

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

ESCOLA POLITÈCNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grau en Comunicació Audiovisual



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



ESCUELA POLITÉCNICA
SUPERIOR DE GANDIA

“Ideació d’un format televisiu: el cas de *Ui! Que modern* per a Sueca televisió.”

TREBALL FINAL DE GRAU

Autor/a:

Cristian Ribes Hernández

Tutor/a:

Rebeca Díez Somavilla

GANDIA, 2015

RESUM:

En el següent treball final de grau, desenvoluparé la preproducció d'un programa televisiu anomenat *Ui! Que modern*, el qual és d'àmbit local per a la cadena Sueca Tv. Aquest programa és d'entreteniment i pretén mostrar l'opinió de la gent del poble de Sueca, sobre temes moderns i d'actualitat, amb un toc d'humor. Per a realitzar-lo desenvoluparé un *paper format*, en el que explicaré la idea. Aquesta, naix de les meues pràctiques a l'empresa *Nirvana Produccions* productora que porta la televisió local de Sueca.

- **Paraules clau:** Preproducció, *Paper format*, programa televisiu, *Ui! Que modern*, entreteniment, *Sueca Tv*.

ABSTRACT:

On the following final degree, I will develop pre-production of a television show that will call *Ui! Que modern*, which is for the local channel *Sueca TV*. This entertainment program, tries to show the opinion of the people of Sueca, on topical or modern issues, with a touch of humour. For that, it will develop a paper format for explain the idea. This idea, born of my experience in the company *Nirvana Produccions*.

- **Key words:** Pre-production, Paper format, television show, *Ui! Que modern*, entertainment, *Sueca TV*.

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ	5
1.1 PRESENTACIÓ	5
1.2 JUSTIFICACIÓ	6
1.3 OBJECTIUS	6
1.4 ETAPES	7
1.5 OBSTACLES	7
2. CONTEXTUALITZACIÓ: NIRVANA PRODUCCIONS S.L. I SUECA TELEVISIÓ	9
2.1 INICIS DE LA TELEVISIÓ LOCAL	9
2.2 ORIGEN	10
2.3 CARACTERÍSTIQUES PRINCIPALS	10
2.4 PROGRAMACIÓ.....	13
2.4.1 Passa'm la lletra	14
2.4.2 Programes amb col·laboració en les escoles de Sueca, el Perelló i Mareny de Barraquetes. Hi han dos:.....	14
2.4.3 Escodrinadors.....	15
2.4.4 La Marraixa	15
2.4.5 Calidoscopi.....	15
2.4.6 Arxiu per a parar un carro.....	15
2.4.7 Trekking.....	15
2.4.8 Maemeua	16
2.4.9 Bon profit, Cuina a la plaça del Mercat i Després de les eleccions	16
2.4.10 Minuts Musicals	16
2.4.11 La nostra terra	16
2.4.12 Programes especials	16
2.4.13 Programes en directe	17
2.5 GESTIÓ.....	18

3. APROXIMACIÓ AL CONCEPTE DE FORMAT, GÈNERE I PROGRAMA	21
3.1 QUÈ ÉS UN PAPER FORMAT?	23
4. ELS PROGRAMES DE BAIX PRESSUPOST	25
5. CONCEPCIÓ DEL PROGRAMA	27
6. CONTINGUT	36
7. GRAFISME I ESTIL	38
8. PAPER FORMAT	43
8.1 FITXA TÈCNICA DEL PROGRAMA	43
8.2 CONCEPTE	43
8.3 ESTRUCTURA	43
8.4 TEMES I TRACTAMENT	44
8.5 PROTAGONISTES	45
8.6 PÚBLIC OBJECTIU	45
8.7 OBJECTIUS A ASSOLIR	45
9. DIFUSIÓ DE <i>UI! QUE MODERN</i>	46
10. CONCLUSIONS	48
11. BIBLIOGRAFIA	52

1. Introducció

1.1 Presentació

A aquest treball, es descriu quin ha estat el procés de creació d'un programa de televisió d'entreteniment, per a la cadena local *Sueca Tv*. Es tracta d'un espai de xicotetes entrevistes pel carrer a la gent del poble anomenat *Ui! que modern...* i naix de les pràctiques a aquesta empresa. En aquestes pàgines he volgut mostrar com és *Nirvana Produccions S.L*, empresa que du a terme *Sueca Tv* a través d'una concepció, i a través de la seua història, de les seues característiques i programació, la qual és de producció pròpia, poder explicar quin és el dia a dia dels professionals que treballen a aquest mitjà de comunicació. L'empresa té pocs mitjans tècnics, com és normal a les televisions locals i açò marcarà de bona manera el programa ideat.

Però abans de posar-me a explicar quines han estat les fases de treball i com s'ha anat formant aquest projecte, he considerat que calia reflexionar sobre la definició de gènere, la qual està canviant. A més explicaré com aquests estan hibridant-se fent que es creen nous gèneres, no resultant fàcil hui en dia trobar-ne de purs. Com exemple és el cas del programa ideat, el qual neix de les seccions de reporterisme de carrer. Per això he començat fent un repàs sobre les definicions de gènere, format i programa arribant a una nova definició d'aquestes atenent als canvis televisius.

Ui! que modern... és el resultat de l'estudi de la graella de televisiva de *Sueca Tv*. Al veure la nostra integració al mitjà, ens van proposar crear un espai completament nou a la seua programació. Aquest programa, no tindria res a veure amb el que hi havia a la graella. Es parla sobre temes d'actualitat a peu de carrer, amb tractament humorístic i desenfadat, que no pas informatiu o cultural. L'objectiu era que tota la gent del poble es veiés reflectida, descobrint temes nous o poc escoltats i passés una bona estona veient el programa. El programa, tindrà una durada entre 15 i 30 minuts aproximadament.

Com a reptes ens marcarem la pluralitat de veus, la proximitat amb l'espectador, l'humor sense burla i amb respecte. També, poder introduir entrevistes amb experts del tema tractat als programes i explicar temes com són: les Xarxes social, els vídeos virals o paraules estrangeres amb la veu de la gent del poble i comptant amb totes les declaracions gravades. Per aconseguir tot açò, les fases de guionització i postproducció han estat cuidades, així com també el moment de gravació, encara que

volíem que fora en essència, mostrant tot allò que passava, així com també els errors produïts.

Aquesta iniciativa va ser abordada amb entusiasme per tot l'equip de *Sueca Tv*, ja que en aquells moments la seua programació es basava en debats, tertúlies, informatius, entrevistes més serioses i programes culturals, i no hi trobàvem cap programa que tractés continguts d'actualitat amb humor. Amb aquest programa, *Sueca Tv* eixia al carrer per a saber quina era l'opinió de la gent sobre temes que pot ser siguen tan nous que no els havien ni escoltat. Temes com nous estrangerismes a la llengua, la utilització de les xarxes socials, la moda, la reutilització i el reciclatge, costums valencians o els nous menjars que estan arribant a la nostra dieta mediterrània són parlats per la gent de a peu.

1.2 Justificació

Després de l'estància a les practiques en l'empresa, davant la nostra integració en l'equip i veient les destreses adquirides durant un període de temps, l'equip de *Nirvana Audiovisual S.L.*, ens va oferir que realitzarem un contingut nou per a la programació. Junt la meua companya Marga Boix, ens posarem mans en l'obra, per pensar un programa nou i que resultés fresc. Del resultat d'aquest *brainstorming*¹ va eixir l'idea d'un programa que s'anomena ***UI! QUE MODERN***, el qual també és el meu projecte final de grau.

1.3 Objectius

a. Principal:

L'objectiu d'aquest treball és, descriure quin ha estat el procés de creació d'un programa televisiu d'entreteniment, per a la cadena local *Sueca Tv*. Es tractaria d'un espai titulat *Ui! Que modern* i naix de les meues pràctiques en aquesta empresa.

¹ Segons ALEX OSBORN el *brainstorming* és <<una tècnica de reunió mediante la cual un grupo intenta hallar una solución para un problema específico recogiendo todas las ideas aportadas espontáneamente por sus miembros>>.

b. Secundaris:

- Investigar els requisits i les propietats de la creació audiovisual per a una televisió d'àmbit local i saber dissenyar un format audiovisual el cost del qual no siga elevat.
- Oferir un format televisiu curt, que no fos ni informatiu ni cultural, a la graella televisiva de Sueca Tv.
- Realitzar un programa on tingués cabuda un sector d'edat ampli, però amb temàtiques que són conegudes per la franja jove.
- Desenvolupar, la capacitat de produir un programa setmanalment de manera professional.
- Adquirir destreses amb la càmera, l'edició, guionitzant i amb l'animació de capçaleres.
- Donar a conèixer el programa a través de la Web de la cadena i de les seues Xarxes socials.

1.4 Etapes

La primera etapa duta a terme ha estat la recerca d'informació a través d'articles, llibres i pàgines webs sobre la creació de formats televisius de baix pressupost, així com la documentació sobre la història de *Sueca Tv* i la seua graella televisiva.

La següent etapa ha consistit en la visualització de programes o seccions paregudes al nostre programa i recerca de temes d'actualitat per a guionitzar i configurar l'estructura dels capítols. Després, s'ha dut a terme la realització, gravació i muntatge dels capítols, durant l'estància de pràctiques a l'empresa *Sueca Televisió*. I finalment, s'ha procedit a la redacció de la memòria seguint un ordre indicat i s'ha revisat tot el document per corregir errors puntuals i procedir a l'escriptura dels apartats d'introducció i conclusions.

1.5 Obstacles

Un dels primers problemes que ens hem trobat al idear el nostre programa, ha estat els pocs mitjans humans i tècnics, els quals condicionaven i molt, la posada en marxa d'algunes idees de format que s'havien proposat, les quals vam haver de descartar. Sols érem dos persones per realitzar-lo, la meua companya Marga que es trobava

amb mi de pràctiques a l'empresa, i jo, ja que encara que la gent de l'equip ens va ajudar, aquests tenien tasques que realitzar per a l'altra programació. A més, sols teníem una càmera per a realitzar el programa i postproduir-lo després. Per a suplir aquestes dificultats ens hem documentat sobre formats *low cost* i hem tirat d'imaginació, per a poder realitzar-lo amb les condicions establides.

Per altra banda, encara que teníem dues càmeres al equip, durant la primera temporada en la que es va realitzar el programa sols hi havia una en actiu i hi havia més programació que dur a terme. Açò, dificultava molt els temps de gravació, condicionant-nos quan la càmera estigués lliure. Per solucionar-ho, ens hem adaptat a la situació i sols agafàvem la càmera quan estava lliure. Altra de les dificultats, ha estat que al principi, la gent del poble no volia eixir ni parlar a càmera. Açò, ens feia passar bastant temps al carrer per a obtenir una considerable quantitat de parlaments de la gent amb varietat d'edats i opinions. Com a exemple, ens podíem passar tot un matí al carrer per obtenir 8 declaracions i obtenir un mínim de 15 minuts de programa. Per aquest motiu, férem un calendari per a programar les gravacions, establint dies i hores de gravació, així com a també de muntatge, per a poder dur a temps a emissió. Aquest calendari va ser comunicat i acceptat per tot l'equip de *Sueca Televisió*.

Un obstacle que ens trobàvem durant les gravacions, fou amb tota aquella gent que volia utilitzar la càmera per a protestar sobre problemes del poble i passaven de les preguntes que els fèiem. Açò es, va intentar solucionar, amb molta simpatia i respecte de cara a la gent i donant a conèixer el programa a la gent del poble. Creant empatia i fent-los sentir còmodes amb la situació de posar-los davant d'una càmera, la gent responia millor.

Finalment, com els temes quedaven limitats a temes locals, ens restringia moltes de les idees que havien pensat. Per això, intentàrem agafar temes més generals, però per a que foren parlades i vistes des de la localitat a través de la gent del poble. Per acabar, hi ha que dir que encara que el fonamental del format que hem ideat, és la gravació "in situ" al carrer del que diu la gent, la part que més cura havíem de tenir seria amb la guionització i muntatge, ja que la gravació moltes vegades o no es podia fer al lloc pensat o el temps sens tirava al damunt. Amb el guió, preparàvem l'estructura del programa i ideàvem el que seria més tard al muntatge. I com a últim, encara que la gravació pogués ser dolenta, no aconseguint allò que volíem amb el guió, donant-li joc amb muntatge, posant efectes i barrejant trossos de la gravació de manera intencionada i de les preses falses, contribuïem a posar un toc d'humor.

2. Contextualització: Nirvana Produccions S.L. i Sueca Televisió.

2.1 Inicis de la televisió local

Sueca Televisió va nàixer l'any 2000 de la mà de l'empresa Nirvana S.A. La història de la televisió local, comença quan una grup d'empreses proposen a l'Ajuntament de Sueca la creació d'una televisió local. Front a la creixent demanda d'aquesta, ja no sols per les empreses sinó també per part de la població en general, els distints partits polítics s'ho plantejaren fins que finalment van veure en ella una oportunitat per crear contingut audiovisual sobre el poble, i en conseqüència incloure la televisió de Sueca en el seu programa electoral.

Aleshores, es va fer un concurs per veure quina empresa era la millor capacitada per a dur a terme tan complexa posada en marxa. Després de barallar diverses opcions es considerà que la més adequada era concedir-li els drets i autorització a Nirvana S.A. Probablement *Nirvana Produccions S.A.* no era la que aportava major capital, però sí, la que més experiència tenia i la que comptava amb major nombre d'infraestructura. Òbviament, el fet de tenir ja suport tècnic suposava un menor cost per a l'Ajuntament. Si a açò li sumem els més de deu anys que Nirvana S.A. duia treballant en mitjans audiovisuals, veurem clarament que era una decisió encertada la que va prendre, el govern d'Alfredo Guillem Contreras², en triar aquesta empresa.



Una vegada fet el concurs, tothom es posà a treballar, per poder oferir el millor servei possible als ciutadans del poble de Sueca des de la televisió local. Aquesta fou inaugurada el 15 de desembre de 2000, fent-se la primera emissió el dia 18 del mateix mes. Des d'aleshores Sueca Televisió segueix donant el millor de si, treballant amb la mateixa il·lusió que el primer dia. En aquesta cadena només emeten imatges que han gravat ells, excepte en les publicitats, encara que a hores d'ara ja hi ha moltes d'elles que si es realitzen a la cadena.

Tots els programes que són producció de Sueca Televisió i s'empra el valencià, normalment estandarditzat excepte en algunes excepcions i programes on la

² **Alfredo Guillem Contreras:** Alcalde de Sueca entre 1999 i 2003 pel EIPV -BLOC

participació de la gent del poble fa que el nivell de valencià no siga l'estandarditzat. També els espots publicitaris que produeixen utilitzen el valencià, excepte els que ja venen donats per l'empresa anunciada.

