

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITÉCNICA SUPERIOR DE GANDÍA

Máster en Postproducción Digital



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



ESCUELA POLITÈCNICA
SUPERIOR DE GANDÍA

Análisis de las cabeceras de programas de investigación y propuesta de diseño

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

Autor/a:

Otero Peña, Celia

Tutor/a:

Tarazona Belenguer, Nereida

GANDÍA, 2021

Resumen

El presente trabajo final de máster tiene como objetivo el estudio del grafismo en las cabeceras de los programas de investigación españoles, concretamente los emitidos en La Sexta, para posteriormente presentar una propuesta de intro de un programa de investigación una vez estudiados los diferentes programas. Dicha propuesta se realizará acerca de un programa ficticio y tras haber realizado un previo estudio, tomando como referencia las cabeceras analizadas.

Una cabecera es un elemento muy importante para presentar la pieza audiovisual que el espectador va a ver cuándo ésta finalice. De esta manera se intenta convencer al espectador a través de imágenes reales y elementos gráficos para que permanezca frente a la pantalla viendo lo que a continuación se va a emitir.

En esta investigación se estudian los diferentes elementos gráficos que componen una cabecera (tipografía, colores, formas, entre otros), para así poder presentar una propuesta mejorada y acorde a lo que la cadena quiere transmitir.

Palabras Clave

grafismo; cabeceras; postproducción; televisión; programas; investigación

Abstract

The present final task master has as its main objective the study of graphism in Spanish investigation programs headers, specifically the ones broadcasted on "La Sexta", for later present an investigation program intro proposal once studied the different programs. The proposal will be made on a fictional program and after having done a previous study, taking as a reference the analysed headers. Afterwards, the study presents an investigation program's intro proposition.

A header is a key element to introduce the audiovisual piece that the spectator is going to watch when it ends. On this way, we try to convince the spectator through real images and graphic elements in order to keep him in front of the screen watching what is next to be broadcasted.

On this investigation different graphic elements that compound a header are studied (typography, colours and shapes among others), so that it is possible to present an improved and accurate proposal to what the channel wants to transmit.

Keywords

graphics; openings; postproduction; television; programs; investigation

Agradecimientos

A mi familia, en especial a mis padres y a mi hermano, por ayudarme, apoyarme y confiar en mí en cada decisión que tomo.

A los amigos que son familia y me han apoyado durante este tiempo a conseguir cada meta que me he propuesto.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	6
2. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	6
3. OBJETIVOS	7
3.1. Generales	7
3.2. Específicos	7
4. METODOLOGÍA	8
5. MARCO TEÓRICO	8
5.1. Programas de investigación	8
5.1.1. Historia	8
5.1.2. Macrogénero informativo (el reportaje de investigación)	12
5.2. Grafismo audiovisual	18
5.2.1. Definición e historia	18
5.2.2. Elementos	21
5.2.3. Las cabeceras	25
6. ANÁLISIS DE LA MUESTRA	30
6.1. Análisis de la cabecera de Equipo de investigación	31
6.2. Análisis de la cabecera de Lo de Évole	33
6.3. Análisis de la cabecera de Salvados	37
6.4. Análisis de la cabecera de Scoop	45
6.5. Análisis de la cabecera de Natural	48
6.6. Análisis de la cabecera de Comandancias	51
6.7. Análisis de la cabecera de <i>Ambulancias en el corazón de la ciudad</i>	53
6.8. Análisis de la cabecera de <i>Cazadores de Trolls</i>	56
6.9. Análisis de la cabecera de El precio de los alimentos	59
6.10. Análisis de la cabecera de Expediente Marlasca: historias de malos	62
6.11. Análisis de la cabecera de LaSexta Columna	66
6.12. Análisis de la cabecera de Policías en acción	69
6.13. Análisis de la cabecera de Enviado especial	72
6.14. Análisis de la cabecera de Encarcelados	76
6.15. Análisis de la cabecera de Auténticos	78
6.16. Resultados del análisis	80
7. PROPUESTA PRÁCTICA	81
7.1. Preproducción	82
7.1.1. Justificación	82
7.1.2. Sinopsis	83

7.1.3.	Referencias y moodboard	83
7.1.4.	Storyboard	89
7.1.5.	Elección de la música.....	89
7.2.	Producción	89
7.2.1.	Diseño y creación del material gráfico.....	90
7.2.2.	Tipografía.....	90
7.2.3.	Paleta de colores.....	91
7.3.	Postproducción	92
7.3.1.	Postproducción gráfica	93
7.3.2.	Montaje final y exportación.....	94
7.4.	Resultado final	94
8.	CONCLUSIONES	94
	BIBLIOGRAFÍA.....	96

1. INTRODUCCIÓN

“Las secuencias de títulos de los programas de televisión a menudo se pasan por alto, y actualmente hasta podemos omitirlos, sin embargo, hay un poder real en esos pocos momentos iniciales. La combinación correcta de vista, sonido y música puede ayudar a preparar tu mente para el mundo al que estás a punto de entrar” (Beauregard, 2020).

El presente trabajo tiene como finalidad analizar las cabeceras que se utilizan en los diferentes programas de reportaje de investigación que se emiten en La Sexta, en concreto quince que son: Equipo de investigación; Lo de Évole; Salvados; Scoop; Natural; Comandancias; Ambulancias, En el corazón de la ciudad; Cazadores de Trolls; El precio de los alimentos; Expediente Marlasca: historias de malos; La Sexta Columna; Policías en acción; Enviado especial; Encarcelados y, por último, Auténticos. Una vez realizado el análisis, se procederá a realizar una propuesta de cabecera tomando como referencia las investigadas anteriormente.

Según Alonso (2017), en 2005 se produjeron en España dos hechos fundamentales en el ecosistema mediático que afectaron directamente a la industria televisiva. Uno de estos hechos fue el relanzamiento de la TDT (Televisión Digital Terrestre) y, el segundo fue la aparición de YouTube. Clares-Gavilán y Medina-Cambrón (2018) afirman que, en la actualidad, los usuarios cada vez consumen más contenido bajo demanda, lo que ha provocado una gran reestructuración del modelo de negocio audiovisual. Respecto a los títulos de crédito, Gamonal (2013) afirma que “La secuencia de títulos inicial suele ser más creativa y se realiza mediante la perfecta sincronización animada de todos los elementos tipográficos, visuales y sonoros con la finalidad de crear un ambiente de predisposición en el espectador”. Dada la importancia de las cabeceras y los elementos gráficos que las componen, se procederá a realizar un análisis exhaustivo de las intros mencionadas anteriormente para posteriormente poder llevar a cabo una propuesta acorde con lo que La Sexta quiere transmitir.

2. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Actualmente, los espectadores tenemos una gran cantidad de contenido para visualizar lo que hace que seamos muy exigentes y selectivos con lo que queremos ver. Según el informe anual realizado por Barlovento Comunicación (2021) sobre la visión global de la industria televisiva y del ecosistema audiovisual de nuestro país durante el año 2020, La Sexta ocupa el sexto lugar en cuanto a audiencias se refiere. Respecto a los géneros televisivos, el que cuenta con mayor presencia es el de ficción, seguido del entretenimiento y los culturales. Dentro del entretenimiento destacan el “Docu-drama” y

los “magazines”. Sin embargo, los programas de investigación emitidos por La Sexta no alcanzan las mismas audiencias que pueden alcanzar programas de telerrealidad como “La Isla de las Tentaciones”, “Supervivientes”, entre otros. Es por este motivo por el que se procede a llevar a cabo una investigación sobre este tipo de programas y, en especial, sobre el diseño gráfico de las cabeceras.

Otro de los argumentos que nos lleva a justificar este proyecto, es analizar en profundidad cuál es el estilo que sigue la cadena en cuanto al diseño gráfico de un mismo género televisivo. Si bien se podría comparar con otras cadenas, se ha decidido enfocar la investigación en diferentes programas de un mismo canal para encontrar y analizar las diferencias que existen entre los mismos.

3. OBJETIVOS

Una vez delimitado el campo de estudio, se definen los objetivos del presente trabajo.

3.1. Generales

- Estudiar las cabeceras que utilizan los programas de reportajes de investigación para desarrollar una obra audiovisual profesional con la técnica *Motion Graphics* donde se apliquen los conocimientos obtenidos a lo largo de los estudios del Máster en Postproducción Digital.
- Desarrollar una obra audiovisual profesional con la técnica de *Motion Graphics* para un programa de investigación ficticio que se emite en La Sexta.

3.2. Específicos

- Ampliar los conocimientos sobre la historia de la televisión.
- Analizar diferentes muestras de cabeceras de un mismo canal y género televisivo, para conocer y entender qué técnicas y elementos utilizan.
- Conocer en mayor profundidad los principios básicos del grafismo audiovisual, así como los elementos que lo componen.
- Poner en manifiesto la importancia que tienen las cabeceras en el mundo audiovisual.
- Identificar a los diseñadores gráficos más conocidos, para así conocer mejor las técnicas que se utilizan en las diferentes muestras analizadas.
- Aplicar los conocimientos obtenidos en las diferentes asignaturas del Máster en Postproducción Digital.

4. METODOLOGÍA

Para llevar a cabo la investigación, se ha decidido realizar, en principio y como toma de contacto, un análisis sobre la historia de la televisión para después profundizar en los géneros televisivos. Dentro de los géneros televisivos, la investigación se va a centrar en analizar el formato del reportaje de investigación.

Posteriormente, se llevará a cabo un estudio genérico acerca del grafismo audiovisual basado en la definición, evolución e historia del mismo. Además, se enumerarán y definirán los diferentes elementos que conforman este concepto tan amplio para después centrar la investigación en las cabeceras de los distintos programas que se van a analizar. Para facilitar el estudio, se buscarán los referentes más conocidos en la historia del grafismo, así como el contenido, elementos y la estructura de cada una de las muestras que se van a analizar.

Una vez realizado el análisis de los elementos gráficos de las diferentes cabeceras, se podrán conocer las distintas tendencias utilizadas por el canal y se escribirán los resultados obtenidos.

Por último y, para hacer más efectiva la investigación, se procederá a realizar una propuesta práctica en la que se pondrán en práctica todos los elementos y tendencias analizadas en las diferentes muestras, es decir, se va a realizar una cabecera de un programa ficticio a través de la técnica del *Motion Graphics*.

5. MARCO TEÓRICO

Como ya se ha comentado anteriormente, en este estudio se pretende ampliar los conocimientos acerca de la historia de la televisión, para poder poner en contexto y conocer mejor el género televisivo que se va a estudiar, es decir, el género informativo. Dentro de este, el análisis se va a centrar en el diseño gráfico de los reportajes de investigación. Para conocer mejor el formato se van a analizar 15 muestras de cabeceras de diferentes programas de investigación emitidos en La Sexta. Además, se pretende conocer en mayor profundidad los principios básicos del grafismo audiovisual y los elementos que lo componen.

5.1. Programas de investigación

5.1.1. Historia

En primer lugar, es necesario tener un enfoque global de la historia de la televisión para, posteriormente, poder centrar el análisis en el género informativo.

El principio de la televisión en España se remonta al 22 de junio de 1929 cuando la emisora del Tibidabo (Radio Barcelona) recibe unas telefotos emitidas desde Berlín. En 1930, a través del belinotipo (procedimiento que consiste en enviar fotografías por un procedimiento hertziano desde un país a otro distinto) se envían unas fotografías desde Barcelona al extranjero (Montes, 2006).

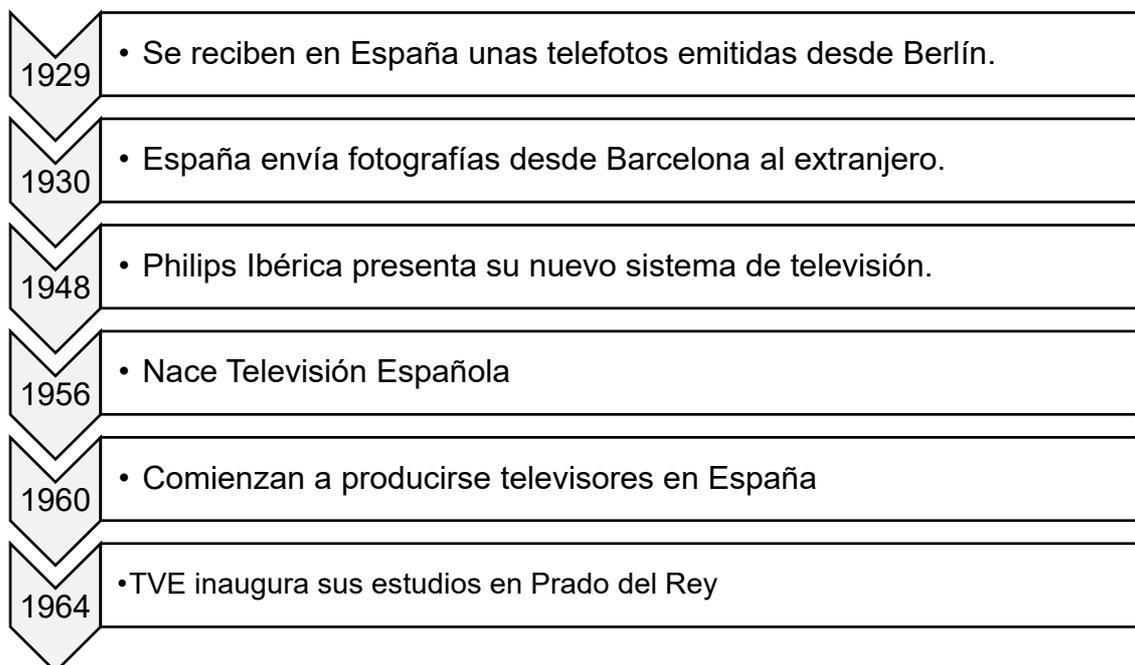
Fue el 28 de octubre de 1956 cuando comenzaron las primeras emisiones regulares de Televisión Española que nació en España como un servicio de Radio Nacional, por lo que estaba integrado en la Dirección General de Radiodifusión. Este periodo es conocido como los “años heroicos”, ya que todas las personas que trabajaban en los estudios situados en el Paseo de la Habana ayudaban voluntariamente para que todo saliera bien y adelante. Aunque las emisiones comenzaran en 1956, el momento inicial de la televisión fue en enero de 1927 cuando el escocés John Baird llevó a cabo una exposición en su taller, aunque la BBC no se interesó por el invento de Baird hasta 1929. También en este año Vladimir Zworykin, un ingeniero ruso, inventó el ‘Cinescopio’, un tubo de rayos catódicos para reproducir imágenes. Gracias a este invento se pudieron fabricar en serie los aparatos de televisión. En 1923, Vladimir también había creado el ‘Iconoscopio’ que sería la primera cámara de televisión (Palacio, 2006).

En 1944, tras un parón por la II Segunda Guerra Mundial, se reanudan las retransmisiones regulares en Estados Unidos y dos años más tarde en Inglaterra. Sin embargo, como se ha comentado anteriormente hasta 1956, no comenzaron las retransmisiones regulares en España. Según Montes (2006), en 1970 el país contaba con dos cadenas televisivas, la principal cubría casi la totalidad del país y la segunda, las áreas metropolitanas de las principales capitales y amplias zonas rurales.

A continuación, se muestra un gráfico con los acontecimientos más importantes de la televisión en España:

Figura 5.1.1.1.

Acontecimientos históricos más importantes de la televisión en España

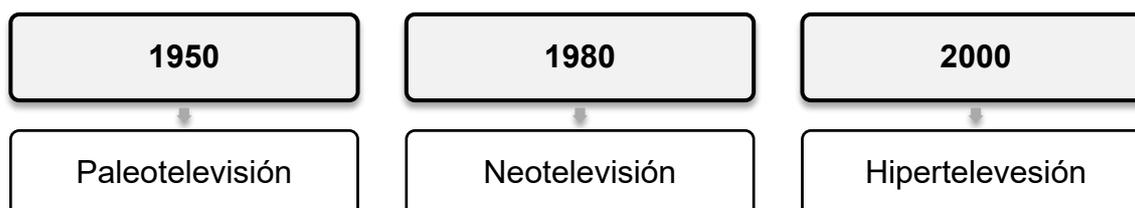


Nota. La figura muestra en orden cronológico los acontecimientos más importantes de la televisión en España. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Palacio (2006) y Montes (2006).

Es importante establecer los límites entre las distintas eras televisivas. Según Tous Rovirosa (2009), podemos diferenciar entre paleotelevisión, neotelevisión y metatelevisión. Las funciones de la paleotelevisión se basaban en informar, educar y entretener. Por otra parte, las de la era neotelevisiva consistían en entretener, hacer participar y convivir. En la actualidad, nos encontramos ante la era metatelevisiva, en la que las funciones se basan en entretener, fragmentar y reciclar.

Figura 5.1.1.2.

Eras televisivas



Nota. La figura muestra en orden cronológico las eras de la televisión. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Tous-Rovirosa (2009).

Es en el periodo paleotelevisivo donde se identifican los primeros años de desarrollo de la televisión. En esta etapa los géneros más desarrollados eran el informativo, el ficcional y el entretenimiento. Sin embargo, cuando se inició la etapa de la neotelevisión hubo una gran proliferación de emisoras y empresas televisivas que influyó en la evolución de los programas, la tecnología y la publicidad. Además, apareció el mando a distancia dando lugar al zapping. En el año 2000 nos adentramos en una nueva etapa, la hipertelevisión o metatelevisión, que no es más que una exageración de los estilos y tendencias de la neotelevisión (Gordillo, 2009).

Las funciones propias de la era paleotelevisiva son «informar, educar y entretener», en la era neotelevisiva consisten en «entretener, hacer participar, convivir» y en la metatelevisiva, en «entretener, fragmentar y reciclar». La autorreferencialidad y la intertextualidad tienen especial importancia en este análisis, ya que son algunas de las características propias de la actual era televisiva, la metatelevisión. (Tous, 2009, p. 77)

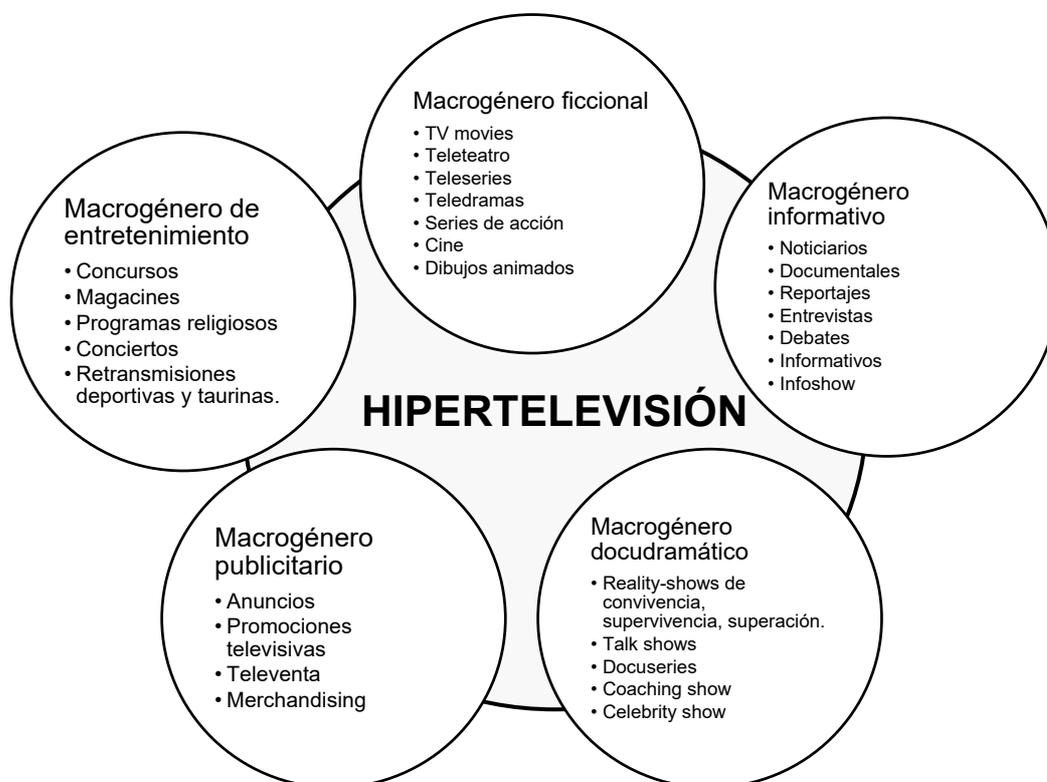
Wolf (1984) define los géneros como modos de comunicación culturalmente establecidos y reconocidos por determinadas comunidades sociales. Se entienden como sistemas de reglas a las cuales se hace referencia de forma implícita o explícita para realizar procesos comunicativos, bien desde el punto de la producción o de la recepción.

La televisión es un medio de comunicación muy extenso y variables por lo que es muy difícil clasificar los géneros televisivos. En cada era televisiva se pueden encontrar diferentes géneros:

- En la era de la *paleotelevisión*: referencial, ficcional, publicitario y variedades o entretenimiento.
- En la era de la *neotelevisión*: enriquecimiento de los géneros de la era paleotelevisiva que pasan a ser hipergéneros en la era de la hipertelevisión.
- En la era de la *hipertelevisión* encontramos el hipergénero ficcional, el hipergénero informativo, hipergénero docudramático, hipergénero publicitario e hipergénero de variedades y entretenimiento.

Figura 5.1.1.3.

Macrogéneros de la era de la hipertelevisión



Nota. En la figura se muestran los macrogéneros de la hipertelevisión y los géneros por los que están compuestos. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Gordillo (2009).

5.1.2. Macrogénero informativo (el reportaje de investigación)

En primer lugar y teniendo en cuenta lo mencionado en la Figura 5.1.3., el concepto de macrogénero informativo está formado por un número considerable de subgéneros, estos corresponden según Gordillo (2009) a determinados formatos bien consolidados a lo largo de los años, sin embargo, otros remiten a fórmulas periodísticas utilizadas dentro de esos formatos.

En segundo lugar, es necesario establecer las diferencias entre los términos *género* y *formato* ya que en muchas ocasiones se utilizan ambos de forma indistinta. Según Euroinnova Business School (s.f.), el término *género* se refiere al programa en general, mientras que el *formato* hace referencia a la forma en la que se desarrolla cada programa. Por una parte, el formato se caracteriza por configurar, estructurar y dar forma a una idea audiovisual. Los elementos del formato hacen que cada programa sea único

respecto a los demás. Sin embargo, los géneros televisivos se podrían agrupar en una misma categoría, pero diferenciarlos por formatos.

