesante de hacer esto es que el fondo va variando progresivamente de tamaño porque el zoom modifica la profundidad de campo". Fuente: <<http://tecnicacinematografica.blogspot.com.es/2008/08/dolly-zoom-zolly.html>>. [Consulta: 28 de agosto 2015].

12 "Movimiento de rotación de la cámara. Puede ser en cualquier dirección. De tal modo que muestra una zona amplia de la escena que se filma en el momento." El Multicine. Fuente: <<http://www.elmulticine.com/glosario2.php?orden=22>>. [Consulta 28 de agosto 2015].

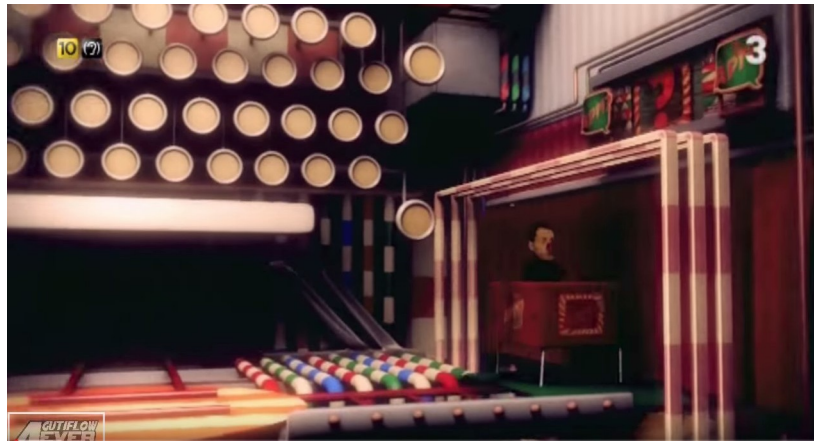


Figura 10. Fotograma del segundo 8 de la cabecera de APM?

Ahora el personaje sobre la silla entra en plano por la izquierda en una pequeña habitación donde volvemos a leer en un grafismo central 'El Circ de la Tele' al que acompañan un par de señales con dos frases míticas del programa: *Pallá no!!*, *Pallá!!* Estas señales reforzadas con flechas indicativas, marcan el camino del espectador en la silla que se desplaza sobre un rail rojo semejante a los de las atracciones de feria. También en este plano los colores son abundantes y llamativos. El plano acaba cuando la silla se introduce dentro de la oscura boca cuadrada con ojos y dientes.

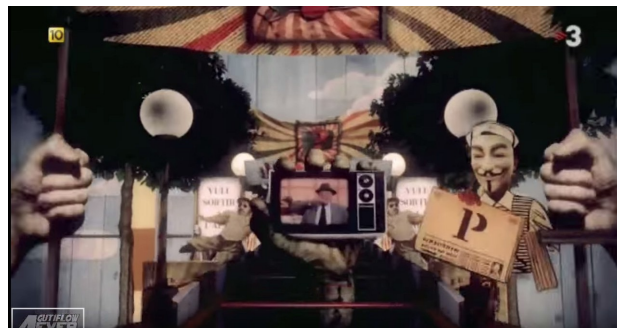


Figuras 11 y 12. Fotogramas del primer corte de la cabecera de APM? y del movimiento panorámico que sigue al corte.



Figura 13. Fotograma final de la panorámica que acaba en un fundido a negro.

A través de un fundido¹³ a negro se une el siguiente plano, que es un plano subjetivo¹⁴ en el que el espectador en primera persona se convierte en el hombrecillo sobre la silla. Mientras se desplaza a través de un rail de atracción de feria, se encuentra con diferentes carteles con frases míticas y simbología del programa. A ambos lados del rail y sobre el mismo van apareciendo personajes circenses -entre los que se distingue la máscara del personaje de cómic V de Vendetta que a su vez es la imagen utilizada por el colectivo Anonymous¹⁵- y pequeñas pantallas con imágenes de personas que aparecen en APM? Desde el suelo, a través del espacio entre las vías, surgen manos que suben y bajan sujetando televisores.



Figuras 14 y 15. Personajes con estética circense sujetando carteles con frases del programa y personajes con máscaras de V de Vendetta junto a los televisores que van subiendo y bajando a lo largo del recorrido del rail.

Conforme nos vamos desplazando, los movimientos de los personajes y objetos se acentúan hasta que llegamos a otros carteles indicativos que nos guían al interior de la ruleta con números romanos del ranking APM?



Figura 16. Fotograma del final del recorrido.



Figura 17. Fotograma de la ruleta con números romanos y las flechas indicadoras.

Al cruzar la ruleta llegamos a un nuevo espacio en el que vuelve a predominar la gama cromática de rojos y aparecen las siglas APM? sobre un bocadillo de diálogo con forma de televisor. Un zoom con aceleración progresiva servirá de transición al primer plano del montaje introductorio.

13 "Es una transición entre planos, en la que desaparece progresivamente la imagen que se fundía en negro y se disuelve por completo antes de que otra imagen surja de la misma oscuridad... Se usa para indicar el paso del tiempo o un cambio radical de escenario. Desaparición gradual de la imagen que se ve en la pantalla." Glosario El lenguaje del cine. Fuente: <<http://glosarios.servidor-alicante.com/lenguaje-cine/fundido>> [Consulta: 28 de agosto 2015].

14 "Muestra lo mismo que ven los ojos de un personaje." El lenguaje del cine. Fuente: <<http://glosarios.servidor-alicante.com/lenguaje-cine/fundido>> [Consulta: 28 de agosto 2015].

15 Anonymous está formado por diferentes grupos de personas en el mundo que de forma anónima se manifiestan y toman acción a favor de la libertad de expresión y la independencia de internet.



Figura 18. Captura de uno de los fotogramas finales.



Figura 19. Captura de la imagen final de la cabecera que es acompañada por una voz en off que cita:
Alguna Pregunta Más?

Duración y objetivo

La cabecera dura exactamente 22 segundos y su función principal es orientar al telespectador. Mediante el tipo de música y el dinamismo se prepara a la audiencia para los contenidos que se emiten a continuación.

Avanzando en nuestro estudio, se analizan los elementos gráficos y las funciones del montaje inicial, que tiene presencia en todos los capítulos de APM? Posteriormente, continuando con la segunda parte de la estructura del programa, se describe *Els Millors* -que también es una parte fija en todos los capítulos y las que constan como secciones en la página web: *Ole Tu!*, *Homo APM?*, *La Televisió és Cultura* y *Pressing APM?*. Más adelante, la descripción se completa añadiendo el análisis del resto de contenidos integrados en la segunda parte de la estructura de los diferentes capítulos de APM?

Montaje inicial

Inmediatamente después de la cabecera, aparece como introducción del programa.

Descripción gráfica del montaje inicial

Esta sección es común en todos los programas, comienza cuando finaliza la cabecera que da paso a la esencia de APM? mediante el ensamble de imágenes de otros programas. A lo largo de toda la sección, las imágenes que APM? ha seleccionado se presentan reencuadradas (enmarcadas) en un grafismo propio del programa que es característico para del montaje inicial. Esta forma de presentación, que está basada en los programas de *zapping* es la utilizada por APM? cuando emplean videos extraídos de fuentes externas al programa. Es más, en el marco de las imágenes aparece el logotipo de APM? en la esquina inferior derecha y con un cuadro de texto situado debajo de la imagen, aportan información del canal en el que originalmente ha sido emitida y el nombre del programa al que pertenece.

Duración y objetivo del montaje inicial

La sección tiene una duración aproximada de dos minutos y el objetivo siempre es crear una situación cómica e incluso inverosímil a partir de una noticia reciente -utilizando el montaje como herramienta para hacerlo-. Generalmente las imágenes que utiliza son recientes y presentan una versión cómica de algún suceso actual ocurrido en esa semana. Podemos utilizar como ejemplo los casos estudiados en los anexos donde en uno de ellos el montaje trata el nombramiento del nuevo Papa Francisco y en otro la consulta sobre la independencia catalana.



Figura 20. Captura de una imagen utilizada en el montaje inicial del capítulo 403 de APM?

B) Estructura de APM? Segunda parte: secciones fijas e intermitentes.

En esta parte de la estructura se tratan los contenidos de APM? Que forman el llamado cuerpo del programa. Es decir, una vez termina la cabecera y el montaje inicial -que siempre siguen este mismo orden- comienza la primera parte de la sección *Els Millors*. Este ranking es muy característico del programa, tiene presencia en todos los capítulos pero los 5 videos que lo componen no se emiten seguidos, se van alternando con otras secciones durante todo el programa. Por lo que el cuerpo de APM? tiene una estructura cambiante en la que se alterna tanto el orden como la presencia del resto de secciones.

No todas las secciones se basan en el montaje de imágenes de otros programas, APM? incorpora también 4 secciones con contenidos originales. Dichas secciones son: *Homo APM?*, *La Televisió és Cultura*, *Pressing APM?* y *Ole Tu!!!*. Como se ha mencionado antes, son intermitentes, es decir, en un mismo capítulo solo aparecen dos de las cuatro. A parte de estas pero sin presencia fija, el cuerpo de APM? también lo forman: *Sputnik TV*, *APM? Tràiler*, *La Parabòlica*, *Encarats* y *El defensor de l'espectador*.

También hay partes del programa en las que habitualmente introducen parodias a otros programas o series de televisión, pero como tienen una presencia puntual y no reiterada, no figuran en este análisis. (En cambio, si que aparecen en los anexos del trabajo).

Els Millors

Descripción gráfica

Tras el montaje inicial comienza la cabecera de *Els Millors*. Esta cabecera la componen un rótulo con el nombre y los números romanos de un reloj antiguo que giran a toda velocidad hasta detenerse en el número correspondiente al video del ranking. La música de la sección es de tipo rock. Se caracteriza por ser una melodía guitarrera y con coros agudos y suaves de fondo.



Figura 21. Comienzo de la cabecera de *Els Millors*.



Figura 22. Captura de la ruleta del ranking.

Cada uno de los videos es presentado por una voz en *off* que, apoyada por la sintonía de la sección, introduce la pifia o momento más absurdo de la televisión durante la semana anterior.

Mientras la voz en *off* presenta el video, aparece una animación del reloj con números romanos de la cabecera de la sección. Los números y la saeta van girando como una ruleta hasta que la saeta se detiene en el número que corresponde al puesto del video en el ranking. Como los videos comienzan en orden decreciente y la sección cuenta con un total de cinco videos, el video presentado después del montaje inicial siempre está en el quinto puesto.



Figura 23. Captura del fotograma de la cabecera de *Els Millors* que indica la posición en el ranking del video que a continuación se va a reproducir.

Las imágenes escogidas para el ranking también aparecen reencuadradas. El grafismo del reencuadre tiene los mismos tonos que el reloj con números romanos de la cabecera. El reencuadre rodea la imagen excepto en su lado superior: en el lado derecho nos indica la posición que ha obtenido en el ranking con el pertinente número romano, en el lado izquierdo aparece el canal al que pertenecen las imágenes dentro de un televisor sujetado por una mano; y en la parte inferior leemos el nombre del programa que ha emitido esas imágenes.



Figura 24. Fotograma del 5º puesto más destacado del ranking de *Els Millors* del capítulo 403.

En cambio, las imágenes de archivo que no forman parte del momento seleccionado por APM?, es decir, los fragmentos añadidos al montaje original, tienen un grafismo similar pero que no incluye información.



Figura 25. Fotograma complementario en el montaje del ranking que no pertenece al momento original. Lo refuerza manteniendo el estilo gráfico de la sección *Els Millors*.

