

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de
Elche

Titulación de Comunicación Audiovisual

Trabajo Fin de Grado

Curso Académico 2022-2023



UNIVERSITAS
Miguel Hernández

***Lo que Interesa*, la creación de un nuevo formato
televisivo**

Lo que Interesa, the creation of a new televisión format

Código COIR: 230610045431

Modalidad C. De carácter práctico y/o profesional

Alumna: Teresa Ferrández Pomares

Tutor: Francisco Julián Martínez Cano

*A papá, por inculcarme los valores de la pasión por el trabajo.
Todo esfuerzo tiene su recompensa.*

A mamá, por el cariño, por ser mi protectora. A cualquier hora.

*A los yayos, por cuidarme, sé que lo seguís haciendo desde
arriba. Lo noto.*

*Gracias a vosotros he construido la persona que soy hoy.
Os quiero*



PALABRAS CLAVE: Twitch; televisión; *podcast*; programa; realización

KEYWORDS: Twitch; television; podcast; program; filming

RESUMEN: Esta propuesta de TFG investiga la viabilidad de la creación de un programa de *streaming* en la plataforma de Twitch para su redifusión en el canal de televisión de TeleElx. El proyecto se fundamenta en una investigación previa que proporciona contexto y profundiza en los aspectos esenciales para atraer público joven al medio de comunicación TeleElx. Las fases para la creación de una obra audiovisual, así como su realización son los pilares fundamentales para crear *Lo que Interesa* (Ferrández, 2023), obteniendo como resultado un programa de televisión que experimenta en su metodología poniendo en valor la capacidad de innovar con su modelo y cumplir con los objetivos propuestos.

ABSTRACT: This TFG proposal investigates the feasibility of creating a streaming program on the Twitch platform for rebroadcasting on the TeleElx television channel. The project is based on previous research that provides context and addresses the essential aspects to attract young audiences to the TeleElx media. The phases for the creation of an audiovisual work, as well as its production are the fundamental pillars to create *Lo que Interesa* (Ferrández, 2023), obtaining as a result a television program that experiments in its methodology putting in value the ability to innovate with its model and meet the proposed objectives.



ÍNDICE

1. Introducción	5
1.1. Objetivo o hipótesis	6
1.2. Estado de la cuestión	6
1.2.1. ¿Por qué ahora y por qué Twitch?	7
1.3. Referentes	13
1.3.1. Referentes temáticos	14
1.3.2. Referentes visuales	20
2. Realización del proyecto: fases	21
3. Resultados del proyecto	22
3.1. Preproducción	22
3.1.1. Identidad Visual	22
3.1.2. Guión, escaleta y esquema de luces con tiro de cámara	29
3.2. Producción	30
3.3. Posproducción	36
4. Conclusiones	36
5. Discusión	38
6. Bibliografía	40
7. Relación de tablas	42
8. Relación de figuras	42
9. Anexos	44

1. Introducción

Mi propuesta de trabajo de fin de grado consiste en la realización de *Lo que Interesa* (Ferrández, 2023), un programa de Twitch en la televisión local de Elche, TeleElx, para su posterior redifusión en el canal de televisión de dicha cadena. El programa se trata de una charla a modo de tertulia amena sobre temas de actualidad enfocadas a un público joven y al entretenimiento. Todo ello desde un prisma local o nacional con invitados de Elche que puedan o no tener mayor o menor grado de relación con el tema a tratar.

La finalidad de este programa es acercar al público joven a TeleElx mediante entrevistas amenas e interesantes. A través de estas tertulias entretenidas se busca crear un vínculo cercano entre el medio de comunicación y la audiencia juvenil, fomentando la participación e interacción de los espectadores. Además, se intenta encontrar una perspectiva de visión dinámica y novedosa de los principales temas de actualidad. En resumen, el objetivo principal es poder crear un programa atractivo y relevante para la audiencia joven, el cual pueda ofrecer información veraz y actualizada a la par que brindar entretenimiento.

Esto será posible gracias a la experiencia obtenida dada la larga trayectoria que he ido consiguiendo en el medio de comunicación TeleElx. Comencé en prácticas el verano de 2021 para cubrir una baja y poder realizar el magacín de verano llamado *El Abanico* (Álvarez, 2010). Más adelante conseguí un contrato laboral para continuar con el magacín de invierno *Día a Día* (Sanz, 1995) copresentándolo con mi compañera Miriam Quesada. Los contenidos de ambos programas eran en formato entrevista sobre asuntos culturales de interés local. Debido a estar cursando el Doble Grado de Periodismo y Comunicación Audiovisual y, por ende, tener más habilidades formativas, desde TeleElx me fueron dando más responsabilidades hasta el punto de ser *community manager*, cámara, editora y redactora de noticias. También desde el punto de vista periodístico he realizado distintos directos tales como la retransmisión de la Cabalgata de Reyes y Papá Noel en 2021 y 2022, las mascletás en las Fiestas de Agosto en 2022 o las Elecciones en 2023.

Para poder crear el programa, el proyecto trabaja en las metodologías de dirección de televisión, producción de contenido audiovisual y realización en

plató consagrado en la metodología estándar de preproducción, producción y posproducción.

Con este trabajo se pretende hacer llegar a Elche las últimas tendencias de la producción de programas audiovisuales, que bebe de influencias basadas en hacer sentir al invitado cómodo y natural con decorados y planos que lo justifiquen, para así establecer el vínculo con el espectador. Conseguir que programas de gran tirón en España tengan cabida en Elche. De lo nacional a lo local.