Gordillo (2009) considera que el género informativo ha sido considerado, durante años, como un reflejo de la actualidad y realidad de la pequeña pantalla a diferencia de los géneros ficcionales y publicitarios. En la era de la paleotelevisión había grandes diferencias entre géneros, sin embargo, con la era de la neotelevisión, se detecta una tendencia a borrar las diferencias entre los distintos géneros. Esto se intensifica con la llegada de la hipertelevisión, consiguiendo así que no haya una separación entre el hipergénero informativo y los demás géneros televisivos. Cebrián (2004) afirma que, a diferencia de la ficción, la televisión construye una realidad informativa a partir de hechos que han tenido lugar en la sociedad. En cambio, la ficción inventa e interpreta esa realidad con sus condicionantes, intereses y objetivos.

De los subgéneros nombrados en la *Figura 5.1.1.3*, este estudio se va a centrar en el reportaje que, aunque temáticamente pueda coincidir con el subgénero de la noticia, este se ve diferenciado por una mayor extensión y profundidad en el tratamiento de los contenidos. Además, Gordillo (2009), también apunta que se puede confundir con el documental, pero a diferencia del reportaje, este se distingue por una serie de aspectos:

- Tratamiento subjetivo de los hechos que desarrolla.
- Inserción de las funciones expresiva, conativa y fática.
- Activa el contexto comunicativo dentro del discurso, alejándolo del discurso ficcional tradicional aportando credibilidad y verosimilitud.
- Posibilidad de incluir ciertas imperfecciones técnicas siempre y cuando el valor informativo de las imágenes lo requiera. Con esto se consigue una mayor eficacia en la búsqueda de objetividad.
- Inclusión de cualquiera de las distintas variedades de la entrevista.
- Capacidad de admitir cualquier relato audiovisual que no sea de noticias o hechos, es decir, permite aportaciones de opiniones o juicios.

Cabe destacar que no todos los reportajes poseen las características que se han mencionado anteriormente. Marta y Fernández (2016) afirman que la mayoría de programas que se promocionan bajo el calificativo de “periodismo de investigación” o “periodismo puro” no se corresponden con las normas de estilo formal y de contenido que marcan los parámetros de numerosos estudios.

En la *Tabla 5.1.2.1.* se muestran las diferencias entre los dos modelos de reportajes existentes:

Tabla 5.1.2.1.

Diferencias entre el reportaje neutro y el reportaje subjetivo

Reportaje neutro	Reportaje subjetivo o implicado
Subordinación de la función expresiva a la referencial (se evita la subjetividad por parte del narrador de los hechos).	Importancia de las funciones referencial y expresiva, aunque también hay presencia de la conativa y la fática.
Disminuye la presencia de la función fática y conativa.	Especial importancia en la presencia del reportero narrador.
Configuración temporal supeditada a la búsqueda de transparencia y accesibilidad por parte del espectador.	Estructura narrativa compleja. Se crea una estructura dramática que supone la construcción de la noticia según la investigación del reportero, es decir, se cuentan dos historias en paralelo. Por una parte, la de los hechos y, por otra, la del informador/narrador.
Sin exceso de efectos dramáticos, de suspense o estéticos.	Tono dramático, planos subjetivos, encuadres próximos y cerrados.

Nota. En la tabla se exponen las diferencias entre el reportaje neutro y el reportaje subjetivo. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Gordillo (2009).

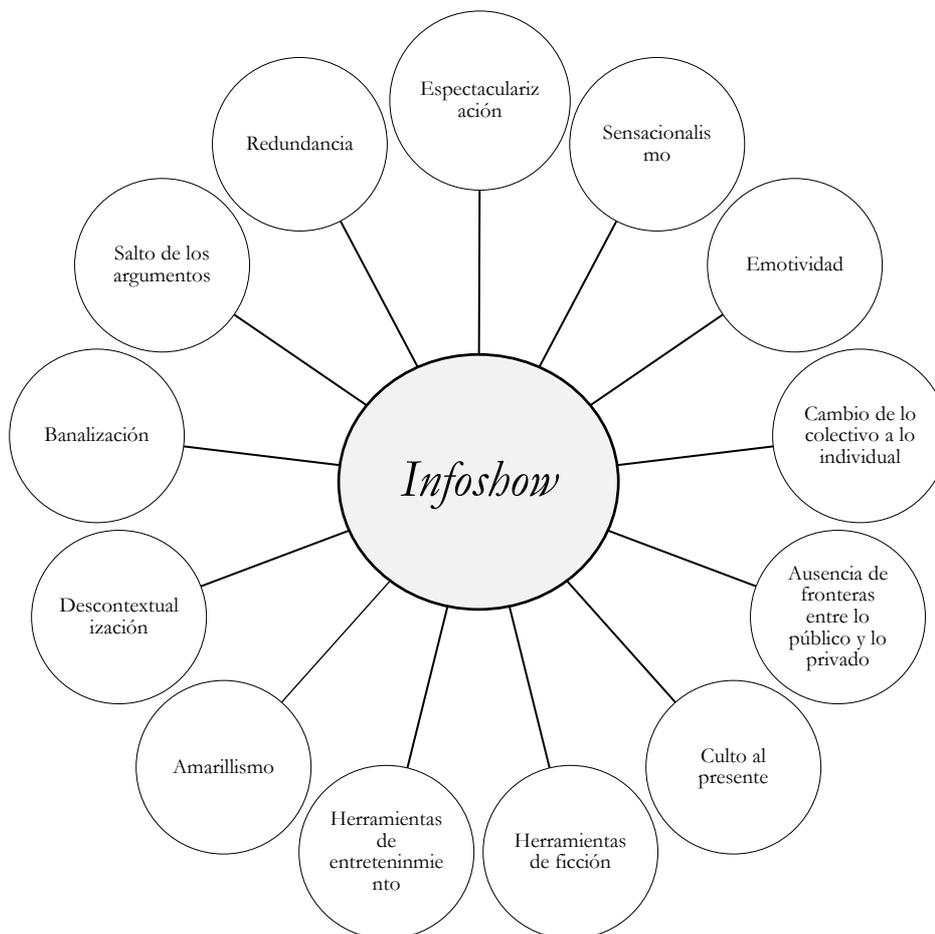
Barroso (2002), clasifica el reportaje en distintos formatos: reportaje de investigación, gran reportaje, revista de actualidad y revista de sociedad. Domínguez y Arévalo (2020) apuntan que los grandes reportajes han ido perdiendo valor con el paso de los años y es que los que se emiten en las décadas de los años 70 y 80 profundizan más en los hechos, indagan en las circunstancias y sus causas, y utilizan las imágenes

y entrevistas de los protagonistas. Esto es debido según Barroso (2009) a que los espectadores de los años 90 y del siglo XXI están más interesados por los asuntos de preocupación social, y la actualidad informativa deja de condicionar la selección de los temas. Farré (2007) señala que con la llegada de la neotelevisión lo que se pretende es captar al espectador y esto se consigue con la progresiva privatización de las distintas cadenas. En esta era se ofrecen múltiples contenidos, la programación se planifica entorno al espectador, a sus horarios, rutinas y gustos, pero lo más importante son las estrategias psicológicas que puedan atraer su interés.

El género informativo ha ido evolucionando hasta aparecer el *infoshow*, un formato novedoso que se ha convertido en tendencia ya que mezcla la información con el entretenimiento y que además busca atraer a la audiencia a través de los mensajes que transmite (Calderón y Herrera, 2020). El *infoshow* cuenta con una serie de elementos propios:

Figura 5.1.2.1.

Figura con los elementos propios del *infoshow*



Nota. Figura con los elementos que componen el formato *infoshow*. Fuente: adaptado de Gordillo (2009).

Según Gordillo (2009) el *infoshow* y el informativo de entretenimiento (*infoentertainment*) invaden programas consolidados en la historia de la televisión, por ejemplos, los reportajes de investigación, programas de debates o entrevistas, noticiarios, entre otros. Aunque también generan nuevos formatos que aún están sin consolidar. Actualmente es habitual encontrar programas con:

- Formatos híbridos entre *docusoap*, reportaje de investigación, magacín y reality show.
- Formatos híbridos entre reportaje, entrevista y coloquio.
- Infohumor.
- Formatos híbridos entre el reportaje y los programas de variedades.

Según Luzón y Ferrer (2008) las diferencias entre *infoshow* e *infoentertainment* radican en la relación con el discurso periodístico. Cuando la información pasa a formar parte del entretenimiento hablamos de *infoentertainment*. Mientras que el *infoshow* es el resultado de unos criterios de elección y un determinado tratamiento de las noticias dentro de los programas informativos, este se caracteriza por la búsqueda de emotividad dentro de las funciones del discurso periodístico y el infoentretenimiento se basa en un cambio de registro esencial en el que se cede terreno a diferentes tonos humorísticos basados desde la parodia hasta la pantomima, pasando por la ironía, el sarcasmo, la sátira y el chiste.

Los reportajes en la hipertelevisión poseen características del *infoshow* como, por ejemplo, el sensacionalismo o amarillismo. Se da protagonismo al estudio o plató, se busca la interacción con el espectador, se incluyen asuntos de preocupación social, se intenta convertir a un sujeto o grupo social en protagonista sirviendo así de hilo conductor a todo el relato informativo (Gordillo, 2009). Marzal et al. (2009) afirman que los protagonistas de los reportajes cobran relevancia hasta el punto de ofrecer noticias tan sólo por las declaraciones de los testimonios sin necesidad de que haya una voz en off que haga de hilo conductor de la noticia. En la actualidad los reportajes no sólo tienen que informar, hay que entretener y captar la atención de una generación de espectadores nacida en la era audiovisual y acostumbrada al visionado diario de programas informativos (Moreno, 2012).

Dado que los programas que se van a analizar en este estudio se emiten en La Sexta es necesario poner en contexto la historia y evolución de la misma. En marzo de

2006 se estrenó la programación de La Sexta y aunque tuvo que enfrentarse a grandes obstáculos como un panorama televisivo muy competitivo, la precisión de un proceso de antenización progresivo a lo largo de todo el territorio y de la posterior sintonización de los espectadores. A esto hay que sumarle la crisis económica a la que España se enfrentaba y al posterior apagón analógico. Tras muchos cambios en su programación, en 2009, la cadena pasó a tener una parrilla con tres o cuatro macrogéneros por lo que desaparecen los shows, los concursos y la programación juvenil. En 2010, La Sexta ya se había establecido como el lugar de referencia del ocio y el entretenimiento, logrando posicionarse entre las principales cadenas generalistas de ámbito estatal (Nevado, 2020).

“Salvados” que es uno de los programas que se van a analizar a continuación, prepara todas las semanas reportajes de actualidad que tratan los temas más relevantes con un estilo humorístico (Mancinas-Chávez y Galán, 2014). Para Aurora Labio (2014), este programa se ajusta a los estándares de calidad porque realiza reportajes de investigación muy buenos, como cuando devolvió el tema del metro de Valencia a la opinión pública o cuando se emitió el documental de ficción “Operación Palace”. Mancinas-Chávez y Galán (2014) destacan esta edición especial titulada “23F” por su gran participación del público que tuvo reacciones de todo tipo. Al final del programa, Jordi Évole desveló que todo era un montaje. Con este experimento pretendía que el espectador reflexionara y se preguntara cuánta información de la que se emite en televisión es falsa y, a su vez, activar la conciencia crítica ante los medios de comunicación. Este experimento nos lleva a cuestionarnos qué se considera tv de “buena calidad” y tv de “mala” calidad. Ferrer (2016) propone lo siguiente:

Tabla 5.1.2.2.

Diferencias entre TV de “buena” calidad y TV de “mala” calidad

TV DE “BUENA” CALIDAD		TV DE “MALA” CALIDAD
Producción propia	VS	Copia de formatos
Promulgar valores democráticos		Vulneración de los valores democráticos
Originalidad, creatividad, variedad y pluralismo		Los mismo temas predominan durante semanas
Diversidad		Conjetura y redundancia

Realismo	Distorsión de la realidad
Alusiones a la alta cultura	Sensacionalismo, temas banales, escandalosos y espectaculares
Controversia	Polémica
Identidad	Identidad
Implicación del espectador	Espectadores “encadenados”
Calidad técnica, estética y artística	Calidad estética, temática y formal para transmitir “credibilidad”
Elenco de calidad	Personas anónimas o famosas
Hibridación o integración de géneros	Hibridación de géneros
Buena dirección y producción con altos recursos	Buena dirección y producción con recursos escasos
Reconocimiento y premios	Máximo beneficio al mínimo coste. Datos de audiencia elevados

Nota. En la tabla se exponen las características de la Televisión de Calidad y de la Televisión de “mala” Calidad para así poder comparar los diferentes conceptos.

Fuente: Ferrer (2016).

Por último, es interesante recalcar un apunte muy interesante que hace Chicote (2006) en “Los enemigos del periodismo de investigación” sobre el periodismo de investigación y es que sin el amparo de la Justicia es casi imposible ponerlo en práctica sin afrontar terribles consecuencias. Un buen reportaje de investigación siempre mancillará el honor de los denunciados y es muy probable que éstos se querellen contra el periodista y el medio de comunicación que le ha servido de vehículo.

5.2. Grafismo audiovisual

5.2.1. Definición e historia

“El diseño es algo así como transformar lo común y corriente en algo extraordinario” (Saúl Bass).

“El Diseño Audiovisual como toda manifestación audiovisual se deriva del cine y la definición del montaje cinematográfico a principios del siglo XX. Su característica

primordial es la implementación de la fragmentación espacial y temporal para estructurar narrativamente las secuencias” (Bohórquez, 2011, p. 155).

San Cornelio (2011) plantea que el diseño gráfico nació con los inicios del cine y la animación y con los artistas de la vanguardia, se desarrolló con la televisión y alcanzó su plenitud con la informática. Además, apunta que, en la primera mitad del siglo XX, las vanguardias artísticas y cinematográficas contribuyeron de una forma muy interesante en el contexto de la animación, utilizando la forma narrativa como medio de expresión de un modo experimental. Además, afirma que el juego de resolución del grafismo audiovisual es la resolución de problemas comunicativos ligados a medios que utilizan la imagen para transmitir contenidos. Alonso (2016) apunta que realmente el grafismo audiovisual no comienza a desarrollarse hasta los años 60, cuando empiezan a hacerse gráficos por ordenador.

Gómez (2011) destaca como primer referente del grafismo audiovisual a Saul Bass ya que su estilo es perfectamente reconocible y sigue inspirando a los diseñadores actuales. Fue en los años cincuenta cuando realmente la televisión llegó en masa a los hogares provocando así una competencia entre el cine y la televisión. Esto supuso que la imagen del cine comenzara a cuidarse de una forma más precisa, el trabajo de Bass es el inicio de la puesta en escena de todo el aparato de diseño, en torno al cine (Herráiz, 2010). Bohórquez (2011) apuntan que Bass no solo tenía un objetivo de comunicación a nivel verbal, sino que además introdujo el elemento persuasivo a través del tratamiento gráfico.

De acuerdo con Alonso (2016), los términos Diseño Audiovisual, Grafismo Audiovisual, Gráficos Animados, *Motion Graphics* o Motion Design tienen el mismo significado. En este estudio se va a utilizar el término grafismo audiovisual y en algunas ocasiones se recurrirá al término *Motion Graphics*. El Grafismo Audiovisual es un sistema de comunicación que expone un discurso a través de recursos gráficos en un soporte audiovisual.

Alonso (2016) plantea la siguiente definición de *Motion Graphics*:

Los *Motion Graphics* se componen de imágenes y textos en movimiento que, acompañados de una música, sirven para comunicar un mensaje lleno de dinamismo. Tienen una forma muy eficiente de transmitirlo, ya que en la mayoría de ocasiones una voz en off refuerza lo que muestran las imágenes, informando con mucha claridad ambas fuentes en sincronía. Se trata de un instrumento idóneo para comunicar un mensaje preciso, directo y lleno de contenidos

visualmente atractivos, por lo que además consiguen cautivarnos con su estética. (p. 105)

Desde el punto de vista de Costa (2003), el cometido del diseño gráfico y, por tanto, del grafismo audiovisual es la comunicación y cuenta con un lenguaje propio. Es el lenguaje básico de la imagen y el texto o lo que es conocido como el lenguaje *bimedia* (icónico y tipográfico) que, según Parra (2010) es una combinación entre imagen y texto en sus infinitas variedades. Furió (2013), sostiene que el grafismo audiovisual tiene un carácter híbrido lo que le obliga a renovarse continuamente, incorporando estrategias y recursos de otros lenguajes como el videoarte, el videoclip, el cine, la animación, la ilustración, la publicidad, entre otros, creando así su propio lenguaje *mixed*. Al ser un lenguaje a través del cual se pueden expresar innumerables realidades, Dolores Furió destaca las siguientes divisiones en las que pueden aparecer los *Motion Graphics*:

Tabla 5.2.1.1.

Divisiones en las que puede aparecer el Grafismo Audiovisual

CINE	Títulos de crédito, tráilers, secuencias de películas de forma experimental.
TELEVISIÓN	Identidad de la cadena, promoción interna, imagen gráfica para programas (cabeceras, títulos, intertítulos, separadores, logos, créditos, cortinillas), spots, videoclips, vídeos corporativos, entre otros.
PUBLICIDAD	Función identitaria (marca del producto).
INTERNET/INTERACTIVIDAD	Banners, intros, webSites, autoría DVD.
AMBIENTALES	Visuales para conciertos (Live Video), presentaciones, performances, teatro, galas y festivales, exposiciones.

Nota. Datos tomados de Furió (2013).

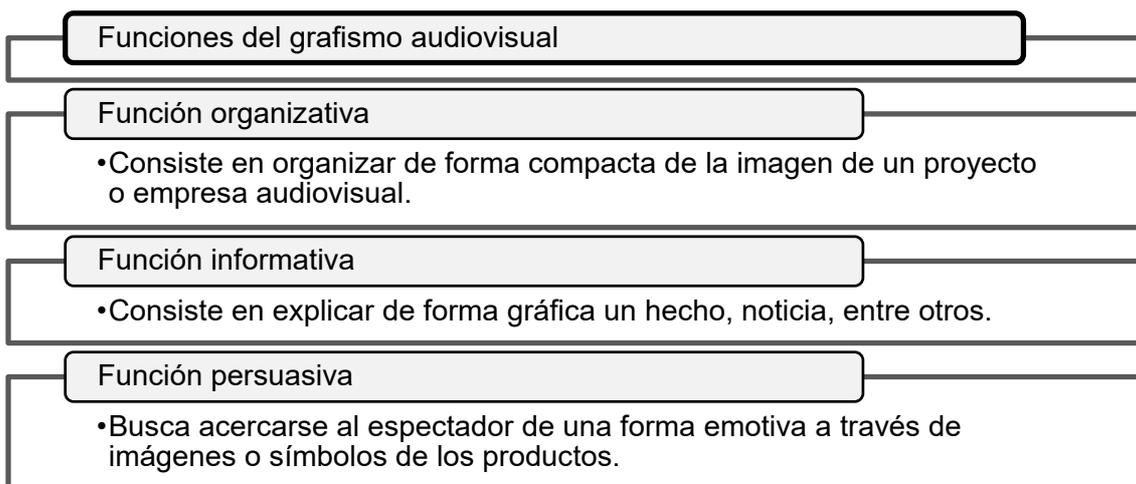
Para Costa (2003), el diseño está ligado a la industria y al comercio y, por ende, a la economía; a los medios audiovisual, la cultura y la política, al marketing y al

consumo, a la estética y la semiótica, a la ciencia de la comunicación y, por tanto, a las ciencias humanas y a las nuevas tecnologías.

En la Figura 5.1.2.2. se describen las funciones del grafismo audiovisual según San Cornelio (2011).

Figura 5.1.2.2.

Funciones del grafismo audiovisual



Nota. Datos tomados de San Cornelio (2011).

5.2.2. Elementos

Es necesario conocer los elementos que componen el grafismo audiovisual, desde la forma y el contenido. De acuerdo con Furió (2013), los elementos principales que componen el grafismo audiovisual son la imagen gráfica, la tipografía, el movimiento y el sonido. A continuación, se estudia en profundidad los componentes y funciones de cada uno, así como su relación con otros elementos.

5.2.2.1. Imagen gráfica

De acuerdo con Furió (2013) el sistema comunicativo está formado por mensajes que, a su vez, están formados por unidades de connotación menores, estos son los signos y en el caso de la comunicación visual se trata de los signos visuales. El signo es la unidad mínima de comunicación, sin embargo, en el caso del signo visual no hay una estructura concreta ya que nos movemos en el mundo de la percepción.

Cada signo se puede clasificar de una forma atendiendo a cómo los expresamos y recibimos. Dondis (1976) propone los siguientes niveles: representación, simbolismo

y abstracción. En el nivel de representación los signos icónicos tienen una relación de semejanza con el objeto al que representan. Sin embargo, el simbolismo se basa en la simplicidad, en reducir el detalle visual al mínimo irreducible. Por último, la abstracción es la simplificación de los elementos a la mínima expresión, pero se diferencia del simbolismo en que la abstracción no atiende a un código arbitrario. En el grafismo audiovisual se pasa continuamente de unos niveles a otros, sin importar la procedencia de la imagen.

Las imágenes tienen una serie de funciones y Furió (2003) destaca las siguientes: función expresiva, persuasiva, informativa, identificativa y de conceptualización:

- En la función expresiva, el signo icónico tiene un claro componente de estética y expresividad, que mediante las técnicas visuales se potencia y multiplica.
- En la función persuasiva, la imagen tiene de por sí propiedades persuasivas. Las imágenes que se someten a procesos expresivos tienen mayor componente persuasivo que las imágenes en bruto, pero esto no significa que después haya que someter a la imagen a los procesos expresivos ya que una imagen puede ser tomada previamente con una intención expresiva, mediante el encuadre, la profundidad, entre otros aspectos.
- En la función informativa, toda imagen o mensaje visual tiene información. Dondis (1975) argumenta que los datos visuales pueden transmitir información ya sean mensajes o sentimientos expresivos, de forma intencionada o con una finalidad. Es esta función la que determina el tipo de mensaje, dándole más importancia a la parte informativa o al soporte visual del mensaje.
- En la función identificativa, es en la imagen donde mayor carga identificativa recae, aunque también la tipografía, el movimiento o el sonido pueden asumir esta función. El imagotipo, el color, la forma, la textura son matices que contribuyen a la función identificativa.
- La función de conceptualización se puede definir como la potencialidad que tienen las distintas formas expresivas para transmitir conceptos o significados ligados a la idea que representan.
- Además, Ràfols y Colomer (2003) añaden la función simbólica que está muy ligada a la persuasiva. Esta consiste en representar una idea o producto a través de una imagen o símbolo para que el público lo pueda recordar fácilmente.