2.2 Origen

Nirvana Audiovisuals S.L. és una empresa que realitza i gestiona la televisió municipal de la localitat de Sueca, anomenada Sueca Televisió³. Aquesta, crea programació de producció pròpia en la seua totalitat. També realitza directes i produeix programes per a la televisió que gestiona. Les primeres emissions de *Sueca TV*, van començar el 18 de desembre del 2000. Els continguts, íntegrament en valencià, es centren en persones, esdeveniments, notícies i col·lectius relacionats amb Sueca, El Perelló i el Mareny de Barraquetes. Després de l'apagada analògica, Sueca Televisió va continuar emetent la seua programació, gràcies a la unió amb *Berca Tv* (televisió d'Algemesí) i formaren *Sucro Tv*. També organitza el *Festival de Cinema Internacional de Merda de Sueca* (C.I.M.)⁴.

2.3 Característiques principals

Sueca Televisió o *Telesueca*, com li anomena la majoria de les persones del poble, és una emissora municipal amb una gestió privada mitjançant una concessió administrativa. Es sustenta amb capital públic que aporta l'Ajuntament i ingressos per publicitat. Nirvana Audiovisuals, SL, és l'empresa que la gestiona. **(La gestió del canal està millor explicada al punt 2.5)**. Aquest canal al comença les emissions en desembre de 2000, naix com a televisió d'àmbit local, en quant a cobertura i continguts però ara, tot i que els continguts continuen sent locals, s'emet per a tota la comarca. Sueca Tv es troba en el canal 44 de la TDT comarcal. L'emissora te llogat un espai de dues hores diàries en un canal privat, Sucro Tv i comparteix graella amb Berca TV, la televisió d'Algemesí.

Ara mateix, per què així s'ha estipulat en el plec de condicions, la cadena produeix una mitjana de dues hores diàries amb un equip de 7 persones, que no totes estan a jornada completa. L'Ajuntament de Sueca es l'encarregat de proporcionar les instal·lacions. Aquestes es troben al carrer Sequial numero 3 i corresponen a 70 metres quadrats repartits en tres sales. Una recepció, plató i una sala de muntatge i

³ **Web de Sueca Televisió:** <http://www.sueca.tv>

⁴ **C.I.M.:** Festival unitari del cine de baix pressupost, independent o no comercial que té seu a Sueca (Valencia-España).

realització. Així també els mitjans tècnics ens els proporciona l'ajuntament. Hi han tres càmeres, una per a plató i dos mòbils, tres equips d'edicions no lineals i un mesclador de so i un d'imatge per a realitzar actes en directe.

El repte de Sueca TV sempre ha estat en fer una programació, tot i comptar amb pocs mitjans, que a banda d'arribar a dos hores i omplir graella, també vol despertar l'interès de la ciutadania.

Hi ha 5 paraules claus que defineixen a l'emissora i per altra fan que aquest canal funcione:

1. **VERSATIBILITAT:** quasi totes les persones que formen l'equip humà són versàtils en el camp audiovisual. Això significa que a banda fer la seua corresponent tasca, també saben desenvolupar-se a altres rols. Una mateixa persona grava, edita, fa talls de veus, idea programació, puja contingut a la web ... i açò dona moltes més opcions a l'hora d'organitzar l'empresa.
2. **HORIZONTALITAT:** sempre es tenen en compte totes les opinions. L'empresa te un organigrama horitzontal. La tasca de la cap de Tv Sueca, Pura Matoses, s'ajusta més a una coordinació per dur a terme tots els projectes ideats.
3. **FLEXIBILITAT HORÀRIA:** per part de les persones treballadores cap a l'empresa, però també, i de la mateixa manera, de l'empresa cap a aquestes persones. L'equip s'adapta als esdeveniments que tinga que retransmetre sobre la ciutat.
4. **TREBALL EN EQUIP:** el treball de cadascuna de les persones repercuteix directament sobre la feina de la resta i, per suposat en l'acabat dels programes.
5. **LLIBERTAT:** a l'hora de treballar, per triar els programes, els continguts i el seu tractament. Açò li dona al canal una riquesa, una diversitat, una frescor que d'altra manera no tindria.

Llevat d'aquest 5 punts positius, la falta de mitjans tècnics i humans, així com l'àmbit local de la informació (que restringeix molt el tipus de programes i de notícies), fan que aquesta empresa no es puga expandir i no puga realitzar continguts, que encara que són de bona qualitat, siguen millors per a donar una bona programació a l'espectador. Tot i estar consolidada Sueca Televisió és fràgil, per què depèn de la voluntat política a nivell econòmic. Llevat aquesta dependència econòmica, l'emissora intenta que

aquesta no influïxca als continguts i no es taquen d'un color o caràcter polític. D'aquest tema es parla amb més distensió al punt 2.4 (programació) però sobretot a la conclusió. La vertadera essència d'esta televisió és l'àmbit local, en quant a cobertura i a continguts. En temes tècnics es necessita l'ampliació de l'equip humà en primer lloc i també la infraestructura i els mitjans per a ser una televisió funcional i eficaç. Tant l'àmbit local com la falta de recursos restringeixen i molt el desenvolupament de nous formats més elaborats o amb temàtiques que vagen més allà de la localitat.

Sueca Tv fa continguts 100% de producció pròpia, dirigits a totes les edats i en valencià, un valencià amb les característiques lingüístiques de Sueca, senzill, clar i normatiu i tenint una especial cura en no emprar un llenguatge sexista. De les dues hores hi ha programes més elaborats, que duen més treball: guionitzar, produir, redactar, muntar,... i d'altres que costen menys de fer, tertúlies, xerrades, sainets o minuts musicals... . De vegades són aquests últims els que desperten més l'interès. La intenció és fer una programació senzilla, que s'entenga amb facilitat, creativa, en el sentit d'atractiva i diferent, pròxima a la ciutadania i socialment útil. No es fa tarot, televenda, telesèries estrangeres. Sí s'ofereixen documentals d'autors locals i alguns curtmetratges però no pel·lícules comercials.

La televisió local intenta ser un mitjà proper a la ciutadania i amb una estreta col·laboració amb associacions, col·lectius, clubs esportius i com no, amb l'Ajuntament i demés Institucions locals. Vocació de servei públic, de ser útil a la ciutadania i a les institucions. La programació varia depenent l'època de l'any degut a que els esdeveniments locals varien al llarg de l'any, d'esta manera la programació s'adequa a la vida suecana d'eixa època de l'any. Es a dir, depenent de Festes Majors i altres festes com les falles, actes de institucions o agrupacions o esdeveniments al poble, la programació s'adapta i la graella televisiva s'ajusta, canviant continguts d'un dia a un altre. Tot l'equip, cada setmana els divendres, es reuneix per establir els continguts de la setmana següent i la cap s'encarrega d'establir la graella del mes, així com també de modificar-la si es precís. A més els programes es fan durant un període de temps, segons temporades, adaptant-se a la vida i als actes suecans. Es a dir, un contingut de la graella pot tenir 5 entregues i sols realitzar-se durant 5 mesos al any. Llevant d'açò, intentarem explicar cada un dels programes que hi ha a la cadena, dient el seu format, la seua duració i més o menys el seu dia d'emissió.

2.4 Programació.

La graella televisiva de Sueca televisió es de dilluns a diumenge, però els caps de setmana es tornen a emetre els informatius i programes que s'han emès durant la setmana. Les hores d'emissió són de 11h a 12h on sols s'emet el *Teleban*⁵, a les 14:30h i a les 20:30h. Aquest punt està més detallat al **annex 2**, on es mostra la programació des del mes de Març fins el mes d'Agost del 2015, que són els mesos en els quals he estat realitzant el programa. La programació al no ser continua, ja que aquesta s'adapta als actes, festes i esdeveniments de la vida suecana, es difícil fer una graella exacta. Per això, he posat una mostra al annex 2. Més tard, amb els programes oficials de la cadena i deixant a banda els programes en directe i especials que són eventuais, s'ha creat una graella intentant-los fixar en dia i en hora aproximadament, segons la programació que es troba a l'annex.

Tots els continguts i notícies tractats als programes estan contextualitzats en Sueca. També es tracten temes que són actualitat a nivell autonòmic, estatal o mundial però des del punt de vista, de com afecta al poble. Per exemple: el comportament d'una vaga general o un tancament de farmàcies en el poble de Sueca, la commemoració d'un dia internacional contra el càncer, d'un dia mundial sense cotxes... . S'inclouen informacions d'interès general per als suecans i les suecanes com puguen ser convocatòries de borses de treball, canvis en els horaris d'atenció al públic de qualsevol servei municipal.

Com bé s'ha parlat a l'apartat de característiques de la cadena, la dependència econòmica de l'emissora, que prové de l'ajuntament, intenta no mesclar-se amb el continguts emesos. Es a dir, la cadena dona intenta tindre sols una dependència econòmica amb el govern local. Per aquest motiu, *Sueca Tv* dona veu a tots els partits polítics per igual i no sols al govern local del moment. S'intenta oferir la informació local de la manera més objectiva possible, sense que aquesta contractació econòmica pugui inferir en la temàtica, opinió o expressió de les informacions, programes o notícies emeses per la cadena. A la conclusió, es parlarà un poc més sobre aquest tema.

⁵ *Teleban*: Espai destinat per a oferir l'informació local sobre festes, horaris, comunicats informatius de l'ajuntament (talls d'aigua, de llum, horaris per fer instàncies i sobretot agenda cultural... ets) a través de diapositives o imatges fixes. Aquest es anomenat per l'equip de Sueca Tv així, ja que recordar recorden als *banners* de internet.

El producte més important de la graella és l'informatiu diari amb 5 notícies mínim i una durada de 15 minuts mínim i uns 30 de màxim. Són notícies sobre temes locals i que en altres mitjans seria impensable. Les informacions que apareixen són fruit, moltes d'elles, de les rodes de premsa i notes de premsa remeses a Sueca TV per diferents administracions i col·lectius del poble. Es tracta d'arribar a totes les persones i institucions en la mesura de les possibilitats de l'emissora i, com no, contrastar eixes informacions que ens arriben i tractar que en una mateixa notícia apareguen les versions de les diferents parts implicades. Els informatius solen finalitzar amb imatges de concerts musicals o actes festius, difonent així també les nostres manifestacions culturals i tradicions que, per una altra banda, compten a un espai propi a Sueca Televisió. Tots els programes i productes de la graella televisiva de la cadena són de producció pròpia com bé s'ha dit abans i el 90 per cent d'aquests són gravats y postproduïts.

2.4.1 Passa'm la lletra

Programa musical d'uns 20 minuts i serveix de promoció a les diferents formacions musicals del nostre poble. Els musics que participen al programa componen una cançó a partir d'un text d'un autor en valencià. D'esta cançó l'equip de Sueca Televisió realitza un videoclip.

2.4.2 Programes amb col·laboració en les escoles de Sueca, el Perelló i Mareny de Barraquetes. Hi han dos:

Aquests dos programes són d'entreteniment infantil i juvenil. Un per a l'alumnat de Primària o ESO, amb un tema que es proposa des de Sueca Televisió i que han tocat temàtiques tan diferents com: *Un trosset del meu poble* en 2005 on havien de triar un espai del poble i parlar-nos d'ell, *Un valor, un tresor* en 2006 on havien d'explicar-nos un valor com l'amistat, el respecte o la pau. *Samaruc* en 2007 on havien de parlar-nos sobre medi ambient. *Els oficis* en 2008. *Multiculturalitat* en 2009. *El Ple de l'Ajuntament* en 2010 on l'alumnat havia d representar un ple. *L'escultor Moret* en 2011 i *Afina't* on ens han parlat de la música i que ha segut la proposta per a aquest últim any. Cada un d'aquests programes realitzats te una duració diferent entre uns 15 a uns 20 minuts. Per a l'alumnat més xicotet la nostra aposta és el *Conta conta*, on de dos en dos ens conten una història o conte. Aquest últim format es més curt i dura des d'uns 5 minuts a 20, segons història i col·legi.

2.4.3 Escodrinyadors

Escodrinyadors és un programa de reportatges en el que l'equip de Sueca Televisió visita cases antigues amb actuals o anteriors habitants, que ens expliquen com era la vida en eixos habitatges o espais quan encara eren funcionals. Escodrinyadors a més de ser un programa que aposta per la conservació del patrimoni, dona a conèixer a la gent de Sueca espais que no són fàcilment visitables, encara que tenen un autèntic valor històric. Aquest format té una duració de 40 minuts aproximadament.

2.4.4 La Marraixa

Programa de reportatges sobre la societat suecana on mostrem diferents activitats realitzades per suecans inquiets i amb ganes de superar-se dia a dia. Des d'associacions culturals, lúdiques, festives o religioses fins artistes que utilitzen noves tècniques i nous llenguatges passant per empreses que inverteixen en innovació i desenvolupament. Els reportatges van des dels 15 minuts als 40.

2.4.5 Calidoscopi

Un programa d'entrevistes a gent de la cultura i de la política suecana. La seua duració és de 30 minuts i en cada episodi l'entrevista es fa a un espai diferent que tinga alguna relació amb la persona entrevistada. Amb un estil desenfadat es repassen els èxits i els fracassos dels convidats.

2.4.6 Arxiu per a parar un carro

Aprofitant el nostre extens arxiu audiovisual, i d'altres aportacions que ens fan persones de Sueca. Repassant els principals esdeveniments i comparant com han canviat els carrers de Sueca, fem un programa entretingut, didàctic i d'interès local. Aquest és el programa de zàping⁶, de la població local i és el format que més duració té. Aquesta duració és d'uns 50 minuts fins 1 hora.

2.4.7 Trekking

Seguim als diferents grups excursionistes locals per algunes de les rutes de senderisme de la província. Busquem rutes familiars, no molt dures però que tinguen

⁶ El **zàping** com a gènere televisiu, s'entén com a tal a finals de la dècada de 1990. El zàping realment es refereix a l'acció que realitzen els telespectadors quan estan veient un programa de televisió i canvien tan sols quan arriba la publicitat. Com a resposta les televisions creen programes que emeten continguts d'altres cadenes o de la pròpia cadena.

un interès turístic. Aquest programa esportiu tenia una duració de 40 minuts aproximadament i es deixa d'emetre després del quart episodi.