Duración y objetivo de *Els Millors*

La cabecera de *Els Millors* tiene una duración de 10 segundos; los videos que recopilan momentos de programas y reportajes habitualmente superan los 30 segundos. La función de este ranking es humorística: pues es una selección de opiniones absurdas o partes de reportajes en los que aparecen personas con afán de protagonismo, (que al no reflexionar sobre sus palabras acaban convirtiéndose en personajes burlescos de la televisión).

PRESSING APM!

Descripción gráfica

La sintonía de fondo de la cabecera es un tipo de rock con sonidos graves y batería, pero la voz en off y los efectos de sonido relacionados con el boxeo cobran protagonismo por encima de la música. La presentación comienza con una pared de ladrillos negros. Aprovechando una transición¹⁶, aparece un cartel marrón tratado con efectos de suciedad y de desgaste. Este cartel también tiene un par de calaveras ilustradas en los extremos y el siguiente texto:



Figura 26. Captura del fotograma del cartel con el texto: *PROGRAMA, PROMOCIONS TELEVISADES PER AL POBLE.*

De nuevo con una transición, le sigue otro cartel con las caras de dos luchadores enmascarados enfrentadas y el título de la sección. Mientras, la voz en off del presentador introduce la sección apoyado por los efectos de sonido de un cuadrilátero atestado de público.



Figura 27. Captura del fotograma explicado arriba de la sección *Pressing APM!*

A continuación aparece en el cartel un cuadrilátero de boxeo. Las letras con el nombre de la sección caen sobre el cuadrilátero desde la parte superior de la pantalla con un efecto de rebote hasta quedar asentadas en el centro del mismo.

¹⁶ Vocabulario técnico audiovisual referente al cambio de un plano a otro mediante el corte, el fundido entre ambos, etc.,.



Figura 28. Captura del fotograma descrito anteriormente.

La cámara hace un zoom sobre este fotograma hasta que es sustituido por otro cartel que surge desde la parte inferior de la pantalla. En este nuevo cartel aparece una ficha informativa del invitado de la sección con una imagen de su busto, la categoría de boxeo en la que participa y su nombre y primer apellido. Para completar la descripción, bajo sus datos personales aparece una cita del invitado que destaca su comportamiento o es algo que este ha dicho en algún programa en televisión.



Figura 29. Captura del segundo 13 de la cabecera de la sección Pressing APM!

Respecto a las técnicas de imagen que APM? utiliza, es pertinente mencionar el trabajo de postproducción que se lleva a cabo para este tipo de cabeceras. Se recurre a programas de creación y edición de imágenes que permiten añadir efectos gráficos creados por ordenador a imágenes de video grabadas de forma independiente. La posibilidad de fusionar ambas y una vez juntas, tratarlas con los mismos filtros y efectos, acaban sumando un resultado homogéneo del tratamiento de la imagen.

Por lo que al cuerpo de la sección *Pressing APM!* respecta, la entrevista se divide en varias partes para separar los temas sobre los que se habla con el invitado. Para diferenciarlos, utilizan transiciones basadas en los asaltos del boxeo que enlazan con imágenes del invitado comentando las anécdotas sobre las que se le pregunta. APM? mantiene la línea estética en las imágenes de la entrevista con el invitado y -aunque es material original del programa- aparecen reencuadradas en la misma atmósfera de boxeo de la cabecera. Es decir, con el marco de ladrillos y el logotipo¹⁷ con el nombre de la sección en la esquina inferior izquierda de la pantalla. La sección tiene varias músicas de fondo.

17 "En el grafismo televisivo que constituye la identidad de canal son de especial importancia los elementos de continuidad, es decir, todos aquellos elementos que contribuyen a formar parte de la identidad visual de canal, no sólo para promocionarla sino para enlazar los diferentes momentos de la emisión[...] De alguna manera, las moscas de televisión parecen habernos educado a mirar un logotipo como sello de identidad a lo largo del discurso televisivo." (CANOVAS y TOMÁS ,2005, p.45, 49). Fuente: <http://www.um.es/glosasdidacticas/GD13/GD13_06.pdf>. [Consulta 28 de agosto 2015].

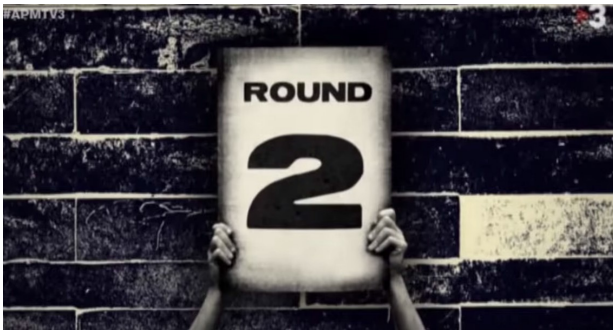


Figura 30. Captura del fotograma del segundo asalto.



Figura 31. Captura de uno de los fotogramas de la entrevista.

Duración y objetivo de *Pressing APM!*

La cabecera se extiende durante 13 segundos, el cuerpo de la sección suele llegar a los 3 minutos y finaliza manteniendo un plano como el fotograma de la figura 28 durante dos segundos. Su objetivo es destacar las pifias del invitado. Por lo que emite videos de sus pifias en la televisión y pretende conseguir pifias nuevas basándose en el tono improvisado de la entrevista. Además, en el montaje de la entrevista utiliza lo que en otro contexto serían tomas falsas y las incorpora al montaje final.

OLE TU!!!

Descripción gráfica

La base melódica de la cabecera esta compuesta por un ritmo rápido de guitarra eléctrica acompañada por efectos de sonido relacionados con medios de transporte. Aparece el planeta Tierra en el espacio y una bandera que sobresale situando Cataluña. Una nave, también con la bandera catalana llega con Peyu (el presentador de la sección) y la mujer que con su voz pone nombre a la sección (la mujer ha sido extraída de uno de fragmentos recurso que utiliza APM?). El planeta Tierra se acerca a la pantalla hasta que se funde con la nave espacial de Peyu que aterriza en una zona en la que van apareciendo edificios, coches y una señal de parking con el dibujo de la cabeza de un extraterrestre. La cabecera finaliza cuando los coches acaban desordenados en el espacio, entonces la mujer recita 'Ole tu!!!' dos veces seguidas, Peyu saca unos prismáticos y aparecen las letras que forman el nombre de la sección.



Figuras 32, 33 y 34. Capturas de los fotogramas principales de la cabecera de la sección 'Ole Tu!!!'.

Esta sección siempre tiene comienzo cuando aparece Peyu en un lugar público. Un grafismo con la forma de una señal de tráfico sale de la esquina inferior izquierda presentado a Peyu.



Figura 35. Fotograma de presentación de Peyu, el conductor de la sección 'OLE TU!!!'.

A lo largo de toda la sección hay una mosca con el logotipo de *Ole Tu!!!* en la parte inferior derecha. Al ser grabaciones en exteriores el encuadre de los planos no está alterado con un marco, solo aparecen reencuadradas las imágenes de archivo que introducen en el montaje con la grabación. Las imágenes de archivo son reencuadradas en un grafismo que recuerda material metálico que compone la estructura de los coches de choque en las ferias ambulantes de atracciones. Ese mismo material ha aparecido también en algún momento en la cabecera. La sección finaliza con un plano de la figura 34 y la voz de la mujer citando 'Ole tu!!!' de nuevo.



Figura 36. Fotograma de una imagen de archivo utilizada para complementar la sección 'OLE TU!!!'.

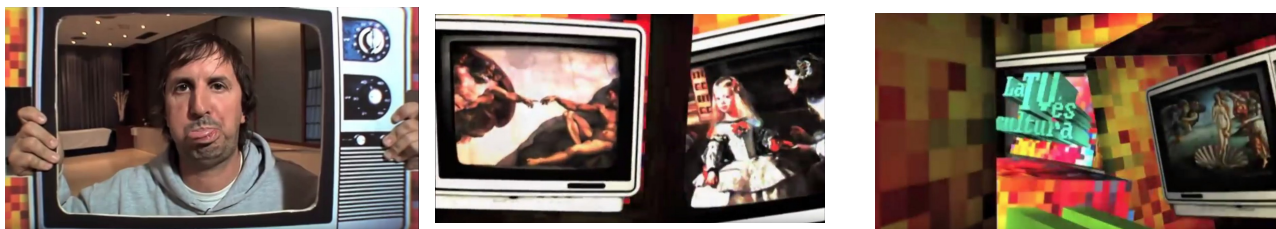
Duración y objetivo

La cabecera tiene una duración de 5 segundos y el cuerpo de la sección Ole Tu!!! dura alrededor de tres minutos. Tiene dos objetivos: por un lado, ridiculizar los errores urbanísticos de algunos ayuntamientos y por otro lado, conseguir sketches improvisados con la participación de los habitantes del pueblo.

LA TELEVISIÓN ES CULTURA

Descripción gráfica

Antes de emitir la cabecera, el invitado semanal aparece presentándose a sí mismo mientras sostiene una televisión de cartón que encuadra su busto. A continuación aparece la cabecera que tiene una sintonía compuesta por un bajo electrónico con ritmo rápido y con aire desenfadado. Durante ese tiempo, diferentes televisores que giran sobre sí mismos tienen en sus pantallas pinturas destacadas en el mundo de la historia del arte. Al fondo de estos planos aparecen lo que semejan *pixels* gigantes de varios colores. Es entonces, cuando el último televisor queda en el centro de la pantalla con un cubo geométrico en su interior con el nombre de la sección que gira sobre sí mismo. La cabecera finaliza cuando el cubo explota y los restos de las llamas y el humo se superponen a la primera imagen de la entrevista con el invitado.



Figuras 37, 38 y 39. Primeros fotogramas de la sección en los que el invitado se presenta y en seguida comienza la cabecera.



Figura 40, 41 y 42. Fotogramas finales de la cabecera con la transición a la entrevista con el invitado.

El cuerpo de la sección es una entrevista en la que está presente la mosca en la esquina inferior derecha. Esta mosca esta formada por las siglas 'T', 'V' y 'C' en un cubo que también gira sobre sí mismo. Todos los videos aparecen enmarcados en los *pixels* característicos de la cabecera.



Figura 43. Ejemplo de imagen de archivo alternada en la entrevista de la sección *La Televisió és Cultura*.

Duración y objetivo

La cabecera dura unos 6 segundos y utiliza el último plano al final de la sección durante 2 segundos para concluirla. *La Televisió és Cultura* no suele alcanzar los tres minutos de extensión y mantiene dos objetivos: la aparición de una celebridad que opine sobre los contenidos de la televisión actual y la forma de hacerlo en clave de humor.

HOMO APM?

Descripción gráfica

La sección es presentada con una extensa cabecera que permite contar una historia. Pero primero aparecen unas letras alertando a la población sobre el espécimen que va a aparecer en pantalla y un adelanto del montaje de la sección. Durante este montaje se muestra información referente al *HOMO APM?* superpuesta sobre las imágenes.



Entonces comienza la cabecera con su sintonía que es una melodía electrónica con un discreto coro de fondo. Las imágenes de la animación están tratadas con efectos de difuminado y los tonos verdes y grises se mezclan con blancos y negros. La temática que trata la cabecera de esta sección es sobre la evolución del mono, pero después de evolucionar al humano pasa a convertirse en el *HOMO APM?*. A continuación, el *HOMO APM?* aparece gesticulando y surgen

las letras con el nombre de la sección en la pantalla mientras una voz en *off* cita el título.



Figuras 46, 47, 48 y 49. Fotogramas de la cabecera de la sección HOMO APM?