1.1. Objetivo o hipótesis.

Los objetivos de este trabajo se disponen en el siguiente listado:

1. Realización de un programa de entretenimiento en la plataforma Twitch
2. Plantear la estructura de cámaras, luces y decorado en un plató de televisión
3. Conseguir acercar al espectador joven a TeleElx
4. Construir un espacio de charla distendido y natural que conecte con la audiencia
5. Implantar la metodología propia de la plataforma social Twitch
6. Diseñar la identidad visual del programa (cabecera, nombre, rótulos...)

1.2. Estado de la cuestión

El objeto de estudio es la creación de un programa en *streaming* vía Twitch así como el análisis de sus resultados y conclusiones. Para ello, se analizarán las tendencias en la plataforma de Twitch y de los intereses en contenidos de entretenimiento y actualidad del público juvenil. Todo ello estará enmarcado dentro de un proceso de investigación en relación a los objetivos marcados. Trataremos de identificar las estrategias que involucren una mayor audiencia en las distintas plataformas de *broadcast online*. Además, tendremos en cuenta los datos de índices de audiencias obtenidos en dichos canales de comunicación. Todo ello para ofrecer contenido útil y con oportunidades de mejora en el programa. En definitiva, el proyecto busca crear un programa de *streaming* en Twitch para conectar con el público joven de la ciudad de Elche.

1.2.1. ¿Por qué ahora y por qué Twitch?

Twitch es una plataforma de que permite transmitir en vivo integrando la emisión de videos en tiempo real con la posibilidad de interactuar a través de un chat público. Hamilton (2014) elabora un artículo donde afirma que Twitch se basa en la transmisión de partidas de videojuegos llamadas *gameplays* que, gracias a su interactividad, permiten crear una sólida comunidad de participantes. Si bien la plataforma estaba enfocada en su creación a los videojuegos, en la actualidad se ha abierto un abanico de posibilidades de producción de nuevos formatos audiovisuales de entretenimiento en los que el poder lo tiene la persona que inicia el directo, perfiles mostrados en la figura 1, cuyo contenido será esencial para que el espectador permanezca en el *streaming*.

Tabla 1. Top 5 emisiones por *streamers* en Twitch por pico de audiencia (2021).

Ranking	Top Twitch streamers	Pico de audiencia	Fecha
1.	TheGrefg	2.470.347	11/01/2021
2.	Ibai	1.544.829	26/05/2021
3.	Tommyinnit	650.237	20/01/2021
4.	Ninja	633.138	22/04/2018
5.	Shroud	484.727	12/08/2020

Fuente: Casells García (2021:32).

La plataforma se ha ido transformando en un lugar de entretenimiento con formatos innovadores para los diferentes temas del *stream* gracias a la progresiva llegada de *influencers* cuyo contenido y reputación residía en otras redes sociales como Instagram o Twitter. A esta nueva categoría se le asignó el nombre *JustChatting*.

Según Toselli (2020), la categoría *JustChatting* ha comenzado a destacar en Twitch.tv, distinguiéndose de otras como Cocina, *Fitness*, Música, etc. La plataforma implementó otras categorías con el objetivo de diferenciar el contenido que se hacía en 2018 caracterizado por creadores de contenido que decidían abrir el directo con el único objetivo de jugar a videojuegos para que los seguidores vieran cómo lo hacía. Esta categoría nueva donde se prima la conversación ha ido ganando audiencia de manera gradual al centrar la experiencia única del usuario en la interacción y diálogo con los espectadores. Aunque algunos *streamers* están relacionados con otros tipos de retransmisión, la mayoría prefieren interactuar y hablar con su audiencia, siguiendo ciertos estándares y patrones establecidos para ser considerados *streamers* que se dedican al *JustChatting*.

La situación actual de Twitch es la de una plataforma que no deja de acumular visualizaciones y espectadores, situación distinta a la de la televisión tradicional, esta ha evolucionado hacia un término conocido como *hipertelevisión*.

Carlos Scolari investiga en 2008 con un artículo que recoge como nombre: *Hacia la hipertelevisión: los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo*, donde afirma, mediante un profundo estudio, que son varias las características de la televisión del siglo XXI que definen la *hipertelevisión*, Scolari (2008):

- Los reality shows se han consolidado como el género principal en los últimos diez años.
- La televisión de estilo paleo/neotelevisión carece de precedentes. La *hipertelevisión* expande las formas de narrar y aumenta la cantidad de programas, a diferencia de la estructura simplista del pasado.
- Se aprovechan las ventajas de las capacidades gráficas y de diseño de las interfaces digitales, como el uso de sistemas donde aparecen distintas pantallas.
- Se da una preferencia notable por retransmitir en directo. Las fórmulas de la *hipertelevisión* son transmediáticas consiguiendo que perduren en el tiempo.

- Han surgido lógicas colaborativas y se han desarrollado nuevas formas de consumo asincrónico.

Por todos estos factores citados anteriormente, la *hipertelevisión* ha permitido una mayor complejidad narrativa y una mayor interacción del público, gracias a la adopción de tecnologías digitales y nuevas formas de consumo. De este modo, nos encontramos ante una nueva era de la televisión en la que Internet va ligada a la misma y Twitch es una de las plataformas protagonistas. Según un análisis publicado por Villalonga (2021), Twitch se encuentra en un proceso de cambio de contenido desde su origen como Justin.tv debido a que las categorías están cambiando hacia otras no relacionadas con videojuegos abriendo paso a un contenido distinto en el que prima la charla y los nuevos tipos de usuarios y *streamers*. Esta última figura se convierte en un aspecto muy importante ya que su personalidad es aquello por lo que el usuario decide consumir ese contenido específico. Por esta razón, muchos *streamers* deciden crear un personaje con rasgos altamente diferenciados y conseguir formar parte de la comunidad.