2.4.8 Maemeua

Un dels pocs programes d'humor i ficció que pots trobar a una televisió local. Aquest programa tenia una duració molt variable que estava entre els 20 als 40 minuts. El format mostrava una paròdia guionitzada de la nostra història i costums. La falta de mitjans i de pressupost es supleix amb ingeni i talent. Es parodiaven des de personatges locals fins series de televisió nacionals i internacionals. El programa es deixa de fer al 2013.

2.4.9 Bon profit, Cuina a la plaça del Mercat i Després de les eleccions

Els tres són programes de cuina. Al primer un cuiner de la zona ens explica com cuinar un plat a diferents restaurants i llocs emblemàtics del poble. Al segon programa es preparen plats típics amb productes comprats al mercat central i cuinats per un cuiner important convidat al poble. I finalment l'últim programa els polítics del poble ens cuinen un plat que vulguen al mercat, amb l'ajuda del periodista Eugeni Alcañiz i comenten quines han segut les seues impressions després de les eleccions municipals.

2.4.10 Minuts Musicals

Tots aquells actes musicals d'orquestrades i bandes, videoclips de cantants locals o actuacions musicals d'aquests es recullen a aquest apartat. La duració d'aquest programa musical, va des dels 15 minuts fins els 45 minuts.

2.4.11 La nostra terra

Programa documental en el que es parla sobre algun tema tradicional, sobre la natura, típic gastronòmic o cultural sobre el poble de Sueca. Aquests reportatges o "minidocumentals" duren entre 15 i 20 minuts i són una font d'informació on es poden descobrir des de la vida d'un pintor local com Alfredo Claros, com l'art de sembrar arròs.

2.4.12 Programes especials

En eleccions, excepte en el temps als informatius o als espais gratuïts que venen marcats per la Junta Electoral de Zona, es donen les mateixes oportunitats als

diferents partits polítics, amb programes com debats, entrevistes o el nou format que es va realitzar en les últimes eleccions, però sempre amb igualtat d'oportunitats per a totes les formacions.

Així també, es realitzen activitats paral·leles relacionades amb el món audiovisual, com les 5 edicions del festival de curtmetratges en valencià on es van rebre treballs de tot l'àmbit lingüístic valencià o el Festival de Cinema de Merda de Sueca on mostrem creacions de sèrie B, Z, Gore, ... i que aquest any tindrà seua quarta edició. Finalment, també l'empresa realitza un taller de cinema que es du a terme en el Centre Ocupacional Municipal i que va finalitza amb la realització d'un curtmetratge on participa la pròpia empresa, Sueca Tv i les persones usuàries del taller.

Així també, es retransmet tota la programació de les festes Majors del poble, amb les cavalcades, processons, concerts i actes d'aquestes durant setembre, i qualsevol festivitat del poble. La festivitat de les Falles és una de les més importants, en la qual l'emissora grava e informa sobre tots els actes de la Junta Local Fallera i de les corresponents falles, com és un exemple els playbacks i sainets al teatre Bernat i Baldoví. Finalment, la cadena cobreix actes de qualsevol associació cultural o esportiva del poble, com bé poden ser curses, campionats, teatre, certàmens o rodes de premsa.

2.4.13 Programes en directe

Els programes en directe són pocs ja que el material tècnic no ho permet grans desplegaments. Els programes que es difonen en directe són:

- a. **Sessions plenàries** de l'Ajuntament que a diferència d'altres televisions, són *trending topic*⁷, ho veu moltíssima gent. Ací discuteixen des d'un punt de vista polític molts dels temes candents de l'actualitat suecana, aleshores es veuen totes les opinions de les diferents formacions en representació política.
- b. **Cavalcada dels Reis**
- c. **La romeria dels Benissants de la Pedra**
- d. **La missa major en honor de la Verge de Sales**
- e. **La presentació de la fallera Major de Sueca**
- f. **La Passarel·la de moda**

⁷ El *trending topic* (recomanat en català tendència o tema del moment) és una de les paraula o frase més repetides en un moment concret a *Twitter*.

Tots aquests esdeveniments es podem desenvolupar i realitzar en directe, gracies al sistema de connexions o xarxa de contribució a través de cable, que uneix la plaça i l'ajuntament, llocs on es desenvolupen quasi tots aquests esdeveniments. Sols la romeria, que es fa a la muntanyeta dels Sants, es fa a través d'una enllaç ocasional, a través d'antena⁸.

	DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
11h 12h	TELEBAN	TELEBAN	TELEBAN	TELEBAN	TELEBAN	TELEBAN	TELEBAN
14:30h	INFORMATIU + ESCOADRINYADORS O MINUTS MUSICALS O CONTA CONTA	INFORMATIU + LA MARRAIXA	INFORMATIU + CALIDO	INFORMATIU + UI QUE MODERN	INFORMATIU + LNT O ESPECIALS DE SUECA TELEVISIÓ, ARXIU PER A PARAR UN CARRO		
16:00						INFORMATIU DE TOTA LA SETMANA + Reemissió de programes	INFORMATIU DE TOTA LA SETMANA + Reemissió de programes
20:30h	REEMISIÓ DEL MATÍ	REEMISIÓ DEL MATI	REEMISIÓ DEL MATÍ	INFORMATIU + PLE DE L'AJUNTAMENT (ocasional)	REEMISIÓ DEL MATÍ		

2.5 Gestió

En aquest punt analitzarem com una cadena de continguts locals del poble de Sueca emet per a tota la comarca i per què paga un lloguer a una empresa privada per dues hores diàries d'emissió quant l'Ajuntament té dret a formar part d'un consorci per gestionar una canal públic.

- **Emissora municipal amb una gestió privada mitjançant una concessió administrativa. Com s' arribat a aquesta situació?**

Quan Sueca Tv començà les emissions, la situació legal en quant a llicències de televisions locals, era una situació que s'anomenava d'al-legalitat. No hi havia cap llei

⁸ **ENG** Contingut en exteriors que és part d'un programa amb connexió en directe, en el qual no hi ha preproducció i s'utilitza una xarxa o enllaç de contribució ocasional, com pot ser via antena o satèl·lit (SNG).

que regulés la situació de les televisions locals a l'Estat Espanyol, les televisions locals eren un mitjà molt estès però no estaven regulades. Com que l'apagada analògica era imminent, esperaren a que es produïra i així començar a repartir les llicències ja en TDT per donar-li la legalitat que fins aleshores no tenia.

L'Estat Espanyol va fixar l'apagada analògica en abril del 2010 i va deixar en mans dels governs autonòmics el repartiment de llicències que mitjançant concurs públic començà a posar-se en marxa en el 2005. Agafaren i dividiren el territori en demarcacions per número d'habitants, cada demarcació té un canal múltiplex, cada múltiplex té 4 programes i cada programa suposa una llicència televisiva. De les 4 llicències, 3 són per a empreses privades, qualsevol empresa privada (amb un bon capital clar per què els mínims que demanaven eren prou elevats) podia optar a una d'elles. I la llicència número 4, és una llicència de caràcter públic per a que tots els Ajuntaments interessats formaren un consorci i gestionaren entre tots el canal.

Les conseqüències d'açò van ser:

- **El caràcter local havia quedat convertit en comarcal**, amb tot el que comporta en quant a infraestructura i continguts.
- **El panorama televisiu anava a tindre un marcat caràcter privat i per a empreses amb un poder adquisitiu important.**

En el cas concret de la Ribera, la demarcació incloïa les dues Riberes, Ribera Baixa i Ribera Alta. Les 3 llicències privades van ser per a Ribera Televisió, Tele 7 i Libertat Digital. En un principi Sueca Tv formà part del consorci per gestionar el canal públic, 9 ajuntaments: Alzira, Carcaixent, Alcúdia, Carlet, Benifaió, Almussafes, Algemesí, Cullera i Sueca.

La perspectiva era molt diferent als pobles amb televisió local funcionant i als que no en tenien. Els ajuntaments que en eixe moment no tenien televisió local, estaven molt contents i il·lusionats en aquest projecte i les televisions que estaven en marxa, Algemesí, Cullera, Carlet i Sueca, no els agradava la fórmula, per què perdia l'essència del que era una televisió local. Però havien d'entrar a formar part del consorci per què era la única manera de sobreviure, aleshores començaren a fer-se uns estatuts, de caire polític que s'aprovaren mitjançant el plenari de cada poble.

Amb tot açò passaren uns anys de burocràcia i reunions i en l'any 2011, i segons van explicar degut a la crisi econòmica, dels 9 Ajuntaments que havien format part del consorci, 6 es feren enrere, entre ells Carlet, que comptava en una televisió local però

que va preferir de moment també quedar-se fora. Les tres poblacions que tenien televisions locals volien seguir endavant amb el projecte per què era l'única manera de seguir emetent, però la resta d'Ajuntaments no volgueren que es fera ús d'eixa llicència i aleshores es va produir un bloqueig burocràtic. Aleshores, es va comunicar a La Secretaria Autonòmica de Comunicació ens va dir que s'havia de resoldre entre els municipis, cosa que no es va fer⁹.

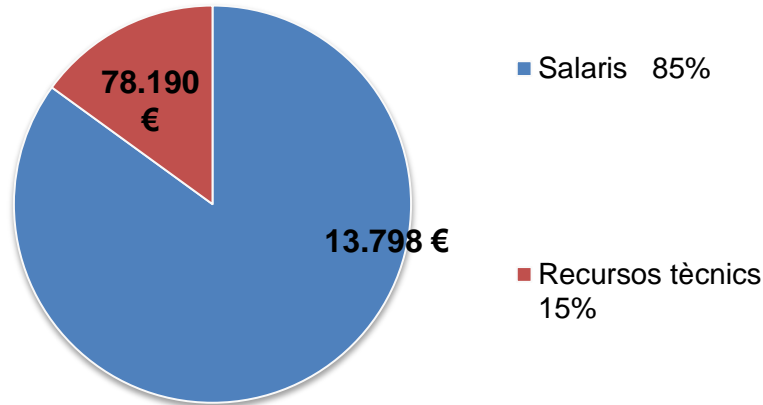
➤ **Situació actual de la gestió de Sueca Tv.**

Finalment la televisió de Cullera va tancar, i després d'any i mig de bloqueig l'única solució per a *Sueca Tv* va ser el lloguer dues hores d'emissió en la graella televisiva d'una empresa privada. L'empresa *Carbe Producciones* li comprà la llicència a *Libertad Digital*, que es va convertir en *Sucro TV*. En aquest canal comparteixen emissió la televisió d'Algemesí, *Berca TV* i *Sueca TV* i estan en marxa des de finals de 2011. Tot aquest procés que va fer que el canal estigués en analògic i l'apagada que es va produir al 2010, l'audiència va minvar molt i l'emissora a pogut sobreviure gràcies a les xarxes socials i a la web.

Ara, la cadena de televisió es gestionada per l'empresa privada Nirvana Produccions S.L., a través d'una concessió administrativa per part de l'Ajuntament de Sueca. Si parlem de pressupostos, l'Ajuntament de Sueca, concedeix una partida pressupostària anual, d'uns 91.989 euros, dels quals quasi els 85 per cent va destinat a salaris i l'altre 15 per cent a material tècnic. L'Ajuntament és el responsable de cedir l'espai on realitzar la televisió i d'arreglar qualsevol desperfecte o manteniment d'aquest espai on està ubicada l'emissora. Els únics ingressos externs a aquesta partida pressupostària, es la poca publicitat que poden oferir els comerços locals, la qual des del 2009 que comença la crisi fins ara han disminuït molt. Aquests ingressos són tan baixos que s'utilitzen per a faltes esporàdiques de material o recursos tècnics.

⁹SENSO, Carles. (19 de juliol de 2012), *La primera televisión pública comarcal de la C. Valenciana ya emite en la Ribera*. Levante-EMV.com (Comarcas). [Consulta: 12-06-2015].

Pressupost anual (2015) 91.989 €



- *Font: Partida pressupostaria l'ajuntament de Sueca, per a Sueca Tv.*

3. Aproximació al concepte de format, gènere i programa

Abans d'aprofundir en el desenvolupament del procés de creació de *Ui! Que modern*, hi ha que assenyalar la diferència que existeix entre "format", "gènere" i "programa", molt habitual al àmbit de la producció televisiva i que en nombroses ocasions pot ocasionar confusions i al seu us incorrecte.

- Gènere

Segons Jaime Barroso (2002, : 189) els gèneres són "grandes grupos en que pueden clasificarse los programas en razón de su contenido temático o del público al que están dirigidos". Avui en dia tenim dificultats per classificar els gèneres a causa de la unió d'entre generes o també anomenada hibridació. Amb l'abans televisiu, es mesclen els generes i els subgèneres creant formats nous. Hi ha moltes teories per classificar-los. Però, he decidit agafar aquestes condicions per fer una classificació:

Segons Jaime Barroso, quins criteris hem de tenir en compte per classificar els generes?

1. Finalitat dels continguts
2. L'edat a la que vaja dirigida (públic). L'audiència.

3. Contingut i del model de despesa i organització de producció/ realització: No vist des del punt de l'audiència sinó més be de l'equip tècnic.
4. Segons gènere o contingut temàtic: gènere més pur

Quan creem un format ens centrarem en una sèrie de característiques que unifiquen els diferents productes audiovisuals i ens ajuden a catalogar-los per a la seua posterior promoció i venda. Per això, es important els generes, per a crear un producte amb uns elements diferents que triomfen en televisió.

Per la tendència a la heterogeneïtat dels gèneres i davant de la varietat de criteris i classificacions cal problematitzar i replantejar-se la conveniència i aplicabilitat d'aquestes caracteritzacions. Realment aquests generes purs no estan al ordre del dia ja que no trobem un programa pur. Existeix molta hibridació entre formats, mesclant-se diferents subgèneres. Donat el panorama actual, en el que la gent veu la televisió fent zàping, amb "multi-pantalla¹⁰" (amb l'ordinador o el mòbil davant), durant un temps i front la hibridació de formats, les classificacions de gèneres televisius estan un poc obsoletes, ja que no trobem un producte pur i pren força el concepte de *segment* o *franja de programació*. Els espectador, són espectadors durant un temps més que d'un programa.