5.2.2.2. Tipografía

El carácter pasajero del grafismo audiovisual, la escasa capacidad de lectura y el continuo movimiento, hacen que la tipografía vaya acompañada de una carga iconográfica considerable, para así poder destacar el mensaje, facilitar la lectura y asegurar la memoria visual. El grafismo audiovisual se encarga de que la tipografía esté presente en créditos, títulos y eslóganes, en estos casos la tipografía se utiliza para enfatizar el significado de la misma (Furió, 2013).

Además, Furió (2014) argumenta que la tipografía es uno de los elementos expresivos más importantes del *Motion Graphics* y aclara que el grafismo audiovisual no crea tipografías al igual que el diseño gráfico, pero que si es un creador de relaciones tipográficas. Para Ràfols y Colomer (2003), "La tipografía permite un trabajo de una riqueza enorme y es una fuente inagotable de recursos creativos a la que continuamente se le encuentran nuevos usos y aplicaciones. Pocos elementos hay en el diseño audiovisual que sean tan útiles y tan dúctiles como la tipografía" (p. 45).

En el grafismo audiovisual la tipografía y la imagen tienen una estrecha relación y es que ambas se deben integrar entre sí. Algunas de las técnicas de integración que destaca Furió (2013) son:

- Integración formal: la tipografía y la imagen deben mantener relaciones de apariencia, aunque puede existir contraste entre ambas siempre y cuando esté justificado en términos expresivos.
- Integración cromática: el color es un elemento expresivo más de la tipografía por lo que la tipografía debe tener una relación armónica con la gama de colores o, por el contrario, provocar una situación de contraste.
- Integración de movimiento: los movimientos de la tipografía deben ser afines y con sentido dentro de la pieza que se presenta, es decir, la animación de la tipografía tiene que acompañar al resto de la composición.
- Integración conceptual: ya que el grafismo audiovisual está basado en la relación de conceptos, la tipografía debe ajustarse a la representación, tanto formal, como semántica y cinéticamente.
- Fotomontaje-videomontaje, collage: permite unir imágenes y texto que pertenecen a espacios, tiempos y significados diferentes. Al unir tipografía e imagen, a la tipografía se le da la misma importancia que a la imagen.

De las funciones de la tipografía, Furió (2013) menciona las siguientes: informativa; identificativa, persuasiva y de conceptualización.

- En la función informativa, el texto y la imagen forman la mayor carga informativa del grafismo audiovisual.
- En la función identificativa, la tipografía adquiere cualidades expresivas y formales que potencia su carácter único que junto con los elementos icónicos otorgan poder de identificación y diferenciación al texto.
- La función persuasiva consiste en captar la atención del espectador y es la que prevalece ante las demás funciones.
- En la función de conceptualización hay que destacar que mediante el movimiento y las cualidades expresivas de la tipografía se fortalecen las posibilidades semánticas del texto.

5.2.2.3. Movimiento

El movimiento hace que una imagen y la tipografía estática se conviertan en secuenciales, los componentes esenciales del movimiento son el espacio y el tiempo. Dentro del grafismo audiovisual existen los siguientes tipos de movimiento: movimiento real, animación, movimiento de cámara, movimientos de entrada y salida y metamorfosis.

De las funciones del movimiento destacan la de dinamizar, la función de conceptualización y la de identidad:

- Por una parte, el movimiento da dinamismo a la pieza gráfica audiovisual.
- Por otra parte, el movimiento no se puede limitar a recorrer un mínimo espacio entre dos puntos o a imitar movimientos de la naturaleza. Si se combinan imagen, tipografía y movimiento se puede crear una poesía visual creando nuevos significados.
- Por último, el movimiento puede generar identidad, para conseguirlo es necesario reducir los tipos de movimientos que se utilizan en cada pieza para que así pueda haber relación y coherencia entre ellos.

5.2.2.4. Sonido

El cine y el sonido nacen juntos, aunque en los inicios del cine era imposible que los dos se incorporaran juntos. El grafismo audiovisual alcanza su máximo esplendor cuando imagen y el sonido forman una unidad indivisible. El sonido hace que el grafismo audiovisual sea más verosímil, ya que a todo aquello que está en movimiento se le asigna un sonido.

El sonido está formado por los efectos sonoros, la banda sonora y la voz. Los efectos sonoros aportan materialidad y verosimilitud a la pieza audiovisual y favorecen

el movimiento de los elementos. Los sonidos se pueden diferenciar dependiendo de dónde surja la fuente y podemos encontrar: sonido en campo, sonido off y sonido over (sonido extradiegético). Tanto el sonido en campo como el sonido off son sonidos diegéticos ya que forman parte del tiempo y del espacio de la historia. Sin embargo, el sonido over es un sonido extradiegético ya que no forma parte del espacio y tiempo de la historia.

Las funciones del sonido son unificar enlazando imágenes consiguiendo así que desarrollen en un flujo unificado; puntuar para que la pieza adquiera ritmo, establecer convergencias o divergencias para conseguir el clímax o anticlímax y separar haciendo uso del silencio, aunque no es muy común en el grafismo audiovisual ya que las piezas suelen ser breves e intensas.

5.2.3. Las cabeceras

Hervás (2002) propone la siguiente definición de cabecera:

La cabecera debe ser algo más que la equivalencia de la portada de un libro; debe ser un prefacio, establecer el tema, el estilo y el tono a seguir. La mayoría de cabeceras optan por soluciones puramente formales, lo que constituye una prolongación de la ilustración gráfica con movimiento. Pero las mejores cabeceras son aquellas que, además de simbolizar bien el programa que encabezan y de ser formalmente atractivas, tienen significado por sí mismas (pp.38-39).

Blancas (2016), argumenta que, en los inicios del cine, las secuencias de títulos se reducían simplemente a unos pocos cartones de rótulos trazados a mano, normalmente eran blancos sobre un fondo negro. La función de estos títulos era presentar la película a través del título principal para evitar así la piratería y reconocer la autoría a través del símbolo de la productora y el nombre del director. Además, Billanti (1982) cuenta que el diseño de carteles tuvo una gran influencia en las secuencias de títulos sobre todo en el carácter manual de las letras.

Algunas de las diferencias que Rosen (como se citó en Bort, 2012) señala respecto a si el producto audiovisual está enfocado al cine o la televisión son que, por una parte, el cine tiene una audiencia colectiva, sin embargo, la televisión cuenta con una audiencia que está dispersa ya que la televisión cuenta con un carácter privado que se asocia a los espacios domésticos cerrados mientras que el cine se asocia a los espacios públicos. Además, cabe destacar que cuando un espectador ve una película lo hace por decisión propia, sin embargo, la televisión al contar con una programación

muy amplia en la que se incluye publicidad, puede que el espectador vea algún programa o anuncio publicitario que no haya elegido. Estas cualidades hacen que los productos estén pensados para cada uno de los soportes en los que se emiten.

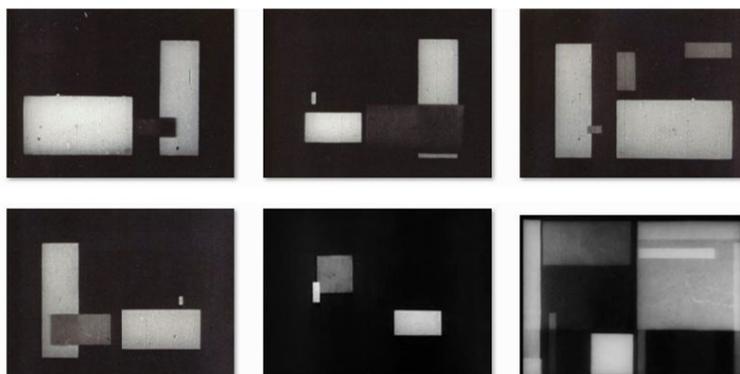
5.2.3.1. Referentes

Como ya se ha comentado anteriormente, fue en los inicios del siglo XX cuando aparecieron las primeras huellas del grafismo audiovisual. Los primeros artistas en crear Motion Graphics estaban influenciados por las vanguardias artísticas. Algunos de estos artistas fueron Hans Richter, V Eggeling, Walter Ruttmann, entre otros. Página 50 de la tesis Grafismo Audiovisual: el lenguaje efímero recursos y estrategias (Herráiz, 2010).

Hans Richter es uno de los animadores que más influencia ha tenido en el cine experimental. Sus obras en blanco y negro consisten en figuras recortadas que aparecen y desaparecen y se escalan y mueven en el espacio.

Figura 5.2.3.1.1.

Rhythm 23 de Hans Richter



Nota. Fotogramas de la obra *Rhythmus 21* creada por Hans Richter. Fuente: Lucarelli (2014).

Walter Ruttmann comenzó con el arte abstracto, pero después comenzó a crear piezas en las que tomaba elementos de la vida real y los combinaba rítmicamente entre sí.

Figura 5.2.3.1.2.

Opus III de Walter Ruttmann

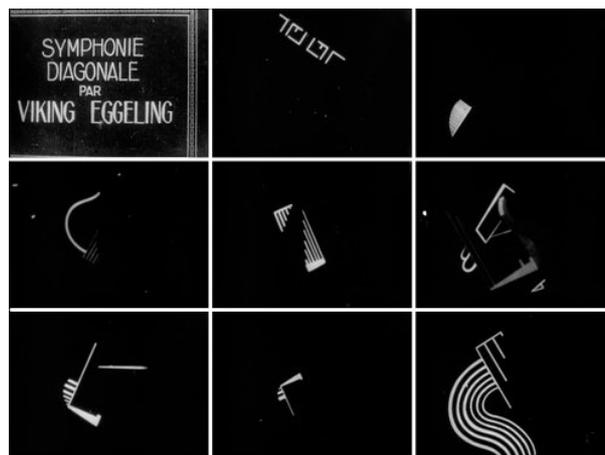


Nota. Fotogramas de la obra *Opus III* creada por Walter Ruttmann. Fuente: Flueckiger (2012).

Viking Eggeling también trabaja con la animación abstracta ya que para él es mucho más que una simple representación.

Figura 5.2.3.1.3.

Symphonie Diagonale de Viking Eggeling

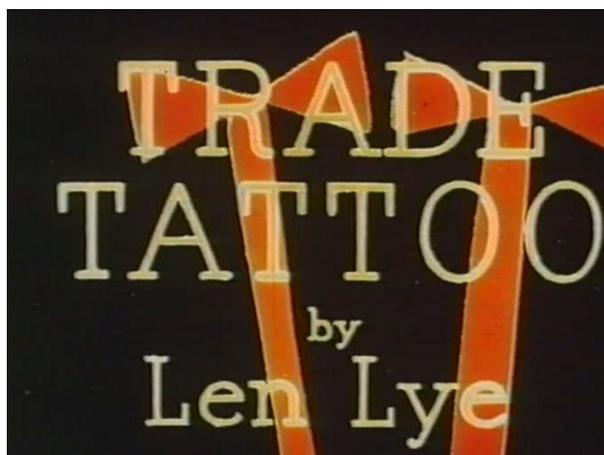


Nota. Fotogramas de la obra *Symphonie Diagonale* creada por Viking Eggeling. Fuente: Tejeda (2016).

Len Lye es el primer artista que incorpora en sus obras imagen real postproducida, tipografía, sonido y movimiento, que son las cuatro características principales del grafismo audiovisual.

Figura 5.2.3.1.4.

Trade Tatto de Len Lye



Nota. Fotograma de la obra *Trade Tatto* creada por Len Lye.

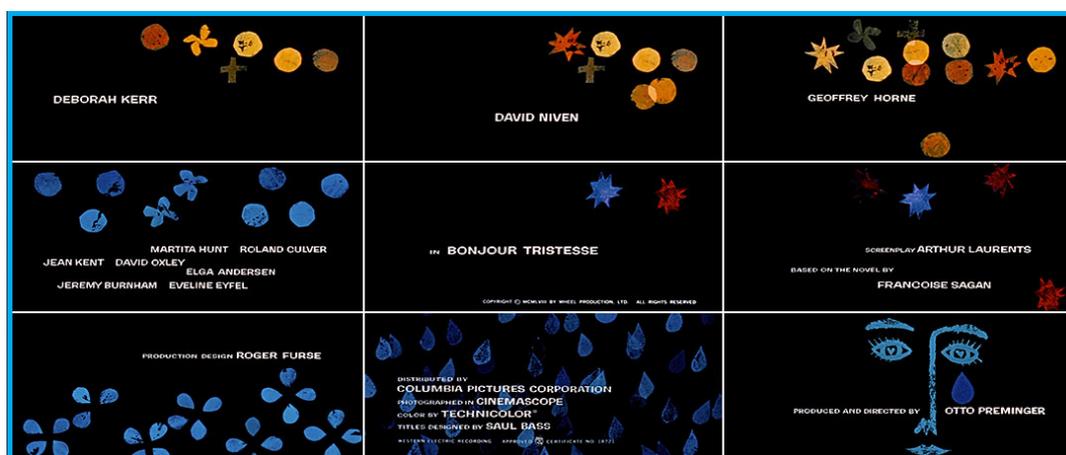
Fuente: Filmaffinity (s.f.).

Pero, fue con la llegada de Saúl Bass cuando las bases del grafismo audiovisual se asentaron. Este rompió con las normas que se habían establecido hasta el momento, en sus trabajos prescindía de las fotografías de los protagonistas para expresar los contenidos y emociones de las películas a través de formas gráficas. Bass fue quien dio importancia a los títulos de crédito dotándoles de un gran valor artístico ya que comenzó a aplicar la animación en los gráficos y la tipografía, rompiendo con lo clásico y estático hasta ese momento, apunta Herráiz, (2010).

Haskin (1996) sostiene que una de las características de Saúl Bass es que sus imágenes experimentan un viaje en el que se transforman en lo inesperado. Un ejemplo famoso es el pétalo de la flor en la secuencia inicial de *Bonjour Tristesse*, que se transforma varias veces antes de convertirse en una lágrima.

Figura 5.2.3.1.5.

Títulos de crédito de Bonjour Tristesse



Nota. La figura muestra los fotogramas que componen los títulos de crédito de la obra *Bonjour Tristesse* creada por Saúl Bass. Fuente: Kirkham, P (2011).

Como afirma Gómez (2011), el estilo de Bass ha influenciado en toda una generación de diseñadores gráficos y es que el pionero del grafismo audiovisual no solo ha realizado películas propias, además ha diseñado logotipos empresariales y carteles publicitarios y cinematográficos.

El uso de la tipografía por parte de Bass también fue revolucionario durante una época en que las películas usaban texto simple y estático para sus créditos, En *West Side Story* (1961), los créditos se tratan como grafiti, y en *The Age of Innocence* (1993), como escritura epistolar (Krasner, 2008).

5.2.3.2. Contenido

De acuerdo con Hervás (2002), una cabecera es la secuencia de apertura de un programa y su gran función es atraer a los espectadores. Es por esto que las cabeceras deben ser visibles y atractivas a la vista del espectador. Una buena cabecera puede hacer que el espectador continúe viendo el programa o, por el contrario, decida cambiar de cadena. Además, el autor añade que estas deben reflejar aspectos como el tono, el estilo, el target y la temática del programa.

Merritt (1988) añade que las cabeceras son un elemento muy importante dentro de un programa ya que se repite en cada emisión y hace que el espectador lo recuerde de una forma intensa. Además, apunta que las cabeceras no solo tienen que generar

un impacto visual en el espectador, sino que además esta debe estar vinculada con el contenido que el espectador va a ver.

Por norma general, en las cabeceras aparece un logo tipográfico, imágenes grabadas que muestran donde se graba el programa o generadas por ordenador, una sintonía propia o una canción, esta música puede ser instrumental o con letra.

Finalmente, cabe destacar que las cabeceras de los programas televisivos normalmente no presentan los nombres de las personas que forman el equipo del programa ni de los participantes o invitados ya que estos aparecen en los créditos finales, pero si presentan el título del mismo.

5.2.3.3. Estructura

Las cabeceras en sí no cuentan con una estructura propia que se pueda seguir, pero si destacan algunos elementos que se pueden ver en repetidas ocasiones en cabeceras de diferentes programas.

Estas aparecen al principio del programa y normalmente todos los programas muestran en su cabecera un logo basado en textos tipográficos. En algunas cabeceras, se muestran fragmentos destacados del programa que ya ha sido grabado con anterioridad o bien aparece el presentador o algunos de los invitados.

Generalmente, el título del programa aparece al finalizar la cabecera, pero como se ha comentado, no hay unas normas estrictas a las que ceñirse para realizar una cabecera.

6. ANÁLISIS DE LA MUESTRA

Para llevar a cabo la investigación, se ha decidido seleccionar 15 muestras de reportajes de investigación que se emiten o han emitido en La Sexta. Cabe destacar que, como se ha mencionado anteriormente y señalan Domínguez-Quintas y Arévalo-Iglesias (2020) los grandes reportajes han ido perdiendo valor con el paso de los años. Las muestras que se van a analizar varían entre el reportaje de investigación e *infoshow* y es que como argumenta Farré (2007), con la llegada de la neotelevisión lo que se pretende es captar al espectador ofreciéndole múltiples contenidos, planificando la programación entorno al espectador, a sus horarios, rutinas y gustos y atendiendo a una serie de estrategias psicológicas que atraigan al espectador.

Los elementos que se van a analizar de cada muestra son: imagen gráfica, tipografía, movimiento y sonido, así como espacio, tiempo y color.

6.1. Análisis de la cabecera de Equipo de investigación

Equipo de Investigación es un programa de investigación presentado por Gloria Serra en el que se tratan los temas de actualidad con un perfil exhaustivo. Su primera emisión fue el 31 de enero de 2011. Hasta diciembre de 2012 se emitió en Antena 3 en horario de late night y, desde enero de 2013 pasó a emitirse en La Sexta en horario de prime time. Desde entonces, se han emitido doce temporadas con un total de 382 capítulos (IMDb, 2021).

Figura 6.1.1

Logotipo de Equipo de investigación



Nota. Logotipo utilizado en las tres primeras temporadas del programa *Equipo de investigación*. Fuente: *Atresplayer (s.f.)*

Figura 6.1.2.

Imagotipo de Equipo de investigación



Nota. Imagotipo actual del programa de *Equipo de Investigación*. Fuente: *Atresplayer (s.f.)*

Imagen gráfica

En primer lugar, el grado de iconicidad de las imágenes es alto ya que se tratan de imágenes grabadas, pero estas imágenes han sido tratadas con ordenador en postproducción, añadiendo diferentes efectos.

Respecto al volumen se trata de una cabecera en 3D puesto que las imágenes son grabadas y representan la realidad. Las imágenes son grabadas con dron y se puede ver un primer plano de una cámara de seguridad.

Tipografía

Como se puede ver en la Figura 6.1.2. la tipografía utilizada es de palo seco, aporta sencillez y neutralidad. Combina bien con la cabecera ya que el fondo es de color negro y la tipografía de color blanco, creando así un contraste entre fondo y tipografía. Además, al lado aparece un dibujo en 2D que representa una cámara de seguridad. Esta combina los colores blancos, verde, y rojo resaltando así el fotograma final de la cabecera.

Movimiento

La velocidad de la cabecera es rápida, la duración de los planos es de dos segundos. Además, los efectos gráficos utilizados en postproducción le aportan bastante movimiento.

Sonido

El sonido de la cabecera se trata de una sintonía extradiegética propia del programa ya que no forma parte de la escena. Es un sonido que se asocia con el programa porque produce tensión.

Espacio y tiempo

Las imágenes que aparecen son imágenes grabadas con dron en la ciudad de Madrid, aunque no se pueda reconocer a simple vista. Principalmente se pueden ver dos planos de carreteras y dos de edificios como se puede ver en la Figura 6.1.3. y en la Figura 6.1.4.

Figura 6.1.3. y 6.1.4.

Fotograma de la Cabecera de Equipo de Investigación



Nota. Plano general y cenital de la cabecera de *Equipo de Investigación*. Fuente: *Atresplayer (s.f.)*

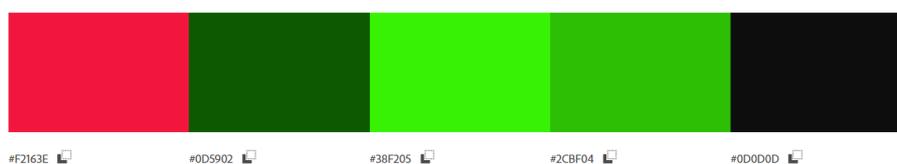
En cuanto al tiempo, en la temporada 1, cuando se emite en Antena 3, la cabecera tiene una duración de 6 segundos. Sin embargo, cuando comienza a emitirse en La Sexta (a partir de la cuarta temporada, la cabecera es modificada y tiene una duración de 9 segundos.

Color

Los colores de las imágenes son verdes con detalles rojos, creando así un efecto visual de cámara de seguridad. Estos colores son los que aparecen en el imagotipo del programa por lo que están bien integrados con el mismo.

Figura 6.1.5.

Paleta de colores de la cabecera de “Equipo de investigación”



Nota. Gama de colores utilizada en la cabecera de *Equipo de Investigación*.

Fuente: elaboración propia (2021)

6.2. Análisis de la cabecera de Lo de Évole

‘Lo de Évole’ nace como un formato de autor que narra distintas historias personales con un hilo común y con el trasfondo social que se ha convertido en el sello del periodista. Sus emisiones comenzaron el 2 de febrero de 2020 y se emite en horario de prime-time, se han emitido dos temporadas y un total de 23 programas. (Atresplayer, s.f.).

Este programa no cuenta con una cabecera concreta, sino que aparece el nombre de la productora y, a continuación, aparecen imágenes grabadas. Estas van acompañadas de una melodía o de una voz en off de algunos de los protagonistas que aparecen en el capítulo.

Sin embargo, se han emitido seis programas titulados “Especial coronavirus” que sí contienen una cabecera en común.

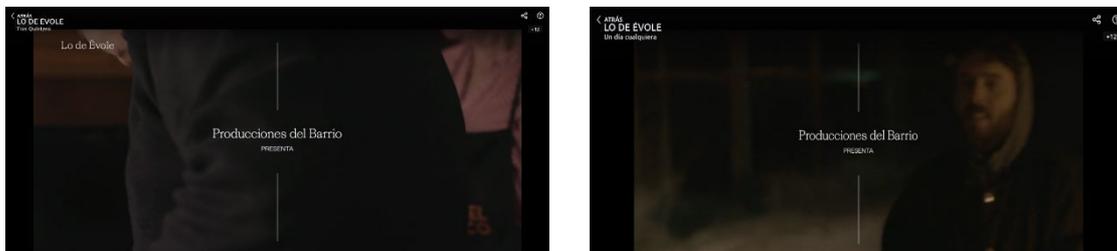
Imagen gráfica

En todos los programas exceptuando los especiales dedicados al coronavirus, el grado de iconicidad es del 100% puesto que no hay una cabecera concreta para este programa. Aparecen una serie de imágenes relacionadas con el capítulo que se va a emitir. Respecto al volumen se trata de una cabecera en 3D ya que lo que se ve son imágenes reales. En algunos de los programas como en Lo de Évole. X Nazi aparecen imágenes de archivo de la Guerra Civil. Respecto a la profundidad de campo dependiendo de los planos y de los programas se utilizan más o menos. En el programa

de Ibai los planos no tienen profundidad de campo puesto que lo que se quieren mostrar son planos de la casa del youtuber y no nada en concreto (Atresplayer, s.f.).