Por otro lado, el consumo del *podcast* es cada vez más relevante y cobra más importancia dentro de un marco internacional. En lo que respecta al marco nacional, en su estudio acerca de las plataformas de *podcasting* en el país, Álvarez Chávez, Rodríguez Garay y Husted Ramos (2022) ponen en valor la importancia del audio digital a la carta, que cada vez acumula más popularidad en España. La investigación que realizan demuestra cómo dichas plataformas apuestan por comunicar y entretener de una manera en la que se está transformando el modo en el que los usuarios conectan con las producciones culturales del audiovisual, establecen relaciones y consumen los medios.

Por ejemplo, Podium Podcast es la plataforma española de *podcasting* referente en cuanto a producción de contenidos de audio de alta calidad. Es por ello que Cazalla (2017) elabora una investigación y descubre que, gracias a una cuidadosa selección de contenidos y una estrategia de marketing directa y eficaz, ha logrado posicionarse como una de las plataformas referentes sin apenas competencia en sus inicios (en la actualidad son muchas las empresas de *podcasting* que están adaptando sus estrategias consiguiendo una oferta mayor de plataformas). Cazalla defiende la creatividad y la innovación en

dichas plataformas ya que actualmente las audiencias son más rigurosas, estrictas y distinguidas.

Un caso de creación de un *podcast* desde cero es el de Expósito Ruano y López Collados (2022), pues han presentado un proyecto de *podcast* de infoentretenimiento dirigido a un público joven desde la plataforma Podium Podcast. Para ello, los autores determinan los aspectos clave para conseguir elaborar un *podcast* creativo para su *target*, así como establecer cuál sería el formato, duración, el tono a seguir y la selección de los contenidos. Por otro lado, con su investigación se llevan a cabo las métricas de marketing y promoción pertinentes para poder conseguir unos objetivos de forma útil y eficaz.

En ese sentido, Orrantia (2019) analiza cómo el *podcasting* en España evoluciona en dos direcciones. Por un lado, el formato amateur no vinculado a acciones comerciales y sí a formatos conversacionales; a una narrativa muy similar a la radio tradicional donde un presentador entrevistaba a un invitado. Y por otro, el formato profesional encaminado a copar un nicho y también a obtener una rentabilidad económica del producto.

Es por ello que, desde el punto de vista de las televisiones tradicionales, estas buscan nuevas estrategias para acercarse a un público joven, ya que han perdido espectadores de este tipo de *target* generacional (de 13 a 25 años). La juventud opta por plataformas digitales tales como Twitch o Netflix, que aportan el componente interactivo como uno de sus motores de innovación.

Centrándonos en el prisma nacional, el Observatorio de la Producción Audiovisual (OPA) (2021) ha realizado un análisis de actuación acerca de las principales cadenas de televisión y su método del cual se han extraído las siguientes conclusiones:

- **RTVE y la plataforma Playz**

El 30 de octubre de 2017, RTVE presentó Playz, una plataforma en línea dirigida a la audiencia joven, que debutó con la serie de ficción multiplataforma *Si fueras tú* (Llamas, 2017). Esta plataforma opera de manera independiente a la programación lineal de los canales de TVE e integra un espacio interactivo y abierto con el enfoque de transmedialidad que se adapta a los usuarios nativos digitales que desean consumir contenido de calidad cuando y como deseen, sin estar

sujetos a horarios específicos. Todos los contenidos están disponibles en el sitio web, de acceso libre y abierto, y la mayoría también se pueden encontrar en el canal de YouTube de Playz.

- **Atresmedia y Flooxer**

En 2015, Atresmedia lanzó Flooxer, una plataforma brindaba un espacio para aquellos creadores que cosechaban una mayor proyección en la creación de contenido, aquellos que consiguen cautivar a millones de espectadores con sus vídeos diariamente. Flooxer se centraba exclusivamente en la distribución de contenido en línea y desde sus inicios apostó fuertemente por dar visibilidad a creadores digitales como *influencers* o *youtubers*. Inicialmente, Flooxer operaba de forma independiente, pero en 2019 se integró con Atresplayer, y actualmente se encuentra como una sección dentro de dicho servicio.

- **Movistar +**

En 2019 se lanzó en servicio de Movistar+ Lite, una suscripción más barata donde el contenido es limitado pero que responde positivamente al interés de acercarse a un público joven con un poder adquisitivo más bajo. En cuanto a la oferta de contenidos, encontramos la ficción juvenil *Skam España* (Álvarez, 2020), adaptación de la serie noruega de *NRK Skam* (Andem, 2015), a raíz de su éxito, la vida cotidiana de una serie de adolescentes ha hecho que la serie se adaptara en varios países cosechando cifras muy significativas.

Tanto televisiones públicas como privadas y nacionales intentan establecer nuevos canales de comunicación con los que conectar con la audiencia más joven, pero... ¿y las televisiones locales? Desde el punto de vista local, al hacer un breve análisis de los principales medios de comunicación en Elche siendo éstos TeleElx, Elche 7Tv, Cableworld Elche y Onda Cero, no encontramos ningún espacio en el que se haga contenido joven o con intención de acercarse a este *target*.