- **Format**

Abans d'exposar quin és el concepte de format televisiu, em sembla aconsellable realitzar una apreciació prèvia al voltant d'aquesta qüestió. En primer lloc, tant les obres televisives seriades com les aïllades, segons pertanyen o no a una sèrie de programes o episodis que pertanyen a un gènere, cada una d'aquestes respon a un format. El format televisiu es l'esquelet d'una obra televisiva. Alfonso González Gonzalo (2011, p. 31) ha comparat el format amb una (2011, p. 31) "recepta per a la creació d'una nova versió de programa" o el manual d'instruccions del mateix. Es podia dir que es com l'argument per a l'obra cinematogràfica¹¹

Alfonso González Gonzalo (2011, p. 109) defineix el format com: "La combinació recurrente de todos los elementos característicos que integran un programa de televisión, tales como el concepto, el título, la secuencia de acontecimientos, los efectos escénicos y de luz o el diseño del plató, las frases de enganche (catch-

¹⁰ Podríem definir *Multi-pantalla* com una nova forma d'utilització de les tecnologies, en la que els individus combinen diferents suports tecnològics com: els telèfons (a l'actualitat smartphones), tablets, ordinadors i televisió (també videojocs i lectors d'*ebooks*); per a consumir distints tipus de continguts digitals al mateix temps.

¹¹ No confondre amb el Guió que el nostre format tindrà en forma d'escaleta.

phrases), el tono de la presentación, etc. De tal forma que lo hacen reconocible como perteneciente a una misma serie.”

Cortés Lahera, (1999) explica el concepte de format com un conjunt d'elements, els quals componen un programa. Podem dir, que es tracta del conjunt d'elements que romanen fixes en cada una de les emissions.

Gènere i format tenen una estreta vinculació amb els gustos de l'audiència. La diferència entre gènere i format està relacionada amb el mercat i l'autoria. El format te propietats comercials, és una categoria de producció i el gènere és una categoria estilística. A diferència del concepte de gènere que te tradició històrica en la literatura, el concepte de format es recent. El format es la plasmació del gènere en la graella televisiva i prové de l'industria televisiva, popularitzant-se el concepte amb els programes de *telerealitat* als 90. El format neix de la negociació entre text i audiència des del punt de vista de la producció. Gènere i format són categoria relacionades entre l'espectador i productor, així com el caràcter canviant per l'evolució i hibridació.(Tous, 2010).

- **Programa**

De la mateixa manera, Cortés defineix programa com "la unidad bàsica de la parrilla de programación d'una cadena de televisión". Es a dir, es tracta d'un conjunt d'emissions periòdiques que s'identifiquen baix un mateix títol i estructura (format) i que ofereixen continguts segmentats per blocs d'una mateixa temàtica i gènere.

Per tant, després de definir els tres conceptes, podem establir una classificació jeràrquica dins dels continguts televisius, en què el gènere es troba en primera posició, seguit del format i finalment el programa, que representa la materialització del projecte audiovisual.

3.1 Què és un Paper format?

Podem definir *Paper format* com un document escrit en el qual s'indiquen les principals característiques d'un programa de televisió. De manera que qui l'litja el document puga arribar a crear-se una impressió bastant precisa del mateix.

Tal com diuen Albert Moran i J.Malborn, en el *llibre Understanding the global Tv Format*, dins de la industria televisiva generalment se distingeix entre el *Paper Format*,

el qual es tracta del primer pas en el procés de producció de la majoria dels programes de televisió, com ho és l'argument en una obra cinematogràfica. Amb una longitud d'entre dos i deu pàgines, comprèn tota la informació imprescindible per a la realització del programa que descriu: el títol i el concepte del programa, l'audiència potencial i el seu contingut. Així també, és freqüent que incloga també la seva durada, la franja horària proposta, exemples i il·lustracions, el disseny de l'escenari i els decorats, suggeriments pel que fa als presentadors, pressupost estimat, oportunitats de *merchandising*¹². Aquest document escrit generalment es fa abans de que es produeixca el programa. El *Paper Format* ens permet tindre controlat moltes situacions no previstes o sense resoldre i que normalment es poden solucionar abans de posar en marxa el projecte.

Per altra banda, trobem el *Program Format* (format Tv), comprèn no només la *bíblia*¹³ del programa, sinó també els guions utilitzats, el disseny del plató i altres dissenys gràfics, les composicions musicals, els títols i les capçaleres, els enregistraments dels programes, les estadístiques i avaluacions, els índexs d'audiència i fins i tot serveis de consultoria. Consisteix en la recepta per a la creació d'una nova versió d'un programa obtinguda a partir de l'experiència d'haver-lo realitzat en un altre lloc.

El document *Paper Format* pot contenir eventualment guions i fins i tot l'argument del programa, però la seua principal característica, és la de ser una combinació d'elements, argument, mecànica, escenografia, ambientació, coreografia, tipus de música, edició...etc. Així per exemple els programes de televisió anomenats *realities*¹⁴, en la majoria dels casos no compten amb guió, per la qual cosa l'espectacle en si mateix és el principal element creatiu que sorgeix de la gravació en el moment.

¹² *Merchandising*: (Merxandatge) Conjunt de tècniques i accions dutes a terme en el punt de venda amb l'objectiu d'augmentar el poder d'atracció dels productes exposats i estimular-ne la venda.

¹³ La *bíblia* d'un programa de televisió és un document escrit que pren cos i evoluciona a mesura que es realitzen els successius episodis i que conté els elements fonamentals de la sèrie; ja no és un projecte, com el format escrit, sinó una descripció del que és el programa i els episodis realitzats.

¹⁴ *Reality*: (Telerrealitat) és un gènere televisiu en el qual es mostra el que els hi succeeix a persones reals, en contraposició amb les emissions de ficció on es mostra el que passa a personatges ficticis, interpretats per actors.

4. Els programes de baix pressupost

Després d'haver-nos aproximat a els conceptes de gènere, format i programa i haver posat relació entre aquests, crec convenient fer una explicació sobre un tipus de programes que venen condicionats pels pocs diners a la seua producció i han sorgit a la graella televisiva fa poc. Estem parlant dels programes que tenen un baix pressupost per a dur-se a terme. Al igual que aquests programes, un dels factors que influenciarà i molt, al *Ui! que modern*, serà la falta de diners i mitjans tècnics i humans. Açò potenciarà al programa, uns trets característics i destacables, com són la proximitat i l'espontaneïtat. Primer que res anem a explicar que són els programes *low cost*¹⁵ i quines són les característiques principals i també posarem exemples d'aquests, els quals ens serviran de referència per a la ideació del nostre programa.

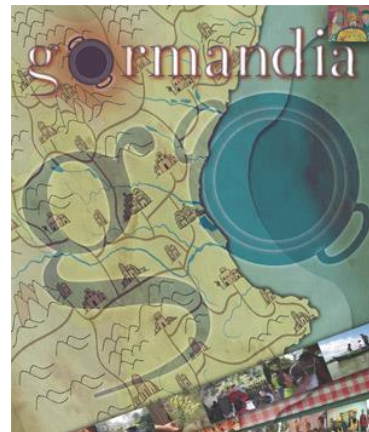
Els programes de baix pressupost són, com el seu propi nom indica, produccions molt barates, que no necessiten un cost alt de producció ni realització. S'estalvien costos perquè no hi ha plató, no sol haver presentadors i no hi ha un treball, diguem clàssic, de preproducció. Els protagonistes són la gent del carrer, persones "normals" que construeixen per si mateixos el programa a fer-nos partícips de les seves històries. El valor d'aquests formats, és que el que passa és de "veritat". Es treballen els conceptes de proximitat i espontaneïtat: un individu qualsevol, que bé podríem ser un de nosaltres, és gravat mentre surt de festa, fa la compra o practica algun esport. Com més natural, millor. Es posa l'accent en una improvisació impostada i en la senzillesa del discurs del ciutadà comú.

A Espanya, *Callejeros* seria un dels pioners en aquest tipus de programes. Ens resulta gairebé sorprenent o entretingut observar com una persona ens conta un succés en mitat del carrer als amics o com una mare fa macarrons per als seus vuit fills... . Fets que mirem tots els dies però que no veiem. Després, molts altres programes han donat una volta al gènere: espanyols que viuen en altres països, els bars més curiosos, hotels de luxe... . Gairebé qualsevol aspecte de la realitat pot ser mereixedor d'un baix cost.



¹⁵ *Low cost*: Baix pressupost.

Però si hi ha algú que ha tret partit d'aquest tipus de formats, són les cadenes autonòmiques. En aquests temps de crisi, els canals de les autonomies pateixen especialment la retallada en els seus pressupostos. Fer ficció resulta car, un programa de plató pot necessitar de massa recursos, però llançar a un càmera i un redactor al carrer i aconseguir que el ciutadà de a peu et ompli minuts de programa, pot ser una idea estupenda. Aquests programes de *low cost*, tenen el valor afegit de la proximitat; qui està sortint en pantalla és realment el teu veí, i està parlant d'aquestes festes patronals de les que tu també gaudeixes. Així doncs, en *Telemadrid* emeten un programa anomenat *Yo soy Madrid*, en què l'únic denominador comú és que els protagonistes habiten la ciutat de Madrid. De la mateixa manera, a *Canal Sur* hi ha un programa que s'anomena *Animales en Familia*, un espai en el qual les mascotes andaluses són les estrelles. I a *Canal 9*, teníem *Gormandia*, un programa que parla de la cultura de l'arròs i de l'element gastronòmic com a nexa social. En aquest, l'acció passava "in situ", durant un dinar o esmorzar familiar o entre amics. Aquesta acció, es separava mitjançant xicotetes capçaleres i xicotetes seccions inventades al programa, que se realitzaven per la mateixa gent del dinar o per un consell d'ancians que comentaven la jugada. La veu conductora del programa, no eixia en pantalla i sols era una veu en off, que comentava el que estava passant i interactuava amb els protagonistes.



Destacarem el cas de *TV3*. Els catalans són emprenedors en el gènere, al qual han sabut donar la volta i aconseguir autèntics programes *low cost*. Molts ens van posarem les mans al cap, quan van anunciar que emetrien un programa en què uns senyors sortirien a la muntanya a buscar bolets. Però *Caçadors de bolets* es va convertir en un

èxit. S'atreveixen amb qualsevol cosa i, de fet, ara produeixen el a priori minoritari *Artista!*¹⁶. Són peces de set minuts dedicades a l'art contemporani.



Es a dir, als programes low cost, no hi ha un guió que ens conte una història, sinó que l'història es contada al mateix instant de la gravació. Aquesta història no es contada tant per un reporter o per la mateixa persona que ens conta el que està passant. Encara que en aquest tipus de programes la reproducció siga mínima si hi ha una preparació per contactar amb els protagonistes que hi surten, encara que també en molts d'aquests el protagonista es captat al moment. Aquests, si tenen un format i una estructura, però aquesta es treballa a postproducció. Amb una càmera i dues persones, els programes de baix pressupost es poden realitzar. En resum, aquests seran els trets estructurals i formals, que caracteritzaran el nostre programa.

5. Concepció del programa

En donar-nos l'oportunitat de fer un programa de televisió d'àmbit local, el primer que fèrem fou veure que hi havia a la graella televisiva d'aquesta. Ens donarem compte de que els continguts que hi havia eren o de temàtica cultural o informativa, però no hi havia res més lúdic o d'entreteniment. Si ens havíem documentat que anys enrere es va fer un programa d'esquetxos, el qual es deia *Mahemeua* (posteriorment *Qui no vulga pols*). Aquest tractava amb tocs d'humor temàtiques del poble o simplement es feien esquetxos d'humor sobre temes valencians pròxims a la ciutadania de Sueca.

¹⁶ *Artista!* Programa produït per Televisió de Catalunya i dirigit per **Manuel Barrios** i coordinat per **Victòria Bermejo**. Aquesta sèrie, pensada per ser programada en remissions regulars, té com a objectiu principal acostar l'espectador al món de l'art, sense desvincular-se de l'actualitat. "Artista!" no és un informatiu ni una agenda d'activitats culturals. Utilitzant un llenguatge pròxim al documental i a l'entrevista, *Artista!* busca sobretot la complicitat tant dels artistes com de tots aquells que d'alguna manera estan vinculats a l'art.



Nosaltres en veure açò, decidirem nodrir la graella d'un programa d'entreteniment, en el qual no haguera una informació rellevant sinó que l'espectador estigues entretingut, es rigués i es veiés reflectit amb la gent del poble. També pensarem que un dels sectors o *target* més maltractat era la part de la població entre els 15 a 25 anys encara que el nostre programa seria per a tots els públics.

Primer que res, es vam posar a pensar i férem un *brainstorming* que va tenir algunes bones idees, però que després de consultar-les amb la cap de l'emissora, es descartaren per motius tècnics, humans o de temps. En veure que moltes d'aquestes idees no es podien realitzar, pensarem en un programa que poguera ser amb un equip de dues persones com a molt 3 en alguna ocasió i que fora fàcil de realitzar a una càmera amb la darrera postproducció. Després de documentar-nos amb altres programes d'altres cadenes locals, nacionals i de la mateixa cadena ens donarem conter de la manera de poder fer un programa amb facilitat de baix pressupost. Per aquest motiu, ens documentàrem visualment sobre programes *low cost*, per tindre una referència per al nostre programa.

La idea ens va sorgir al nodrir-nos a través de internet i tornar a recordar la secció anomenada *Habla pueblo Habla* del programa de televisió *Sé lo que hicisteis* presentat per Patricia Conde a la *Sexta*. En aquest, es preguntava a la gent del carrer sobre temes d'actualitat i es comentaven les reaccions d'estes al plató. També van veure que un dels formats que estava més de moda a l'actualitat als programes de magazín¹⁷ eren les seccions on el reporter eixia al carrer per buscar la notícia d'actualitat, o preguntar sobre aquesta o sobre altres temes a la gent del carrer. Són un clar exemple a nivell nacional el programa *Callejeros* o les xicotetes seccions que realitzaven els reporters a *Espanya Directo*.

¹⁷ El **magazín** (en anglès *magazine*) és un format de televisió que aborda molts temes inconnexos i barrejats. És un format de la neotelevisió en què la seua definició i delimitació són confuses.

Ideació d'un format televisiu: el cas de *Ui! Que modern* per a Sueca televisió.
Cristian Ribes Hernández, 2015



Així també, buscarem per internet formats similars i trobarem la secció *La voz del Pueblo* de la web *Formula Tv*, que parla sobre temes d'actualitat que ocorren a la televisió. Si als altres formats explicats eren seccions d'un programa, aquest és un programa en si o un apartat en si a una web. La principal diferència que hi trobarem van ser que els temes eren tractats amb humor, intercalant frases o xicotets gags de series de televisió, altres programes o de YouTube, per fer riure a l'espectador. Una de les seccions de referència que tinguérem molt en compte també, va ser la secció del programa *Zapeando*, en el que es preguntava l'opinió de la gent sobre algun tema d'interès.