Figura 6.2.1. y Figura 6.2.2.

Fotogramas de la cabecera de “Lo de Évole: Tras Quintero”

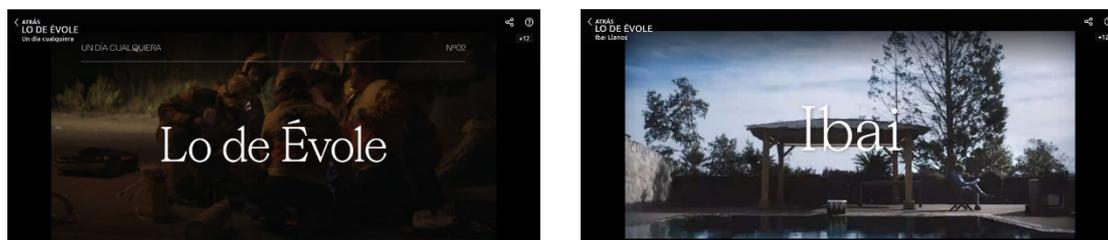


Nota. Fotogramas de la cabecera de “Lo de Évole”.

Fuente: Atresplayer (s.f.).

Figura 6.2.3.

Fotogramas de la cabecera de “Lo de Évole”



Nota. Fotogramas de la cabecera de “Lo de Évole” donde aparece el título del programa y de un capítulo. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Sin embargo, los seis programas dedicados al coronavirus sí cuentan con una cabecera concreta, esta se compone de distintas imágenes de la célula del coronavirus como se puede ver en la Figura 6.2.4. Para cambiar de imágenes utilizan encadenados, es decir, mientras una imagen se desvanece la siguiente aparece de forma gradual.

Figura 6.2.4. y Figura 6.2.5.

Fotograma de la cabecera de “Lo de Évole: Especial coronavirus”

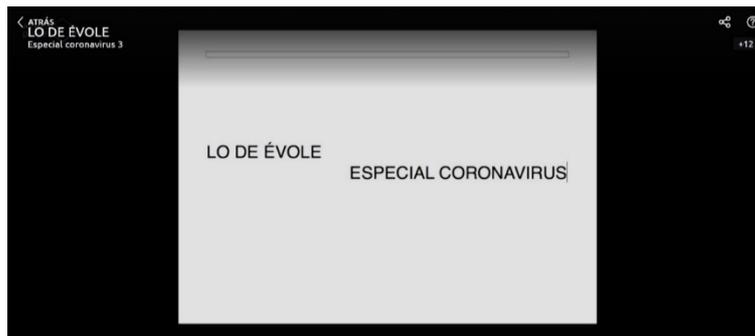


Nota. Fotogramas de la cabecera de “Lo de Évole: especial coronavirus”.

Fuente: Atresplayer (s.f.).

Figura 6.2.5.

Fotograma de la cabecera de “Lo de Évole: Especial coronavirus”



Nota. Fotograma de la cabecera de “Lo de Évole” donde aparece el título del mismo.

Fuente: Atresplayer (s.f.).

Tipografía

La tipografía utilizada tanto para el título del programa como para el nombre de la productora es con serifa. Esta tipografía que se puede definir como tradicional, aporta seriedad a la cabecera. En la parte superior izquierda aparece el título del capítulo en mayúscula y con una tipografía sin serifa, al ser una letra con un tamaño más pequeño es adecuado utilizar la tipografía sin serifa para facilitar su lectura. A la derecha y con la misma tipografía aparece el número del capítulo.

Sin embargo, para los programas grabados durante la pandemia, tanto el nombre del programa, como el de la productora y el título del capítulo aparecen con una tipografía sin serifa que podría ser perfectamente la Helvetica Neue, esta tipografía se

sencilla y moderna y aunque se utilice en muchas ocasiones, es cierto que, casi siempre funciona.

Movimiento

Respecto al movimiento, las diferentes cabeceras tienen un ritmo lento ya que se exponen diferentes planos de imágenes grabadas en exclusiva para el programa o imágenes de archivo, como es el caso del capítulo seis “Marcial Dorado” donde se pueden ver imágenes antiguas que no corresponden con la actualidad.

En los programas especiales, los planos no tienen movimiento ya que se tratan de imágenes fijas, éstas se mueven de posición lentamente dando una sensación de movimiento que realmente no tiene.

Sonido

En el capítulo seis “Marcial Dorado” los planos van acompañados de la canción Suspicious Minds de Elvis Presley; sin embargo, en otros como el capítulo siete “Sandro Rosell” aparecen diferentes planos con una voz en off, en este caso la del protagonista del capítulo.

Para los programas dedicados al coronavirus los diferentes planos van acompañados de una canción de piano titulada *Arabesque Nº 1* de Charles T. Cozens. Cabe destacar que cuando aparece el título del programa, el corte de música y plano es bastante brusco.

Espacio y tiempo

Como ya se ha comentado anteriormente en los programas “normales” los planos son imágenes grabadas reales bien tomadas para el programa concretamente o bien cogidas de archivo. En las cabeceras de los programas especiales sobre el coronavirus solo se pueden ver planos de células por lo que el espacio es ficticio.

En estos últimos, no hay una duración concreta ya que cada una es diferente. Por el contrario, en los programas especiales, las cabeceras tienen una duración de 00:43 segundos.

Color

No hay una colorimetría concreta para las diferentes cabeceras ya que cada una de ellas está compuesta por diferentes planos y, por ende, por diferentes imágenes.

Estas están grabadas tanto en interiores como en exteriores por lo que la paleta de colores varía en cada capítulo.

Para los programas especiales no se podría definir una paleta concreta ya que los colores varían en cada plano, pero si se pueden destacar el azul, rojo y verde.

6.3. Análisis de la cabecera de Salvados

'Salvados' es un programa de reportajes de actualidad. Tiene un estilo humorístico y provocativo que ha hecho que se haya coronado como un espacio estrella. Desde 2008, año en que comienzan sus emisiones, hasta 2019, el programa es presentado por Jordi Évole. Después, el presentador pasa a ser Gonzo hasta enero de 2021 que el programa dejó de emitirse debido al estado de alarma decretado por el Gobierno a causa de la pandemia provocada por el Covid-19 (Atresplayer, s.f.).

Según los datos recogidos en la página de Atresplayer, el total de programas emitidos es de 294 y 17 temporadas. Hay una gran variedad de cabeceras por lo que no se llevará a cabo el análisis de todas, sino que primero se mostraran diferentes fotogramas de cabeceras de programas emitidos desde 2008 hasta la actualidad, para después analizar en profundidad las cabeceras de los programas emitidos en la última temporada.

Figura 6.3.1. y Figura 6.3.2.

Fotograma de la cabecera de “Salvados por la campaña (parte 1)”



Nota. Fotograma de la intro de “Salvados por la campaña (parte 1)” en T01x01.

Fuente: Atresplayer (s.f.).

Figura 6.3.3.

Fotograma de la cabecera de “Salvados por la campaña (parte 1)”



Nota. Títulos de crédito de Salvados por la campaña (parte 1). *Fuente:* Atresplayer (s.f.).

Figura 6.3.4. y Figura 6.3.5.

Fotogramas de la cabecera de “Salvados por la tele”



Nota. Último fotograma de la intro de *Salvados por la tele* donde aparece el título del capítulo y primer fotograma de la intro de *Salvados por la tele* en T01x08. *Fuente:* Atresplayer (s.f.).

Figura 6.3.6.

Fotograma de los títulos de crédito de “Salvados por la tele”

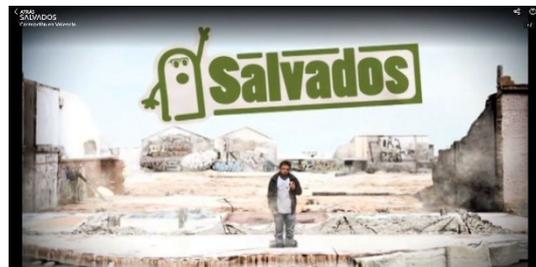


Nota. Fotograma de los títulos de crédito de Salvados por la tele. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Misma tipografía, distinta música y distintos planos acordes al capítulo que se va a emitir en temporada 1.

Figura 6.3.7. y Figura 6.3.8.

Fotograma de la cabecera de “Salvados: Corrupción en Valencia”



Nota. Primer y último fotograma de la intro de Corrupción en Valencia en T03x05 y fotograma de la cabecera de “Salvados. Corrupción en Valencia”. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Figura 6.3.9.

Fotograma de los títulos de crédito de “Salvados: Corrupción en Valencia”



Nota. Fotograma de los títulos de crédito de Salvados. Corrupción en Valencia en T03x05. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Figura 6.3.10.

Fotograma de los títulos de crédito de “Descubriendo América”



Nota. Fotograma de los títulos de crédito de Salvados. Descubriendo América en T03x05. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Figura 6.3.11.

Fotograma de los títulos de crédito de “Salvados. Reiniciando España”



Nota. Fotograma de la cabecera de Salvados. Reiniciando España en T05x32.

Fuente: Atresplayer (s.f.).

Figura 6.3.12.

Fotograma de los títulos de crédito de “Salvados. Cuestión de Educación”



Nota. Fotograma de la cabecera de Salvados. Cuestión de Educación en T06x15.

Fuente: Atresplayer (s.f.).

Figura 6.3.13.

Fotograma de la cabecera de “Salvados. Camino de corrupción”



Nota. Fotograma de la cabecera de Salvados. Camino de corrupción en T07x02.

Fuente: Atresplayer (s.f.).

Figura 6.3.14.

Fotograma de la cabecera de “Salvados. Camino de corrupción”



Nota. Último fotograma de la cabecera de Salvados. Camino de corrupción donde aparece el título del capítulo. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Figura 6.3.15. y Figura 6.3.16.

Fotogramas de la cabecera de “Esperanza Aguirre”



Nota. Fotogramas de la cabecera de Salvados. Esperanza Aguirre en T10x01. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Figura 6.3.16.

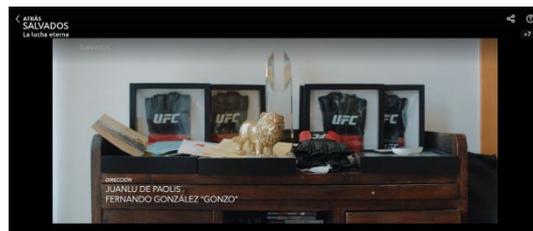
Fotograma de la cabecera de “Salvados: Y a mí, también”



Nota. Fotograma donde aparece el título del capítulo de *Salvados: Y a mí, también*.
T15x01 Fuente: Atresplayer (s.f).

Figura 6.3.17. y Figura 6.3.18.

Fotograma de la cabecera de “Salvados: La lucha eterna”



Nota. Fotograma de la cabecera de *Salvados: La lucha eterna*. *Fuente: Atresplayer (s.f).*

Figura 6.3.19. y Figura 6.3.20.

Fotogramas de la cabecera de “Salvados: El ciclón Ayuso”



Nota. Fotogramas de la cabecera de *Salvados: El ciclón Ayuso*. *Fuente: Atresplayer (s.f).*

Dado que no hay una cabecera específica para el total de programas emitidos desde 2008, se van a analizar las cabeceras de los programas emitidos en la última

temporada ya que la propuesta que se va a llevar a cabo es para un programa que se va a emitir en la actualidad.

Imagen gráfica

En este caso, el grado iconicidad es del 100% ya que se tratan de imágenes totalmente reales que no cuentan con ningún tipo de efecto y, por lo tanto, de imágenes en 3D. En *Salvados* al igual que en *Lo de Évole*, dependiendo del programa y del plano se pueden ver imágenes con más o menos profundidad de campo.

Tipografía

La tipografía es sencilla y de palo seco. Está escrita en mayúsculas, esto algo que se utiliza bastante en títulos y el color es blanco que, al situarse en zonas del plano que no destacan, los títulos se pueden leer fácilmente.

Movimiento

La velocidad de la cabecera es lenta y los planos no tienen una duración fija, oscilan entre los 2 y 8 segundos. Al tener un ritmo lento, se pueden percibir las imágenes y títulos sin ningún problema. Algunos de los planos son grabados con movimiento de travelling aportando a la cabecera más dinamismo y emotividad en algunos de los casos.

Sonido

Cada programa cuenta con una cabecera diferente por lo que también con una sintonía distinta. En todos los capítulos aparece música extradiegética acompañada de una voz en off. En el capítulo 06, la canción es "El valor del fútbol" de *Nothing It Can* de Helios. En este caso la voz al principio es extradiegética y después pasa a ser diegética.

En el capítulo 03 "Casero de Dios" el título de la canción es *24-25* de Kings Of Convenience. En algunas de las cabeceras se puede escuchar un sonido diegético como, por ejemplo, el sonido de una televisión que, aunque aparezca fuera de cuadro forma parte de la escena. Cabe destacar que tanto la música como la voz en off no tienen ningún efecto.

Espacio y tiempo

Los espacios de las diferentes cabeceras son reales, dependiendo del programa se pueden ver espacios exteriores como la Plaza Mayor de Salamanca, zonas de Madrid, entre otros o espacios interiores como iglesias o un hospital.

El hecho de mostrar estas imágenes, hacen que el espectador pueda acercarse a los protagonistas del programa de cierta manera ya que muestran los lugares donde viven o trabajan, es decir, muestran con imágenes una parte de la vida de los personajes.

Respecto al tiempo, en la última temporada de Salvados no hay una duración concreta para las diferentes cabeceras, pero la duración aproximada es de 40 segundos.

Color

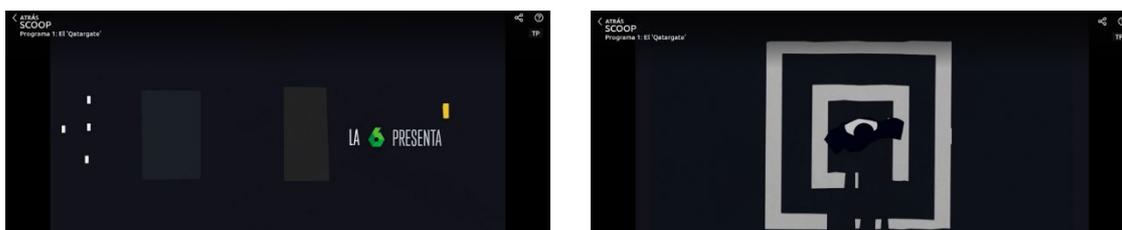
Esta cabecera no cuenta con una paleta de colores concreta al igual que el programa *Salvados*. Al variar la intro de cada programa, también varían sus colores puesto que no aparece las mismas imágenes en las distintas cabeceras.

6.4. Análisis de la cabecera de Scoop

En la era de la posverdad, el periodismo es el mejor antídoto contra las fake news. En *Scoop* reconoce la valiosa labor de las investigaciones periodísticas de los últimos años. Reivindica el papel de los periodistas y los medios de comunicación como garantes del derecho a la información. Y lo hace con una estética que evoca a referentes del cine reciente, desde 'Los archivos del Pentágono' de Steven Spielberg a la oscarizada 'Spotlight' pasando por la mítica 'Todos los hombres del presidente'. *Scoop* recrea la realización de reportajes que generaron impacto y Mamen Mendizábal entrevista a sus protagonistas. En la primera entrega, que se estrena coincidiendo con la celebración del Mundial, relata el Qatargate, el mayor escándalo de corrupción que ha hecho temblar los cimientos del fútbol (Atresplayer, s.f.).

Figura 6.4.1 y Figura 6.4.2.

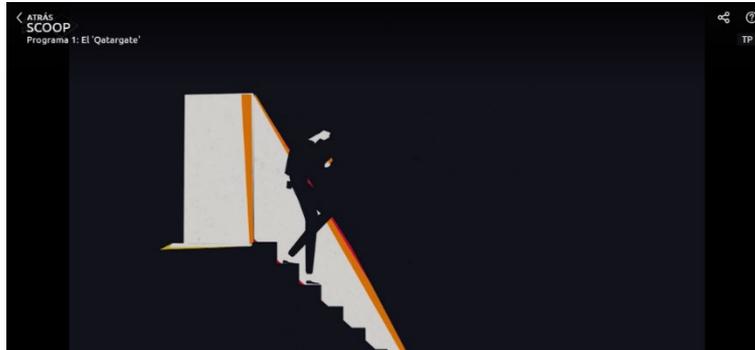
Fotogramas de la cabecera de “Scoop”



Nota. Fotogramas de la cabecera de Scoop. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Figura 6.4.3.

Fotograma de la cabecera de “Scoop”



Nota. Fotograma de la cabecera de Scoop. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Imagen gráfica

En este caso, el grado iconicidad es bajo ya que, son imágenes generadas por ordenador, a color y en las que se pueden ver solo formas que asociamos con la realidad como una persona bajando por una escalera, un micrófono, una cámara de fotos, entre otros objetos. Respecto al volumen se trata de una cabecera en 2D ya que solo está compuesta por formas sin profundidad en la imagen.

Tipografía

En cuanto a la tipografía solo aparece el título del programa, esta es de palo seco y cada letra cuenta con alguna transformación que hace que la tipografía no sea constante. Esta está escrita en mayúsculas para dar más importancia al título y su color es blanco con fondo gris muy oscuro lo que hace que tenga una gran legibilidad. El título se mantiene fijo en el plano, pero cuando este finaliza, se realiza un fade in en el que aparece el primer plano del programa como se puede ver en la Figura 6.4.5.

Figura 6.4.4.

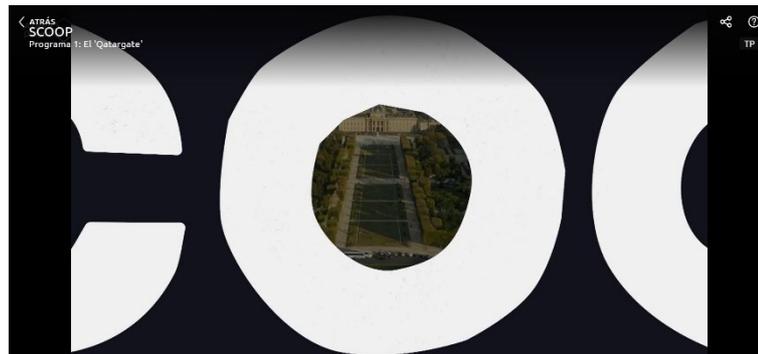
Fotograma de la cabecera de “Scoop”



Nota. Fotograma de la cabecera de Scoop donde aparece el título del programa. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Figura 6.4.5.

Fotograma de la cabecera de “Scoop”



Nota. Fade in en la cabecera del programa Scoop. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Movimiento

En la cabecera de *Scoop* los planos tiene una duración aproximada de 3 segundos lo que hacen que tenga un ritmo regular que permite observar con claridad los distintos diseños. Los planos van cambiando en movimiento, es decir, con transiciones de continuidad esto dota a la cabecera de dinamismo ya que los planos están unidos entre sí.

Sonido

La cabecera cuenta con una sintonía propia del programa y, a su vez, aparece una voz en off de Mamen Mendizábal, presentadora del programa, en la que define el

significado de *Scoop*. En resumen, en esta cabecera tanto la voz en off como la sintonía son música extradiegética.

Espacio y tiempo

Los espacios de la cabecera son ficticios ya que se trata de planos realizados con *Motion Graphics*. Se puede reconocer fácilmente una escalera y una calle, pero en otros planos solo se pueden apreciar diferentes objetos sin saber realmente en qué espacio físico se encuentran.

La duración de esta cabecera es de 34 segundos para todos los programas ya que, a diferencia de los programas anteriormente analizados, se trata de una cabecera estándar para todos los programas.

Color

Los colores que predominan en esta cabecera son oscuros. Los planos cuentan con un fondo gris muy oscuro que se podría llegar a confundir con el negro, las formas que aparecen tienen tonos grises claros creando así un contraste entre el fondo y los diferentes elementos que se muestran. Además, se pueden ver pequeños detalles en diferentes colores como naranja, rojo o amarillo, estos colores facilitan la legibilidad de las diferentes formas que aparecen. Al igual que la sintonía, la utilización de colores oscuros hace que la cabecera sea misteriosa. A continuación, en la Figura 6.4.6 se muestra la paleta de colores principal de la cabecera.

Figura 6.4.6.

Paleta de colores de la cabecera de “Scoop”



Nota. Gama de colores utilizada en la cabecera de *Scoop*. Fuente: elaboración propia (2021)

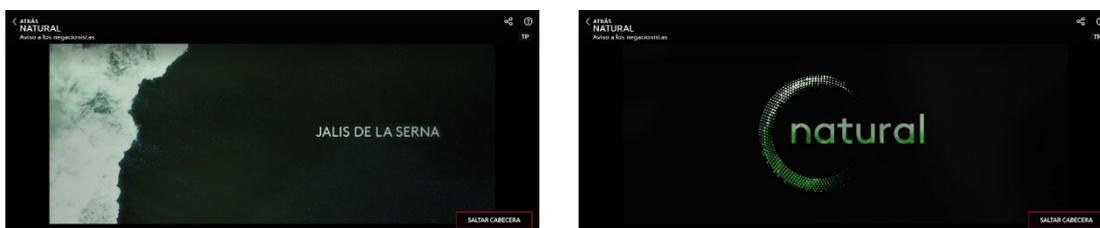
6.5. Análisis de la cabecera de Natural

¿Sabías que 30 millones de gorriones han desaparecido de España sólo en diez años? ¿Te has preguntado por qué hay tantos jabalíes que cruzan carreteras y autovías en busca de comida en pueblos y ciudades? A estas y otras muchas preguntas responde

Jalis de la Serna en 'Natural', una serie de 8 reportajes que emitirá *La Sexta* tan didácticos como impactantes. Imágenes inéditas y una cuidada producción muestran las señales y evidencias que no pueden seguir pasándonos desapercibidas. Porque todo tiene consecuencias para el medio ambiente. Y todavía no nos hemos enterado de que el medio ambiente también somos nosotros. El programa apela a la imperiosa necesidad de cambiar de rumbo, y reconectar con la naturaleza, para evitar el efecto boomerang que estamos provocando (Atresplayer, s.f.).