Es por ello que se encuentra un nicho de mercado disponible y con gran potencial para atraer a dicho público. Atraer a este segmento de personas puede suponer una oportunidad para incrementar la audiencia y, por ende, los ingresos publicitarios. Además, la creación de contenidos dirigidos a los jóvenes puede contribuir a la distribución de los contenidos disponibles en la

televisión local y a la generación de un ambiente de innovación y creatividad en el sector. *Lo que Interesa* (2023) sería viable.

En cuanto a Twitch, es necesario mencionar a uno de los grandes precursores y que ha marcado un éxito en la plataforma, el *streamer* Ibai Llanos. Telo, en su artículo publicado en 2021 titulado: *Lo de Ibai: Twitch y, de nuevo, el futuro de la televisión*, apostilla que el éxito de Ibai se debe en parte al resultado de un cambio generacional en las formas de consumir entretenimiento audiovisual en el que prima lo dinámico, auténtico, verídico y natural, sin pasar por alto lo interactivo. La mezcla de todos estos aspectos consigue ser clave de éxito en el panorama mediático de la sociedad contemporánea. Las televisiones han descubierto que es una vía de marketing y rentabilidad, por lo que son éstas las que acuden a él para generar contenido con su nombre.

De este modo, Roig (2021) concluye que las corporaciones televisivas y las empresas son conscientes de que pueden alcanzar a un público que ha abandonado la televisión convencional. Sin embargo, también saben que no pueden lograrlo por sí mismas. De este modo, referentes como Ibai desempeñan un papel crucial, pero no son meros intermediarios ya que no se trata únicamente de la popularidad de Ibai entre su audiencia o del hecho de que esté aprovechando una plataforma en crecimiento. Más bien, es porque él comprende que mostrarse como alguien claro, directo y honesto es lo que le permite mantener su credibilidad frente a unos espectadores exigentes, conectados e inestables.

En esa misma línea, Álvarez Monzoncillo (2011), gracias al análisis en el que muestra la evolución de la televisión en la era digital, defiende la necesidad por parte de la industria televisiva de entender las nuevas incertidumbres, ya que existe un reto con los nuevos modelos de negocio y consumo. Su análisis contiene una visión panorámica de los desafíos y oportunidades que tiene la televisión en su era tecnológica y ofrece una reflexión acerca de qué métricas y estrategias deben seguir las empresas de medios para nutrirse y adaptarse a estos cambios. Todo ello manteniendo su relevancia en un entorno en el que cada vez prima más la competitividad.

Sin embargo, para adoptar este tipo de reto profesional, se deben mantener las líneas periodísticas de la entrevista establecidas en un principio. En relación a ello, Díaz (2016) investiga y ofrece una visión de la entrevista periodística como

una herramienta de comunicación, pero también de investigación, aportando una visión real y precisa del contexto a tratar. En su análisis reflexiona sobre qué procesos se llevan a cabo para producir, generar y difundir conocimiento en la sociedad actual, siendo estos la precisión con la que se elaboran las preguntas en la entrevista periodística.

Para seleccionar de una manera efectiva el contenido de estos tipos de proyectos, Fernández Núñez (2022) ha realizado un estudio sobre el cambio generacional del humor en las generaciones *millennials* y Z. En dicho estudio investiga sobre las líneas evolutivas del humor en estas generaciones además de los factores que determinan el entendimiento de dicho humor. Para poder comprenderlo y, por ende, crear contenidos humorísticos y de infoentretenimiento que unan y empaticen con la audiencia de la sociedad contemporánea, hay que tener en cuenta el contexto cultural de las generaciones ya que el humor está relacionado con los cambios culturales que se han originado en los últimos años y que ayudan a comprender el mundo que les rodea. La tecnología es algo esencial y clave ya que es la era digital la que marca las nuevas formas de entretenimiento adaptadas a las plataformas digitales y las redes sociales. Por otro lado, la inclusión social juega un papel importante, pues dicho público está severamente concienciado con la diversidad y buscan que el humor respete dichos parámetros sin dar lugar a la discriminación.

Otro factor y, desde un punto de vista personal, el más importante, es el individualismo. Este aspecto se define como la satisfacción de deseos propios desde la independencia y la autosuficiencia. Por esta razón se debe hacer humor buscando contenidos que tengan relación con sus intereses personales.

1.3. Referentes

En lo que respecta a los referentes que forman parte de la creación de *Lo que Interesa* (2023), se estructuran en dos bloques: temáticos y visuales. Este apartado forma parte de la documentación previa para poder encontrar las influencias que se buscan escoger para crear un contenido propio.

1.3.1. Referentes temáticos

En cuanto a referentes temáticos, *Lo que Interesa* (2023) se nutre de las influencias basadas en *talk shows* de entretenimiento con toque periodístico. El objetivo es ofrecer un espacio en el que se puedan abordar temas diversos desde diferentes perspectivas, fomentando el diálogo y el intercambio de opiniones. Todo ello se realiza con un enfoque ameno y cercano, en el que el humor y la espontaneidad también tienen un papel importante para captar la atención del público joven y hacer el programa más entretenido. Es por ello que *Lo que Interesa* (2023) busca ofrecer una propuesta innovadora y atractiva que se adapte a los gustos y necesidades de la audiencia, pero sin renunciar al rigor y la calidad periodística.