Altre exemple que trobarem més a nivell autonòmic, es el programa *los Reporteros* de *Canal Sur* o a nivell més local un *Vosté opina*, com el que es fa a *Cullera Tv* o a *San Cugat del Vallés*. De tots aquests formats de televisió, així com d'altres, s'han agafat tant referències estructurals com estilístics i gràfics, explicats al punt 7.



Nosaltres agafaríem la idea de preguntar a la gent del poble sobre temes d'actualitat, però aquests temes no serien polítics ni socials, sinó més bé de l'actualitat juvenil que circula a les xarxes social i entre els joves. Aquest temes serien preguntats a tot tipus de gent, tant majors, joves i menuts per contrastar les diferències generacionals a vegades al voltant d'un tema i també de vegades veure que no hi ha tantes diferències entre edats i opinió. Així també afegiríem una xicoteta introducció i tancament. Agafàvem la idea del reporter que pregunta a la gent del carrer, integrant a el reporter com a protagonista. A més, no volíem que fora simplement una cosa informativa sinó més informal i desenfadada per això a les respostes de la gent els afegíem un toc d'humor amb efectes o musica, així com també a través de la conversa del reporter i agregant al final les tomes falses del programa. Cal destacar que una televisió local serveix com a espill del poble i la gent amb el nostre programa es veuria reflectida.

El nostre programa seria de producció seriada setmanal ja que aquest s'emetria cada dijous durant les hores d'emissió comprades per la cadena. Aquestes serien, entre les 14:30 hores, a les 20:30 i a les 00:30 hores, després de cada informatiu de cada dijous. L'elecció de l'hora, fou perquè són les hores d'emissió comprades per

l'empresa i el dia perquè era en l'únic que hi havia un vuit a la graella. El programa seria gravat, cada divendres ja que es dia de mercat i és quan més gent hi ha al poble, per a la seua posterior postproducció ja que els elements tècnics de la cadena no permetien una realització en directe. Tindria una producció mixta que combinaria escenaris diversos del poble tant exteriors com interiors, i així també el propi plató.

Si parlem de pressupostos, el programa sols seia un 10 per cent del pressupost anual, que s'ha explicat al apartat 2.5. En total costaria, 9.198 euros per temporada, realitzar el programa. En aquesta quantitat s'ha contat, el sou del càmera i el del reporter durant 2 mesos i dues setmanes de treball, que costaria crear les dos temporades del *Ui! Que modern*. En el treball d'aquests no sols incloem la part de producció sinó també la de preproducció i postproducció. Així com també, s'han inclòs els salaris el cost de la càmera i la microfonia que és el material més utilitzat. No s'han inclòs les llicències del programa que s'utilitza per a muntar el programa ni material utilitzat a banda, ja que açò està més que cobert al pressupost anual.

Amb el programa es pretén nodrir amb humor la graella televisiva de Sueca Tv, perquè a l'actualitat no hi havia programes d'humor ni d'entreteniment sinó més bé culturals i informatius. Tots els temes tractats serien d'actualitat però sense clavar-nos amb temes polítics ni de societat espinosos, ja que aquests són tractats als programes de debat, entrevistes i els informatius. Res de la pujada de preus, la baixada de sous, ni temes de desnonaments. Per això, decidírem parlar de temes sobre noves tecnologies, estrangerismes nous, moda, costums valencians o menjars estrangers entre d'altres. Barrejant l'humor i el format de reporter al carrer per saber l'opinió de la gent, aconseguíem descobrir l'opinió de la gent sobre temes d'actualitat però amb un somriure. Aquest mix de programes donaria un toc fresc a la graella televisiva, fent que les vesprades dels dijous sigueren més amenes i divertides.

Finalment el programa es de baix pressupost i no necessitàrem molt material. Consisteix en l'eixida al carrer d'un càmera (Marga Llorca Boix) i d'un reporter (Jo, Cristian Ribes Hernández), els quals fan preguntes a la gent del poble de Sueca sobre temes moderns i d'actualitat. Cada dilluns es tria un tema, es guionitza durant el dimarts i dimecres, les entradetes, conclusions i esquetxos així com també les entrevistes a personatges es graven els dijous i els divendres les entrevistes al carrer. La preproducció i gravació del programa aniria una setmana avançada per a deixar el programa muntat per al dijous de la setmana següent. Així també, el programa es

pujaria el mateix dia de l'emissió a la web de Sueca Tv i a les xarxes socials com *Twitter* o *Facebook*.

	DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
Preproducció							
Producció							
Postproducció							

	DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES
1 setmana	Elecció del tema 1 Documentació sobre aquest.	Guió	Guió	Gravació d'entradetes i conclusions.	Gravació d'entrevistes a peu de carrer
2 setmana (1^r programa en emissió)	Elecció del tema 2 Documentació sobre aquest.	Guió	Guió	Gravació d'entradetes i conclusions. Muntatge del 1 ^r programa, emissió	Gravació d'entrevistes a peu de carrer

El nom del programa, va ser el resultat d'una expressió que ens va dir una dona al carrer, ja que normalment al poble les dones majors quan preguntes alguna cosa que no entenen o no saben diuen "Ui! Xiquet això és molt modern...". Aquesta expressió ens feia gràcia i creïem que definia el programa, ja que sabíem que la dificultat d'aquest seria preguntar a les dones i homes majors sobre per exemple, l'ús de les xarxes socials. També molta gent jove es veuria identificada, amb aquesta expressió, ja que recordaria quan parla amb els seus avis i els intenta explicar sobre algun tema d'actualitat i que ells desconeixen. D'aquesta dificultat, també hem tret bons moments per al programa. El programa té dues temporades. La primera, consta de 5 capítols i la segona de 7 capítols. Aquesta segona temporada és una versió del programa amb una capçalera adaptada al estiu, que és quan s'emeta aquest. L'elecció de 5 i 7 programes va ser per la durada de les pràctiques. La proposta del programa van ser a els dos mesos i sols quedaven 9 setmanes per a acabar les pràctiques, entre les quals hi havia dos dijous de Ple de l'ajuntament. Però tant sols podíem fer 5 capítols, un cada setmana. I l'elecció de 7 capítols, fou durant els dos mesos primers de practiques, 3 setmanes de Juny i 4 de Juliol, ja que en Agost, els espectadors de Sueca Tv baixen molt i quasi tota la programació és reemesa.

Les preguntes sobre el tema elegit, no sols van cap a les persones majors, sinó que són per a totes les edats, i la gent entrevistada a peu de carrer expressa la seua opinió amb total llibertat. Cada una de les temàtiques parlades al programa es tracten amb toc d'humor i respecte als entrevistats, a més al final de cada capítol posem els descarts o preses falses, per a dotar d'humor i humilitat, pel treball que fem, el qual no és perfecte. Els temes elegits per a tractar al programa en aquesta primera temporada són:

- **1r programa**→ **Paraules Modernes**: aquest primer programa preguntem a la gent del poble si coneix les paraules anglòfones com: *Hipster*¹⁸, *swag*¹⁹, *twerking*²⁰, *selfie*²¹ etc... i si saben el seu significat. <http://www.sueca.tv/index.php/video/2264/ui!-que-modern+>
- **2n programa**→ **Xarxes Socials**: al segon programa, eixim al carrer per saber si la gent te xarxes socials, si les utilitza i per a què. També tenim l'entrevista de Lluís Lopez expert en Xarxes socials i ens contarà quin es el panorama actual d'aquestes. <http://www.sueca.tv/index.php/channel/68/programes-ui!-que-modern>
- **3r programa**→ **Tendències**: a aquest programa comentem que es allò que es moda a nivell d'estil i preguntem a la gent que els pareix. Els agrada a les persones majors?, ens contaràn que s'estilava abans? <http://www.sueca.tv/index.php/video/2304/ui!-que-modern-tend%C3%A8ncies>
- **4t programa**→ **Vídeos Virals**: Fem un recorregut sobre els vídeos virals més vistos actualment i preguntem a la gent del carrer si els coneixen i que els pareixen. <http://www.sueca.tv/index.php/video/2324/ui!-qu%C3%A8-modern-videos-virals>

¹⁸ La cultura *hipster* és una subcultura associada en major mesura amb la música independent. Es caracteritza per una sensibilitat variada, allunyada dels corrents culturals predominants (mainstream) i afí a estils de vida alternatius.

¹⁹ El terme *swag* prové dels Estats Units i Canadà, que fa referència a la moda, estil i originalitat.

²⁰ *Twerking* és un tipus de ball en el qual una persona, generalment una dona, balla amb la música d'una manera sexualment provocativa participació d'empenta moviments de maluc i una posició baixa de cames.

²¹ *Selfie*: Autofoto o selfi.

- **5t programa**→ **Diari d'uns becaris**: Xicotet programa amb el que fem un repàs de la nostra estança a l'empresa i recordarem els millors moments dels programes anteriors amb toc d'humor.
<http://www.sueca.tv/index.php/channel/68/programes-ui!-que-modern>

Així també, *Ui! que modern* conta de segona temporada al estiu. Els temes que tractarem a la segona temporada de *Ui! que modern Estiu* són:

- **1r programa**→ **La febre de l'esport**: Cultura *running*²² i nous esports han arribat per a quedar-se i la gent del poble no para d'anar a córrer i els que ho fan són anomenats *runners*. La gent ho fa! Però, els suecans són conscients d'açò? A més saben que són les polseretes anomenades *new balance*²³ i per a que serveixen? <http://www.sueca.tv/index.php/channel/68/programes-ui!-que-modern>
- **2n programa**→ **Nosaltres els valencians**: Moltes paraules valencianes pareixen no tindre traducció del valencià al castellà. Comboi, ausades o trellat... ets, són algunes d'aquestes. Hi ha traducció o equivalent al castellà d'aquestes paraules?... En aquest programa ho consultem amb la gent del poble.
<http://www.sueca.tv/index.php/video/2452/ui!-que-modern-nosaltres-els-valencians>
- **3r programa**→ **El cine a les pitjors sales**: A banda del cine comercial o de Hollywood que és el que normalment veu la gent a la gran pantalla, també hi ha un cine diferent i ocult per a moltes persones. El cine alternatiu, cine de sèrie B o de baix pressupost també existeix. La gent del poble sap d'aquest? Els ho preguntarem. Trobarem *frikis*²⁴ d'aquest estil de cine?. A més tindrem el honor de poder parlar amb Josep, Eugeni i Pura per a que ens expliquen que és un poc que és això del CIM o cinema internacional de merda de Sueca. També, aprofitarem i descobrirem si la gent sap o no d'aquest certamen de cine i els informarem. <http://www.sueca.tv/index.php/channel/68/programes-ui!-que-modern>

²² **Running**: anglisme que s'ha posat de moda per a referir-se a l'activitat de correr.

²³ Sabatilles d'esport de l'empresa nord-americana *New Balance* la qual fabrica sabatilles innovadores d'alt rendiment disponibles en múltiples amples créixer gràcies al boca a boca i promocions de camp. Aquest 2014-2015 han estat les esportives de moda per anar a córrer.

²⁴ **Friki** (de l'anglès *freaky*, i aquest de *freak*, 'estrany', 'extravagant', 'estrafolari', 'fanàtic') o friqui és un terme col·loquial per referir-se a una persona les aficions, comportament o vestuari són inusuals. Al conjunt d'aficions minoritàries pròpies dels frikis es denomina frikisme o cultura friki. Al conjunt dels frikis o seguidors de la cultura friki se'ls sol denominar fandom.

- **4t programa**→ **Gastronomia Insòlita:** La globalització està fent que molts menjars arriben o s'implanten a la nostra cultura mediterrània. Són molts menjars que estan presents al nostre dietari i que fins fa poc no coneixíem. Els *muffins*²⁵ o el *kebab*²⁶ són un exemple del que diem. Que preferirà la gent del poble kebab o un arròs al forn? Els nostres joves que mengen? Saben els nostres majors aquests menjars d'altres cultures? I els nostres joves que n'opinen? A aquest programa fem paladar per Sueca intentant saber els gustos de la gent a l'hora de menjar.
- **5t programa**→ **E-commerce²⁷ i encàrrecs a domicili:** Més que mai la gent no te moltes vegades temps per a anar a comprar. Els encàrrecs de menjar per telèfon i la compra a internet està de moda i és molt útil. A aquest programa intentarem saber si els suecans compren a través de Internet? I si ens fiem o no. Sabran les persones majors que significa *e-commerce*? Ens aclarim al comprar a internet? Fem molts encàrrecs de menjar a domicili? Els nostres majors pot ser no tinguen molt clar açò però segur que el net o la neta li ha comprat alguna coseta per Internet o a encomanat menjar a domicili. En a aquest programa ho descobrirem.
<http://www.sueca.tv/index.php/channel/68/programes-ui!-que-modern>
- **6t programa**→ **Vintage:** La paraula *vintage* a l'actualitat està molt de moda i avarca moltes coses. La gent recicla i reutilitza la roba, mobles o utensilis...ets. Convertir una tela de cortina en un vestit cosa que es feia abans per necessitat, ara es fa per moda. A programes anteriors parlarem que portar roba que portaven els pares o iaies també estava de moda. Uns fulls utilitzats y quatre cartons de llet es poden convertir en una llibreta. Així també un moble que està al contenidor pot ser reutilitzat i a parèixer al menjador de ta casa. Els nostres suecans i suecanes són *vintage*? Sabran primer que tot que vol dir aquesta parauleta?

²⁵ *Muffins*: Denominació d'un tipus de magdalenes angleses. Guarda similituds amb la magdalena però és un aliment diferent, a causa que presenta un sabor menys dolç i té un altre tipus d'elaboració, ingredients, i sabors de tota classe. Es consumeix habitualment en l'esmorzar o berenar.

²⁶ Kebab o originalment *kabab*(també a l'Índia i el Pakistan, kebab en turc), en català xauarma, és un àmplia varietat de plats de carn originaris de l'Orient Mitjà i posteriorment adoptat a Turquia, a l'Europa del sud i l'Àsia del sud, i que actualment es pot trobar a tot el món.

²⁷ El comerç electrònic (també conegut com a *e-commerce* de l'anglès Electronic Commerce) és una transacció comercial en què les parts involucrades interaccionen de manera electrònica en lloc de fer-ho de la manera tradicional amb intercanvis físics a través del tracte físic directe.

- **7t programa**→ **Tribus urbanes**: A la ciutat és normal anar vestit de forma extravagant o diferent. Així també, la gent a les ciutats a vegades estan vinculades a una tribu urbana, sobretot els més joves de la casa. Però, els suecans i suecanes sabran de que parlem?, trobarem algun jove del poble *hipster* o *emo*? Existiran *skyters* o *rastafaris* a Sueca? Intentarem descobrir-ho!