Figura 50. Último fotograma de la cabecera de la sección.

Duración y objetivo

Homo APM? tiene la cabecera más larga de todo el programa, dura 45 segundos. La sección supera a menudo los 3 minutos. El *Homo APM?* acude a eventos y comercios haciéndose pasar por invitado o dependiente y se dirige a la gente utilizando exclusivamente expresiones que han aparecido en los montajes de APM? para comunicarse. Uno de los objetivos de esta particular cámara oculta es intentar hacer un gag¹⁸ que tiene su comicidad en el desconocimiento de “las víctimas” sobre el HOMO APM? y la situación en general. El guionista y actor que da vida a este personaje explica: “necesitamos que la víctima nos firme una autorización para que nos deje sacar su imagen en la tele. Hay veces que se niegan y entonces hay que volver a repetir el gag con otra persona.”¹⁹

Hasta ahora hemos analizado la presentación de las secciones fijas en todos los capítulos de APM? y de las secciones originales creadas por el programa. Como aclaración, indicar que Ole Tu!!! es la única sección presentada con un conductor; ya que en las entrevistas de *La Televisió és Cultura* y del *Pressing APM!*, el propio invitado da a entender las preguntas y no hay interacción con miembros del equipo de APM? Igualmente, *Homo APM?* Es presentada por un narrador en voz en *off*.

La lista que elaboramos a continuación, está compuesta por las secciones que no figuran como tales en la página web del programa, ni tampoco tienen presencia en todos los capítulos, pero mantienen su presencia en los capítulos.

APM? SESSIONS

Descripción gráfica

La cabecera se presenta con una sintonía *funk*. Al fondo de la imagen aparece una sala de fiestas nocturnas con la iluminación característica de estos lugares y un efecto de difuminado. En primer plano se distingue a un *DJ* pinchando, pero la cabeza del personaje original esta sustituida por la de uno de los personajes que el programa ha convertido en icono gracias a los montajes. Mientras

¹⁸ “aplicaremos el término de “gag” cinematográfico (o su equivalente castellano de “chiste filmico”) al mecanismo cómico desarrollado en una estructura dinámica, inserto en un relato mayor.” (CUÉLLAR, 1998, p.73)

¹⁹ EL BECARIO, (2010) Manel Piñero: “Mi peor momento es uno en el que los espectadores más han vibrado” en *El blog del becario*, 13 de diciembre. Fuente: <<http://blogs.20minutos.es/becario/2010/12/13/manel-pinero-mi-peor-momento-es-uno-en-el-que-los-espectadores-mas-han-vibrado/>> [Consulta 29 de julio 2015].

se escucha la sintonía de *APM? Sessions*, el personaje dice la frase con que el programa le mitificó: ¡una fiesta de la hostia!. En seguida, aparece el logotipo de *APM?* sobre luces de fiesta y fuegos artificiales y el nombre de la sección con las letras cambiando intermitentemente entre la gama de colores rosas y azules que tiene la atmósfera de la cabecera. La cabecera termina cuando los fuegos artificiales estallan y da paso al primer plano de la sección. El contenido de la sección está reencuadrado con grafismos similares a los de los montajes de inicio y cierre. Tras el cuerpo de la sección, vuelve a aparecer el plano de la cabecera con el logotipo del programa y el título '*APM? Sessions*' que se mantiene durante 3 segundos.



Figura 51. Captura del primer fotograma de la sección.

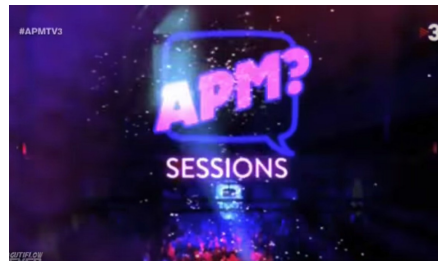


Figura 52. Fotograma con el nombre de la sección.



Figura 53. Captura del fotograma final de la cabecera.

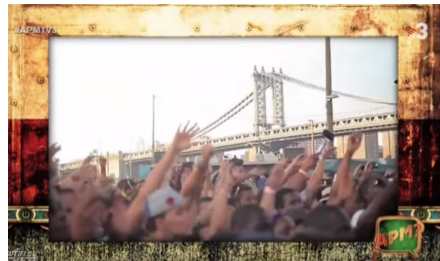


Figura 54. Fotograma del contenido de *APM? Sessions*.

Duración y objetivo

Esta sección tiene una cabecera que dura 5 segundos y utiliza el plano final de la cabecera con el logotipo del programa y el nombre de la sección durante 3 segundos para cerrar la sección.

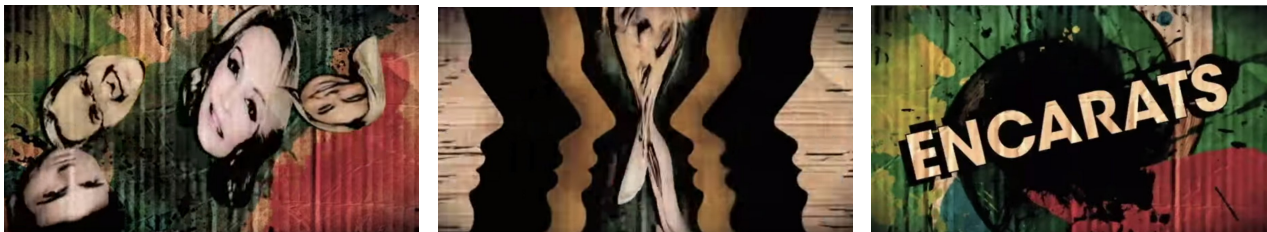
El objetivo de esta sección es dar un sentido cómico a una canción, discurso, etc., ya existente y burlarse de algún discurso o declaraciones de algún personaje conocido mediante la manipulación y la exageración.

ENCARATS

Descripción gráfica

Encarats comienza con un plano en el que las cabezas de personajes conocidos -frecuentes en esta sección- van cayendo de arriba a bajo de la pantalla con movimientos sinuosos. Todo sobre un fondo que se cubre progresivamente de colores y acompañado de una sintonía artificial, es decir, hecha con sonidos electrónicos, que recuerda a los videojuegos antiguos. Entonces aparecen unas siluetas del perfil de la cara que van surgiendo muy seguidas unas de otras y se desplazan desde los laterales hacia el centro de la pantalla simétricamente. Estos perfiles comienzan a enroscarse entre sí formando una espiral que acaba convirtiéndose en unas manchas sobre las que aparece el nombre de la sección. La sintonía de la sección también se mantiene cuando presentan a las diferentes parejas. Únicamente deja de escucharse en el momento de la fusión de los personajes. *Encarats* no cuenta con ninguna voz en *off* que la introduzca, a parte de la sintonía de fondo, solo tiene el audio de una de las personas protagonistas de cada pareja del montaje. Aquí sin embargo, se mantiene la imagen reencuadrada

en un marco con tonos y formas derivadas de la cabecera y siempre con la mosca de APM? en la esquina inferior derecha. Cuando finaliza el montaje con las tres parejas, vuelve a aparecer el plano con el nombre de la sección y su melodía.



Figuras 55, 56 y 57. Capturas de algunos fotogramas de la cabecera de 'Encarats'.

Duración y objetivo

La sección ronda los 30 segundos y se introduce mediante una cabecera de 4 segundos. Esta fusión pretende burlarse de ambas personas, ya sea por sus declaraciones, por sus actos recientes o por su consideración a nivel social.

APM? TRÀILER

Descripción gráfica

La cabecera es una imitación de la imagen corporativa de los estudios de cine *20th Century Fox*, con una música de orquesta que recuerda a la utilizada por dicho estudio cinematográfico. En esta imitación de lo alto de un edificio con focos, el nombre del programa y de la sección sustituyen al de la compañía estadounidense. El marco que encuadra el contenido de la sección es oscuro y sencillo y como es habitual incluye la mosca con el logotipo del programa. La sección se cierra manteniendo el mismo plano y la música de la cabecera durante 3 segundos.



Figura 58. Imagen utilizada por APM?



Figura 59. Imagen corporativa de la compañía FOX.

Duración y objetivo

La cabecera dura 5 segundos y el cuerpo de la sección oscila entre los 70 y los 110 segundos. Con *APM? Tràiler* tratan de hacer una versión cómica y exagerada manipulando alguna situación real conocida y relacionándola con una película de éxito.

LAPARABÒLICA

Descripción gráfica

La Parabòlica comienza con un primer plano de un satélite en movimiento emitiendo ondas y en segundo plano una vista aérea de una ciudad. En las siguientes partes, será una antena parabólica situada en diferentes partes del mundo la que emite las ondas. El texto con el título de la sección aparece y desaparece varias veces imitando los fallos de sintonización de las televisiones. El marco del contenido es de color azul con líneas onduladas: en la parte inferior izquierda tiene una antena parabólica con ondas que emite un pitido para diferenciar los videos de la sección; y en la parte inferior central aparecen los subtítulos. Utilizan efectos de audio como risas o aplausos para enfatizar las reacciones.



Figuras 60, 61 y 62. Fotogramas de la cabecera de *La Parabòlica*.

Duración y objetivo

La Parabòlica dura un minuto aproximadamente y se presenta con una cabecera de 7 segundos y después de los videos integrados en la sección, vuelve a aparecer el último plano de la cabecera con el mismo sonido durante 3 segundos. Los contenidos de la sección se alargan alrededor de un minuto.

El objetivo es alterar el significado del contenido aprovechando los subtítulos que APM? añade, ya que las imágenes originales están en idiomas extranjeros.

SPUTNIK TV

Descripción gráfica

Los videos utilizados en Sputnik TV se emiten dentro del marco básico para los contenidos que no son principales -el mismo que en APM? Tràiler-. La breve cabecera extraída del programa homónimo de TV3 mantiene la sintonía original.



Figuras 63, 64 y 65. Fotogramas de la cabecera Sputnik TV.

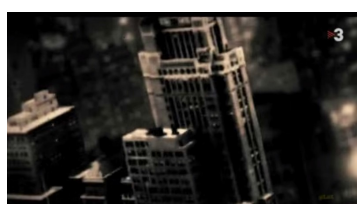
Duración y objetivo

Sputnik TV ronda el minuto de duración y utiliza un par de segundos de la cabecera del programa original del propio canal TV3 tanto para el inicio como para el final de la sección. El objetivo es burlarse de la imagen tradicional de algunos artistas y temas musicales mediante el cambio exagerado de estilo musical que utilizan en el audio.

EL DEFENSOR DE L'ESPECTADOR

Descripción gráfica

El defensor de l'espectador comienza con una cabecera en la que un superhéroe cruza un televisor sin sintonizar y el televisor explota. Un plano aéreo se va abriendo y vemos una ciudad con rascacielos donde también se produce una explosión. Entonces aparece la figura del defensor del espectador con traje de superhéroe y capa y unas letras con el nombre de la sección. La cabecera va acompañada de una sintonía musical épica y al final una voz en off dice el título de la sección. Durante la sección, las imágenes están reencuadradas dentro de un marco con los tonos de la cabecera y el superhéroe en la parte izquierda del marco; también indican el programa que critican con un rótulo informativo situado en la parte inferior.



Figuras. 66, 67 y 68. Fotogramas de la cabecera de *El defensor de l'espectador*.

Duración y objetivo de la sección

Esta sección dura aproximadamente 1 minuto y medio y la cabecera se extiende durante 10 segundos. La finalidad de la sección es hacer una recopilación de videos absurdos de algunos programas para ridiculizar algunos de los contenidos de la televisión.