Los *podcasts* se engloban en esta categoría, pues distintos *talk shows* de entretenimiento en dicho formato están obteniendo cifras muy positivas de espectadores (Podimo, Podium Podcast...). Un claro ejemplo, siendo uno de los pioneros en esta rama, es el caso de *Estirando el Chicle* (Iglesias y Martín, 2020) mostrados en la figura 1.

Figura 1. Fotograma *Estirando el Chicle* (Iglesias y Martín, 2020).



Fuente: canal de Youtube de *Estirando el Chicle* (<https://www.youtube.com/c/estirandoelchicle>).

El programa nació sin recursos ni apoyos, pero, gracias al talento y el carisma de las presentadoras Carolina Iglesias y Victoria Martín, consiguieron que un contenido autoproducido sin ningún tipo de reglas específicas fuera galardonado con un Premio Ondas al Mejor Podcast o programa de emisión digital. “Sólo en los últimos 30 días antes de esta entrevista, acumulaba dos millones de visualizaciones en YouTube y 1,15 millones de reproducciones en audio”, según la revista Forbes el 1/05/2022 en una entrevista a las creadoras de este formato firmada por Ovelar.

El proyecto toma como referencia la naturalidad y el carisma con el que se tratan los distintos temas en cada programa, así como la estética desenfadada y cercana de los decorados y el modo con el que genera una atmósfera distendida y agradable para los invitados y los espectadores. Para ello, se cuida especialmente la selección de los temas a tratar y la elección de los invitados, apostando por personalidades con magnetismo y que puedan aportar una perspectiva renovada y original. Además, se presta atención a la preproducción y la realización, buscando una estética cuidada y moderna que sea atractiva para el público joven como ocurre, en este caso, en *Estirando el Chicle* (2020).

The Wild Project (Carrillo, 2020), mostrado en la figura 2, es otro de los referentes que combinaría ese toque periodístico de entrevista de personalidad que se quiere buscar en el proyecto. Jordi Wild, presentador y director del *podcast* (emitido en Youtube y Spotify) es un *youtuber* que comenzó en un pasado como *El Rincón de Giorgio* (Carrillo, 2013), pero que más adelante, en 2020, decidió dirigir un nuevo canal donde, gracias al carisma de Jordi y a los grandes invitados con los que cuenta, se ha convertido en uno de los *podcasts* de actualidad más populares en el imaginario de habla hispana.

Figura 2. Fotograma *The Wild Project* (Carrillo, 2020).



Fuente: canal de Youtube de *The Wild Project* (<https://www.youtube.com/@TheWildProject>).

Los temas a tratar son de cualquier tipo de tema de actualidad, desde la ciberseguridad con *hackers* hasta Elon Musk y el bitcoin. Sería un referente muy específico a la hora de determinar el contenido de *Lo que Interesa* (2023), pudiendo ser temas de actualidad nacionales como los que engloba *The Wild Project* (2020) o locales.

Los contenidos mostrados en *The Wild Project* (2020), además del tono con el que los trata el presentador, son cruciales para inspirar al proyecto ya que se buscan aspectos de actualidad desde un enfoque local con invitados relacionados con el tema. Además, *Lo que Interesa* (2023) busca educar e inspirar a su audiencia a través de contenidos y enfoques actuales y relevantes como hace en este caso Wild eligiendo invitados especializados en los diferentes temas abordados en el programa ya que, de esta forma, se ofrece una perspectiva única y valiosa que enriquece el debate y contribuye al aprendizaje de los espectadores.

Cuarto Millennial (PRISA Audio, 2022) es uno de los grandes referentes al imaginar la primera idea del proyecto propuesto. Ya que el contenido, la manera de comunicar, la estrategia y la imagen son líneas específicas que se quieren seguir en este programa.

Las creadoras de contenido Andrea Compton y Lalachus, mostradas en la figura 3, iniciaron su camino juntas en 2022 bajo el nombre de *Cuarto Millennial* (2022), un *podcast* para Spotify donde se tratan temas relacionados con la nostalgia *millennial* (temática de los años 2000), donde las presentadoras con invitados relacionados con la temática a tratar, charlan sobre anécdotas y tendencias populares de esos años a través de música, juegos o películas.

Figura 3. Fotograma *Cuarto Millennial* (Rodríguez y Yustes, 2022).



Fuente: canal de Youtube de *Cuarto Millennial* (bit.ly/45T2rL3).

El decorado, siendo una habitación sonora entendida como el ambiente o espacio acústico que está diseñado y producido de una forma muy cuidada para crear una experiencia auditiva inmersiva y envolvente. Es un concepto que busca generar una sensación de presencia y cercanía con los oyentes,

simulando la sensación de estar físicamente dentro de una habitación o entorno sonoro específico mientras se escuchan los contenidos.

De esta forma, se consigue que el espectador pueda transportarse a su infancia o adolescencia por lo que es un referente al que se intenta llegar con el proyecto ya que, con el decorado y el tono, se creará un ambiente acogedor y familiar que invite a la audiencia a sentirse cómoda y relajada mientras disfruta del contenido. *Cuarto Millennial* (2022) busca con esa decoración que el espectador conecte con recuerdos y emociones relacionados con su propia experiencia de vida, lo que genera una sensación de cercanía y familiaridad con el programa, pilares fundamentales que adoptará el presente proyecto.