Finalment, tots els programes s'han realitzat i emès, menys els dos últims de la segona temporada (*Vintage* i *Tribus urbanes*) per causes de lloc i temps a la programació d'Agost. Però l'equip de Sueca Tv ha decidit, que si pròximament es fa una tercera temporada, aquestes temàtiques siguen els dos primers programes d'aquesta. Els guions dels programes, es troben al **annex 1**, tots menys el sext i sèptim de la segona temporada. Aquests són la primera idea del programa, i els resultat final després del muntatge, s'intenta ajustar als guions, encara que hi ha modificacions. Açò es deu, a causa del resultat de les gravacions. Durant les gravacions, sols les entradetes i les conclusions del programa s'ajusten més o menys, al que posa el guio. Però les entrevistes són gravades íntegrament i fins finalitzar-les no es sap quin és el contingut que conté. Així també passa amb les presses falses.

6. Contingut

El programa ha durat 2 temporades de 5 capítols a la primera, en els que els 4 primers tenen temàtica, i l'últim és com un *making off* del programa i sobre les nostres expectatives i experiències sobre el nostre de pas per *Sueca Tv*. I la segona temporada es compon de 7 capítols. Tots els programes tenen la mateixa estructura menys el últim de la primera temporada. L'estructura és:

- a) **Introducció del tema** tractat i explicació d'aquest: a aquesta part introduïm sobre el tema i definim de que anem a parlar. La introducció se pot fer al carrer simplement mirant a càmera o amb imatges recurs/editades i veu en off, amb un muntatge més elaborat.
- b) **Capçalera del programa**: Aquesta es compon d'una animació de retalls sobre diferents elements que s'identifiquen amb el poble. Tots aquests elements es mouen al ritme de la música i els efectes sonors i estan dotats amb un toc

humorístic. Aquesta acaba finalment amb l'aparició del títol del programa per a donar pas a aquest.

c) **Imatges recurs sobre el tema amb rètols amb el títol del programa:**

Imatges recurs segons el tema tractat; de la gent del carrer, o dels parcs del poble, de restaurants o de menjar... ets, amb una musica diferent per a diferenciar-la de l'entradeta, que serveix de pas cap a les entrevistes i per a situar l'espectador.

d) **Entrevistes:** A peu de carrer i càmera en mà es realitzen preguntes relacionades amb el tema per comprovar si la gent del poble coneix, allò que és tan modern.

e) **Conclusió i acomiadament:** S'intenta donar un resum dels resultats obtinguts segons les respostes dels entrevistats, així com també si el tema o requereix s'intenta obtindrè una entrevista amb una persona experta amb el tema per a que explique des del seu punt de vista i ens done la seua posició.

f) **Descarts:** totes aquelles imatges que diríem "tomes falses" són incorporades al final, amb un muntatge elaborat, per a donar un toc d'humor.

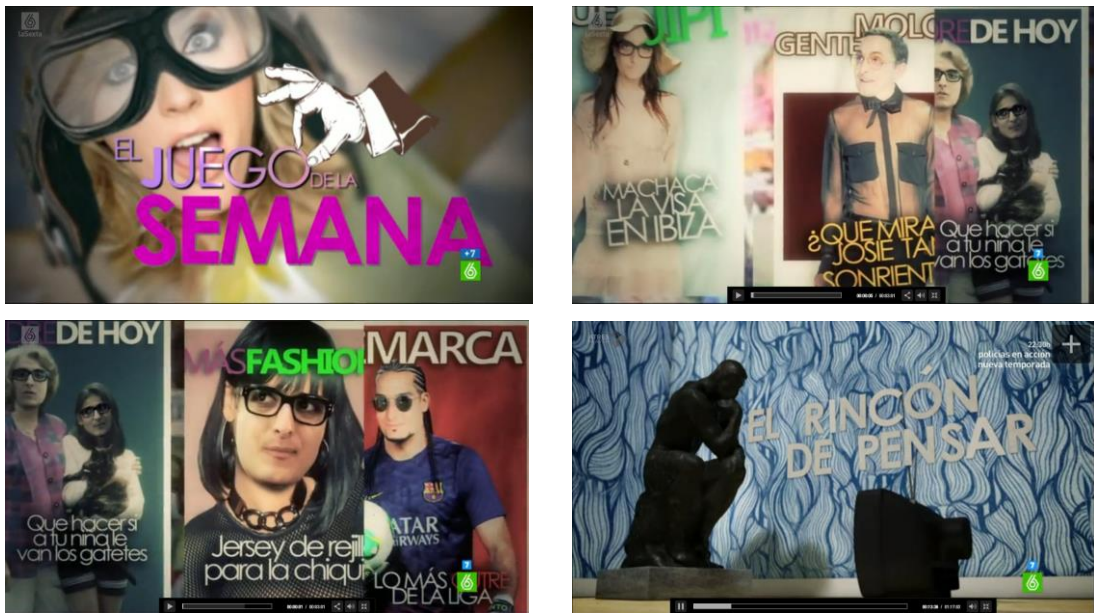
Cada dia pot tenir una duració, ja que a aquesta cadena els programes no tenen una duració fixa, Sueca Televisió no és com les altres cadenes, el seu horari és molt flexible. Açò implica que s'emeten pràcticament el 100% de les imatges capturades. La seua emissió és setmanal (tots els dijous, després de l'informatiu llevat d'aquells que hi haja algun contingut important com el Ple de l'ajuntament).

Hi ha un muntatge elaborat, ja que aquest canal cuida el muntatge en les seues produccions. Els efectes que es veuen s'aconsegueixen durant el rodatge, amb la càmera DV-CAM. És roda a exteriors, excepte en molts poc moments, per exemple a la introducció i la conclusió. Aquest programa és fresc i divertit per l'espontaneïtat dels entrevistats.

7. Grafisme i estil

- Capçalera del programa

Per a inspirar-nos, buscarem capçaleres d'altres programes que teníem com a referència i ens va agradar molt l'estètica de les capçaleres dels programes *APM* i sobretot les xicotetes entradetes que utilitzen per a les diferents seccions al programa *Zapeando*. Aquestes últimes, utilitzen la tècnica *collage*, fent una composició de imatges superposades i dotades de moviment.



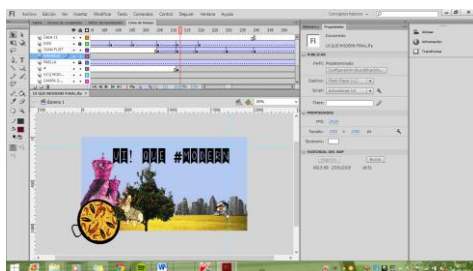
Així també buscant a *YouTube* vam trobar una capçalera de prova que també utilitzava aquesta tècnica amb moviment. Era una entradeta realitzada per a un programa de debats anomenat *Perfiles* que vam utilitzar com a referent visual per a la nostra capçalera.



Aquesta tècnica, ens agradava per al nostre programa i pensarem com compondre-la a través de xicotets esbossos amb *Photoshop*. En aquests volia reflectir tot allò més típic de la localitat de Sueca, però amb un toc modern. Vaig utilitzar un cel blau i un camp d'arròs i al fons una ciutat amb gratacels que representaria la ciutat de Sueca. Amb els fons elegits, vaig fer una selecció de imatges típiques de la meua ciutat com l'escut, un taronger la patrona o l'escriptor Joan Fuster. Al davant, vaig fer una composició final, que dotaria de moviment per a realitzar la capçalera.



La capçalera final del programa està elaborada amb el programa *Adobe flash*. Aquesta es compon de diferents elements que s'identifiquen amb el poble com pot ser: els camps d'arròs, la Mare de Deu de Sales patrona de Sueca, el gos identificatiu de l'escut de la localitat, un taronger i Joan Fuster. Tots aquests elements van entrant poc a poc al ritme de la música i els efectes sonors i estan dotats amb un toc humorístic. Un exemple és, Joan Fuster i el gos amb toc *hipster* i la Mare de Deu de rosa amb un toc *Pop Art*.



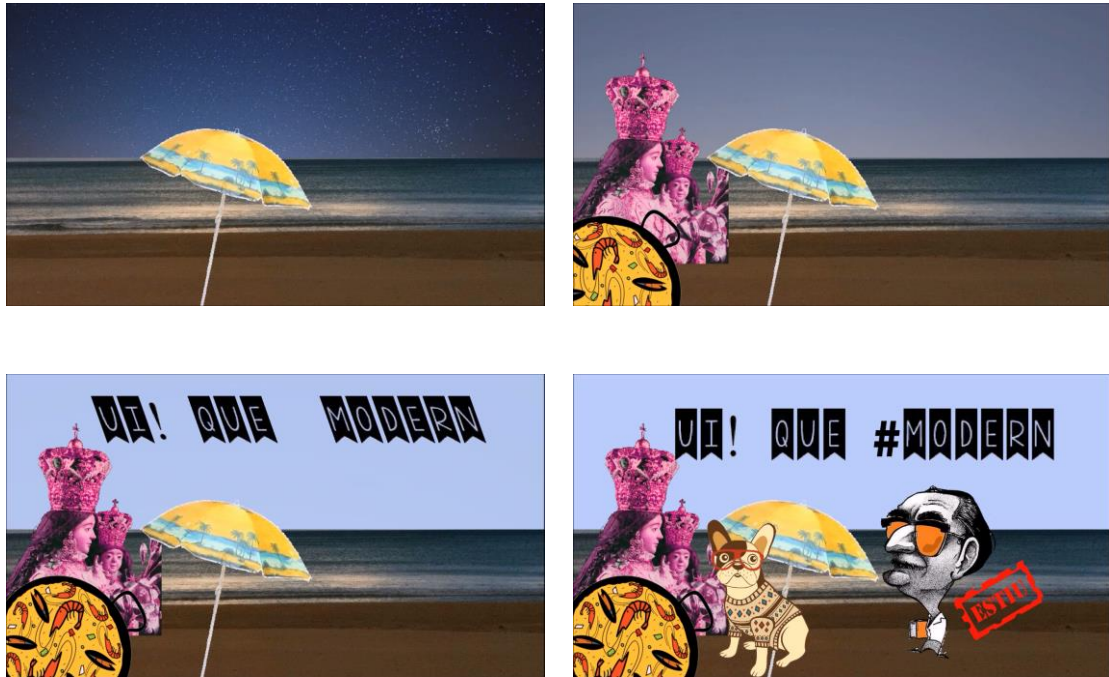
La font utilitzada per als rètols del títol a la capçalera, va a ser la mateixa per a tot el programa, es a dir també s'utilitzaran als rètols. Aquesta està treta de la pàgina web www.dafont.com i està anomenada *KG A Little Swag*. Nosaltres ens vam inspirar i teníem com a referent les típiques banderetes d'aniversari o de festes d'un poble, que a l'actualitat estan molt de moda, fer-les a mà.



La música utilitzada a la capçalera és del grup *Putilatex* i es diu *Moderna de Mierda*. Tenia un ritme ràpid i modern del que volíem dotar a està. Finalment, apareix el títol amb la font explicada, per a donar pas al programa.



Així també, es va realitzar una segona capçalera per a la segona temporada del programa que es realitzava a l'estiu. Aquesta, comença de nit i canvia l'escenari del camp d'arròs amb la ciutat al fons, per la platja i el taronger passa a ser un para-sol. Poc a poc es va fent de dia i les imatges van apareixent amb la sintonia de sempre. Segueixen sent les mateixes imatges: el gos la Mare de Deu, la paella, Joan Fuster i el mateix títol. Un dels canvis també a la capçalera va ser una marca que posa estiu com si fos un segell al final d'aquesta.

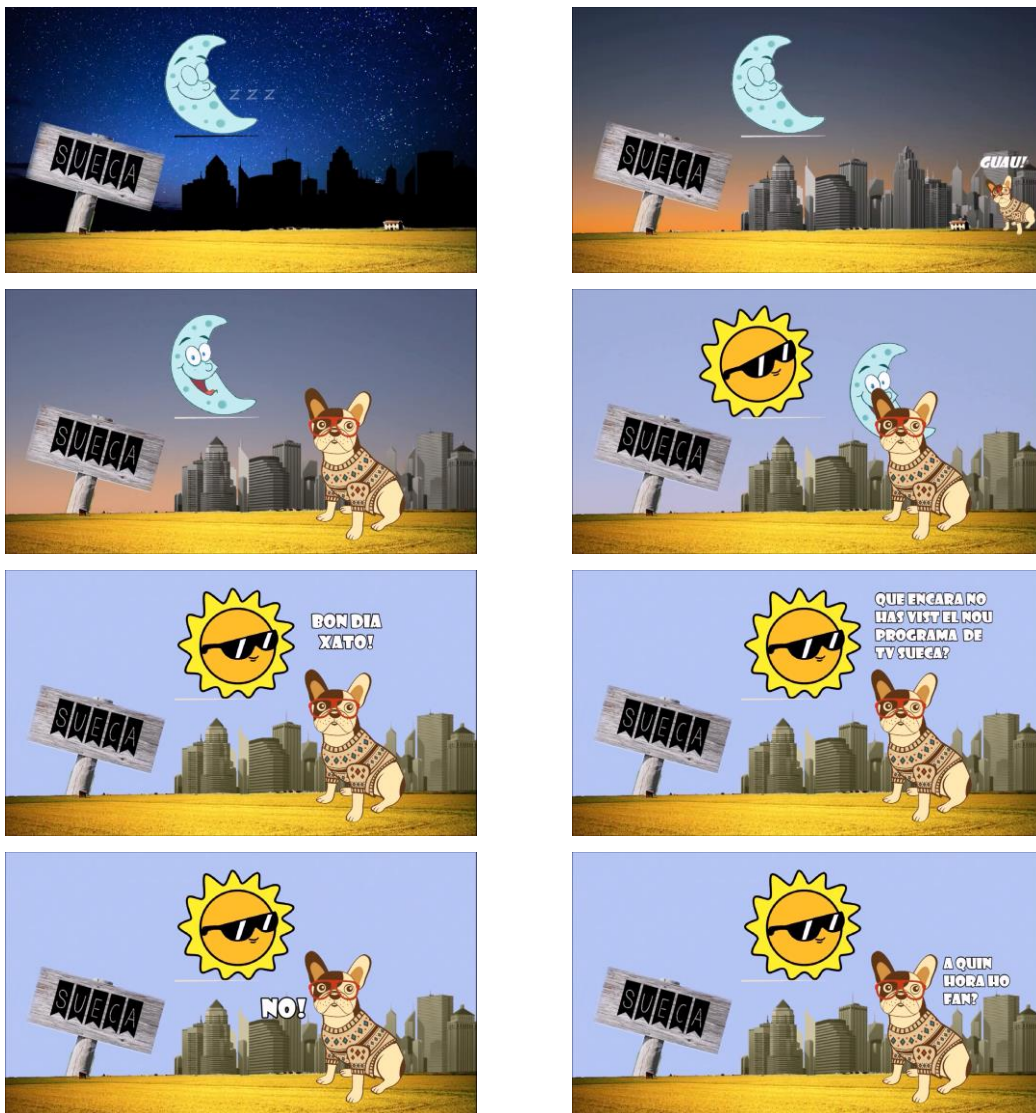


Aquesta capçalera, servirà per a donar pas al programa però també com a separació de les diferents parts d'aquest. Es a dir, per a diferenciar la part de les entrevistes al carrer i els descarts o de la conclusió, així com també per a tancar el programa.