C) Estructura de APM? Tercera parte: Video 1 *Els Millors* y *El Circ de la Tele*

La tercera y última parte en las que APM? Está estructurado la conforman el video número 1 del ranking de la sección *Els Millors* y *El Circ de la Tele*. Ya se ha hablado de la temática y función de los videos del ranking, que como también se indica, al ir en orden decreciente, el mejor considerado se emite al final del programa. Con este orden se cierre la sección con la que comienza el programa después del montaje inicial y además se enlaza con el montaje de cierre de programa con el que finalizan todos los capítulos. Como la descripción de *Els Millors* aparece en la segunda parte de la estructura, en esta tercera parte solo se describe el montaje de cierre.

***El Circ de la Tele* / Montaje de cierre de programa**

Descripción gráfica

La cabecera es una animación circense acompañada de música característica de feria que se extiende a lo largo de 10 segundos. Comienza con una antena parabólica girando sobre sí misma para buscar señal. La cámara se mueve hacia abajo iniciando un desplazamiento que permite ver que la antena está situada sobre una tienda de la feria que contiene el logotipo del programa en su interior. La cámara sigue desplazándose hacia atrás abriendo el plano en el que aparecen otras tiendas y atracciones de la feria como una noria. Al final el cartel de entrada aparece en primer plano con las palabras "CIRC" y "APM?" mientras una voz en off canta el nombre de la sección. A continuación, la cámara se desplaza rápidamente hacia un cartel en la misma entrada de la feria en el que pone "El circ de la tele". La última parte de la cabecera termina con un desplazamiento fugaz desde la entrada de la feria hasta la tienda con el logotipo del programa que aparece al principio.



Figuras 69, 70 y 71. Fotogramas de la cabecera de *El Circ de la Tele*.

Sin embargo, no siempre es la anterior cabecera la que introduce el montaje de cierre. A veces se presenta con una animación de 6 segundos que compuesta por una atmósfera y una música circense que es una versión alternativa a la primera cabecera.



Figuras 72, 73 y 74. Capturas de los fotogramas más representativos de la transición que introduce el montaje de cierre de programa.

Duración y objetivo

Esta sección ronda los 2 minutos de duración y es un montaje con los mejores momentos de la televisión semanal, ya sean errores en los discursos de periodistas y presentadores o cualquier otro tipo de momentos destacables. Tiene las mismas funciones que el montaje inicial, por lo que no volveremos a extendernos explicando el contenido.

Además de las categorizadas que hemos desarrollado hasta ahora, hay apartados eventuales del programa como *El tuit de la setmana*: una breve selección de una frase escrita en *twitter* por alguien conocido que aparece progresivamente como si estuviera siendo escrita a través de un teclado. También es interesante mencionar algunas transiciones que utiliza el programa como por ejemplo la animación *Vols sortir a l'APM?* Esta surgió a raíz de personas que sin ser famosas, se han dado a conocer debido al éxito que sus frases han generado en el programa. Tal fue la repercusión, que evolucionó gracias a personas que -aprovechando que estaban siendo entrevistados en otros programas o mostrando carteles y camisetas con la frase *Vull sortir a l'APM?* mientras asistían como público a programas de televisión- han conseguido su objetivo y han aparecido en alguno de los montajes de APM?

En último lugar, mencionar también la colaboración que la pareja cómica conocida gracias a Youtube como *Vengamonjas*, ha hecho en algunos capítulos entrevistando a gente por Barcelona.

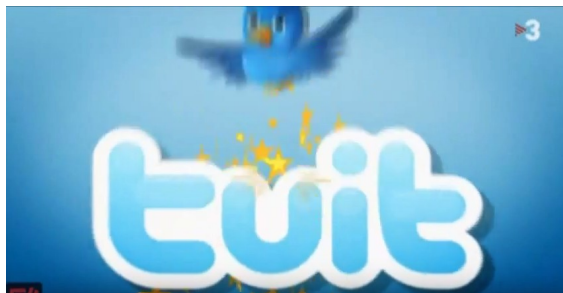


Figura 75. Fotograma de *El tuit de la setmana*.



Figura 76. Fotograma de fans de APM?

Tras el análisis de todos los contenidos de APM?, hemos observado lo siguiente:

- Que excepto el montaje inicial, las secciones siempre son presentadas mediante una cabecera con su propia sintonía.
- Por otro lado, las secciones que están basadas en la imitación de contenidos originales de otros programas, mantiene la cabecera y música originales y en todos los casos vuelven a utilizar un plano de la cabecera que se mantiene un par de segundos o tres para concluir. Además, las secciones más breves y sin presencia fija en todos los capítulos, tienen también cabeceras más breves.
- La única sección con presentador es Ole Tu!!!, el resto de contenidos del programa, incluidas las secciones con entrevista, son presentadas utilizando narrador con voz en *off* o simplemente sus cabeceras respectivas.

Las partes comentadas a lo largo del estudio forman la estructura principal de APM?, aunque los diferentes capítulos están compuestos también por parodias de distintos programas y series de los canales generalistas y la propia televisión catalana. Estos no son contenidos fijos pero APM? recurre a estas parodias en función del éxito o material que proporcionan dichas series y programas. Todo lo analizado antes, junto con los montajes de videos que se editan, son los ingredientes del programa.

2.3 ANALISIS DE LAS SECCIONES: REFERENTES CULTURALES DE APM?

Prosiguiendo con nuestro estudio acerca del estilo de APM?, nos disponemos ahora a encontrar referentes artísticos o creaciones anteriores al programa en las que las diferentes secciones de APM? se fundamenten. Como veremos en adelante, la corriente artística de las Vanguardias de principios del siglo XX, tiene una importante repercusión en el estilo de APM? Así pues, "Las corrientes artísticas de vanguardia comenzaron su andadura, en paralelo a otros movimientos sociales e ideológicos, siendo depositarias de un espíritu subversivo, creativo y emancipador, reflejado en la ruptura tanto con los cánones estético-culturales heredados como con la función que hasta entonces había tenido el arte. A partir de ahora el arte no se limitará sólo a la búsqueda de la belleza o a la representación del mundo, surgirán en su seno nuevas funciones histórico-sociales asociadas a la imagen del arte como agente de transformación social, como apertura de nuevas dimensiones ontológicas. En este sentido el arte moderno planteará una reflexión acerca del propio concepto de realidad, pues la función representativa y mimética respecto a lo real será desarticulada en virtud de una función ontológicamente productiva, no se trata ya, de reproducir aquello que recogemos a partir de los sentidos y la percepción, sino de producir realidad a partir de las actividades, técnicas y lenguajes artísticos: "El concepto de lo real que el nuevo arte concibe es ajeno a la realidad de cualquier experiencia. El nuevo artista no ve, no escucha, no siente, sino que regula los componentes puros y los componentes materiales de la composición plástica de un cuadro, la ciudad o la existencia con arreglo a las categorías lógicas y a sus reglas combinatorias". (CALDERÓN, 2005, p.3)

Cabecera: Análisis e interpretación

Desde el primer segundo, la cabecera muestra objetos con formas no lineales y una selección de colores fuertes y provocativos como es la gama cromática de los rojos, muy llamativos. En seguida aparecen las siglas APM? y volverán a hacerlo a lo largo de los 30 segundos de cabecera.

La silla APM? se desplaza rápidamente por el recorrido de las vías y a su alrededor van surgiendo numerosos objetos y formas que anteceden los contenidos que vamos a ver. Aparecen una serie de mensajes rápidos y efímeros.

Al presentar la máquina de juego el mensaje lúdico es reiterativo cuando la silla del espectador se convierte en una atracción de feria que se desplaza por escenarios diferentes. Esta parte del recorrido mantiene el tono lúdico y humorístico donde encontramos referentes a algunos videojuegos infantiles de los años 90 -como se ha comentado antes, también la música tiene ese estilo de pantalla de videojuego-. El caso más claro es el de un videojuego para televisión que Telecinco emitiría a partir de 1992. Recibía el nombre de Hugolandia²⁰ y su protagonista, Hugo, se iba desplazando por unas vías mientras sorteaba los obstáculos que encontraba en su camino.



Figura 77. Imagen del videojuego Hugolandia.



Figura 78. Imagen de la versión moderna del videojuego.

De manera que la cabecera de APM? Pone en situación al telespectador sin darle excesiva información para mantener el factor sorpresa de los montajes del programa pero indicándole el camino a seguir presentando un programa de entretenimiento.

De acuerdo con esto, es necesario remontarse a las vanguardias artísticas de principios del siglo XX para contextualizar los referentes de la técnica de montaje de APM? Concretamente, debemos mencionar a algunos de los artistas impulsores del movimiento Dadá²¹: la alemana Hannah Höch- que en 1916 realizaría el que se considera uno de los primeros collages abstractos; y el suizo Raoul Hausmann con sus fotomontajes experimentales.



Figura 79. Cut With the Kitchen Knife. Hannah Höch, 1919.

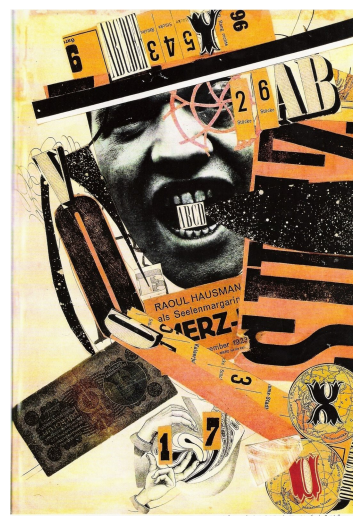


Figura 80. A,B,C,D. Raoul Hausmann, 1923.

Montaje inicial: análisis e interpretación

La sección comienza de manera directamente, sin presentación ni cabecera previas. Trata una noticia de actualidad que haya tenido gran repercusión durante la semana. Y mezcla las imágenes originales y la voz del periodista transmitiendo la noticia, con reacciones e imágenes de archivo o de otros programas en los que se comenta ese suceso. Por ejemplo, en algunos de los programas

20 Fuente: <<http://blogs.20minutos.es/videojuegos/2009/07/27/hugo-troll-del-telecupain/>>. [Consulta: 21 de agosto 2015]

21 Fuente: <<http://www.artehistoria.com/v2/contextos/5404.htm>> [Consulta: 7 de agosto 2015].

analizados, el montaje trata sobre la elección del Papa Francisco o la consulta de independencia en Cataluña. Aunque también puede ser una selección de algún momento televisivo gracioso y a raíz de una palabra o error de ese momento, se enlaza con otros en la misma línea humorística. Dependiendo de la relevancia y del material del que se dispone, el montaje tendrá mayor o menor extensión. Suele ir reforzado con efectos de sonido y elementos gráficos.

Paralelamente al collage y los fotomontajes, el francés Marcel Duchamp hacía las siguientes declaraciones sobre sus obras:

"Ya en 1913 tuve la feliz idea de montar la rueda de una bicicleta sobre un taburete de cocina y observar cómo giraba. Algunos meses más tarde compré una reproducción barata de un paisaje invernal y lo titulé 'Pharmacy', después de haberle agregado dos pequeños redondeles en el horizonte, uno rojo y otro amarillo. En Nueva York, en 1915, compré en una tienda de viejo una pala para nieve y le agregué esta inscripción: 'In advance of the broken arm'. Fue más o menos por entonces cuando se me ocurrió la palabra '**ready-made**' para designar este tipo de manifestaciones [...] la elección de esos ready-mades jamás me ha sido dictada por un placer estético. Dicha elección siempre está basada en una reacción de indiferencia visual, al mismo tiempo que en una ausencia total de buen o mal gusto...Una característica importante es la breve frase que a veces escribía en los ready-mades. Esta frase, en lugar de describir el objeto a la manera de un título, estaba destinada a encauzar la mente del espectador hacia otros ámbitos más verbales[...] Otro aspecto de los ready-mades es que no son objetos únicos[...] La reproducción de un ready-made transmite el mismo mensaje[...]; en realidad, casi ninguno de los ready-mades que existen hoy día es un original en el sentido convencional del término".²²



Figura 80. Marcel Duchamp, Roue de bicyclette, 1951.