Siguiendo el trabajo de Andrea Compton, *Dulces y Saladas* (Prime Video, 2021) sería un proyecto de referencia para *Lo que Interesa* (2023). El *podcast*, visualizado en la figura 4, es creado para Prime Video España en 2021 y es un programa presentado por Andrea Compton e Inés Hernand donde realizan entrevistas y charlan sobre actualidad de una forma natural y sin tapujos, haciendo especial hincapié en la cultura pop y en el mundo cinematográfico de Prime Video.

Figura 4. Fotograma *Dulces y Saladas* (Prime Video, 2021).



Fuente: canal de Youtube de *Dulces y Saladas* (<https://www.youtube.com/@PrimeVideoES/videos>).

El proyecto se nutre de la dinámica con la que realizan el programa, aparentemente sin guión, pero con una naturalidad visible que ayuda al espectador a conectar con el presentador e invitados mediante la profesionalidad de la presentadora y la eficaz elección de los invitados que aportarían testimonios atractivos para el presente trabajo.

El contenido creado para Youtube y Spotify *Animales Humanos* (Alonso, 2021) por Ibai en 2021, según aparece en la figura 5, mantiene la esencia de humildad y ética periodística que se quiere tomar como referencia. Ibai, sin ser periodista, ha creado una plataforma de activismo y entrevistas interesantes donde consigue que el invitado se sienta cómodo y hable con total tranquilidad consiguiendo que se encuentre en el Top 10 de los *podcasts* más escuchados e influyentes de España.

Figura 5. Fotograma *Animales Humanos* (Alonso, 2021).



Fuente: canal de Youtube de *Animales Humanos* (<https://www.youtube.com/@animaleshumanos>).

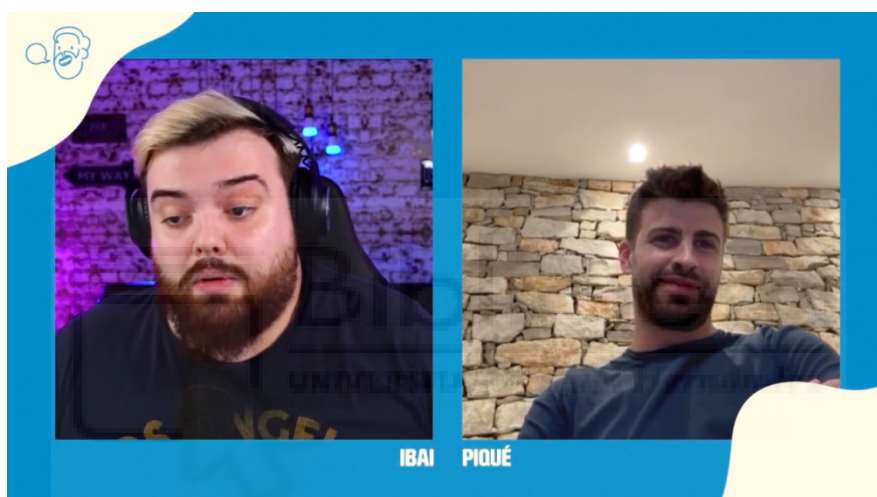
Lo que Interesa (2023) tomaría como referencia la ética periodística inculcada en valores que pretende llevar a cabo *Animales Humanos* (2021). Para ello, el programa busca promover el diálogo y el debate constructivo en la sociedad, fomentando la participación ciudadana, más centrada en la juventud, en temas relevantes y abriendo espacios para la reflexión y el intercambio de opiniones. Esto contribuiría a construir una comunidad más informada, crítica y comprometida con la defensa de los valores y principios éticos que defiende *Animales Humanos* (2021).

Al mencionar que el proyecto está pensado para desarrollarse en Twitch se debe coger como referencia la sección de Ibai Llanos llamada *Charlando Tranquilamente* (Llanos, 2021) en la cual, Ibai, el presentador, entrevista y mantiene una charla distendida con el invitado.

Esta sección, mostrada en la figura 6, es creada en 2021 para Twitch y Youtube y pone de manifiesto la actual situación que atraviesan los medios de comunicación, en especial el deportivo, pues conocidos jugadores de fútbol tales como Piqué o Messi han preferido acudir a entrevistas de Ibai antes que a

entrevistas de periodistas consagrados. Ellos han reconocido sentirse más cómodos con el formato y las preguntas elegidas. Según el artículo publicado en 2021 por SportYou titulado: *Agüero explica a Ibai por qué cada vez los futbolistas hablan más con él y menos con periodistas: "Van a pinchar"*, Sergio Agüero, futbolista de élite, explica como muchos futbolistas prefieren otorgar entrevistas con personalidades de redes sociales o *streamers* en lugar de a periodistas reconocidos. Esto es así ya que muchos periodistas buscan con sus preguntas "pinchar" a los jugadores y generar controversia en lugar de informar sobre la noticia. Una prueba del auge de este tipo de entrevistas y que serviría como un signo de posible éxito con el proyecto elegido.

Figura 6. Fotograma *Charlando Tranquilamente* (Llanos, 2021).



Fuente: canal de Youtube de *Charlando Tranquilamente* (<https://bit.ly/43AWtNk>).

Este hecho sería posible ya que, si los invitados se sienten cómodos con el formato y la tertulia, se puede generar un ambiente relajado con conversaciones auténticas y enriquecedoras. Por otro lado, el éxito de programas como *Charlando Tranquilamente* (2021) pone de manifiesto que existe una audiencia interesada en este tipo de contenidos, en los que priman el diálogo y la empatía. *Lo que Interesa* (2023) tomaría como referente el evitar la confrontación o el sensacionalismo ya que no encajan con los valores del programa. Esto sería posible gracias a la planificación del guión y la selección de los invitados.