Figura 6.5.1. y Figura 6.5.2.

Fotogramas de la cabecera de "Natural"



Nota. Fotograma de la cabecera de Natural. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Imagen gráfica

El grado de iconicidad de esta cabecera es muy alto pues que se tratan de imágenes reales. Sin embargo, no se puede decir que llega al máximo nivel puesto que el color de las imágenes está editado. En cuanto al volumen se trata de una cabecera en 3D puesto que como se ha comentado son imágenes que representan a la realidad. Las imágenes tienen muy poca profundidad de campo por lo que los planos se centran en unas imágenes específicas.

Tipografía

El nombre del programa y los nombres de las personas que lo componen no aparecen con la misma tipografía. Por una parte, para el título del programa se utiliza una tipografía con serifa y en minúscula. Sin embargo, para los títulos con los distintos nombres de los componentes la tipografía es sans-serif y en mayúscula, el nombre de la tipografía es Helvética Neue, pero solo el nombre del presentador ya que los demás aparecen en minúscula. Mientras que el color de los nombres aparece en blanco, en el del título del programa se utiliza una máscara con una imagen de césped y cielo.

Movimiento

En la cabecera de *Natural* los planos tienen una duración aproximada de 2 segundos lo que hacen que tenga un ritmo rápido y dinámico. Además, esta rapidez se acentúa con la técnica del *timelapse*. Los planos van cambiando de diferentes maneras entre las que se pueden destacar fade in, transición por corte o por encadenado.

Sonido

La cabecera cuenta con una sintonía propia del programa, esta es extradiegética ya que no forma parte de la cabecera. El ritmo de la sintonía es rápido, al igual que el cambio de plano por lo que las imágenes y el sonido son acordes entre sí.

Espacio y tiempo

Los espacios de las diferentes cabeceras son reales, muestra imágenes de animales y flores. En uno de los planos aparecen carreteras rodeadas de espacios verdes, pero lo que más se puede ver son imágenes de la naturaleza. Estas imágenes están totalmente acordes al título del programa porque representan totalmente la naturaleza.

En relación a la duración, esta dura 24 segundos, el ritmo rápido hace que la cabecera sea amena e interesante puesto que se trata de imágenes en timelapse y no de imágenes fijas.

Color

En esta cabecera destaca el color verde ya que todos los planos tienen tonos verdosos, esto hace referencia a la naturaleza y al medio ambiente. Aunque en algunos planos se puedan ver colores como el amarillo o el gris, los colores que predominan son los verdes como se puede ver en la Figura 6.5.3.

Figura 6.5.3.

Paleta de colores de la cabecera de "Natural"



Nota. Gama cromática de la cabecera de *Natural*. Fuente: elaboración propia (2021)

6.6. Análisis de la cabecera de Comandancias

La guardia civil llega de la mano de 'Comandancias', un nuevo factual que muestra el trabajo de este cuerpo moderno, que utiliza la última tecnología capaz de combatir y prevenir los delitos más sofisticados con técnicas e infraestructuras equiparables a los cuerpos de seguridad más elitistas del mundo, que permanece atento a las necesidades de la población civil y que ha sabido evolucionar creciendo y desarrollándose como una pieza indispensable de la sociedad. A través de 'Comandancias', los telespectadores verán cómo se trabaja en este cuerpo, siguiendo el día a día de los miembros de la Guardia Civil, pero también centrándose en el trabajo de las diferentes unidades operativas, su investigación y la resolución de diferentes casos, la relación entre compañeros y las sinergias con otros cuerpos de seguridad. Las cámaras del programa han grabado durante seis meses 50 operaciones en toda España y en diferentes grupos operativos como UCO (Unidad Central Operativa), SEPRONA o Unidades de UTPJ (Unidades de Policía Judicial), desde el inicio de la investigación hasta su conclusión. El programa ha acompañado a los agentes en la resolución de investigaciones de asesinato, tráfico de drogas, contra mafias de blanqueo de dinero y extorsión, redes internacionales de robos de coches o trata de blancas, pero sin olvidar el trato directo con el ciudadano en casos de menores o de violencia de género. Además, 'Comandancias' es testigo de privilegio del decomiso de una de las mayores cantidades de hachís y marihuana en alta mar en las aguas del Estrecho (Atresplayer, s.f.).

Figura 6.6.1. y Figura 6.6.2.

Fotograma de la cabecera de "Comandancias"



Nota. Fotograma de la cabecera de "Comandancias". Fuente: Atresplayer (s.f.).

Imagen gráfica

El grado de iconicidad de esta cabecera es medio puesto que, aunque aparezcan imágenes reales la mayor parte de la cabecera está formada por elementos generados por ordenador como se puede ver en las Figuras 6.6.1. y 6.6.2. Respecto al volumen

aparecen imágenes 2D y 3D ya que se pueden ver algunas imágenes generadas por ordenador que no tienen volumen, imágenes generadas por ordenador con volumen e imágenes reales.

Tipografía

Se combinan tipografías con serifa y sin serifa. Respecto a la gama cromática, estas están integradas en la cabecera puesto que se utilizan los colores blanco y negro dependiendo del plano creando así una mayor legibilidad. El título goza de movimiento dándole así a la cabecera más dinamismo.

Movimiento

Tiene un movimiento rápido puesto que los efectos generados con el ordenador son muy dinámicos. No hay una duración aproximada para los planos, pero estos suelen durar 2 segundos por lo que se puede considerar una cabecera rápida en cuanto a ritmo. El paso de los planos se hace a través de transiciones encadenadas o de continuidad.

Sonido

Para esta cabecera se ha creado una sintonía propia, esta es extradiegética puesto que se ha incorporado a posteriori. El ritmo de la sintonía es acelerado, al igual que los efectos de los diferentes planos, consiguiendo así que el sonido y las imágenes estén en consonancia.

Espacio y tiempo

Los espacios de la cabecera son artificiales exceptuando las imágenes que aparecen grabadas y que se han integrado a posteriori. La duración de esta cabecera es de 17 segundos en los que se pueden ver 8 planos diferentes que, como se ha comentado anteriormente, al tener una duración media de dos segundos aportan gran dinamismo y fluidez a la cabecera.

Color

En esta cabecera los colores principales son el negro y verde. El verde se utiliza para hacer referencia al uniforme de la Guardia Civil. Aunque aparecen otros colores, estos son los que identifican realmente a la cabecera. Las mezclas de estos colores con los diferentes efectos introducidos en postproducción hacen que esta cabecera tenga un aspecto tecnológico.

Figura 6.5.3.

Paleta de colores de la cabecera de “Comandancias”



Nota. Gama de colores utilizada en la cabecera de *Comandancias*.

Fuente: elaboración propia (2021).

6.7. Análisis de la cabecera de *Ambulancias en el corazón de la ciudad*

Ambulancias en el corazón de la ciudad retrata, desde un punto de vista único, el trabajo que realizan los servicios de emergencias en las diferentes ciudades de España, mostrando la acción del día a día de su trabajo y la parte humana del personal sanitario. Gracias a dispositivos de grabación “on board” que portan los propios sanitarios y la disposición de cámaras en el interior de las cabinas, conoceremos por primera vez qué pasa cuando se cierra la puerta. Viviremos de cerca el trabajo de las diferentes comunidades autónomas: Samur-Protección Civil en Madrid, SEM en Cataluña, EPES en Andalucía, 061 en Galicia, SESPA en Asturias y D.Y.A. en la Comunidad Foral de Navarra. Infartos, ataques de ansiedad, partos, accidentes de tráfico, reyertas callejeras... serán tratadas por los auténticos protagonistas de las historias. Gente que salva vidas todos los días como parte de una rutina impredecible. Para ellos, las emergencias no es solo un trabajo. Es una forma de vida. Y nosotros se la mostramos como nunca antes se ha visto (Atresplayer, s.f.).

Imagen gráfica

El grado de iconicidad de la cabecera de *Ambulancias, en el corazón de la ciudad* es medio-alto puesto que las imágenes son reales, pero en postproducción se ha añadido un efecto Glow en unas líneas bidimensionales que marca el recorrido de una ambulancia por las diferentes calles que aparecen en los planos. Todas las imágenes son en 3D y tienen gran profundidad de campo puesto que se trata de planos generales, pero las líneas mencionadas son en 2D.

Figura 6.7.1.

Fotograma de la cabecera de “Ambulancias en el corazón de la ciudad”



Nota. Fotograma de la cabecera de Ambulancias en el corazón de la ciudad.

Fuente: Atresplayer (s.f.).

Tipografía

La tipografía utilizada pertenece a la familia Helvética Neue, esta tipografía es de palo seco, esta tipografía es adecuada ya que se utiliza a gran tamaño y para presentar un título. Cabe destacar que esta tipografía es muy parecida a Arial. Respecto al color, la palabra “ambulancias” no lleva relleno dejando ver el fondo del plano, pero si un contorno rojo con un leve efecto de neón, sin embargo, para la segunda parte del título “en el corazón de la ciudad”, el color es blanco neutro consiguiendo así, dar más importancia a la palabra “ambulancias”.

Figura 6.7.2.

Fotograma de la cabecera de “Ambulancias, en el corazón de la ciudad”



Nota. Fotograma de la cabecera de Ambulancias, en el corazón de la ciudad donde aparece el título del programa. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Movimiento

Los planos que componen esta cabecera apenas dotan de movimiento, pero el efecto de neón que se crea en las líneas bidimensionales, recorre las calles rápidamente aportando así, dinamismo a la cabecera. Esto hace que la cabecera tenga movimiento y fluidez. Los planos duran aproximadamente dos segundos y el movimiento es muy leve. Estos son planos cenitales o picados en los que el movimiento lo marcan los coches y el recorrido de la ambulancia generado en la postproducción.

Figura 6.7.3. y Figura 6.7.4.

Fotogramas de la cabecera de “Ambulancias, en el corazón de la ciudad”



Nota. Plano cenital y picado en la cabecera de *Ambulancias en el corazón de la ciudad*.

Fuente: Atresplayer (s.f.).

Sonido

La cabecera presenta diferentes sonidos extradiegéticos puesto que ninguno forma parte de la escena. En primer lugar, se escucha una canción instrumental de José Villar creada específicamente para este programa. Además, se puede percibir el sonido de los latidos de un corazón, de las sirenas de ambulancias y, por último, la voz en off de profesionales sanitarios, esta tiene un efecto que hace parecer que el sonido procede de un terminal de emisión de datos utilizados en las ambulancias para comunicarse con los hospitales.

Espacio y tiempo

Los espacios pertenecen a la ciudad de Madrid, son espacios reales y exteriores. En uno de los planos, por ejemplo, se ve una de las Cuatro Torres. El factor más importante del programa es mostrar la realidad que viven los sanitarios a diario, es por este motivo que tanto las imágenes como el espacio dónde están grabadas son acordes.

Respecto a la duración, la cabecera dura 17 segundos, está formada por ocho planos de una duración media de dos segundos cada uno, exceptuando el final donde aparece el nombre del programa que tiene más duración.

Color

Los colores de los planos cambian según va avanzando la cabecera puesto que los primeros planos están grabados con la luz del día y van cambiando según va oscureciendo. Lo que más se acentúa son las líneas bidimensionales que tienen un color rojo con efecto Glow al igual que el nombre del programa.

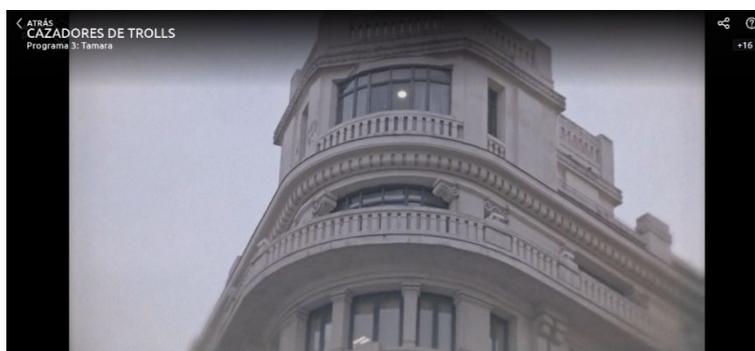
6.8. Análisis de la cabecera de *Cazadores de Trolls*

Cazadores de trolls, presentado por Pedro García Aguado, mezcla elementos de docu-reality, testimonios, investigación, coach, thriller y road movie. Las historias son las verdaderas protagonistas de cada capítulo y el lado humano de cada una de ellas es el eje del programa. En cada episodio se analiza todo lo que ocurre bajo la sombra y el anonimato de Internet. Un equipo, liderado por el presentador Pedro García Aguado, viajará por toda España a la caza de los acosadores en la red para poner fin a los insultos, las amenazas, las suplantaciones de identidad y las burlas a las que se ven sometidas las víctimas (Atresplayer, s.f.).

Este programa no cuenta con una cabecera como tal, sino que se alternan testimonios de las protagonistas con diferentes imágenes.

Figura 6.8.1.

Fotograma del inicio del programa de “Cazadores de trolls”



*Nota. Fotograma del programa 03 de *Cazadores de Trolls*.*

Fuente: Atresplayer (s.f.).

Imagen gráfica

La intro de este programa tiene un grado de iconicidad alto puesto que las imágenes son grabadas, aunque no sea al 100% real porque en algunos planos aparecen mensajes de texto que han sido añadidos en postproducción. Los planos al ser reales son en 3D y la mayoría de planos cuentan con poca profundidad de campo puesto que se da importancia al presentador y las protagonistas.

Tipografía

La tipografía utilizada en los títulos es sans-serif, una tipografía gruesa y escrita en mayúsculas que hace que el título tenga más relevancia dentro de la cabecera, esta podría ser la tipografía Impact que, como su propio nombre indica se utiliza para impactar. Como ya se ha comentado, aparecen unos mensajes de texto que tienen otro tipo de tipografía, esta también es sans-serif, pero más estrecha y con un trazo constante. Los colores de los títulos son amarillos y cuando son negros tienen un fondo del mismo color que el título principal. Este color genera un gran contraste con el resto de elementos que aparecen ya que son oscuros. A continuación, se muestran dos figuras en las que se pueden ver los dos tipos de tipografías:

Figura 6.8.2. y 6.8.3.

Fotogramas de “Cazadores de trolls”



Nota. Fotogramas del programa *Cazadores de Trolls* donde aparecen las distintas tipografías. *Fuente:* Atresplayer (s.f.).

Movimiento

La cabecera de *Cazadores de Trolls* tiene movimiento, pero no es muy rápida. Se utiliza la técnica de *timelapse* en algunos planos de la ciudad de Madrid, el plano contraplano cuando aparecen las protagonistas y el presentador. Es cierto que algunos planos en los que aparecen mensajes de texto tienen escasa duración lo que aportan más fluidez a esta intro.

Sonido

La intro de este programa cuenta con música extradiegética y diegética. Por una parte, se puede escuchar una música de fondo que es igual para todos los programas y, por otra, la voz del presentador y las protagonistas.

Espacio y tiempo

A pesar de que haya elementos integrados en postproducción, todos los espacios que componen esta cabecera son reales, en primer lugar, aparecen las Cuatro Torres de Madrid y después aparecen distintos planos en los que aparecen personas paseando, parques, entre otros, es decir, zonas más comunes que son difíciles de reconocer para el espectador. El hecho de que aparezcan personas en caminando, parques o zonas de Madrid hacen que el espectador pueda sentirse más cercano con el programa.

La duración de la intro es 37 segundos, no tiene un ritmo constante puesto que a veces aparecen planos grabados a una velocidad normal y en otros se utiliza el timelapse como ya se ha comentado anteriormente. Aun así, esta intro es amena puesto que se pueden escuchar los testimonios de las protagonistas, leer mensajes o ver diferentes zonas urbanas.

Color

Esta cabecera no tiene una colorimetría concreta puesto que aparecen diferentes planos grabados en distintos lugares, pero predominan los planos con poca saturación en los que aparece el color amarillo lo que permite que los diferentes textos tengan gran visibilidad. Cuando aparece el nombre del programa la paleta de colores que predomina es la que se ve en la Figura 6.8.4.

Figura 6.8.4.

Paleta de colores de la cabecera de “Cazadores de Trolls”



Nota. Paleta de colores utilizada en la cabecera de *Cazadores de Trolls*.

Fuente: elaboración propia (2021).

6.9. Análisis de la cabecera de El precio de los alimentos

El cocinero mostrará cómo el combustible, el clima, la especulación de los mercados financieros o los productos que importamos son determinantes en el precio final. Y lo más importante, revelará la dependencia que tenemos del resto del mundo. En la primera entrega de Alberto Chicote responde a cinco preguntas: ¿Por qué sube la ternera?, ¿Qué país decide lo que nos cuesta el azúcar?, ¿Por qué baja el pan?, ¿Por qué sube la patata si somos grandes productores? y ¿Qué está afectando al precio del tomate español? El cocinero ha encontrado las respuestas en Holanda, Swazilandia, Estados Unidos y los países árabes. Un viaje por España y el mundo permitirán descubrir al espectador lo que hay detrás de *El precio de los alimentos* (Atresplayer, s.f.).

Sucesión de planos desde que suena el despertador, estos se intercalan con planos en los que aparece una pregunta relacionada con el programa que se va a emitir.

Figura 6.9.1.

Fotograma de la cabecera de “El precio de los alimentos”



Nota. Fotograma del programa El precio de los alimentos. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Imagen gráfica

En la cabecera de *El precio de los alimentos* las imágenes tienen un grado de iconicidad muy alto puesto que son reales y, por ende, estas son en 3D ya que representan a la realidad. La mayoría de planos tienen una alta profundidad de campo centrándose normalmente en un elemento concreto.

Tipografía

La tipografía es de palo seco y se asemeja a la tipografía Myriad Bold. Las preguntas que aparecen están escritas en minúsculas, pero dado que solo aparece el

texto en el plano y están escritas en negrita son muy destacables. Respecto a los colores se utiliza una máscara en la que aparece el alimento que esté relacionado con la pregunta. Sin embargo, el nombre del programa contiene diferentes colores puesto que se trata de un degradado lineal.

Figura 6.9.2. y Figura 6.9.3.

Fotogramas de la cabecera de “El precio de los alimentos”



Nota. Fotogramas del programa “El precio de los alimentos”. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Movimiento

Esta cabecera es bastante rápida ya que consta de unos 47 planos aproximadamente, y la duración de los mismos no llega al segundo. Para el cambio de planos se utilizan transiciones por corte. Al ser, la mayoría de ellos, primeros planos y aunque la duración sea muy corta, se puede entender bien la cabecera ya que trata sobre el día a día desde que una persona se despierta hasta que desayuna y se va al trabajo.

Sonido

Respecto al sonido se combina música extradiegética y diegética. Por una parte, se ha añadido en postproducción la canción Agression (Original Mix) de Thomas Ulstrup, que es una canción de música electrónica que va marcando el ritmo de los planos y, por otra parte, se pueden percibir el sonido de algunos de los elementos como, por ejemplo, el despertador, un grifo, el sonido de los cubiertos al partir un alimento, entre otros.

Espacio y tiempo

En los planos generales se aprecia claramente que el espacio es una casa, por lo tanto, los planos son grabados en interiores y son reales.

La cabecera dura 46 segundos, el ritmo es constante puesto que los planos duran normalmente lo mismo a excepción de los planos en los que aparecen las preguntas. Dado el gran número de planos que se presentan, no es una cabecera extremadamente larga.

Color

Respecto a la paleta de colores no se utiliza una gama concreta, pero los planos tienden a tener cierta saturación. Dependiendo de la secuencia de planos que se vea predominan unos colores u otros. En algunas predomina el naranja, en otras el negro, en otras el amarillo, entre otros colores. En la Figura 6.9.4. se puede apreciar la gama de colores en una secuencia compuesta por 5 planos.

Figura 6.9.4.

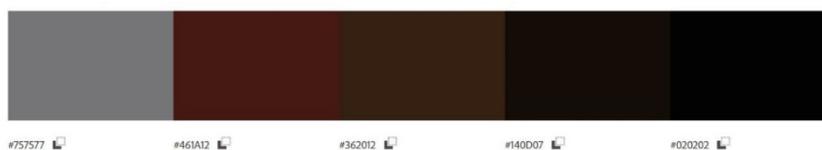
Secuencia de planos de la cabecera de “El precio de los alimentos”



Nota. Sucesión de planos de la cabecera de *El precio de los alimentos* donde se aprecia que la gama de colores es oscura. *Fuente:* Atresplayer (s.f.).

Figura 6.9.5.

Paleta de colores de la cabecera de “El precio de los alimentos”



Nota. Gama de colores utilizada en la cabecera de *El precio de los alimentos*.
Fuente: elaboración propia (2021).

6.10. Análisis de la cabecera de Expediente Marlasca: historias de malos

El programa quiere recoger el testigo de los reporteros que hicieron grande la crónica de sucesos y ofrecer información rigurosa con los mejores periodistas y especialistas para exponer análisis solventes sobre cada caso tratado en el programa. Pero no solo se pondrá nombre y apellidos a esos 'malos' y sus crímenes, sino que se dará un paso más allá bajo la premisa 'Así son y así actúan' y se tratará de dar respuesta a preguntas tales como: ¿cómo funciona la mente de un criminal? o ¿qué los lleva a delinquir? Y frente a los malos, los buenos, los que luchan día a día contra el crimen. El programa muestra sus métodos de investigación y los acompaña paso a paso en 'su caza del malo'. 'Expediente Marlasca: Historias de Malos' también echa la vista atrás para conocer a los 'Malos con historia' y busca solución a los enigmas no resueltos de los casos más relevantes de nuestra historia. El programa también sale a la calle y los reporteros del programa las recorren para buscar sucesos y trasladarlos a plató, donde, con la ayuda de una espectacular puesta en escena, ofrecen al espectador una visión exhaustiva de los mismos (Atresplayer, s.f.).

La temporada 1 tiene un total de 29 programas y la temporada 2, cuenta con 7 programas lo que hace un total de 36 programas emitidos. Tanto los programas de la primera temporada como los de la segunda, tienen la misma cabecera. El último programa se emitió el 28 de octubre de 2018 según los datos recogidos de la página web de Atresplayer.

Imagen gráfica

El grado de iconicidad de esta cabecera es medio puesto que representa lugares y elementos reales, pero lo hace de una forma simbólica y poco realista. Respecto al volumen, se trata de una cabecera en 3D. Tiene una profundidad de campo media puesto que algunos de los planos tienen el fondo desenfocado.

Figura 6.10.1.