Aunque podemos considerar estas obras vanguardistas como los primeros referentes en la historia de la ideosincrasia de APM?, no son los únicos. "En 1956, la evolución del pensamiento de algunos de estos intelectuales europeos acabaría formando el movimiento Internacional Situacionista. Esta corriente "hay que entenderla en su conjunto de producción artística, fílmica, teórica y política[...] Por otro lado no existe propiamente una pintura o un cine situacionista, sino un uso situacionista de estos medios. La Internacional Situacionista fue un grupo artístico de vanguardia y por tanto actuaba desde el trabajo cultural. Las estrategias culturales estaban pensadas como instrumentos de transformación radical. O en palabras de Walter Benjamin, como contribuciones a la revolución desde la práctica cultural. La cultura, por tanto, no será sólo un mero reflejo de lo existente sino crítica y prefiguración de formas organizativas nuevas[...] La principal estrategia cultural situacionista es el desvío o détournement que proviene del collage dadaísta y surrealista. Consiste en el desvío (copia alterada) de imágenes, textos, o hechos

²² Charla pronunciada en el *Museum Of Modern Art*, Nueva York, el 19 de octubre de 1961. Publicada en *Arts and Artists*, 1- 4 (julio 1966). Fuente: <<http://www.artehistoria.com/v2/contextos/5402.htm>> [Consulta: 7 agosto 2015].

concretos hacia su utilización en situaciones subversivas. La fuente principal, pero no única es la cultura de masas. La técnica del *détournement* pretende un doble objetivo: por un lado poner de manifiesto el carácter ideológico de la imagen en la sociedad de masas y del papel que en ella tiene el arte, y por otro reutilizar esa misma imagen para un uso político crítico. Desde una perspectiva pictórica, el momento clave del *détournement* se produjo alrededor de 1959 cuando el pintor y miembro del situacionismo (aunque más tarde expulsado) Pinot Gallizio expuso sus “pinturas industriales” y Jorn sus “modificaciones” (antes comentadas), ambos en París. En su exposición, Pinot Gallizio cubrió totalmente la galería René Drouin con rollos de tela pintada en un estilo próximo al del *action painting*. Además añadió luces, sonidos, espejos y olores para crear un ambiente total. Lo que pretendía Pinot Gallizio era plantear dos ideas: en primer lugar la alegría del juego que podía aportar la automatización alejada de su lógica capitalista, en segundo lugar la parodia del mundo presente de la producción y el consumo, ya que las obras no sólo se vendían por metros, sino que estaban realizadas en una simulación de cadena de montaje con máquinas de pintar y aerógrafos.” (ONTAÑÓN: 2012).



Figura 81. Pinot Gallizio, Pinturas industriales, 1959.



Figura 82. Asger Jorn, The Disquieting Duckling, 1959.

Así pues, Guy Debord, uno de los protagonistas de la Internacional Situacionista, habla de los términos “desvío” y “tergiversación”, y propone la subsecuente explicación:

“Podemos definir en primer lugar dos categorías principales de elementos desviados, sin considerar si la yuxtaposición va acompañada o no de rectificaciones introducidas en los originales. Son las tergiversaciones menores y las tergiversaciones fraudulentas. La tergiversación menor es la de un elemento que no tiene importancia en si mismo, de manera que produce todo su significado en el nuevo contexto en que ha sido ubicado. Por ejemplo, un recorte de prensa, una frase neutra, una fotografía de un lugar común. La tergiversación fraudulenta, también llamada tergiversación propositiva premonitoria, es por el contrario la tergiversación de un elemento intrínsecamente significativo, que adquiere un sentido diferente en el nuevo contexto. Un slogan de Saint-Just, por ejemplo, o una secuencia de Eisenstein. Las obras tergiversadas en sentido amplio estarán así compuestas de una o más secuencias de tergiversaciones fraudulentas o menores.”²⁴

24 Artículo “Métodos de tergiversación” de Guy Debord y Gil J. Wolman, publicado originalmente en *Les Levres Nues*, #

Teniendo en cuenta toda esta información, observamos que el collage y la tergiversación de la que habla Debord, son en su forma primitiva, los métodos que utiliza APM? Al descontextualizar imágenes y añadirlas sobre fragmentos de imágenes que rescata; o simplemente juntándolas como haría Debord en su obra 'Rueda de bicicleta' (figura 80). Además, este tipo de montajes tienen una función paródica y de protesta basada en una alteración de la realidad como forma de crítica.

Els Millors: análisis e interpretación

Los diferentes momentos aparecen intercalados a lo largo del programa por orden decreciente. El puesto número 5 suele aparecer tras el montaje de inicial o poco tiempo después y el resto se alternan con los diferentes montajes y secciones. El catalogado como mejor video, es decir el número uno del ranking, antecede al montaje de cierre de programa.

El objetivo de este apartado es recopilar los momentos más cómicos de la televisión a lo largo de la semana anterior. Pueden ser evidentes o absurdos, pero su función es siempre humorística. Posiblemente esta sección es la que tiene una herencia más directa de los programas de *zapping*, ya que los videos son los más neutrales. Es decir, están menos alterados por el montaje de APM? ya que el momento seleccionado se supone cómico en sí. Las imágenes añadidas más que generar nuevas situaciones, enfatizan la original.

Seguidamente, se describe el estilo gráfico de las secciones que figuran en la página web oficial. Las cuatro secciones, que ya han sido mencionadas antes, ahora son sometidas a un análisis del diseño que APM? utiliza para presentarlas. Luego se estudian sus referentes y sus funciones a nivel narrativo.

Pressing APM!: análisis e interpretación

Durante los cuatro asaltos en los que se divide la entrevista, una persona conocida por sus apariciones en televisión, es invitada para comentar sus propias pifias o momentos tensos de los que ha sido protagonista. Al recordar ciertos momentos, repite algunas de las frases que han cobrado más importancia y responde a las preguntas del equipo. Es un tipo de entrevista en la que el invitado tiene todo el protagonismo ya que ningún miembro del equipo aparece y se deducen las cuestiones que tratan por los videos que las preceden. El programa aprovecha el buen humor de algunos de los invitados para generar nuevos momentos cómicos y que los invitados continúen riéndose de ellos mismos. La sección tiene una duración aproximada de tres minutos. De este modo, se consolida la imagen desenfadada de APM? y la presencia del famoso es una invitación para la audiencia.

Como referencia a esta sección nos remontamos a los orígenes del término *cameo*: "Fue precisamente en el teatro donde se originó la costumbre de llamar **cameo** a la aparición fugaz de algún personaje famoso." (LÓPEZ: 2013).

Ole Tu!!!: análisis e interpretación

En cada programa, Peyu va en busca de negligencias urbanísticas por toda la provincia de Cataluña y también comenta con los oriundos de la zona algunas partes del mobiliario urbano que

8, mayo 1956. Traducción de *Industrias Mikuerpo* incluida en *Acción directa en el arte y la cultura*, Madrid, *radikales livres*, 1998.

Fuente: <<http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/page14.html>> [Fecha de consulta: 4 de agosto 2015].

por su situación o forma parecen poco prácticas. La participación de los locales es muy importante en la sección ya que la grabación es en sitios públicos y los puntos fuertes de Ole Tu!!! son la espontaneidad de la gente y el humor improvisado del presentador. Desde el principio, la cabecera muestra objetos urbanos desordenados. Objetos como la nave espacial o el reencuadre sobre el material metálico de los coches de choque introducen el principal mensaje que la sección va a desarrollar: la inverosimilitud. Primero nos conducen a una situación que parece inverosímil para acabar riendo sobre esa misma situación. Aquí APM? mantiene su tendencia humorística integrando lo que se puede considerar un reportaje protesta.

Evaluando todo lo anterior -el estilo del presentador, la importancia de la improvisación, la participación ciudadana y la denuncia satírica-, tiene sentido encontrar en el programa de los años 90 *Caiga Quien Caiga*²⁵, un referente de esta sección. Parte de un artículo de la Dra. Paulina Beatriz Emanuell expone lo siguiente: “¿Dónde está la diferencia con los telenoticieros clásicos?. En un cambio de perspectiva en el tratamiento de la información, la edición, el anuncio de las noticias y los comentarios posteriores de los presentadores en el piso que transforman e invierten los sentidos transformándolos en contenidos humorísticos, a través de la ironía que a veces roza el sarcasmo.

En realidad, el "respeto" a ciertos aspectos del género, no hace sino acrecentar los efectos paródicos. De hecho, la parodia como forma intertextual efectúa una superposición de textos (8). De modo que estas convenciones del género, incluso cuando exageran sus saludos al inicio del programa o cuando colocan maniqués de periodistas famosos detrás de los presentadores, en realidad están reforzando el género burlado.”²⁶

La Televisió ès Cultura: Anàlisis e interpretació

El programa invita a una persona que participa o presenta algún programa de televisión y le hacen una entrevista sobre lo que opina de los contenidos del mundo televisivo. El propio nombre de la sección da pie al sarcasmo ya que los invitados critican o apoyan los contenidos del mundo televisivo actual con total libertad. Además, les muestran fragmentos de videos -con particularidades absurdas, cómicas e incluso excéntricas- emitidos en televisión para que los comente. Es un tipo de entrevista que facilita a la improvisación del invitado. Hacia el final de la sección el protagonista imita algún video emitido en APM? y a continuación emiten el video original. Termina con una breve despedida del invitado sujetando el televisor de cartón de nuevo. Toda la sección es una mezcla de imágenes de la entrevista con videos a los que se hace alusión o refuerzan el montaje.

Homo APM?: Anàlisis e interpretació

El HOMO APM? se desplaza a diferentes tiendas y lugares públicos en los que pretende ser un empleado o un curioso. Se dirige a la gente únicamente con palabras y frases que han salido en los videos del programa. Trata de tener una conversación con la gente (que desconocen al personaje) y suelen crearse situaciones absurdas, cómicas y desastrosas. Es una versión de las bromas de cámara oculta. En el montaje final aparecen los videos del HOMO APM?²⁷ y paralelamente, los videos originales de los que toma las frases.

25 Formato original de la televisión argentina que contaba las noticias de actualidad en clave de humor y en el que destacaba el carácter ácido y la capacidad de improvisar de sus presentadores.

26 EMANUELL, P.B. (1998). *Recepción televisiva y adolescentes. El programa "Caiga quien caiga" producido en Argentina y las prácticas políticas de los adolescentes* en *Revista Latina de Comunicación Social*, 6 de junio. Fuente: <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/76pau.htm>> [Consulta: 14 de agosto 2015].

27 El Homo APM? es encarnado por uno de los guionistas del programa, Manuel Piñero. Fuente: <<http://blogs.20minutos.es/becario/2010/12/13/manel-pinero-mi-peor-momento-es-uno-en-el-que-los-espectadores-mas-han-vibrado/>> [Consulta: 12 de agosto 2015].