Por último, cabe destacar a un referente que se posiciona como uno de los *podcasts* con mayor repercusión en entretenimiento, *La Pija y la Quinqui* (Peguer, 2022). Los autores de este formato, mostrados en la figura 7, comenzaron en 2022 para Youtube un programa de entrevistas con toques de

humor sin previo guión a seguir. Actualmente han fichado por Spotify cuyo contenido es exclusivo en dicha plataforma.

El programa toma como referencia la temática junto a la sencillez y la desenfadada forma de charlar con el invitado, donde se sacan aspectos interesantes, pero, aun teniendo guión, de forma que no lo parezca debido al carisma de los presentadores. El proyecto adoptaría la naturalidad y la capacidad de improvisación de los presentadores ya que es ahí donde reside el éxito del programa. Cada vez son más los programas que apuestan por la actitud en la que no parece que haya un guión previo y estructurado. Estos serían los pilares fundamentales en los que se basaría el proyecto para evolucionar y poder asentarse en el mundo de los *podcasts*.

Figura 7. Fotograma *La Pija y la Quinqui* (Peguer, 2022).



Fuente: canal de Youtube de *La Pija y la Quinqui* (<https://www.youtube.com/@pijayquinqui>).

1.3.2. Referentes visuales

En cuanto a referentes visuales, la gran mayoría de referentes citados anteriormente coinciden en planos muy parecidos en cuanto a tamaño y forma. Todos estos formatos coinciden en una evolución del lenguaje audiovisual que se adapta en estas nuevas fórmulas televisivas. En términos formales, encontramos a presentadores e invitados sentados en una mesa encuadrados en un plano medio, incluso, plano medio largo. Se busca transmitir una sensación de cercanía con el espectador por lo que se adecúan planos cercanos o incluso con un encuadre más abierto que permita ver el entorno del presentador y el invitado. Por todo ello, ese sería el estilo que se pretende seguir con el proyecto.

Mencionados todos los referentes, *Lo que Interesa* (2023) pretende beber de dichas influencias para combinar el contenido, los planos visuales y el decorado en una mezcla entre el *podcast* y el *streaming* en Twitch. El objetivo final es crear una experiencia de entretenimiento única y envolvente para el público que, mediante la elección de los elementos citados anteriormente, logre mantener la atención y el interés del espectador durante toda la emisión del programa.

2. Realización del proyecto: fases

En lo que respecta a la realización del proyecto, al comenzar la primera etapa del proyecto siendo ésta la preproducción, se establecen las líneas de acción con la finalidad del programa propuesto, así como responsabilidades y tareas a ejecutar. Más adelante se procede a seguir las distintas fases por las que se conforma cada etapa, tal y como se puede apreciar en la tabla 2.

Tabla 2. Esquema de las etapas en el proceso del proyecto.

PREPRODUCCIÓN	Identidad visual Guión literario Guión técnico Escaleta Esquema de luces y tiro de cámara
PRODUCCIÓN	Decorado Realización Control y organización del trabajo
POSPRODUCCIÓN	Montaje y edición Campaña en redes sociales

Fuente: Elaboración propia.

Dichas fases son claves esenciales para la creación de un programa de televisión y retransmisión en *streaming*, ya que la función que tienen cada una de ellas por separado contribuye al éxito de la creación en su conjunto. Con la preproducción se planifica qué es lo necesario para llevar a cabo la producción del presente proyecto. Se define el concepto del programa, cómo surge y qué finalidad va a tener en un futuro, así como los recursos necesarios para llevarlo a cabo. Otro aspecto esencial de la preproducción es delimitar cuál es su identidad visual y corporativa además de la escaleta y los guiones pertinentes. En lo que respecta a la producción, ésta es la fase donde se graba el programa siguiendo el guión y las directrices establecidas en la fase de preproducción.

Se realizan las grabaciones en el plató con los elementos característicos del programa creados exclusivamente para éste como por ejemplo decorados y cabecera. En definitiva, se ejecutan todas las tareas necesarias para que el proyecto se grabe de la forma más efectiva posible.

Para la posproducción, aunque el programa sea emitido en directo en Twitch, también se ha determinado que salga en televisión unas horas más tarde, por lo que se tendrá que tener en cuenta los parámetros de emisión y diseño para poder subirlo a la plataforma Youtube, así como portadas y miniaturas de *Lo que Interesa* (2023).

Además, se tendrá en cuenta el proceso de difusión, de publicidad y promoción del programa en redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, LinkedIn), así como con noticias promocionales en la web de TeleElx para intentar llamar la atención y atraer al máximo número de espectadores posibles.

3. Resultados del proyecto

En cuanto a los resultados del proyecto, el enfoque empleado abarca las etapas de preproducción, producción y posproducción.

3.1. Preproducción

En la fase de preproducción se plantearon las bases del proyecto audiovisual, en qué se iba a sustentar y cómo iba a hacerse. A continuación, profundizamos en la creación de la identidad visual de nuestro formato, de la cabecera y del guión y su escaleta.