Fotograma de la cabecera de “Expediente Marlasca: historia de malos”



Nota. Plano cenital de la cabecera de *Expediente Marlasca: Historias de malos*.

Fuente: Atresplayer (s.f.).

Figura 6.10.2.

Fotograma de la cabecera de “Expediente Marlasca: historia de malos”



Nota. Imagen de la cabecera de *Expediente Marlasca: Historias de malos*. *Fuente:* Atresplayer (s.f.).

Tipografía

En este programa se utilizan dos tipografías distintas para el nombre del programa, por una parte “Expediente” está escrito con una tipografía que podría ser “Negrita central”. Esta es sin serifa y redondeada, el tamaño es más pequeño que el de la palabra “Marlasca” cobrando más importancia esta última. El color de esta palabra es verde ya que cuenta con relleno a diferencia de la palabra “Marlasca”.

“Marlasca” tiene una tipografía con serifa y sin relleno, tiene un contorno del mismo verde que la palabra “Expediente”. Esta tipografía se asemeja a “Amasis Pro Black”. El tamaño de esta es levemente más grande que el de “Expediente”. Además, en la parte superior central aparece la letra “M” con la misma tipografía que la palabra

“Expediente”, esta, aunque tenga un color verde tiene detalles en la parte izquierda que representan un callejero.

Cabe destacar que, como se puede ver en la Figura 6.10.3. el color utilizado para el título es el mismo que el del color corporativo de La Sexta.

Figura 6.10.3.

Fotograma de la cabecera de “Expediente Marlasca: historia de malos”



Nota. Fotograma de la cabecera de *Expediente Marlasca: Historias de malos* donde aparece el nombre del programa. *Fuente:* Atresplayer (s.f.).

Movimiento

La velocidad de la cabecera es muy rápida puesto que los planos tienen escasa duración lo que aporta gran dinamismo a la pieza. El hecho de que los planos duren tan poco hace que las imágenes no se puedan percibir del todo bien, pero permite al espectador hacerse una idea de lo que va a ver a continuación cuando comience el programa. Los planos van cambiando a través de transiciones por corte.

Sonido

La sintonía de la cabecera se titula “Marlasca Análisis” y es creada por Chema Bejarano, este compositor también ha creado los álbumes musicales para programas como “La Sexta Noche” o “Al Rojo Vivo”. Esta ocupa toda la pieza sin dar lugar a cualquier otro sonido, se trata de música extradiegética.

Espacio y tiempo

Los espacios que aparecen en la cabecera son en su mayoría reales, ya que aparecen fotografías, edificios o incluso un ojo. Todos estos espacios han sido editados

en postproducción de tal forma que ha variado su colorimetría o se han añadido diferentes efectos para darle un enfoque tecnológico y moderno.

La duración de la cabecera es de 11 segundos, se trata de una cabecera corta que contiene muchos planos para la poca duración que tiene.

Figura 6.10.4. y Figura 6.10.5

Fotogramas de la cabecera de “Expediente Marlasca: historia de malos”



Nota. Fotogramas de la cabecera de *Expediente Marlasca: Historias de malos* donde aparece un espacio real y un espacio ficticio. Fuente: *Atresplayer (s.f.)*.

Color

Los colores son oscuros puesto que la mayoría de imágenes o bien son grabadas de noche o bien se ha editado su color. Aparecen algunos colores como el verde, el amarillo, el rojo o el azul que destacan en diferentes planos, pero los tonos principales son oscuros ya que muchos de los planos son en blanco y negro. A continuación, se muestra una paleta de colores con los tonos más utilizados.

Figura 6.10.6.

Paleta de colores de la cabecera de “Expediente Marlasca: Historias de malos”



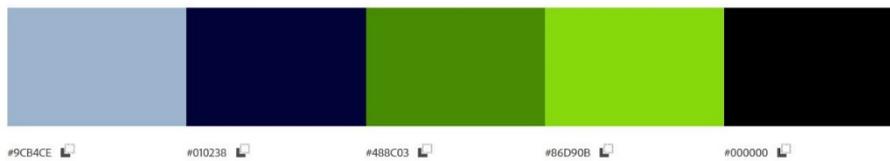


Nota. Gama de colores utilizados en la cabecera de *Expediente Marlasca: Historias de malos*.

Fuente: elaboración propia (2021).

Figura 6.10.7.

Paleta de colores de la cabecera de “Expediente Marlasca: Historias de malos”



Nota. Gama de colores utilizada en la cabecera de *Expediente Marlasca: Historias de malos*.

Fuente: elaboración propia (2021).

6.11. Análisis de la cabecera de LaSexta Columna

Programa presentado por Antonio García Ferreras que da un giro de 360° a la realidad y te acerca los temas más candentes de la actualidad (Atresplayer, s.f.).

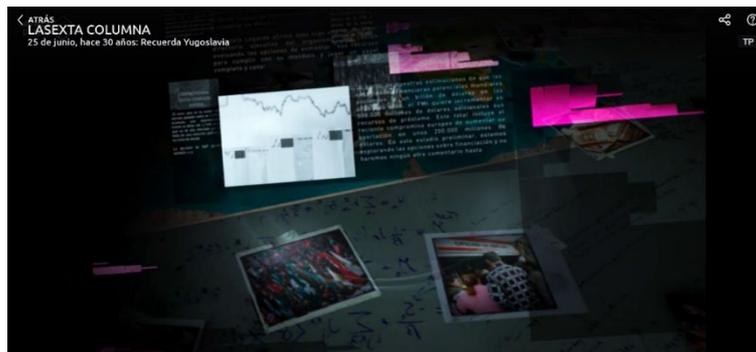
Imagen gráfica

El grado de iconicidad es medio puesto que toda la cabecera ha sido generada a través de ordenador, pero se han añadido fotografías reales. Además, se pueden ver diferentes textos de noticias haciendo referencia al nombre del programa ya que representan columnas periodísticas. La cabecera es en dos dimensiones puesto que se ven formas planas, aunque dependiendo de la posición en la que estén situados los

diferentes elementos parece que sea tridimensional. Respecto a la profundidad de campo es moderada ya que en algunos planos hay zonas más enfocadas que en otros, sin embargo, algunos planos tienen el mismo enfoque.

Figura 6.11.1.

Fotograma de la cabecera de “LaSexta Columna”



Nota. Fotograma de la cabecera de LaSexta Columna. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Tipografía

La tipografía que se ha utilizado para esta cabecera es regular y sans-serif. Es similar a la tipografía FF DIN Pro Bold según MyFonts Inc. (2021). Por una parte, se puede ver en los distintos planos que aparecen en la cabecera en forma de columna periodística y con un tamaño muy pequeño y, por otra parte, cuando aparece el título del programa que tiene gran tamaño. El color de la tipografía es blanco y a los laterales aparecen unos corchetes rosas ya que es este último color el que más destaca en la cabecera. El título se mantiene fijo, sin ningún tipo de movimiento.

Figura 6.11.3.

Fotograma de la cabecera de “LaSexta Columna”



Nota. Fotograma de la cabecera de *LaSexta Columna* donde aparece el nombre del programa. *Fuente: Atresplayer (s.f.).*

Movimiento

La cabecera de *LaSexta Columna* posee bastante movimiento puesto que continuamente están apareciendo y desapareciendo fotografías y textos, esto hace que los planos tengan poca duración y que esta sea dinámica y rápida. Los textos que aparecen son extensos y no se pueden leer, pero es una forma de representar toda la información que a día de hoy tenemos a nuestro alcance. Los planos van cambiando con transiciones por corte o encadenados.

Sonido

La sintonía es instrumental y ha sido creada por Adolfo Viguera en exclusiva para el programa puesto que el nombre de la sintonía es el mismo que el del programa, es decir, "LaSexta Columna". Ya que la cabecera ha sido generada a través de ordenador, la música es extradiegética y ocupa toda la pieza.

Espacio y tiempo

El espacio de la cabecera es ficticio ya que todas las imágenes han sido generadas por ordenador. En postproducción se han añadido fotografías de diferentes noticias para crear así una mezcla entre texto e imágenes.

La cabecera tiene una duración de 15 segundos, se considera un tiempo suficiente para una cabecera que no aporta demasiada información como tal.

Color

Los colores de la cabecera son principalmente oscuros, pero destaca el rosa en todos los planos, aunque este aparece en menor medida que los tonos oscuros. El fondo es oscuro y los elementos gráficos añadidos son rosas como se puede ver en la figura 6.11.4.

Figura 6.11.4.

Fotograma de la cabecera de “LaSexta Columna”



Nota. Fotograma de la cabecera de LaSexta Columna. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Figura 6.11.5.

Paleta de colores de la cabecera de “LaSexta columna”



Nota. Gama de colores utilizada en la cabecera de Expediente Marlasca: Historias de malos.

Fuente: elaboración propia (2021).

6.12. Análisis de la cabecera de Policías en acción

Un equipo de televisión acompañará a la Policía Nacional para contar de primera mano cómo trabajan. Persecuciones, arrestos, controles en carretera. Cuenta con un total de 52 programas repartidos en 4 temporadas. La temporada 1 cuenta con una cabecera diferente al resto de temporadas. Este análisis se centra en la cabecera de las últimas temporadas emitidas (Atresplayer, s.f.).

Figura 6.12.1.

Fotograma de la cabecera de "Policías en acción" (T.02-03-04)



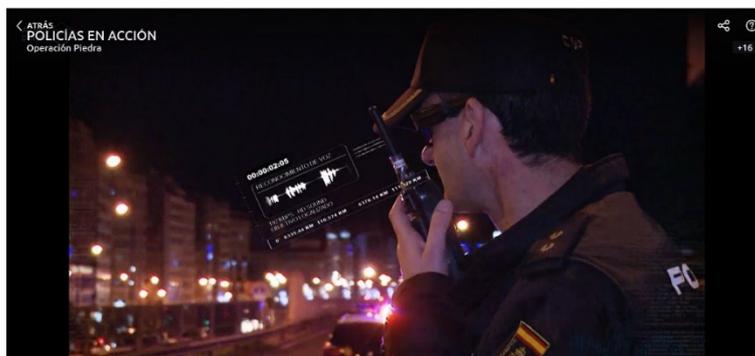
Nota. Fotograma del programa "Policías en acción". Fuente: Atresplayer (s.f.).

Imagen gráfica

El grado de iconicidad de esta cabecera es medio-alto puesto que las imágenes que se muestran son reales, pero a estas se les ha añadido diferentes elementos en postproducción. Aunque estos alteren las imágenes no las modifican por lo que las imágenes se ven cómo son. Estas son tridimensionales y algunas de ellas cuentan con poca profundidad de campo como se muestra en la Figura 6.12.2.

Figura 6.12.2.

Fotograma de la cabecera de "Policías en acción"



Nota. Fotograma de la cabecera de las temporadas 02, 03 y 04 de *Policías en acción* en el que aparece una imagen con poca profundidad de campo. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Tipografía

Según MyFonts Inc. (2021), la tipografía utilizada en esta cabecera es igual o similar a Eurostile Unicase Pro Regular, esta es una tipografía de palo seco y regular como su propio nombre indica. La palabra “policías” cuenta con un tamaño más grande que “en acción” aunque el nombre del programa esté formado por las tres palabras. El color de la tipografía es gris y no destaca mucho respecto al fondo. Sin embargo, después de la cabecera se muestra el avance del programa y, cuando este termina, aparece de nuevo el nombre del programa, pero esta vez con otra colorimetría que hace que el título sea más destacable como se puede ver en la Figura 6.12.4.

Figura 6.12.3. y Figura 6.12.4.

Fotograma de la cabecera de “Policías en acción”



Nota. Fotogramas de la cabecera de las temporadas 02, 03 y 04 de *Policías en acción* donde aparece el título del programa. *Fuente: Atresplayer (s.f).*

Movimiento

Las imágenes poseen bastante movimiento puesto que se hace uso de transiciones, del *timelapse* y de los diferentes efectos digitales que se han introducido en postproducción. Además, la duración de los planos es corta y no es fija puesto que algunos planos tienen más duración que otros. Los planos cambian con transiciones por corte y el uso de diferentes efectos y las luces de las sirenas hacen que esta cuenta con más dinamismo y fluidez.

Sonido

Respecto al sonido, no se ha encontrado el nombre de la sintonía, pero esta ocupa la cabecera completa. Además, se puede escuchar en mayor medida el sonido de las sirenas de policía y a ellos mismos comunicándose a través de walkie-talkies. La música va marcando el ritmo de los planos por lo que, al igual que las transiciones y diferentes efectos, aportan dinamismo a la cabecera.

Espacio y tiempo

La mayoría de planos que aparecen en la cabecera están grabados en Madrid, pero otros no se puede reconocer claramente el lugar dónde han sido filmados. La duración de la misma es de 19 segundos. Al contar con bastantes planos esta es amena y se puede considera que cuenta con el tiempo adecuado.

Color

La colorimetría de esta cabecera no es muy amplia puesto que destacan los tonos grises y negros, haciendo referencia a la oscuridad y la noche. Los planos en los que más color aparece es por las luces de los coches de policía o por los planos en los que aparece el atardecer.

Figura 6.12.5.

Paleta de colores de la cabecera de "Policías en acción"



Nota. Gama de colores utilizada en la cabecera de *Policías en acción*.

Fuente: elaboración propia (2021).

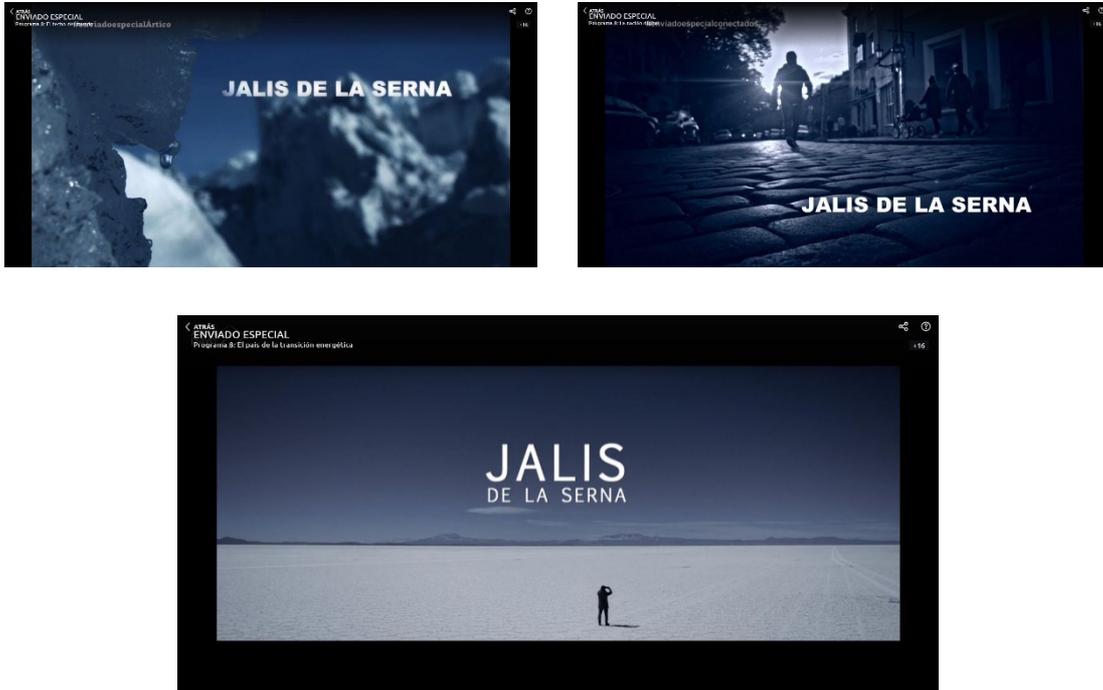
6.13. Análisis de la cabecera de Enviado especial

El mundo está cambiando vertiginosamente Si te preguntas cómo y por qué quizá aquí encuentres respuestas. Esta serie de reportajes nace con la vocación de retratar el mundo globalizado en el que vivimos, tan complejo y fascinante como contradictorio. El periodista Jalis de la Serna se convierte en observador privilegiado de la realidad más afín a nuestro estilo vida y nos ayuda a tomar conciencia de un tiempo en pleno proceso de cambio y lleno de desafíos. En el afán por comprender lo que nos está pasando, la narración del reportero se articula en torno a viajes temáticos. Una fotografía del presente que invita a aceptar que "somos parte de la solución, si queremos que el futuro esté en nuestras manos" (Atresplayer, s.f.).

Este programa cuenta con 3 temporadas y un total de 24 programas emitidos. Las cabeceras de los mismos son diferentes ya que cada programa cuenta con una cabecera. El único elemento que cambia en la última temporada es la tipografía.

Figura 6.13.1. - Figura 6.13.2. – Figura 6.13.3.

Fotogramas de la cabecera de “Enviado especial”



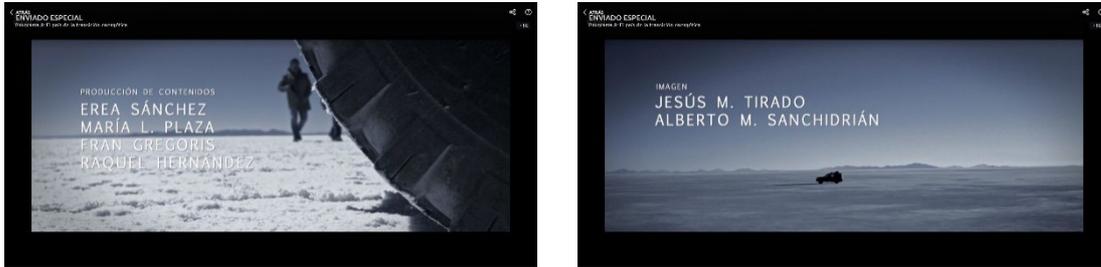
Nota. Fotogramas de la cabecera de las temporadas 01, 02 y 03 de Enviado especial donde aparece el nombre del presentador. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Imagen gráfica

El grado de iconicidad de las cabeceras de *Enviado especial* es muy alto puesto que se tratan de imágenes reales. Como se ha comentado anteriormente, cada programa tiene su cabecera ya que aparecen imágenes grabadas exclusivamente para cada capítulo. Por ende, las imágenes son tridimensionales y, respecto a la profundidad de campo, dependiendo del plano unas imágenes cuentan con más que otras ya que en algunas los planos son generales y en otras, se hace uso del primer plano o del plano detalle cómo se puede ver en las Figuras 6.13.4. y 6.13.5.

Figura 6.13.4. y Figura 6.13.5.

Fotogramas de las cabeceras de “Enviado especial”



Nota. Fotogramas de la cabecera de *Enviado especial* donde aparecen dos planos, uno con profundidad de campo reducida y otro con una amplia profundidad de campo.

Fuente: Atresplayer (s.f.).

Tipografía

Según MyFonts Inc. en la temporada 01 y 02 la tipografía es igual o similar según WhatTheFont (2021) a Arial Greek Black sin embargo, en la temporada 03 la fuente que se sugiere es HF HySans Medium. Mientras que en las dos primeras temporadas se utiliza una tipografía en negrita, en la tercera, la letra es más fina. Ambas tipografías son sin serifa lo que hace que la cabecera sea más moderna y versátil.

Movimiento

Los planos no tienen una duración concreta, la mayoría duran más de dos segundos lo que hacen que se convierta en una intro lenta. La mayoría de planos cobran importancia ya que aparecen imágenes realmente interesantes. Cabe destacar que otro de los motivos por los que los planos tienen más duración de lo normal es porque no se puede considerar una cabecera como tal sino una intro en la que se van alternando planos del presentador con el invitado y planos con imágenes sobre el tema que se va a tratar y en ellas aparecen los títulos de crédito del programa. Estos planos van cambiando a través de transiciones por corte.

Sonido

Al igual que con las imágenes, cada cabecera cuenta con diferentes sonidos. Estas están compuestas por música diegética y extradiégetica. Respecto a la música diegética, en algunos planos se puede escuchar la voz del presentador y de algunos de los entrevistados que, después pasa a ser extradiégetica o al revés. Además, se pueden percibir diferentes sonidos diegéticos como el motor de un coche, el sonido de una

sartén, entre otros. En cuanto a la música extradiegética esta cambia en cada capítulo, pero si hay algo en común en todas las canciones, es que no están formadas por ninguna letra, es decir, son instrumentales.

Espacio y tiempo

Dependiendo de cada capítulo el espacio varía ya que los programas han sido grabados en diferentes países como España, Estados Unidos, China, Japón, entre otros. Los espacios varían entre exteriores e interiores, pero todos son reales.

En cuanto al tiempo, no hay una duración concreta, pero se ha observado que es entre el minuto 02:00 y 03:30 cuando aparece el título del programa y del capítulo dando por concluida esta especie de introducción.

Color

La colorimetría de esta cabecera no es muy amplia puesto que destacan los tonos grises y negros, haciendo referencia a la oscuridad y la noche. Los planos en los que más color aparece son por las luces de los coches de policía o por los planos en los que aparece el atardecer.

Color

No hay una colorimetría concreta para este programa ya que habría que definir una paleta de colores por cada intro, pero cabe destacar que en alguna de ellas los colores de los planos han sido editados en postproducción como en las Figuras 6.13.6. y 6.13.7.

Figura 6.13.6. y Figura 6.13.7.

Fotogramas de las cabeceras de “Enviado especial”



Nota. Fotogramas de la cabecera de *Enviado especial* donde aparecen dos planos desaturados.

Fuente: Atresplayer (s.f.).

6.14. Análisis de la cabecera de Encarcelados

Encarcelados es un programa de reportajes de 70 minutos, grabados en 7 países de América Latina, donde la mayor parte de los 2500 españoles presos en el extranjero cumplen condena. Los periodistas Jalis de la Serna y Alejandra Andrade consiguen testimonios en exclusiva de 120 españoles, hombres y mujeres encarcelados en penales de Perú, Brasil, Colombia, Bolivia, República Dominicana, Costa Rica y El Salvador. Este programa solo cuenta con una temporada en la que han sido emitidos 10 capítulos (Atresplayer, s.f.).

Figura 6.14.1. y Figura 6.14.2.

Fotogramas de la cabecera de “Encarcelados”



Nota. Fotogramas de la cabecera del programa “Encarcelados. Brasil II”. T01xC07.

Fuente: Atresplayer (s.f.).

Aparecen esos rótulos durante cuatro segundos (00:40 – 00:50) mientras una voz en off presenta el capítulo.

Figura 6.14.3.