En el tercer programa de la primera temporada, el qual tracta sobre tendències, també s'ha fet una xicoteta animació per a la introducció. En aquesta animació apareixen les diferents tendències que estaven de moda als 70, 80 i 90 amb el fons del camp d'arròs i els edificis, que apareix a la capçalera. Cada vegada que apareix una de les tendències, dalt posa la dècada que li toca amb el tipus de lletra *KG A Little Swag* que és el tipus de lletra utilitzat, tan per a rètols com per a títols. Aquesta xicoteta animació te una duració de 15 segons.



Finalment al cinqué programa de la primera temporada, en el que fem un repàs dels 4 programes fets i dels millors moments, també s'ha realitzat una xicoteta animació amb el programa *Adobe Flash* per a la seua introducció. En aquest, es fa de dia a Sueca mentre sonen els pardals i la Lluna dormida, es despertada per el Gos de l'escut de Sueca i dona pas al Sol. Amb aquest, el gos distintiu de l'escut (que també apareix a la capçalera) es posa a parlar amb el Sol i li pregunta al gos si ha vist el nou programa de Tele Sueca. El Gos no sap de que parla i el Sol diu que va a començar, donant pas a la capçalera i al programa. Aquest té una duració de 40 segons i va ser doblat amb les nostres veus.



Totes les animacions realitzades estan produïdes amb el programa *Adobe Flash CS6* i post-produïdes, amb el programa *Adobe Premiere Pro CC*, el qual ens permetia posar-li so i efectes al muntatge final.

8. PAPER FORMAT

8.1 Fitxa tècnica del programa

- **Títol:** *Ui! que modern*
- **Format:** *Magazín* (Entrevistes)
- **Gènere:** Entreteniment
- **Franja:** Entre les (14:30 - 15:00h) i (20:30 – 21:00)
- **Duració:** entre 15 i 25 min aprox.
- **Target:** Entre 16 i 75
- **Periodicitat:** Setmanal, dijous
- **Emissió:** Gravada

8.2 Concepte

Un reporter i un càmera, fan preguntes a la gent del poble de Sueca sobre temes moderns i d'actualitat. Aquests temes són tractats amb un toc d'humor i gràcia.

8.3 Estructura

El programa tindrà 2 temporades de 5 capítols a la primera, en els que els 4 primers tenen temàtica, i l'últim serà un *making off* del programa amb els millors moments. I la segona temprada es compon de 7 capítols. Tots els programes tenen la mateixa estructura menys aquells que siguen més especials. L'estructura és:

- **Introducció del tema:** Xicoteta introducció per part del reporter en la que s'explica quin és el tema del que parlaren.
- **Capçalera del programa**
- **Imatges recurs sobre el tema amb el títol del programa:** Imatges recurs segons el tema tractat amb una musica diferent a la de l'entradeta, que serveix de pas cap a les entrevistes.
- **Entrevistes:** a peu de carrer i càmera en mà es realitzen preguntes relacionades amb el tema per comprovar si la gent del poble coneix.

- **Conclusió i acomiadament:** S'intenta donar un resum dels resultats obtinguts segons les respostes dels entrevistats, així com també si el tema ho requereix s'intenta entrevistar amb una persona experta amb el tema per a que explique des del seu punt de vista i ens done la seua posició.
- **Descarts:** totes aquelles imatges que diríem preses falses són incorporades al final.

8.4 Temes i tractament

Els temes elegits, són d'actualitat i tractades amb toc d'humor i respecte als entrevistats. S'intenta crear una conversa, que mostre l'opinió de la gent del poble, de totes les edats i sexes, sobre assumptes moderns que estan presents a Internet i al món dels joves.

	<u>PROGRAMA</u>	<u>TEMA</u>
1ª Temporada (durant el més d'Abril)	1x01 Paraules Modernes	Preguntarem a la gent si sap que signifiquen aquestes paraules: <i>Hipster, swag, twerking, selfie</i>
	1x02 Xarxes Socials	Els suecans i les suecanes utilitzaran les xarxes socials?
	1x03 Tendències	Que opinaran els majors del poble de la moda que s'estila. I els joves que pensen que està de moda a l'hora de vestir.
	1x04 Vídeos Virals	Preguntarem a la gent del poble si saben que són els vídeos viral i si en saben d'alguns
	1x05 Diari d'uns becaris	Programa especial, en el que recordarem els millors moments del programa i explicarem com l'hem realitzat.
2ª Temporada Estiu (finals de Juny principis d'Agost)	2x01 La febre de l'esport	El <i>running</i> sa posat de moda entre els suecans. Seran tan esportistes com pareixen?
	2x02 Nosaltres els valencians	En aquest programa intentarem que la gent del carrer ens tradueixguen expressions típiques valencianes. I preguntarem que és allò que ens diferencia.
	2x03 El cine a les pitjors sales	Quins seran els gustos dels suecans al anar al cines? Sabran que és el Certamen Internacional de Cine de Merda que es realitza al poble?
	2x04 Gastronomia insòlita	Ens envaeixen menjars de tot el món. Quin serà el paladar del suecans i suecanes?. Que preferiran menjar típic o d'altres cultures.
	2x05 E-commerce i encàrrecs a domicili	Cada vegada hi ha menys temps per a comprar i és més fàcil fer-ho des de casa. Els suecans són tan moderns i realitzen compres i encàrrecs a través d'internet?
	2x06 Vintage	Sabran que significa aquesta paraula? La gent del poble reutilitzarà roba, mobles i altres utensilis? Reciclarà?
	2x07 Tribus urbanes	A la ciutat és normal anar vestit de forma diferent i estar vinculat a una tribu urbana. Però, els suecans i suecanes sabran de que parlem?

8.5 Protagonistes

Els protagonistes principals de *Ui! Que modern*, són la gent del poble de Sueca, tant homes i dones compresos entre uns 16 a 85 anys que viuen expressar la seua opinió davant la càmera sobre temes d'actualitat. Així també el Intermediari, entre aquestes persones i la càmera, el qual és el que dona pas a cada tema al programa és el reporter. Aquest té que ser fresc i crear un vincle amb la persona preguntada, no sols realitzant una mecànica de pregunta resposta sinó més bé una conversa, la qual done joc per bromejar, que és el que després dona el toc d'humor al programa.

8.6 Públic objectiu

Encara que els temes tractes estan presents a la vida dels joves de la casa, el programa va destinat a un *target* bastant extens que comprèn, homes i dones de Sueca, des dels 16 fins els 75 anys d'edat. La raó d'açò és, que els protagonistes del programa són gent dels dos sexes compresos en aquestes edats. Els més joves es veuran atrets per saber com expliquen les persones majors del poble, conceptes que ells manegen a la seua vida diària. I els més majors, voldran veure a la veïna, al familiar o a ells mateixos a la televisió, pel simple morbo o xafardets que ocorre als pobles. Tant uns com els altres passaran una bona estona, veient-se reflectits a la televisió o a internet i descobrint conceptes nous.

8.7 Objectius a assolir

El programa *Ui! Que modern*, és un espill que reflecteix l'opinió del poble sobre temes moderns i d'actualitat que circulen a les xarxes socials, internet o a la televisió. La gent aprèn coses noves, que no són d'especial importància, però que per a moltes d'aquestes són curioses i desconegudes. També es pretén fer veure, la bretxa generacional entre els més majors del poble i els més joves, mostrant com es desenvolupen front les preguntes del reporter. Finalment, es nodreix la graella televisiva de *Sueca Tv*, a la franja horària dels dijous després del informatiu, amb un format d'entreteniment.

9. Difusió de *Ui! que modern*.

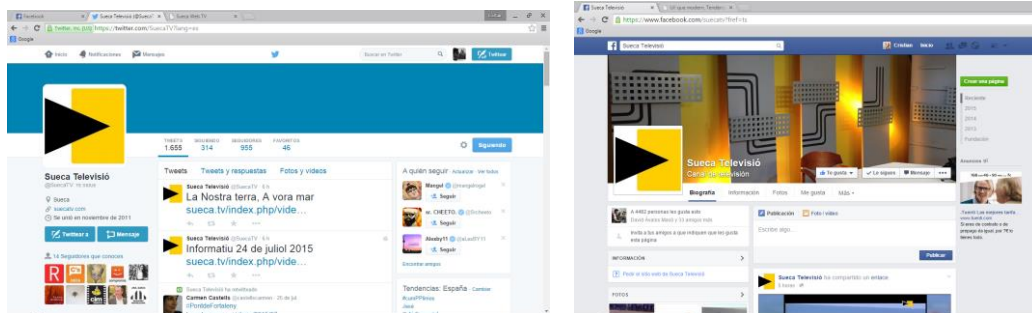
Cada vegada, són més les persones que veuen la televisió a la xarxa. La meitat dels espectadors veuen la televisió en diferit a través d'internet en compte d'utilitzar el televisor convencional. Fins ara, el consumidor s'ha sotmès amb gust als dictats de la programació fixada, però avui hi ha un major desig de tenir poder sobre el temps i la programació, simplement amb prémer un botó. D'altra banda, la televisió per internet ofereix als espectadors valor afegit com la interactivitat i la possibilitat de configurar la programació segons el gust personal. Es parla de la *neotelevisió*, de la televisió a la carta i, sobretot, dels nous hàbits de consum televisiu que comencen a estar en auge i ser una realitat a moltes llars.

La televisió a la carta és el futur immediat en el consum audiovisual casolà. D'una banda hi ha la de l'opció de conformar els continguts a la carta, a demanda, sense haver de dependre d'una graella fixa. Si aquesta tendència ja passa a mb les televisions nacionals, que les seues audiències a televisió són altes, a una televisió local que casi ni la gent del poble o veu, el seu motor de difusió principal no és el televisor, sinó més aviat és Internet. Tindre una pagina web és fonamental per a poder tenir els continguts visibles i on normalment la gent està actualment consumint televisió. Sobretot, a Sueca Tv que s'ajusta a uns horaris que li marca una empresa privada a la qual li compra hores d'emissió. No simplement emet a eixes hores sinó que també estan les 24 hores a internet a través de la web.

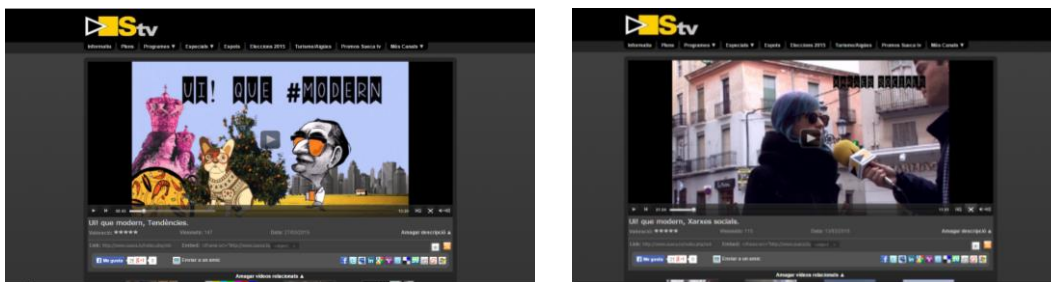
Per altra banda, la manera de veure continguts i d'assabentar-te d'allò que ocorre és cada vegada més fàcil amb les xarxes socials. Sueca Tv, té pàgina web, *Facebook*, *Twitter* i *Vimeo*. Aquest últim, s'utilitza com a arxiu online, ja que la pàgina web no té gran capacitat i aquells continguts que porten un mes, es passen a *Vimeo*, per a deixar pas a nous. La cadena de televisió, té més de 4.000 m'agrades en *Facebook* i més de 900 seguidors a *Twitter*²⁸. La seua pàgina web i les xarxes socials s'actualitzen diàriament i gràcies a aquestes, després de l'apagada analògica i de l'estat de incertesa que va patir l'emissora, no han perdut el contacte amb l'audiència que seguia veient el canal via online i a través de les seues xarxes socials. Els continguts es pugen a la web (www.suecatv.com) diàriament, i s'enllacen directament a través de les

²⁸ Dades obtingudes a través de les Xarxes socials (*Twitter* i *Facebook*) de Sueca Televisió a l'agost de 2015

xarxes socials. L'any passat durant els 6 primers mesos, la pagina web tingué més de 57.000 visites.



En quant als espectadors, és molta la població que veu aquest programa tant a través de televisió com a la web de la cadena, ja que els agrada veure els veïns o a coneguts del poble parlant en la televisió mentre són entrevistats. Tenint en compte que els espectadors i espectadores de la cadena, a través de la televisió són pocs²⁹ i que les visites a la web i a les xarxes socials de la cadena són altes i ja estan establides, aquestes serien les nostres ferramentes de difusió.



A través de *Facebook* i *Twitter* a banda de penjar simplement els programes, interactuarem amb l'audiència per a que ens diguen altres temes per a preguntar a la gent, i ens expliquen de nous per a poder preparar nous programes. A més, escoltarem propostes de la gent del públic tant a peu de carrer com a través de les Xarxes social, per a satisfer el consumidor que és, qui ha de gaudir del format. Per tant les xarxes socials seran utilitzades com un instrument no sols de difusió i de ressò sinó també de interacció del nostre públic.

²⁹ Sueca Tv mai ha tingut un anàlisi d'audiència, de manera que tot el que es coneix és per comentaris que la gent de Sueca realitza a *Telesueca* i a través de les xarxes socials. Segons la televisió local, el públic ha variat. Abans, era una televisió molt seguida per un sector de població d'adults i ancians, principalment mestresses de casa. Sempre ha estat un problema captar l'atenció d'un públic jove, encara que també aquest ho veia a través de televisió. A l'actualitat l'audiència a televisió es menor, per la presència de la pagina web i les xarxes socials. El públic que maneja aquestes ferramentes a passat Sueca Tv a la televisió online, quedant-se la població més major a la televisió i disminuint el nivell d'audiència. Altre motiu són les poques hores d'emissió i les hores elegides, les quals són horari d'informatius de cadenes nacionals.