Los referentes de este tipo de cámara oculta se remontan a la televisión americana de finales de los años 40. Un artículo²⁸ del asistente del director ejecutivo de WGAW explica que la televisión basada en el reality tampoco era una novedad entonces. Allen Funt creó en 1948 el programa de cámara oculta llamado *Candid Camera* y por ello es considerado el pionero en este género televisivo. De hecho, comenzó un año antes con la versión radiofónica llamada *Candid Microphone*. En 1950, otro programa titulado *Truth or Consequences* también utilizaba cámaras ocultas. Estos dos primeros programas crearon una serie de realidades artificiales para ver cómo la gente normal reaccionaba.

Además, este referente igual que APM?, tuvo su versión inicial en la radio y luego pasó a la televisión.

APM? Sessions: Análisis e interpretación

Tras la cabecera, comienza un montaje de parte de las imágenes de un discurso -normalmente de un político-, que se manipulan utilizando la repetición, el corte y otros efectos mediante los que consiguen que la persona protagonista de APM? Sessions haga un discurso a gusto de los montadores y siga el ritmo de la canción que acompaña en el montaje. La canción elegida suele ser bastante conocida y también añade efectos de audio que no están en la música original. Habitualmente combinan estos planos con imágenes de archivo en las que sale gente bailando o con planos con personas que hacen creer que miran al personaje protagonista del video en cuestión.

La sección suele terminar con un último plano sin música de alguien que opina sobre la canción. Este último plano está descontextualizado, ya que en el video original la persona opina sobre otro asunto.

Como referente de esta sección, hay que remontarse a finales de la década de 1940 cuando el ingeniero Ron Diggins desarrolla la primera mesa de mezclas de sonido. En un artículo publicado en el *Boston Standard* encontramos una entrevista al ingeniero en la que se explica cómo Ron Diggins comenzó a hacer pruebas de sonido mezclando música y voces por encima de algunas bases musicales. Sería en 1949 cuando inventó la *Diggola*: una cabina móvil para DJ, con un diseño basado en los tenderetes de música de la era del jazz. Era un mezclador casero con luces, micrófono, amplificador y altavoces. En su 90 cumpleaños, el ingeniero declaró “Yo no he inventado nada, he dado a cosas que ya existían un uso diferente, eso es todo”.²⁹

Encarats: Análisis e interpretación

En esta sección aparecen dos personajes conocidos que suelen tener presencia en la televisión actualmente. Mediante efectos visuales y tratamiento de imágenes, fusionan sus caras manteniendo la voz original de uno de ellos y el cuerpo del otro. Así pues, la cara es una fusión en la que destaca el rostro del que no habla sobre el diálogo del otro. No obstante, antes de mostrar la fusión, se presenta una imagen sin distorsionar de ambos en la pantalla con sus nombres y apellidos.

28 Traducción del artículo *The Real History of Reality TV Or, How Allen Funt Won the Cold War*, de Charles B. Slocum. Publicado en la página web *Writers Guild of America*. <<http://www.wga.org/organizesub.aspx?id=1099>> [Consulta: 14 de agosto 2015].

29 Traducción de parte del artículo de Frank Broughton “Dig This: Ron Diggins and The First Mobile Djs” en *Djhistory*. <<http://www.djhistory.com/features/dig-this-ron-diggins-and-the-first-mobile-djs>> [Consulta: 12 de agosto 2015].



Figura 83. Los personajes antes de ser fusionados.



Figura. 84 Fotograma del Encarats Rajoy/P. Iglesias.

En la búsqueda de referentes a esta técnica, necesariamente hay que recurrir al proyecto fílmico que Guy Debord llevó a cabo basado en su libro *“La sociedad del espectáculo”*. “Lo extraordinario de Debord es que no contento con publicar su libro en 1967, se decidió seis años después a transformarlo en una película. Pero ¿cómo se puede traducir al lenguaje cinematográfico un texto teórico de alto contenido sociológico y filosófico? La respuesta está en el *détournement* aplicado al cine experimental o anti-cine. Para muchos historiadores, las películas de Debord constituyen una de las mejores aplicaciones de la técnica del desvío situacionista.

La película *“La sociedad del espectáculo”*, escrita y dirigida por él mismo, se estrenó en 1973. Tiene una duración de unos ochenta minutos, rodada en blanco y negro, constituyó el quinto trabajo cinematográfico de su autor. Está formada por una serie de imágenes y secuencias cinematográficas “desviadas” de documentales, anuncios televisivos, cintas eróticas, o películas de autores importantes de la historia del cine como John Ford, Nicholas Ray, Orson Wells y otros, montadas de manera totalmente discontinua con la finalidad de provocar en el espectador un impacto visual que no sólo corrobore las ideas expuestas, sino que le empuje hacia la acción. Toda la película está articulada por una voz en off masculina que lee extractos directamente del libro. No hay una correspondencia directa entre el tema del texto leído y las imágenes. Cuando habla de urbanismo no aparecen necesariamente ciudades. Más bien se trata de la unión en el tiempo de dos tipos de fluidos: uno verbal, sonoro y otro visual. Juntos forman una anti-película fascinante en la que el propio espectador, por su pasividad, no está exento de crítica. (En uno de los carteles se afirma que el mundo ya ha sido suficientemente representado y que ahora lo que hay que hacer es transformarlo)”. (ONTAÑÓN: 2012).

APM? Tràiler: análisis e interpretación

Esta sección toma fragmentos de películas conocidas y mezcla en el montaje planos originales de una película concreta con planos de archivo de personas que son noticia en España. Sobre los planos de archivo a veces doblan las voces con las de los diálogos de la película incluyendo también los efectos de audio y música del film. Al final del montaje, que suele llegar al minuto de duración y a menudo lo supera, aparece el plano original con el nombre de la película o trucado con el nombre de la versión creada por APM?

Para terminar de comprender los referentes del estilo APM? considero oportuno citar parte de una ponencia de la crítica de arte y cine Joana Hurtado³⁰ en que la explica lo siguiente:

“En cuanto al audiovisual, la apropiación de imágenes en movimiento se denomina *found footage*, literalmente “metraje encontrado”, es decir, material ajeno o preexistente, de dominio público o no (sacado del cine comercial, de la televisión, de documentales históricos, científicos o educativos, películas familiares o amateurs, pornografía, etc.), que más que encontrado se toma prestado o

³⁰ Joana Hurtado es crítica de arte y de cine y comisaria independiente. También coordina el Programa de Artes Visuales de Can Felipa del Ayuntamiento de Barcelona.

roba para otorgarle un nuevo significado. En otro contexto discursivo, la objetividad de la imagen se infecta o explota (contrariamente a los documentales de archivo), y por eso decimos que es una práctica metareferencial que supone una crítica al propio medio, para utilizar el mismo lenguaje que cuestiona. El primer uso de una imagen ajena en el cine se acostumbra a situar en 1929, con el escorpión que aparece a primeros del film *Chien andalou* de Buñuel y Dalí. En cambio, la primera película entera hecha a partir de otra es *Rose Hobart* (1936), realizada a partir de *East of Borneo* (1931) por el artista, maestro del collage y cineasta experimental Joseph Cornell. El efecto sensual que le otorga Cornell en base de retardar la velocidad, añadir un filtro violeta y música de samba, se suma a un montaje no narrativo, inconexo, surrealista. Después venden las películas de los letristas y los situacionistas mencionados anteriormente, encabezados por Isidore Isou (*Traité de bave et d'éternité* 1951), René Viénet (*La dialectique peut-elle casser des briques?*, 1972) y Guy Debord, uno de los principales teóricos del *found footage*, con manifiestos como "*Le détournement*" ("desvío") que firmó con Gil J. Wolman en 1956 y donde reivindicaba la apropiación de imágenes para mostrar el carácter subversivo, cosa que, como veremos a continuación, también llevó a la práctica. Con la invención del vídeo el *found footage* se difunde, hasta hoy, que toma forma de largos, cortos, trailers, videoclips o instalaciones, ya sea para espacios de arte, cines o Internet. La distinción entre arte/artistas (vídeo de artista o videoart) y cine/cineastas (experimental o de autor) se difumina, hasta "desprofesionalizarse" completamente por la supuesta intrusión del internauta.

Las películas de *found footage* se acostumbran a clasificar por los nuevos usos y significados (poético, cómico, crítico, analítico, etc.) y por la técnica empleada, es decir, el nivel de manipulación ejercido sobre el material apropiado. En este último caso, dejando de lado el sonido, que ocuparía toda otra sesión, se distinguen tres grandes prácticas: recuperar o rescatar (el gesto es la elección, sin manipulación: las obras se muestran enteras o sin retocar), remontar (las obras son reelaboradas a través de nuevos montajes: con cambios en el tempo -retardado o acelerado-, bucles, repeticiones, recopilaciones de un mismo gesto o motivo temático, superposiciones o cambios en la imagen -invertir, reencuadrar, agrandar o refilmar-, etc.) y finalmente manipular (intervenir sobre el material: de forma física-química sobre el celuloide o con retoque digital) para alterar el aspecto (visual o textural) y, a menudo, para integrarlas en una estética propia." (HURTADO, 2013).³¹



Figura 85. Versión de El Señor de los Anillos de APM?

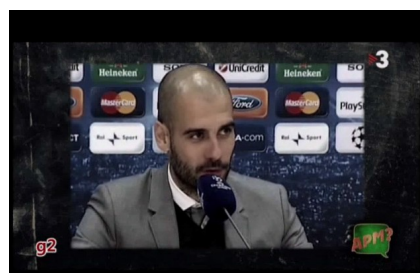


Figura 86. Pep Guardiola como protagonista de la versión.

La Parabòlica: análisis e interpretación

Es una sección en la que emiten fragmentos de programas o entrevistas de canales extranjeros y aprovechan los subtítulos que introduce el programa en catalán para alterar el mensaje y darle un sentido cómico a lo que dicen/cantan.

31 Fuente: <<https://elproyectordecolectania.wordpress.com/category/comisarios/joana-hurtado/>> [Consulta: 6 de agosto 2015].



Figuras 87 y 88. Fotogramas subtítulados de *La Parabòlica*.

En este apartado, recurrimos a las teorías de Gérard Genette, que el profesor de la Universidad de Burgos Francisco Quintana Docia trata en un artículo: “Parodia estricta: transformación de una obra en otra manteniendo el estilo elocutivo (frecuentemente las mismas expresiones) y la fábula de un texto elevado o serio, con cambios macroestructurales temáticos de carácter degradatorio, al menos de diégese en su vertiente de cambio de la condición —rango social y ocupación— de los personajes (éstos también suelen cambiar de nombre). Por supuesto, en toda parodia la degradación de condición de los personajes, además de soler ir acompañada de cambio de marco espacio-temporal y de la modificación de algunos aspectos o detalles pragmáticos —de las acciones y conductas—, lleva consigo la transposición de las acciones y objetos del texto de origen a otros homólogos pero en ese nivel bajo[...] Escasean los ejemplos de obras de cierta extensión que obedezcan con fidelidad al principio de ruptura del decoro de la parodia estricta (personaje u objeto bajo /estilo elocutivo elevado que lo expresa). Le Chapelain décoiffé (hacia 1664) es una parodia —realizada por Boileau, Racine y alg un autor más— de cuatro escenas del primer acto de *Le Cid* (1636) de Comeille. La anónima *Carajico-media* (1519) es una parodia del *Laberinto de Fortuna* (1444) de Juan de Mena[...] Travestimiento (régimen satírico o burlesco): transformación de una obra en otra manteniendo en sus aspectos esenciales la fábula de un texto elevado o serio y los personajes con sus nombres y condición —realizando las mismas o en algún caso homólogas acciones—, con cambio de estilo elocutivo de carácter degradatorio (o sea, con lenguaje y estilo coloquial, vulgar u otro). Este cambio elocutivo verbal comporta el cambio, reducción, o amplificación de algunas acciones, situaciones y elementos temáticos... Ej.: *Virgile travesti* (1648-1652), de Scarron, es un travestimiento de varios libros de *La Eneida*, reescrita en estilo elocutivo vulgar (métricamente en octosilabos). *El Tenorio Modernista* (1906), de Pablo Parellada, es un travestimiento, con los personajes del *Tenorio* de Zorrilla emitiendo sus textos en saturado lenguaje modernista (a la vez, pues, pastiche satirico del estilo modernista)”. (QUINTANA DOCIO, 1990, p. 174-175).