Fotograma de la cabecera de “Encarcelados”



Nota. Fotograma de la cabecera del programa “Encarcelados” donde aparece el título del programa. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Imagen gráfica

El grado de iconicidad de esta cabecera es alto ya que se van alternando imágenes reales grabadas en las diferentes cárceles con los planos en los que aparecen los títulos de crédito del programa, así como el nombre del mismo. Las imágenes son tridimensionales y la mayoría tienen una amplia profundidad de campo puesto que la mayoría de planos tienen gran importancia en su conjunto.

Tipografía

La tipografía utilizada para la cabecera de Encarcelados es igual o similar a News Gothic BT Std Condensed Bold según la herramienta WhatTheFont (2021). Esta tipografía también es de palo seco y se combina con letras mayúsculas y minúsculas. Los nombres propios que aparecen en los títulos de crédito están escritos en letra mayúscula, mientras que el puesto que ocupan las personas que forman el programa está escrito en minúscula. Además, cabe destacar que el apellido tiene un color verde mientras que el puesto y el nombre están escritos en blanco. Cuando aparecen los títulos, el fondo es negro por lo que se genera un gran contraste entre fondo y tipografía. La tipografía consta de movimiento por lo que no aparecen todas las letras al mismo tiempo.

Movimiento

La cabecera no consta de mucho movimiento ya que en este caso los planos que aparecen también son una forma de introducción al programa que se va a ver a continuación. En algunas ocasiones aparece la presentadora hablando o algunos de los presos entrevistados por lo que los planos cuentan con más duración de lo normal en una cabecera. Esto hace que sea una cabecera lenta, pero con gran importancia puesto que los planos que aparecen poseen mucha información. Los planos cambian con transiciones por corte y se hace uso del zoom, de planos generales y de seguimiento, entre otros.

Sonido

La cabecera está formada por música diegética y extradiegética. La música extradiegética corresponde a la banda sonora de Thomas Newman titulada "Ghost Station". Esta banda sonora pierde relevancia cuando aparece el sonido diegético de la presentadora o de alguno de los funcionarios o encarcelados que aparecen en la entrevista. Además, la presentadora aparece con una voz en off que va narrando lo que se está viendo por lo que se alterna voz en extradiegética con voz diegética.

Espacio y tiempo

Los espacios que aparecen en la cabecera son diferentes, puesto que en cada capítulo aparecen las diferentes cárceles donde se va a grabar el episodio. Estas ubicaciones son reales y algunos lugares donde han sido grabadas son en la cárcel de mujeres de Costa Rica, el centro penitenciario brasileño de Foz de Iguazú, entre otros.

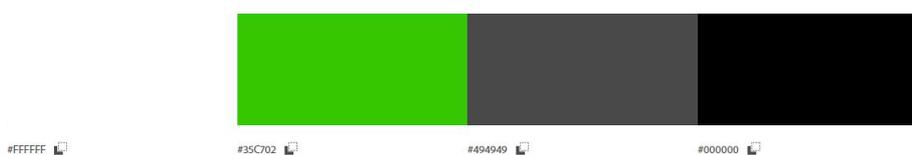
Respecto al tiempo y como se ha comentado anteriormente, al tener cada programa una cabecera no hay una duración concreta para las mismas.

Color

Las imágenes reales no tienen una colorimetría concreta, pero si lo tienen los planos donde aparecen los títulos con los diferentes créditos. Estos colores son: blanco, verde, gris y negro. El negro es utilizado para el fondo, mientras que el color verde se utiliza para las palabras que cobran más relevancia como pueden ser cárcel y los apellidos de las diferentes personas que componen el equipo. El gris aparece solamente en el plano donde aparece el título del programa y no cobra tanta importancia como los demás.

Figura 6.14.4.

Paleta de colores de la cabecera de "Policías en acción"



Nota. Paleta de colores principales del programa *Encarcelados*. Fuente: *Atresplayer* (s.f.).

6.15. Análisis de la cabecera de Auténticos

Dos historias, en cada programa, de personas con diferentes discapacidades intelectuales. Todos quieren alcanzar sus sueños: trabajar en lo que les gusta, desarrollar sus aficiones, a veces incluso al más alto nivel, en definitiva, tener un futuro. Alberto Chicote les ayudará a estructurar y hacer realidad lo que ya han comenzado ellos y se han propuesto hacer, poniéndoles en sus manos las herramientas necesarias para llegar donde quieren llegar, en definitiva: cumplir un sueño (Atresplayer, s.f.).

Imagen gráfica

La cabecera de Auténticos tiene un grado de iconicidad medio-alto puesto que los dos planos que aparecen son imágenes reales. Sin embargo, la relación de aspecto es de 2.39:1, este es un estándar conocido como Cinemascope que hace que las imágenes parezcan a una película de los años 50 puesto que la relación de aspecto estándar actual es de 16:9. Al ser imágenes reales son en 3D y tienen mucha profundidad de campo.

Figura 6.15.1.

Fotogramas de la cabecera de “Auténticos”



Nota. Fotogramas de la cabecera del programa “Auténticos” donde aparece el título del programa. *Fuente:* Atresplayer (s.f.).

Tipografía

La tipografía aparece en el nombre del programa, es una tipografía sans-serif que está editada en postproducción puesto que la letra E tiene una rotación de 180°. Los colores van del azul al amarillo con una degradación consiguiendo así, que cada una de las letras tenga distintas tonalidades. Es una tipografía en negrita y en mayúsculas y es lo que más resalta de la cabecera puesto que los planos no cobran mucha fuerza respecto al título.

Movimiento

Al ser una cabecera tan corta no está dotada de mucho movimiento, para pasar de un plano a otro se ha hecho uso de un barrido. Las letras que componen el título van apareciendo de forma gradual hasta conformar la palabra “Auténticos”. Los planos son fijos y en el último, donde aparece el título, se graba un zoom out.

Sonido

El sonido de esta cabecera es extradiegético, la sintonía de la cabecera es instrumental y al final, cuando aparece el nombre del programa también se dice de forma cantada.

Espacio y tiempo

Respecto al espacio solo muestra un plano de un restaurante por lo que se corresponde a la realidad. Este es muy significativo para el programa ya que el sueño de los protagonistas es trabajar en la cocina.

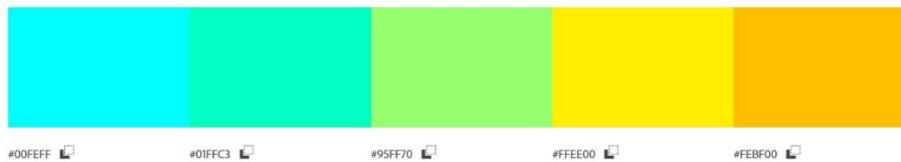
La duración de la cabecera como ya se ha dicho anteriormente es muy corta puesto que solo dura 5 segundos y está formada por dos planos.

Color

Los planos tienen colores suaves y con baja saturación puesto que como se ha comentado anteriormente lo que más fuerza cobra en esta cabecera es el título. La paleta de colores que se muestra en la Figura 6.15.3 es la del título.

Figura 6.9.5.

Paleta de colores de la cabecera de "Auténticos"



Nota. Paleta de colores utilizada en el título del programa *Auténticos*.

Fuente: elaboración propia (2021).

6.16. Resultados del análisis

Tras el análisis de las diferentes cabeceras, cabe destacar la importancia de las mismas dentro de un programa de televisión independientemente del género. Aunque estas cobren gran importancia, son muchas las que no cuentan con una cabecera bien definida que identifique al programa como tal. Algunos programas como *Enviado Especial* o *Encarcelados*, entre otros, han optado por realizar una especie de introducción al programa en la que emiten imágenes de ese mismo capítulo, pero esto hace que no tengan una propia identificación como *Equipo de investigación* o *La Sexta Columna*. Estos dos últimos programas, simbolizan y dan significado al programa lo que hace que sí se puedan considerar cabeceras.

Respecto a los elementos analizados se pueden extraer diferentes conclusiones. Por una parte, el grado de iconicidad normalmente es medio-alto puesto que se hace uso de imágenes reales, pero estas suelen ser alteradas en postproducción. Son pocas

las cabeceras bidimensionales ya que como se ha comentado muchas de ellas no cuentan con una cabecera como tal, sino que van mostrando imágenes del propio capítulo. Programas como *Lo de Évole*, *Natural* o *Comandancias*, hacen uso de la tipografía con serifa, sin embargo, también hacen uso de la tipografía de palo seco que es la más utilizada en todas las cabeceras. Respecto al movimiento, estas varían dependiendo de la forma en la que hayan sido grabadas, mientras que algunas cuentan con un ritmo lento porque les dan importancia a las imágenes grabadas, otras utilizan el dinamismo para presentar de una forma más breve y concisa el programa. Los espacios que aparecen en las cabeceras son espacios reales en su mayoría y las paletas de colores varían según el programa, algunos no tienen una paleta bien definida. Sin embargo, otros tienen una colorimetría bien definida haciendo que el programa se identifique claramente.

El sonido de una cabecera es muy importante ya que es un elemento muy identificativo, la mayoría de programas utilizan una sola música para sus cabeceras ya sea creada únicamente para el programa o una que ya estuviera producida.

7. PROPUESTA PRÁCTICA

Para el desarrollo de la cabecera se van a llevar a cabo las tres fases claves para la producción de una pieza audiovisual: preproducción, producción y postproducción.

La duración de cada una de estas fases depende de la naturaleza de la pieza ya que no es igual producir un cortometraje que la cabecera de un programa puesto que la duración de ambos no es la misma.

La producción audiovisual se define como la producción de contenidos para medios de comunicación audiovisuales como el cine o la televisión independientemente del género y del soporte que se utilice (Productora Medya Audiovisual, 2016).

Para realizar la producción audiovisual de una pieza es imprescindible crear un plan de trabajo en el que se puntualice el tipo de proyecto, la duración, la categoría del mismo, el público al que va a ser dirigido y los recursos con los que se va a contar.

En este caso la pieza audiovisual corresponde a una cabecera de un programa de investigación ficticio que se va a emitir en La Sexta. Tras el análisis de las diferentes cabeceras, las características de la propuesta son las siguientes:

- Cabecera definida con la que el espectador pueda identificar al programa, es decir, no se muestran imágenes reales del capítulo que se va a emitir.
- Duración corta, entre 20-30 segundos.
- Paleta de colores definida.
- Mantener la colorimetría de los iconos de la Agenda 2030.
- Identificar al presentador.
- Música extradiegética que marque el ritmo

7.1. Preproducción

Esta es una de las fases más importantes y delicadas puesto que un error en la misma puede llevar a un mal trabajo en las siguientes fases. Esta se va a dividir a su vez en cuatro etapas: justificación de la idea, referencias y *moodboard*, *storyboard* y, por último, elección de la música.

7.1.1. Justificación

La pieza para el programa de investigación *Objetivo Smart* surge a través del estudio “Influencia de las TIC en las relaciones sociales y calidad de vida de personas en la tercera edad” (Otero, 2020). La brecha digital está ligada a la España Vacía y esta, a la Agenda 2030. Loras (2020), afirma que los 17 Objetivos y metas de Desarrollo Sostenible (de aquí en adelante ODS) guardan relación con cuestiones que son difíciles de solucionar en las áreas urbanas donde vive la mayoría de la población. Una región con poca densidad de población tiene mayor equilibrio territorial lo que conlleva a una mayor facilidad para conseguir un equilibrio económico, social y medioambiental.

La UTECA (Unión de Televisiones Comerciales en Abierto) representa los intereses comunes de los asociados en los ámbitos nacional, internacional y comunitario. Está formada por Atresmedia, DKiss, Net TV, Real Madrid TV, Ten, TRECE y Veo, que gestionan 14 canales de TDT (Televisión Digital Terrestre). Según el informe Contribución de la Televisión a la Agenda 2030 de Desarrollo sostenible realizado por la UTECA y con la colaboración de Barlovento Comunicación y Deloitte, los medios y canales de comunicación tienen una gran responsabilidad de cara a construir una sociedad democrática, respetuosa, diversa y comprometida con el desarrollo sostenible (Unión de Televisiones Comerciales en Abierto, 2020).

Según los resultados de este informe, es notable el esfuerzo y compromiso de la Televisión en Abierto con la Agenda 2030 a través de sus campañas de concienciación, el mayor control sobre emisiones de contenidos que incitan a la violencia y al odio respecto a Internet y la promoción de una sociedad más plural e

igualitaria y de hábitos de vida saludable o acciones sobre el Cambio Climático. Aun así, en el estudio realizado por el Centro de Investigaciones Sociológica (CIS) en septiembre de 2020, el 70,4% de los encuestados no conocen o han oído hablar de la Agenda 2030.

7.1.2. Sinopsis

Dada la importancia de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la falta de conciencia social sobre los mismos, se propone la realización de un programa de investigación centrado exclusivamente en cada uno de los 17 objetivos. Este programa titulado *Objetivo SMART* se emitirá en La Sexta en horario de prime-time para un público objetivo de 45 a 64 años, aunque la calificación moral del mismo sea para todos los públicos dada la importancia que tiene la concienciación de estos objetivos en todas las edades. Además, el contenido se puede ver bajo demanda en la plataforma de Atresplayer. La presentadora del programa, Mamen Mendizábal, será la encargada de darle voz a cada uno de los reportajes que se irán emitiendo semanalmente.

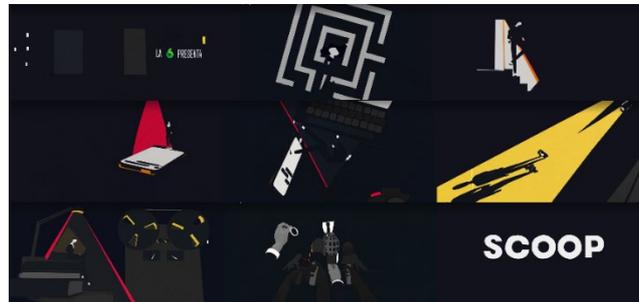
Respecto al título del nombre, la palabra SMART surge de las palabras en inglés Specific (específico), Measurable (medible), Achievable (alcanzable), Realistic (relevante) y Timely (temporal) y es un método que se utiliza para definir de una forma inteligente una serie de objetivos. Es por esto que el nombre del programa se llama “Objetivo SMART”. El principal objetivo de este programa es concienciar y luchar porque se cumplan los Objetivos de Desarrollo Sostenible que en 2015 fueron propuestos por la UNESCO.

7.1.3. Referencias y moodboard

Para la realización de la cabecera, se ha tomado una serie de referencias audiovisuales de diferentes sitios web. Las referencias han sido tomadas tanto de cabeceras de programas de televisión como de películas ya que la finalidad es la misma. En las siguientes figuras se muestran las referencias tomadas para la elaboración de la cabecera de *Objetivo SMART*.

Figura 7.1.3.1.

Fotogramas de la cabecera “Scoop”



Nota. Combinación de fotogramas de la cabecera de Scoop. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Figura 7.1.3.2.

Fotogramas de la cabecera “En tierra hostil”



Nota. Combinación de fotogramas de la cabecera de En tierra hostil. Fuente: Atresplayer (s.f.).

Figura 7.1.3.3.

Fotogramas de la cabecera “Hazte eco”



Nota. Combinación de fotogramas de la cabecera de Hazte eco.

Fuente: Atresplayer (s.f.).

Figura 7.1.3.4.

Fotogramas de la cabecera “Mapa mundi”

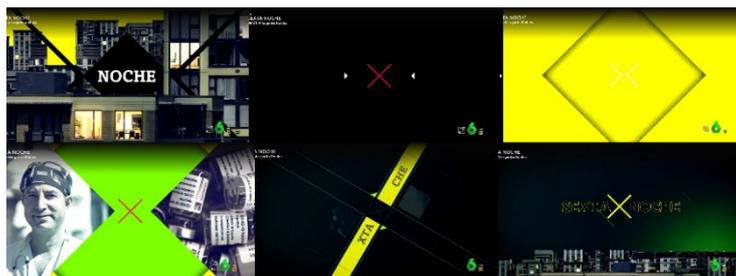


Nota. Combinación de fotogramas de la cabecera de *Mapa mundi*.

Fuente: Atresplayer (s.f.).

Figura 7.1.3.5.

Fotogramas de la cabecera “La Sexta Noche”

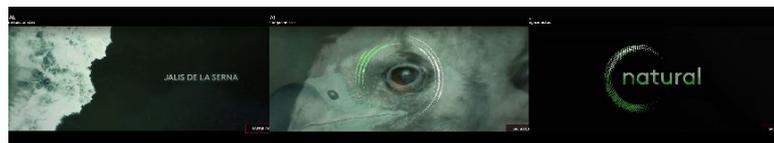


Nota. Combinación de fotograma de la cabecera de *La Sexta Noche*. *Fuente:*

Atresplayer (s.f.).

Figura 7.1.3.6.

Fotogramas de la cabecera “Natural”



Nota. Combinación de fotograma de la cabecera de *Natural*. *Fuente:* Atresplayer (s.f.).

Figura 7.1.3.7.

Títulos de crédito de Planeta Calleja



Nota. Combinación de fotograma de la cabecera de *La Sexta Noche*. *Fuente:* Mitele (s.f.).

Figura 7.1.3.8.

Títulos de crédito de Bonjour Tristesse



Nota. Combinación de fotogramas de los títulos de crédito de la obra *Bonjour Tristesse* creada por Saúl Bass. *Fuente:* Kirkham, P (2011).

Figura 7.1.3.9.

Títulos de crédito de Mrs. America



Nota. Combinación de fotogramas de los títulos de crédito de la mini serie de TV *Mrs. America* creada por Dahvi Waller. *Fuente:* Waller, D. (2020).

Figura 7.1.3.10.

Títulos de crédito de Device 6

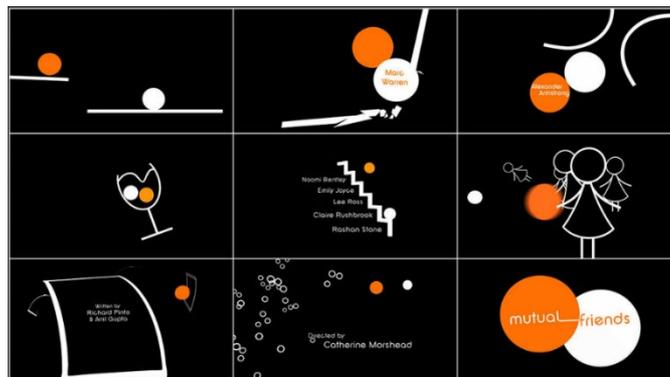


Nota. Combinación de fotogramas de los títulos de crédito del videojuego *Device*.

Fuente: Flesser y Gardebäck (2013).

Figura 7.1.3.11.

Títulos de crédito de Amigos mutuos



Nota. Combinación de fotogramas de los títulos de crédito de la serie de televisión *Amigos mutuos*.

Fuente: Gupta y Pinto (2008).

Para la elaboración del *moodboard* se han seleccionado diferentes imágenes que han servido como inspiración para la elaboración de la cabecera del programa *Objetivo SMART*.

Figura 7.1.3.12.

Moodboard para la cabecera de “Objetivo Smart”



Nota. Moodboard para la cabecera del programa Objetivo SMART

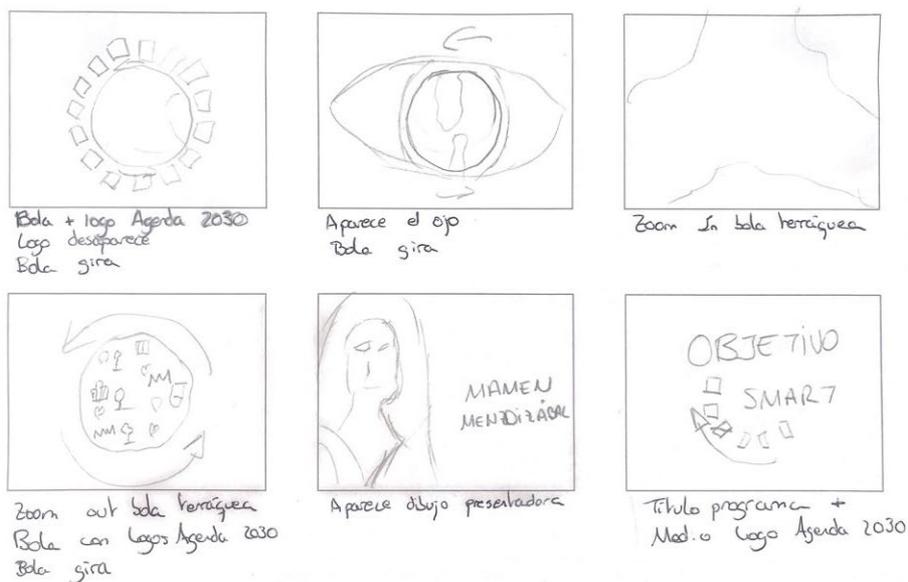
Fuente: elaboración propia (2021).

7.1.4. Storyboard

Una vez seleccionadas las imágenes de referencias se ha creado el guion gráfico de la cabecera que se muestra a continuación en la Figura 7.1.4.1.

Figura 7.1.4.1.

Storyboard para la cabecera de "Objetivo Smart"



Nota. Storyboard para la cabecera del programa Objetivo SMART

7.1.5. Elección de la música

La cabecera de "Objetivo SMART" está formada por un único sonido extradiegético, este es la canción "Ylang Ylang" de (French, 2019, 0m13s). Esta canción compuesta con piano es fundamental para marcar el ritmo de la cabecera ya que los planos y los elementos van apareciendo al ritmo de la música en la mayoría de los casos. El género de esta canción es de música electrónica.

Esta melodía cobra la misma importancia durante toda la pieza audiovisual, exceptuando al final de la misma que la música se va atenuando.

7.2. Producción

Después de realizar la fase inicial de preproducción, comienza la fase de producción. Si la fase inicial se ha planificado correctamente, la fase de producción tendrá un buen resultado. En esta etapa se han creado y recopilado los diferentes elementos con los que se ha creado la propuesta final de la pieza audiovisual.

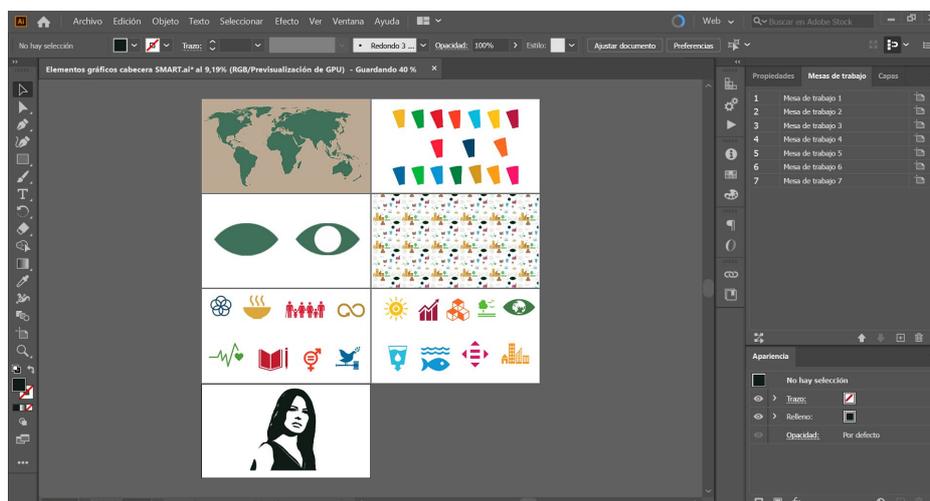
7.2.1. Diseño y creación del material gráfico

La creación del material gráfico se ha llevado a cabo con el software *Adobe Illustrator* y *Adobe Photoshop*.