10. Conclusions

Després d'aquest procés d'anàlisi i d'estar fent pràctiques a Sueca Televisió, com a conclusió puc afirmar que l'emissora expressa, per una banda l'essència del poble que som, amb el sentit de l'humor sorneguer i de vegades sarcàstic que tenen els habitants de Sueca. Aquesta fa una televisió jove però sense perdre de vista les tradicions. Les persones la troben interessant per què és diversa i aconseguix que es vegem reflectides. A més gràcies a les xarxes socials, ha pogut sobreviure i assolir a molta més gent, cosa que de manera analògica i per TDT no aconseguia. Però els escassos recursos humans i tècnics, dificulten i condicionen el desenvolupament de nous formats, així com el avanç de la cadena cap a nous projectes. Açò condicionà el nostre format, construint un programa de baix pressupost on sols un reporter i un càmera, posaren en marxa entrevistes a peu de carrer.

Llevat de les mancances tècniques, aquesta televisió local avança i no deixa de crear i oferir nous continguts. Així també, com la cadena s'adapta als actes, comunicats i festes del poble, el nostre format, es produïa i s'emetia ajustant-se també a la vida local i finalment establint un dia concret d'emissió. Altra de les dificultats, ha estat que, la gent del poble no volia eixir ni parlar a càmera demorant el temps de producció al carrer per a obtindre una considerable quantitat de parlaments de la gent amb varietat d'edats i opinions. Per aquest motiu, férem un calendari per a programar les gravacions, establint dies i hores de gravació, així com a també de muntatge, per a poder dur a temps a emissió. Per altra banda, la temàtica local restringia moltes de les idees pensades. Per això, intentàrem agafar temes més generals, però per a que foren parlades i vistes des de la localitat a través de la gent del poble. Per acabar, el fonamental del format que hem ideat, és la gravació "in situ" al carrer del que diu la gent, tenint cura de la guionització i del muntatge, ja que la gravació moltes vegades o no es podia fer al lloc pensat o el temps sens tirava al damunt.

Aquest programa neix de la fusió entre les seccions de reporters que hi ha als programes de magazín a les televisions, i no s'ajusta a ningun format dins del gènere d'entreteniment. Es mesclen xicotets esquets, presses falses i entrevistes al carrer. Seguim aquesta hibridació de gèneres, ja que avui en dia ens trobem en una nova era informativa on la fusió de gèneres i el *info-entreteniment* comença a dominar la graella televisiva. La concepció del espectador passiu ja és passada, i evoluciona fins transformar-lo en el protagonista. El ciutadà es vist com a potencial entrevistat i com a portador de notícies, les quals entretenen a l'espectador. Aquest avanç televisiu, és el

que volíem aconseguir amb el nou format *Ui! Que modern*. Entretenir amb la veu del poble. Que aquests, ens donaren la notícia a través de ser entrevistats i que l'espectador es pogués veure reflectit. Aquest programa aporta a la graella televisiva un format d'entreteniment, a la franja horària dels dijous després del informatiu, barrejant informació i humor. *Ui! que Modern*, ha sigut un espill que reflecteix l'opinió del poble sobre temes moderns i d'actualitat que circulen a les xarxes socials, internet o a la televisió. La gent aprèn coses noves, que no són d'especial importància, però que per a moltes d'aquestes són curioses i desconegudes.

El contingut d'aquest format televisiu, es d'actualitat però molt generalista, per a que tot el món respongués. Temes d'actualitat tractats des del punt de vista local, i parlats i comentats per la gent del poble de Sueca. *Ui! Que modern*, tracta temes no locals, però els posa en el context local comentats per una persona local. No es tracten temes o notícies recents, però sí present a les vides, sobre tot dels més joves de la casa. Temes com poden ser la utilització de les xarxes socials, són explicats pels majors del poble. Per tant, la franja o *target* s'amplia, sent extensa entre els 16 als 75 anys. Amb la creació de *Ui! Que modern*, utilitzem una ferramenta de comunicació per a difondre l'opinió de la gent del poble de Sueca sobre temes moderns i d'actualitat. Aquest format televisiu, pretén que els espectadors i els internautes de *Sueca Tv*, passen una bona estona amb temes que no són d'especial importància, presents per a molts joves, però que per als majors del poble són curioses i desconegudes. Aquesta diferència d'opinions entre generacions, amb un toc d'humor i senzillesa, fa que les vesprades i nits dels dijous no siguen més amenes per als suecans i suecanes.

Per altra banda, les televisions locals corren el risc de polititzar-se, sent controlats pels gestors polítics. El gran problema que han tingut les televisions locals és la manca de legislació, l'alegalitat. El cas de *Sueca TV* reflecteix tot el que una televisió local pot patir i lluitar per poder emetre. Des dels seus inicis, ha estat en paral·lel amb el procés de creació d'una legislació que regulés el sector. Aquesta televisió local no ha desistit en continuar en actiu. Potser siga per les condicions idònies que han trobat o per l'esforç d'aconseguir emetre en TDT. Tot i ser una televisió consolidada, *Sueca Tv* es fràgil, ja que depèn de la voluntat política a nivell econòmic. Com he dit, és el principal problema de les televisions locals i el motiu pel qual s'han tancat moltes. Llevat aquesta dependència econòmica, l'emissora intenta que aquesta no influïca als continguts i no es taquen d'un color o caràcter polític. Donar veu a tots els partits polítics per igual i oferir una informació de la manera més objectiva possible és un dels objectius d'aquesta cadena. Llevat d'açò, sempre hi ha queixes i intents de

manipulació dels polítics. Però tot i que l'emissora intenta ser objectiva, aquesta dependència econòmica fa que no tinga mai una postura crítica cap al govern local del moment. Des del meu punt de vista, es pot entendre, ja que d'aquest servei depenen llocs de treball i l'ajuntament és qui ho gestiona, encara que a les condicions del contracte de l'emissora no estipulen, la rescissió d'aquest per ninguna activitat que vaja en contra del govern local. Sí he de dir, hi ho he comprovat que, encara que no es produeix aquesta situació crítica cap al govern local del moment, tampoc es fa ni per a bé ni per a mal, cap a ningun altre partit polític. S'intenta portar l'objectivitat als obtinguts i no donar peu a l'exaltació de ninguna postura o tendència política.

Si *Sueca Televisió* dona funció de televisió pública, depèn econòmicament de l'ajuntament i no dóna cap benefici... Perquè aquesta segueix en funcionament? I, quina funció té? Encara que no tinga benefici econòmic, l'ajuntament amb l'empresa contractada, *Nirvana Produccions S.L.*, es beneficia de llocs de treball. El govern local no s'aprofita de la cadena com un element propagandístic, però sí es veritat que serveix com a finestra per a mostrar allò que està fent aquest. A més, aquest servei porta molts anys i la ciutadania és conscient de la funció que hi fa, beneficiant-se de tenir un arxiu històric visual molt gran com es *Sueca Tv*. Açò dóna de riquesa històrica, en aquesta era de la informació i de idiosincràsia que molts pobles no tenen. A més a més, *Sueca Tv* serveix d'espill al poble de Sueca, aquest es veu reflectit a les seues pantalles i això agrada. La peculiaritat de les televisions locals, és que l'espectador vol veure es al veí i veure's reflectit amb els temes pròxims. Per part de l'empresa, des del meu punt de vista són llocs de treball que no es volen perdre i que els treballadors volen mantindre donant aquest servei informatiu als ciutadans. Amb tot açò hem qüestione, la comunicació local té futur?. Hem d'acabar amb el principi segons el qual cada administració ha de tenir la seua televisió? Perquè aquesta és, segons sembla, la norma imperant quan parlem de televisions públiques. Una opció és, repensar el model i la gestió de televisió pública d'àmbit local al nou context digital, transformant-lo cap a un servei per als ciutadans i no dels partits. Es tracta d'un camí complex i ple de riscos i on el futur d'una televisió com és aquesta està a Internet.

Finalment, gràcies a l'oportunitat de realitzar aquest xicotet programa anomenat *Ui! Que modern*, he pogut comprovar com és el dia a dia a una cadena local. I he de dir, que cada vegada és més complicat, per la falta de mitjans però a nivell personal amb el que em quede es amb un bon aprenentatge de l'ofici i sensacions molt positives a nivell humà. M'ha agradat molt poder viure aquest procés d'elaboració del format televisiu. Poder treballar a *Sueca Televisió*, m'ha permès fer coses que en altres cadenes serien impensables i he après, adquirint destreses amb l'edició i la gravació,

entre d'altres. Amb aquest nou format, apostem per una producció pròpia, que fomenta la interactivitat y la creació de comunitat amb la participació ciutadana, així com també l'ús de la nostra llengua. La necessitat a les televisions locals es pot fer una virtut i els programes *low cost* com *Ui! Que modern* poden arribar a ser un contingut estrella a la graella televisiva d'aquests. Fer ficció resulta car, un programa de plató pot necessitar de massa recursos, però llançar a un càmera i a un reporter al carrer i aconseguir que el ciutadà estiga informat, entretingut i, sobretot que es veja reflectit.

11. Bibliografia

➤ LLIBRES

- BARDAJÍ HERNANDO i JAVIER GÓMEZ AMIGO, SANTIAGO. (2004), *La gestión de la creatividad en televisión: el caso de Globo Media*. Pamplona: Eunsa, D.L.
- BARROSO GARCÍA, JAIME. *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis, D.L. 1996, 2002. p. 189
- BUSTAMANTE, ENRIQUE. (2004) *La televisión económica: financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa S.A.
- CORTÉS LAHERA, José Ángel (1999). *La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión*, Pamplona: Eunsa.
- FERNÁNDEZ TOLEDO, PIEDAD. (2009), *Rompiendo moldes: discurso, géneros e hibridación en el siglo XXI*. Sevilla: Comunicación social Ediciones y Publicaciones. C.S.
- FERRERO OLIVET, ESTEFANIA (2013), *Televisiones Locales Digitales en la Comunidad Valenciana. Caso Berca TV*. Treball final de carrera inèdit, Univesitat Politèctica de València. Gandía.
- GONZÁLEZ GOZALO. (2011), Alfonso. *La tutela de los formatos televisivos*. Madrid: Reus S.A. en Pe. I. , 2011 n^o9, p 31
- IURATO ROUCO, BÁRBARA. (2011), *Preproducción de un programa de televisión local de nuevo formato*. Treball final de carrera inèdit, Univesitat Politèctica de València. Gandía.
- LÓPEZ LITA, RAFAEL; F. B. FRANCISCO i V. M. FERNANDO. (2003), "Radio y televisión en el ámbito local" en Ponencias del II Congreso de Comunicación Local. Castellón: Universitat Jaume I.
- MORAN, ALBERT i JUSTIN M. (2006), *Understanding the global Tv Format*. UK: Intellect Books. Chapter 43 – 46.
- PÉREZ I LÓPEZ, DAVID (2014) *Creació d'un programa televisiu*. Treball final de carrera inèdit, Univesitat Politèctica de València. Gandía.
- PIÑEIRO OTERO, MARÍA TERESA. (2011), *Nuevos Contenidos en Comunicación a Partir Del Ees*. Madrid: Visión Libros.
- SALÓ, GLORIA. (2003), *¿Qué es eso del formato?: cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*. Barcelona: Gedisa, D.L.

SANGRO COLÓN, PEDRO i S. L. ALEJANDRO. (2008), *El Entretenimiento en TV: Guión y creación de formatos de humor en España*. Madrid: Laertes

TOLEDANO, Gonzalo i VERDE, Nuria (2007) *Cómo crear una serie de televisión*. Madrid: T&B Editores

TOUS, Anna. (2010) *La era del drama de la televisión. Perdidos, CSI: Las Vegas, El ala oeste de la Casa Blanca, Mujeres desesperadas y House*. Barcelona: El Ciervo 96, S. A.

VILLAR, Fernando (2003) *Radio y televisión en el ámbito local*. Catelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.

➤ PÀGINES WEB

CICCIO VERONESE, OSCAR AVILA. *Cómo escribir y lanzar una idea para un programa de televisión*, Disponible en <<http://es.wikihow.com/escribir-y-lanzar-una-idea-para-un-programa-de-televisi%C3%B3n>> [Consulta: 12-05-2015].

FORMULA TV *La voz del pueblo* <<http://www.formulatv.com/videos/listas/la-voz-del-pueblo/>> [Consulta 12-06-2015]

LA SEXTA, (27 de oct. de 2014). *Zapeando sale a la calle a preguntar por el pequeño Nicolás: "Yo le hacía ministro"* <<https://www.youtube.com/watch?v=KnL0w48h3Ro>> [Consulta: 12-05-2015].

LA SEXTA, (10 de jul. de 2014). *La opinión de los ciudadanos sobre Los San Fermín – Zapeando* <<https://www.youtube.com/watch?v=u0vycfFahkw>> [Consulta: 12-05-2015].

LA SEXTA, (2010). *SLQH Patri en Habla Pueblo Habla (Nueva reportera)* <<https://www.youtube.com/watch?v=ti8GcSCylGQ>> [Consulta: 12-05-2015].

SENSO, Carles. (19 de juliol de 2012), *La primera televisión pública comarcal de la C. Valenciana ya emite en la Ribera*. Levante-EMV.com (Comarcas) <[http://www.levante-emv.com/comarcas/2012/07/19/primer-televisi%C3%BAblica-comarcal-c-valenciana-emite-ribera/922036.html](http://www.levante-emv.com/comarcas/2012/07/19/primer-televisi%C3%B3n-p%C3%BAblica-comarcal-c-valenciana-emite-ribera/922036.html)> [Consulta: 12-06-2015].

¡VAYA TELE!, (20 de noviembre de 2011). *Programas low cost, hacer de la necesidad virtud*, Disponible en <<http://www.vayatele.com/entretenimiento/programas-low-cost-hacer-de-la-necesidad-virtud>> [Consulta: 10-05-2015].

VIMEO, *Qui no vuiga pols* <<https://vimeo.com/89296939>> [Consulta: 10-04-2015].

WEB DE SUECA TELEVISIÓ <<http://www.sueca.tv/>> [Consulta: 24-07-2015]

YOUTUBE, *Habla pueblo habla – Sé lo que hicisteis* <https://www.youtube.com/results?search_query=habla+pueblo+habla+slq> [Consulta: 12-05-2015]