Sputnik TV: análisis del contenido

Sputnik TV es una sección basada en el programa de documentales musicales de la televisión catalana que tiene el mismo nombre. Utiliza videos de grupos y cantantes, seleccionando temas que han pasado de moda y cambia la música original por canciones de actualidad. Así, trata de simular que estos artistas son los intérpretes de los temas modernos.

En esta sección acudimos a la corriente artística del pop-art como referente. Principalmente por dos razones: por un lado es un arte basado en la cultura popular, es decir que utiliza personajes u objetos con relevancia social o cotidianos como protagonistas. Por otro lado por el uso frecuente

del collage en sus obras del que ya hemos hablado.

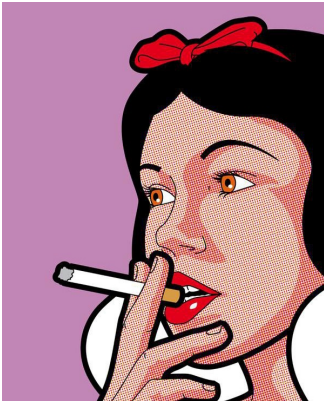


Figura 89. Ejemplo de obra Pop Art.



Figura 90. Video de Montserrat Caballé y audio alterado con música electrónica de discoteca en la sección *Sputnik TV*.

El defensor de l'espectador: análisis del contenido

La sección recopila algunos programas de televisión con mala consideración social y los intercala con un montaje de imágenes en las que diferentes personas tienen reacciones u opinan en entrevistas callejeras.



Figura 91. Captura de un fotograma de la sección *El defensor de l'espectador*.

Los referentes de esta sección coinciden con los de *Els Millors*.

El Circ de la Tele/montaje de cierre de programa: análisis del contenido

La sección ronda los 2 minutos de duración y es un montaje con los mejores momentos de la televisión semanal, ya sean errores en los discursos de periodistas y presentadores o cualquier otro tipo de momentos destacables. Esta cabecera es la que da paso al montaje de cierre de programa que ha sido analizado al principio. Como se ha señalado con anterioridad, tiene las mismas funciones que el montaje inicial, por lo que no volveremos a extendernos explicando el contenido.

Dado que *El Circ de la Tele* introduce el final del programa con su respectivo montaje de cierre, coincide en contenidos y también en referentes con el montaje inicial.

3. INFLUENCIA DE APM? EN OTROS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

Teniendo en cuenta la sociedad de tendencias actual, cabe señalar lo que ocurre cuando algo funciona. Al principio de este estudio aparece una imagen con los datos de audiencia y share de APM? desde que comenzó. Además se ha mencionado la existencia de APM? Extra que como se ha comentado en su momento, es el APM? de los domingos por la tarde. Considerando los datos de audiencia y la emisión del programa ininterrumpidamente a desde 2004 hasta la actualidad, observamos que APM? es un programa consolidado.

Dicho esto, es interesante destacar dos programas de televisión presentes en la programación actual que han recibido una influencia importante del estilo que marca APM? Estos programas son *El Intermedio* y *Top Trending Tele*, ambos emitidos en la cadena La Sexta de AtresMedia Corporación. En el caso de *El Intermedio* la influencia es parcial puesto que es un formato distinto a APM? y aplica el estilo de este sólo en partes concretas. Por lo que a *Top Trending Tele* respecta, es un formato muy similar a APM?, con poco más de dos años de existencia. A continuación se aclaran las influencias que han recibido cada uno de ellos.

3.1 EL INTERMEDIO

Este programa comenzó a emitirse en marzo de 2006 y continua de lunes a jueves como uno de las principales opciones de la franja horaria que precede al prime time. Además de que sus emisiones semanales son muy superiores en número a las de APM?, es un formato completamente diferente: cuenta con un presentador con mucho protagonismo que se encarga de conducir el programa y también participan varios colaboradores. Además es un programa en directo por lo que la preparación y la forma de trabajar son distintas.

A parte de esto, el formato cuenta las noticias siempre respaldándose en el humor. Destacan la sátira en los guiones y las características de los presentadores más que la edición de los videos. Entre otros contenidos, *El Intermedio* utiliza videos para completar las noticias que tratan. A diferencia de APM?, los videos y reportajes de *El Intermedio* siempre son presentados por el conductor del programa -El Gran Wyoming-.

Los primeros montajes de imágenes comenzaron durante el proceso electoral de 2008, cuando *El Intermedio* editó un video mezclando fragmentos de declaraciones de Mariano Rajoy, de Jose Luis Rodríguez Zapatero y de Jose Ortega Cano -este último en un programa de prensa rosa-. El montaje tuvo éxito en internet y se convirtió en el primero de los muchos que se emiten en cada programa. A día de hoy, esos montajes han evolucionado y *El Intermedio* edita videos de pocos segundos que inserta antes de dar paso a las pausas publicitarias.



Figura 92. Fotograma de uno de los montajes del año 2008 con Jose Luis Rodríguez Zapatero como protagonista.

Tras este montaje vendrían otros con los mismos y otros protagonistas pero empleando la misma técnica que APM? ha consolidado: por un lado el apropiacionismo de imágenes originales de otros medios y por otro el *détournement*, la tergiversación, la composición alterando el orden y descontextualizando obras para crear un nuevo sentido.

3.2 TOP TRENDING TELE

Actualmente Top Trending Tele está emitiendo su tercera temporada. A diferencia de APM?, se emite de lunes a jueves y tiene una duración aproximada de 50 minutos. Comenzó en horario de sobre mesa, pero ahora su hueco en la parrilla precede a El Intermedio y ocupa su horario cuando este último no se emite.

Por lo que al formato respecta, se puede afirmar que tiene una herencia directa de APM?, puesto que lo imita en la temática y en la forma. El formato de Top Trending Tele sigue las pautas de APM?: no tiene presentador, todo el programa es una selección de imágenes y videos que tratan de hacer un repaso a la actualidad en clave humorística mediante el ensamble y descontextualización del material audiovisual. El método es el mismo, así como la presentación: la metodología del programa consiste en la selección y organización creativa de fragmentos de videos. Y la puesta en escena que se hace de estos mediante el desarrollo gráfico, la voz en off, los efectos de audio y la música del programa. Dicho esto, la diferencia más evidente entre Top Trending Tele y APM? es que el primero no sólo utiliza material emitido en televisión: se abastece también de videos de internet y redes sociales. Además, la organización de los contenidos es más sencilla, en lugar de tener diferentes secciones con distintas características, establece un ranking de los mejores videos para cada categoría y delimita las categorías en base al origen de los videos -televisión, internet, redes sociales...-.



Figura 93. Fotograma puesto 5 ranking Top Trending Tele.



Figura 94. Fotograma puesto 5 ranking APM?.

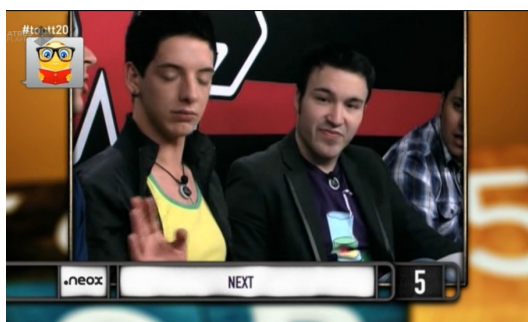


Figura 95. Video utilizado en Top Trending Tele.



Figura 96. Video utilizado en APM?.

4. CONCLUSIONES

Mediante este análisis del programa de televisión *Alguna Pregunta Más?*, he estudiado el estilo del montaje de los videos que utilizan. He observado que el tipo de tratamiento que se les da a las imágenes tiene un resultado cómico y satírico. Esto lo consiguen mediante el ensamble de imágenes de orígenes distintos: intercalando fragmentos de videos tomados de fuentes externas al programa y uniéndolos con el material del video principal -que a su vez proviene de un programa distinto a *APM?*-. Así crean nuevos videos que mediante el contexto y los efectos adquieren un sentido cómico. Por ejemplo, la selección de un error en un discurso de un político seguida de una reacción concreta de una persona entrevistada por la calle, aporta el toque humorístico mediante la unión de dos videos que proceden de contextos distintos. A través del montaje de estos materiales y añadiendo efectos de sonido, elementos gráficos o doblando las voces, presentan un material propio basado en el montaje y con una intención paródica.

En lo que respecta al programa, la principal reflexión es que utiliza imágenes actuales que han sido emitidas en televisión a lo largo de la semana -habitualmente de discursos de políticos y opiniones de participantes en debates- y ejecuta un montaje uniéndolas con otras imágenes de archivo. Como se ha visto a lo largo del estudio, este montaje tiene sus orígenes en el collage y otras corrientes artísticas, especialmente vanguardistas. De modo que coincide en el *modus operandi* a nivel básico y en su intención de protesta pacífica respecto a la situación socioeconómica de nuestro país. Si tomamos como ejemplo la cabecera de *APM?*, que comienza con una máquina de juego, podemos interpretar que lo que se presenta al telespectador no es otra cosa sino un juego. Al detenernos a estudiar también en la sintonía de la cabecera, percibimos que la música acompaña el ambiente lúdico. Además el subtítulo que muestra la máquina de juego, *El Circ de la Tele*, es un indicador de lo que el telespectador se va a encontrar: una burla, una parodia, el humor y el entretenimiento como forma de contar historias.

De modo que pese a ser un programa basado en *zapping* por la selección de contenidos breves y procedentes de programas ajenos; al mismo tiempo se presenta como un formato original que no se conforma con emitir una recopilación de videos de la televisión, sino que ofrece una selección de videos e imágenes alterados en postproducción. Tras el análisis realizado, llegamos a la conclusión de que dichos videos y la forma en que son tratados, se exhiben como una nueva forma de mostrar los contenidos. Sin embargo, esta forma no es una creación pionera de *APM?* ya que toma sus métodos de diversas corrientes artísticas, filosóficas y culturales, especialmente surgidas a raíz del movimiento vanguardista de principios del siglo XX.

Por otro lado, a lo largo de este trabajo he identificado la estructura con la que se presenta el programa, dividiéndolo en tres partes entre las que se encuentran el montaje inicial, el cuerpo del programa y la parte final. Respecto a la estructura de *APM?*, podemos declarar que tiene la organización lógica de un programa de televisión desde la base de la narratividad de Aristóteles³², pues los contenidos aparecen ordenados en tres partes equivalentes al planteamiento, nudo y desenlace: El montaje inicial introduce al telespectador en la atmósfera de entretenimiento de *APM?*, inmediatamente después se descubre el quinto video del ranking de *Els Millors* que da paso al nudo del programa, y en el último apartado, el desenlace, se muestra el video más valorado del ranking donde se cierra esta fase que se ha extendido a lo largo del episodio que finaliza con el montaje de cierre también conocido como *El Circ de la Tele*.