Con estos dos programas se han creado los diferentes elementos gráficos que aparecen en la cabecera. Dado que el programa de investigación trata sobre un tema ya existente, se han creado las diferentes formas que componen la pieza audiovisual con los programas ya mencionados. Estas se han creado a través de la herramienta Calco de imagen y Pluma. A continuación, se muestra una captura de pantalla del programa *Adobe Illustrator* con los diferentes elementos gráficos de la propuesta.

Figura 7.1.3.12.

Captura de pantalla de Adobe Illustrator



Nota. Captura de pantalla de *Adobe Illustrator* donde se muestran los diferentes elementos gráficos utilizados en la cabecera. *Fuente: elaboración propia (2021).*

Una vez elaborados los distintos elementos se han exportado en formato PNG para su posterior importación en *Adobe After Effects*.

7.2.2. Tipografía

La fuente utilizada en la pieza audiovisual pertenece a la familia *Bebas Neue*, esta es *Bebas Neue Book*. Es una tipografía sencilla, neutral y con una gran legibilidad. La versión original ha sido creada en 2005 y en 2010, Dharma Type hizo una mejora de la misma y, además, fue expuesta al público con licencia gratuita. Esta fuente creada solo por letras mayúsculas es maciza, rectangular, alargada y sin serfas y funciona bien para comunicar mensajes cortos y claros según Mesas (2011).

Figura 7.2.2.1.

Tipografía Bebas Neue

BEBAS NEUE THIN
BEBAS NEUE LIGHT
BEBAS NEUE BOOK
BEBAS NEUE REGULAR
BEBAS NEUE BOLD

Nota. Familia tipográfica “Bebas Neue” elegida para la cabecera del programa *Objetivo SMART*

Fuente: elaboración propia (2021).

7.2.3. Paleta de colores

La paleta de colores utilizada está compuesta principalmente por colores pasteles, estos son el verde y el color tierra. Para el fondo se ha utilizado el color negro y el color tierra dependiendo del plano. Desde el primer momento se ha querido hacer uso del color ya que está estrechamente ligado al medio ambiente y es el color con el que se identifica a la cadena, aunque el verde utilizado no sea igual que el del logotipo de la cadena televisiva.

Figura 7.2.3.1.

Paleta de colores de la cabecera “Objetivo SMART”



Nota. Gama de colores utilizada en la cabecera del programa *Objetivo SMART*

Fuente: elaboración propia (2021).

Cabe destacar que además aparecen los colores principales de los diferentes logotipos utilizados en los objetivos de Desarrollo Sostenible de la *Agenda 2030*. Estos son 17 colores diferentes, uno para cada objetivo. En la cabecera no cambian puesto que se ha querido plasmar cada uno de ellos sin ser modificado para que así se pueda identificar correctamente por el espectador.

Figura 7.2.3.2.

Póster con los Objetivos de Desarrollo Sostenible



Nota. Póster con los diferentes logotipos de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible

Fuente: Naciones Unidas (s.f.).

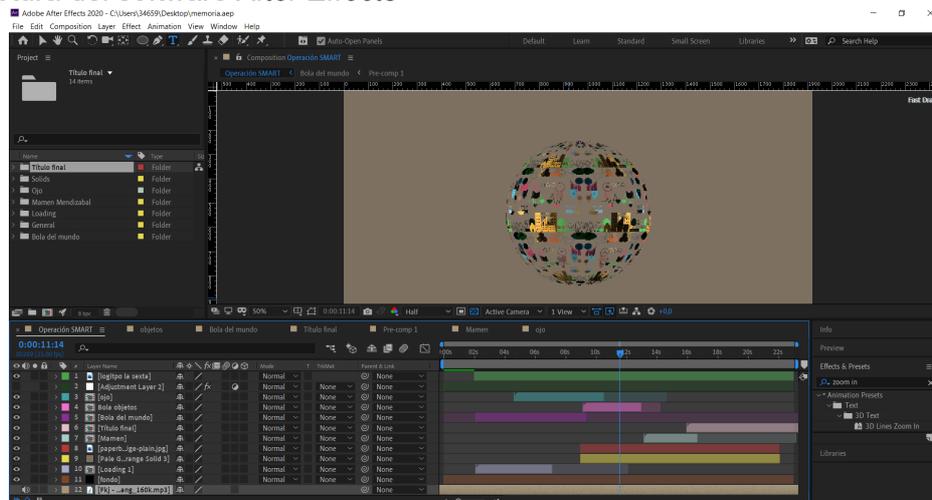
7.3. Postproducción

En esta fase se han importado todos los elementos gráficos mencionados anteriormente para así poder comenzar la edición de la pieza audiovisual.

El programa utilizado para esta fase es *Adobe After Effects*, con este se pueden crear composiciones, gráficos en movimiento y efectos especiales. se han creado las diferentes carpetas compuestas por las composiciones con los elementos gráficos que aparecen en cada una para facilitar el trabajo.

Figura 7.3.1.

Captura del software After Effects



Nota. Captura de pantalla del software *After Effects* en el que se muestra el proyecto de la propuesta práctica realizada.

Fuente: elaboración propia (2021)

7.3.1. Postproducción gráfica

Una vez importadas las imágenes en el programa *After Effects*, para la elaboración y facilitación del trabajo se han creado diferentes carpetas, con composiciones y precomposiciones.

Para dar movimiento a los elementos se han utilizado parámetros como la opacidad, escala, posición y rotación. Además, se han utilizado el efecto *CC Sphere* para dar forma a las bolas terráqueas a través de imágenes con formato PNG y *Hue Saturation* para modificar los colores de los textos sin tener que cambiar el código de color. También se ha dado uso del efecto *tinta* para crear una viñeta que diera un efecto más oscuro a los fondos de color tierra.

Otra de las herramientas utilizadas han sido las máscaras para el elemento gráfico del ojo y para la creación de la viñeta. También se ha hecho uso de sólidos y capas de ajuste para los diferentes fondos. Para que el movimiento entre algunos fotogramas fuera suave se ha hecho uso del *keyframe Easy ease*.

Otra de las funciones realizadas en *After Effects* ha sido la sincronización de la música con los distintos elementos gráficos para conseguir así un ritmo acorde entre las diferentes composiciones y la música.

Figura 7.3.1.2.

Animatic de “Objetivo Smart”.



Nota. Animatic de la cabecera *Objetivo Smart*.

Fuente: elaboración propia (2021).

7.3.2. Montaje final y exportación

Tras finalizar todas las composiciones, se ha procedido a realizar el montaje de todas las escenas ya animadas en el mismo orden que aparece en el animatic mostrado anteriormente en la Figura 7.3.1.2.

Una vez unidas, se han modificado y suavizado algunas transiciones para que la unión entre los planos quedara más definida. Por último, se ha realizado una revisión final para asegurar que todo estuviera ordenado correctamente.

Para el renderizado y exportación de la cabecera se ha utilizado el software *Adobe Media Encoder*. Respecto a los parámetros seleccionados se la elegido el formato H.264, con una velocidad de muestreo de 48000 Hz, 25 fps. Cabe destacar que la resolución es de 1920x1080, el estándar intermedio entre 720p y 4K.

7.4. Resultado final

<https://media.upv.es/#/portal/video/1df78f80-100f-11ec-823c-8d297b973a34>

8. CONCLUSIONES

La materia tratada en esta investigación es el diseño gráfico en las cabeceras de los programas de investigación para después, realizar una propuesta práctica en base a lo estudiado.

Tras un estudio bastante amplio, cabe destacar que ha sido complicado encontrar información sobre el grafismo audiovisual en los programas de televisión y más aún sobre las cabeceras en programas televisivos de investigación. A pesar de haber estudiado 15 piezas audiovisuales diferentes del mismo canal y el mismo género, los resultados de las mismas son bastante difusos puesto que no hay unas normas establecidas para el uso de las cabeceras en cuanto a grafismo audiovisual se refiere. Sin embargo, si ha sido más fácil encontrar información sobre la historia de la televisión y los principios básicos del grafismo audiovisual.

También ha sido fundamental la búsqueda de información sobre diferentes diseñadores gráficos para realizar la propuesta práctica ya que a partir de las obras realizadas por ellos se han tomado referencias para la elaboración de la cabecera, aunque los más referentes forman parte del cine y no de la televisión.

No obstante, con la información recopilada y los conocimientos obtenidos en el Máster en Postproducción Digital, se ha podido realizar la cabecera del programa "Objetivo SMART" a través de la técnica *Motion Graphics*. También se ha conseguido

ampliar estos conocimientos a nivel práctico en el programa de *Adobe After Effects* y *Adobe Illustrator*, pero sobre todo a nivel teórico respecto al grafismo audiovisual.

Con este trabajo de final de máster se pretende dar importancia a las cabeceras televisivas en general puesto que estas pasan desapercibidas por la mayoría de espectadores, es por esto y dado que no existe demasiada información sobre el grafismo en las cabeceras televisivas en los programas de investigación, se propone llevar a cabo una investigación más amplia en la que se extrapole este análisis a los demás canales de televisión para así poder obtener más información contrastada respecto al tema estudiado.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, C. (2016). Qué es Motion Graphics. *Con A de animación*, (6), 104-116.
<https://doi.org/10.4995/caa.2016.4799>
- Alonso, N. (2017). Evolución del consumo televisivo en España desde el encendido digital: puntos de inflexión y cambios de tendencia. *Textual & Visual Media*, (10) 153-170. <https://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/article/view/46/36>
- Atresplayer (s.f). Hazte Eco. <https://www.atresplayer.com/neox/programas/informativo-hazte-eco/>
- Atresplayer (s.f). LaSexta Noche. <https://www.atresplayer.com/lasexta/programas/lasexta-noche/>
- Atresplayer (s.f). Mapa Mundi <https://www.atresplayer.com/programas/mapamundi/>
- Atresplayer (s.f.). *Ambulancias, en el corazón de la ciudad.* <https://www.atresplayer.com/lasexta/programas/ambulancias-en-el-corazon-de-la-ciudad/>
- Atresplayer (s.f.). *Auténticos.* <https://www.atresplayer.com/lasexta/programas/autenticos/>
- Atresplayer (s.f.). *Cazadores de trolls.* <https://www.atresplayer.com/lasexta/programas/cazadores-de-trolls/>
- Atresplayer (s.f.). *Comandancias.* <https://www.atresplayer.com/lasexta/programas/comandancias/>
- Atresplayer (s.f.). *El precio de los alimentos.* <https://www.atresplayer.com/lasexta/programas/el-precio-de-los-alimentos/>
- Atresplayer (s.f.). En Tierra Hostil <https://www.atresplayer.com/antena3/programas/en-tierra-hostil/>
- Atresplayer (s.f.). *Encarcelados.* <https://www.atresplayer.com/lasexta/programas/encarcelados/>
- Atresplayer (s.f.). *Enviado especial.* <https://www.atresplayer.com/lasexta/programas/enviado-especial/>
- Atresplayer (s.f.). *Equipo de investigación.* <https://www.atresplayer.com/lasexta/programas/equipo-de-investigacion/>
- Atresplayer (s.f.). *Expediente Marlasca: historias de malos.* <https://www.atresplayer.com/lasexta/programas/expediente-marlasca/>
- Atresplayer (s.f.). *LaSexta Columna.* <https://www.atresplayer.com/lasexta/programas/lasexta-columna/>

- Atresplayer (s.f.). *Lo de Évole*. <https://www.atresplayer.com/lasexta/programas/lo-de-evole/>
- Atresplayer (s.f.). *Natural*. <https://www.atresplayer.com/lasexta/programas/natural/>
- Atresplayer (s.f.). *Policías en acción*. <https://www.atresplayer.com/lasexta/programas/policias-en-accion/>
- Atresplayer (s.f.). *Salvados*. <https://www.atresplayer.com/lasexta/programas/salvados/>
- Atresplayer (s.f.). *Scoop*. <https://www.atresplayer.com/lasexta/programas/scoop/>
- Barlovento Comunicación. (2021). Análisis de la Industria Televisiva-Audiovisual 2020. <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2020/01/analisis-de-la-industria-televisiva-audiovisual-2020-Barlovento-1.pdf>
- Barroso, J. (2002). *Realización de los géneros televisivos*. Síntesis.
- Beaugard, J. (2 de mayo, 2020). Los mejores intros de la televisión. *Cinentender*. <https://cinentendervideo.wordpress.com/2020/05/02/los-mejores-intros-de-la-television/>
- BILLANTI, D. (1982). The Names Behind the Titles. *Film Comment*, 18, (3), 60-71. Film Society of Lincoln Center.
- Blancas, S. (2016). Animando los títulos cinematográficos: de los pioneros a Saul Bass. *Con A de animación*, (6), 118-134. <https://doi.org/10.4995/caa.2016.4800>
- Bohórquez, M (2011). El diseño audiovisual. *Entreartes*, 155-161.
- Bort, I. (2012). Nuevos paradigmas en los telones del relato audiovisual contemporáneo: partículas narrativas de apertura y cierre en las series de televisión dramáticas norteamericanas. Tesis doctoral]. Tesis Doctorals en Xarxa. <https://www.tdx.cat/handle/10803/81927#page=1>
- Calderón, J. y Herrera, S. (2020). *El infoshow como estrategia de engagement de la audiencia. Caso orense sporting club* [Trabajo de titulación, Universidad Técnica de Machala]. UTMACH. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/16398>
- Cebrián, M. (2004). *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*. Gedisa.
- Chicote, J. (2006). Los enemigos del periodismo de investigación. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 12, 71 - 90. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0606110071A>
- Clares-Gavilán, J. y Medina-Cambrón, A. (2018). Desarrollo y asentamiento del video bajo demanda (vod) en España: El caso de Filmin. *El profesional de la información*, 27(4), 909-920. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.1>
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. Grupo Editorial Design.

- Domínguez, S., y Arévalo, L. (2020). La evolución del reportaje en televisión: infoentretenimiento y espectacularización de la realidad. Un nuevo género en el cambio de milenio. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 2 (26), 519-528. <http://dx.doi.org/10.5209/esmp.67793>
- Dondis, D. A. (1976). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Gustavo Gili Diseño.
- Euroinnova Business School (s.f.). ¿Qué son los géneros televisivos?. <https://www.euroinnova.edu.es/blog/que-son-los-generos-televisivos>
- Farré, M. (2007). Desafíos de los programas informativos en la neotelevisión. *E-Compós*, 8. <https://doi.org/10.30962/ec.127>
- Ferrer, R. M. (2016). Calidad televisiva y “mala” televisión. Los programas contenedores en los canales de televisión españoles [Tesis doctoral]. Tesis Doctorals en Xarxa. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/399452/rmfc1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Filmaffinity (s.f.). Trade Tattoo (C). <https://www.filmaffinity.com/es/film274883.html>
- Flesser, S. y Gardebäck, M. (2013). *Device 6. Art Of The Title*. <https://www.artofthetitle.com/title/device-6/>
- Flueckiger, B. (2012). Cronología de colores de películas históricas. <https://filmcolors.org/galleries/opus-iii-1924/>
- French, J. (2019). Ylang Ylang EP [canción]. En *Youtube* <https://www.youtube.com/watch?v=EfgAd6iHApE>
- Furió, D. (2013). Análisis del estado actual de la escena audiovisual. https://poliformat.upv.es/access/content/group/OCW_13123_2013/1.%20Analisis%20del%20estado%20actual.pdf
- Furió, D. (2014). *Tipografía en movimiento: la tipografía como recurso expresivo en los títulos de crédito cinematográficos*. <http://hdl.handle.net/10251/37020>
- Gamonal, R. (2013). *Los títulos de crédito de series en la pequeña pantalla*. Tecnologías Audiovisuales en la Era Digital. Editorial Fragua
- Gómez, A. M. (2011). Saúl Bas y la introducción del arte europeo en el diseño gráfico norteamericano. *NORBA, Revista de Arte*, 16, 133-148.
- Gordillo, I. (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Ediciones Ciespal.
- Gupta, A. y Pinto, R. (2008). *Amigos mutuos*. Art Of The Title. <https://www.artofthetitle.com/title/mutual-friends/>
- Haskin, P. (1996). "Saul, can you make me a title?" interview with saul bass. *Film Quarterly (ARCHIVE)*, 50(1), 10-17. <https://www.proquest.com/scholarly->

[journals/saul-can-you-make-me-title-interview-with-bass/docview/223099370/se-2?accountid=9733](https://www.riunet.upv.es/handle/10251/4333?show=full&locale-attribute=ca)

Herráiz, B. (2010). *Grafismo audiovisual: el lenguaje efímero: recursos y estrategias* [Tesis doctoral]. Riunet.

<https://riunet.upv.es/handle/10251/4333?show=full&locale-attribute=ca>

Hervás, C. (2002). *El diseño gráfico en televisión: técnica, lenguaje y arte*. Cátedra.

IMDb (2021). Equipo de investigación.

https://www.imdb.com/title/tt3414514/episodes?ref_=tt_eps

Kirkham, P. (2011). *Bonjour Tristesse (1958)*. *Art of the Title*.

<https://www.artofthetitle.com/title/bonjour-tristesse/>

Krasner, J. (2008). *Motion Graphic Design. Applied History and Aesthetics*. Elsevier.

Labio, A. (2006). *Comunicación, periodismo y control informativo*. Anthropos.

Loras, D. (2020, septiembre 24). Los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la España vaciada. *El Diario*. https://www.eldiario.es/opinion/tribuna-abierta/objetivos-desarrollo-sostenible-espana-vaciada_129_6241044.html

Lucarelli, F. (2014, 30 de julio). *Rhythmus 21, una película abstracta temprana de Hans Richter (1921)*. Socks. <https://socks-studio.com/2014/07/30/rhythmus-21-an-early-abstract-film-by-hans-richter-1921/>

Luzón, V. y Ferrer, I. (2008). Espectáculo informativo en noticias de sociedad: el caso de Madeleine McCann. *Trípodos* (22). <http://www.tripodos.com/pdf/F03.pdf46.pdf>: 5/2/2009

Mancinas-Chávez, R. y Galán, E. (2015). El programa “Salvados” en el sistema audiovisual español: elemento herético o la excepción que confirma la regla. *Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, (13), 119-136. <http://dx.doi.org/10.12795/anduli.2014.i13.07>

Marta, C. M., y Fernández, M. E. (2016). El pseudoperiodismo de investigación en las cadenas generalistas de televisión en España. *Ecos de la Academia* (3).

Marzal, J., Casero, A., y Gómez, F. J. (2009). Tendencias del periodismo audiovisual en la era del espectáculo [congreso]. *II Congreso Internacional de Teoría y Técnica de los Medios Audiovisuales*. Castellón de la Plana, España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=769328>

Megamedia (s.f.). *Planeta Calleja*. <https://www.mitele.es/programas-tv/planeta-calleja/>

Merrit, D. (1988). *Grafismo electrónico en televisión: Del lápiz al píxel*. Barcelona: Gustavo Gili, SA.

- Mesa, R. (2013). *Grandes Tipos*.
<http://designblog.uniandes.edu.co/blogs/dise2517/files/2013/11/grandes-tipos.pdf>
- Montes, F. J. (2006). *Historia de Televisión Española*. Anuario Jurídico y Económico Escorialense. Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- Moreno Espinosa, P. (2012). *El reportaje televisivo y sus interpretaciones de la realidad*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 18 (2), 823-832.
- MyFonts Inc. (2021). *WhatTheFont*. <https://www.myfonts.com/WhatTheFont/>
- Naciones Unidas (s.f.). *Materiales de Comunicación*.
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/news/communications-material/>
- Nevado, I. (2020). La programación de La Sexta. De la variedad de contenidos al triunfo del infoshow (2006–2010). Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 2 (26), 693-702. <http://dx.doi.org/10.5209/esmp.67804>
- Otero, C. (2020). Influencia de las TIC en las relaciones sociales y calidad de vida de personas en la tercera edad [Trabajo de Fin de Grado]. Universidad Rey Juan Carlos.
- Palacio, M. (2006). *Cincuenta años de televisión en España*. Revista Tendencias, 6, 315-319.
https://www.alianzaeditorial.es/minisites/manual_web/3491295/CAP6/1_CincuentaAnosTV.pdf
- Palacio, M. (2008). *Historia de la televisión en España*. Gedisa.
- Parra, M. (2010, 31 de octubre). *Lenguaje Bimedia*. Hermenéutica.
<http://hermeneuticalenguajebimedia.blogspot.com/2010/10/que-es-el-lenguaje-bimedia.html>
- Productora Medya Audiovisual. (2016, 16 de febrero). *Fases de la Producción Audiovisual*. <https://medya-audiovisual.com/fases-de-la-produccion-audiovisual/>
- Ràfols, R. y Colomer, A. (2003). *Diseño audiovisual*. Gustavo Gili.
- San Cornelio, G. (2011). *Diseño audiovisual*. https://docplayer.es/6832125-Diseno-audiovisual-gemma-san-cornelio-esquerdo-pid_00178317.html
- Tejeda, C. [@tedejac]. (2016, 7 de junio). *SYMPHONIE DIAGONALE (1924), una película de Viking Eggeling* [Tweet]. Twitter.
<https://twitter.com/tejedac/status/740259969912672256>
- Tous-Rovirosa, A (2009). Paleotelevisión, neotelevisión y metatelevisión en las series dramáticas estadounidenses. *Revista Científica de Educomunicación*, 17(33), 175-183. <https://doi.org/10.3916/c33-2009-03-009>

Unión de Televisiones Comerciales en Abierto (2020). *Contribución de la Televisión a la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible*. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/es/Documents/tecnologia-media-telecomunicaciones/Deloitte-ES-tmt-television-abierto-ods.pdf>

Waller, D. (2020). *Mrs America*. Art Of The Title. <https://www.artofthetitle.com/title/mrs-america/>

Wolf, M (1984). Géneros y Televisión. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (9), 189-198, <https://raco.cat/index.php/Analisi/article/view/41275>