Uno de los objetivos principales del programa es ridiculizar acciones y opiniones tanto de personajes conocidos y relevantes a nivel nacional, como de personas anónimas que han aparecido en algún programa de televisión. Esto quiere decir que cualquier persona que haya participado en algún programa de televisión es susceptible de ser protagonista de un fragmento del montaje de *APM?* Dicho fragmento se muestra alterado, ya sea con efectos añadidos en postproducción o mezclando con imágenes que provienen de naturaleza distinta. Con esta

³² Fuente: <https://books.google.es/books?id=UTJVhpQTRQRC&pg=PA222&lpg=PA222&dq=aristoteles+planteamiento+nudo+desenlace&source=bl&ots=sf1kixOFSX&sig=ee1BX34dgJM_BWdopnuWkWpejrk&hl=es&sa=X&ved=0CDcQ6AEwBGoVChM14euu2O3kxwIVA7UUCH1wJAh0#v=onepage&q=aristoteles%20planteamiento%20nudo%20desenlace&f=false>.

[Consulta 1 de septiembre 2015].

mecánica crean montajes hilarantes que permiten al espectador detectar el tratamiento que han recibido y establecer el humor como elemento distintivo de APM? Otro ejemplo de esto se aprecia en el método que utilizan al presentar los videos enmarcados y mostrar información referente al programa y al canal emisores de las imágenes que están emitiendo. Por lo que es interesante comentar que a pesar de su intención burlesca, el programa no pretende engañar al espectador y siempre referencia sus fuentes y manipula las imágenes de forma que puedan ser descubiertas.

Además, “Blum & Lindheim autor de Programación en horario de máxima audiencia enumera cuatro factores para determinar la permanencia de un programa en la parrilla televisiva. Estos factores son: a) Las historias actuales suman una audiencia juvenil. b) Que los programas posibiliten una fidelización de la audiencia. c) La vida de un programa se rige a través de periódicas reposiciones. d) Que la temática sea de actualidad y su contenido no caduque.” (SAINZ SÁNCHEZ,1994, p. 28).

Basándonos en estos criterios, APM? se puede considerar un formato consolidado y de éxito porque utiliza videos emitidos a lo largo de la anterior semana en televisión. La posibilidad de fidelizar la audiencia es factible gracias a la brevedad e impacto de los videos y a la difusión que estos tienen en la red, al ser un formato basado en el *zapping* y facilitar sus contenidos a través de internet, permite la visualización de videoclips a menudo. Y por último, tanto la forma de presentar las historias como los contenidos son de actualidad y permiten la recreación de nuevas historias con la misma forma de construirlas. Esto es así ya que el propio programa reutiliza imágenes de archivo en videos de diversos contenidos y en capítulos distintos.

Para finalizar, pretendo reafirmar que APM? es un programa de entretenimiento en el que se trata la actualidad criticándola siempre en clave de humor y de forma pacífica. Por ello, considero oportuno transcribir las palabras del discurso de agradecimiento del director del programa, Guillem Sans, al recoger el Premio Ondas al *Mejor programa de televisión no estatal* de 2014. Pues reflejan la esencia reivindicativa y la línea humorística de APM?:

“Muchas gracias al jurado por concedernos este premio[...] En estos tiempos de crisis, de sobres, de vuelos a Canarias, de cuentas en Andorra y Suiza y de querellas políticas... Es de agradecer que se premie al humor. El humor es la mejor defensa ante tanto insulto a la inteligencia.”³³

33 Fuente: CORPORACIO CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS, “L'APM?" *recull el Premi Ondas*” (Clip de video del 26 de noviembre de 2014) en la página web de APM? de la CCMA. <<http://www.ccma.cat/tv3/apm/lapm-recull-el-premi-ondas/noticia/2606734/>>. (Consulta: 20 de julio 2015).

5. BIBLIOGRAFÍA

1. A PARTE REI. REVISTA DE FILOSOFÍA
<<http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/debord.html>> [Fecha de consulta: 4 de agosto 2015].
2. ARTEHISTORIA
<<http://www.artehistoria.com/v2/contextos/5402.htm>> [Consulta: 7 de agosto 2015].
<<http://www.artehistoria.com/v2/contextos/5404.htm>> [Consulta: 7 de agosto 2015].
3. BARROSO GARCÍA, J. (1996). *Realización de los géneros televisivos*. Ed. Síntesis.
4. BOOKS GOOGLE
Fuente:
https://books.google.es/books?id=UTJVhpQTQRQC&pg=PA222&lpg=PA222&dq=aristoteles+planteamiento+nudo+desenlace&source=bl&ots=sf1kxOFSX&sig=ee1BX34dgJM_BWdopnuWkWpejrk&hl=es&sa=X&ved=0CDcQ6AEwBGoVChMI4euu2O3kxwIVA7UUC1wJAh0#v=onepage&q=aristoteles%20planteamiento%20nudo%20desenlace&f=false [Consulta: 1 de septiembre 2015].
5. BOURDIEU, P. (2005). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
6. CALDERÓN GÓMEZ, J. (2005). "Las vanguardias históricas en perspectiva" en *Nómadas*. *Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 2005, vol.12, p.3.
<<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/nomadas/12/jcalderon.pdf>> [Consulta: 8 de agosto 2015].
7. CASTILLO, J.M. (2004). *Televisión y lenguaje audiovisual*. Madrid: IORTV.
8. CCMA CAT
<<http://www.ccma.cat/tv3/apm/>> [Consultas reiteradas].
9. CCMA CAT
<<http://www.ccma.cat/tv3/apm/lapm-recull-el-premi-ondas/noticia/2606734/>> [Consulta: 20 de julio 2015].
10. CUÉLLAR, C. (1998). *El mecanismo mágico: definición y descripción del "gag" cinematográfico*. Editorial: Universidad Carlos III de Madrid, Instituto de Humanidades y Comunicación "Miguel de Unamuno".
11. DJHISTORY
<<http://www.djhistory.com/features/dig-this-ron-diggins-and-the-first-mobile-djs>> [Consulta: 12 de agosto 2015].
12. EL BLOG DEL BECARIO
<<http://blogs.20minutos.es/becario/2010/12/13/manel-pinero-mi-peor-momento-es-uno-en-el-que-los-espectadores-mas-han-vibrado/>> [Consulta 29 de julio 2015].
13. EL MULTICINE
<<http://www.elmulticine.com/glosario2.php?orden=22>>. [Consulta 28 de agosto 2015].
14. EL PAÍS.
<http://elpais.com/diario/1996/05/09/radiotv/831592806_850215.htm> [Consulta: 12 de julio 2015].
15. EL PARAGONE, BLOG SOBRE ARTE
<<https://elparagone.wordpress.com/2010/07/19/marcel-duchamp-a-proposito-de-los-readymades/>> [Consulta: 12 de agosto 2015].
16. EL PROYECTOR DE COLECTANIA
<<https://elproyectordecolectania.wordpress.com/category/comisarios/joana-hurtado/>> [Consulta: 6 de agosto 2015].

17. EL PUNT AVUI
<<http://www.elpuntavui.cat/article/13-comunicacio/20-comunicacio/555688-apm-sempre-en-bona-forma.html>> [Consulta 22 de julio 2015].
18. FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, M. A. (1997). *Influencias del montaje en el lenguaje audiovisual*. Madrid: Libertarias-Prodhufi.
19. GLOSAS DIDÁCTICAS, REVISTA ELECTRÓNICA INTERNACIONAL
<http://www.um.es/glosasdidacticas/GD13/GD13_06.pdf>. [Consulta 28 de agosto 2015].
20. LISTADO DE GLOSARIOS
Fuente: <<http://glosarios.servidor-alicante.com/lenguaje-cine/fundido>> [Consulta: 28 de agosto 2015].
21. MAECEI GRUPO DE INVESTIGACIÓN
<http://www.maecei.es/pdf/n3/zapping_y_publicidad.pdf>. [Consulta: 14 de junio 2015].
22. MARTÍNEZ RODRIGO, S. (2005). "Lenguaje audiovisual y manipulación" en *Comunicar*. Andalucía, (nº 25; año XIII; época II 2º semestre, 220).
23. MONTERO RIVERO, Y. (2009). *Televisión, valores y adolescencia*. Barcelona: Gedisa.
24. OPEN COURSE WARE. UNIVERSIDAD DE SEVILLA
<<http://ocwus.us.es/periodismo/produccion-periodistica/asigpp/apartados/apartado18-7.html>> [Consulta: 27 de agosto 2015].
25. PAZÓ FERNÁNDEZ, E. (2005). *Diccionario Galego de Televisión* Ed. Xunta de Galicia.
26. PIXFANS
<<http://www.pixfans.com/hugo-el-videojuego-de-la-tv/>> [Consulta: 16 de agosto 2015].
27. QUINTANA, F. (1990). *Intertextualidad genética y lectura palimpséstica*. Dialnet: Universidad de Valladolid.
28. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA
<<http://lema.rae.es/drae/srv/search?id=ohSSmABfrDXX2YrcFI7>> [Consulta: 1 de julio 2015].
29. REVISTA LATINA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
<<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/76pau.htm>> [Consulta: 14 de agosto 2015].
30. REVISTA SITUACIONES
<<http://situaciones.info/revista/la-vanguardia-no-se-rinde-guy-debord-y-el-situacionismo/>> [Consulta: 5 de agosto 2015].
31. SAINZ SÁNCHEZ, M. A. (1994). *Manual básico de producción en televisión*. Madrid: IORTV.
32. SALO, G. (2009). *¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa*. Barcelona: Gedisa.
33. SOLARINO, C. (2000). *Cómo hacer televisión*. Madrid: Catedra.
34. TÉCNICA CINEMATOGRAFICA
<<http://tecnicacinematografica.blogspot.com.es/2008/08/dolly-zoom-zolly.html>>. [Consulta: 28 de agosto 2015].
35. VAYA TELE
<<http://www.vayatele.com/telecinco/el-informal-nostalgia-tv>> [Consulta: 13 de julio 2015].
36. WRITERS GUILD OF AMERICA
<<http://www.wga.org/organizesub.aspx?id=1099>> [Consulta: 14 de agosto 2015].
37. YA ESTA EL LISTO QUE TODO LO SABE

<<http://blogs.20minutos.es/yaestaellistoquetodolosabe/de-donde-surge-el-termino-cameo-para-referirse-a-una-aparicion-fugaz-en-una-pelicula/>> [Consulta: 16 de agosto 2015].

38. YOUTUBE

<<https://www.youtube.com/watch?v=nP2aZ99uinA>>. [Consulta: 29 de junio 2015].

<<https://www.youtube.com/watch?v=zX-FX4REw3M>> [Consulta: 26 de junio 2015].

<https://www.youtube.com/watch?v=N_ytKRe6YEA>. [Consulta: 26 de junio 2015].

<<https://www.youtube.com/watch?v=jCY11M4oUmo>>. [Consulta: 27 de junio 2015].

<<https://www.youtube.com/watch?v=ypK8jws6mCo>>. [Consulta: 27 de junio 2015].

<https://www.youtube.com/watch?v=b2_57gwT4cE>. [Consulta: 28 de junio 2015].

39. 20 MINUTOS

<<http://blogs.20minutos.es/becario/2010/12/13/manel-pinero-mi-peor-momento-es-uno-en-el-que-los-espectadores-mas-han-vibrado/>> [Consulta: 12 de agosto 2015].

40. 20 HIT COMBO

<<http://blogs.20minutos.es/videojuegos/2009/07/27/hugo-troll-del-telecupain/>>. [Consulta: 21 de agosto 2015].

6. ANEXOS