3.1.1. Identidad visual

En primer lugar, había que delimitar la identidad corporativa y visual del programa, así como logos y cabeceras. Para establecer un punto de partida a la hora de elegir un logo, había que definir cuál era la idea de proyecto inicial. Para ello, nos tendríamos que fijar en las líneas de trabajo de TeleElx, pues es un medio de comunicación donde todos los programas deben seguir unas guías y unas pautas de estilo similares para no desentonar. Fijándonos en programas de televisión claves en TeleElx, como el informativo *TeleNit* (Vilaseca, 1987), visualizado en la figura 8, nos fijamos como el logo va en

dirección similar; un texto sobre un fondo formando así un logotipo. Esto también ocurre con otros programas del medio de comunicación como el magacín *Día a Día* (Sanz, 1995) o la tertulia informativa *El Debate* (Martínez, 2021); antes llamado *El Análisis* (González, 2017), visualizados en las figuras 9 y 10. Todos los programas guardan una coherencia visual que se debe seguir si se quiere empezar un proyecto nuevo en TeleElx. Estos parámetros forman parte de la guía de estilo del medio.

Figura 8. Fotograma *TeleNit* (Vilaseca, 1987).



Fuente: web de TeleElx.

Figura 9. Fotograma *Día a Día* (Sanz, 1995).



Fuente: web de TeleElx.

Figura 10. Fotograma *El Debate* (Martínez, 2021).



Fuente: web de TeleElx.

Lo que Interesa (2023) es un producto joven e innovador local asentado en la ciudad de Elche por lo que, tanto fuente y tipografía del logo como de la cabecera deberían ir al unísono de estos valores y poder identificarse a golpe de vista. En cuanto a referentes, según las figuras 11, 12, 13 y 14 mostradas en el siguiente documento, ha servido como inspiración tipografías de programas y *podcasts* que siguen una línea parecida de objetivos del proyecto.

Figura 11. *Sobreviviré AfterShow* (Telecinco, 2021).



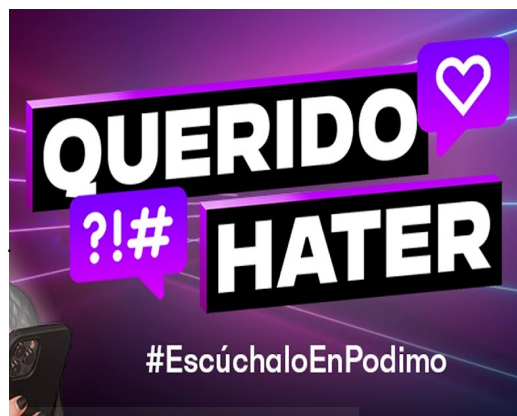
Fuente: noticia en *Crónica Directo*.

Figura 13. *Dulces y Saladas* (Rodríguez y Hernand, 2021).



Fuente: canal de Spotify de *Dulces y Saladas*.

Figura 12. *Querido Hater* (Podimo, 2022).



Fuente: canal de Youtube de Podimo España.

Figura 14. *Entre el cielo y las nubes* (Escanes, 2022).



Fuente: Podimo España.

Para la elección del logotipo, primero se realizó un boceto, mostrado en la figura 15, para tener una primera idea. Se optó por la elección de la fuente tipográfica *Bodoni* ya que es utilizada en numerosos trabajos y marcas que implican a gente joven, sin embargo, la tipografía se percibe muy seria, dándole un toque más antiguo y consiguiendo así restarle valor dinámico y juvenil.

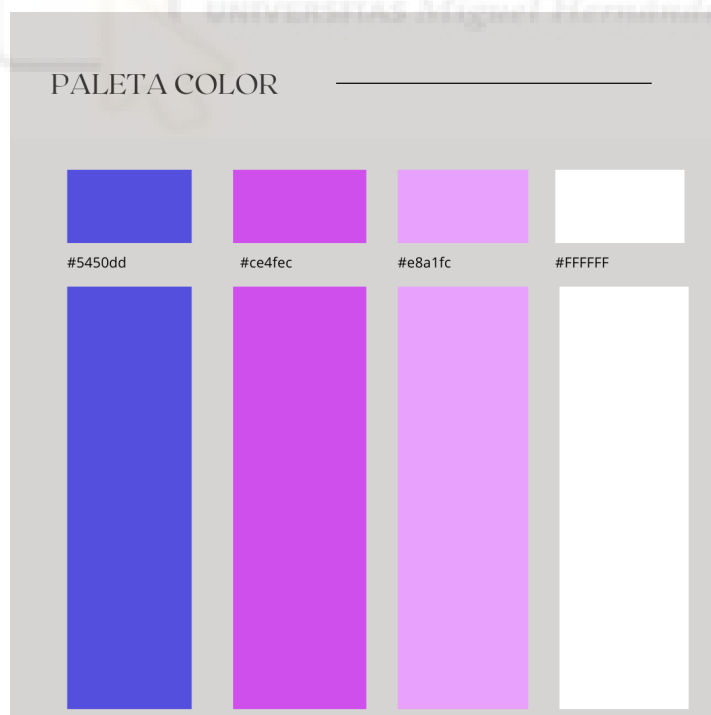
Figura 15. Boceto Logotipo *Lo que Interesa* (Ferrández, 2023).



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los colores corporativos, según se puede ver en la figura 16, mediante el rosa, el violeta y el blanco se forma una amalgama de color que compone el diseño y que aparecen en el logotipo, durante toda la duración de la cabecera de la que se hablará más adelante, así como en todas las piezas principales en sus distintas plataformas de emisión. Son los colores elegidos para representar la identidad visual de la marca o empresa.

Figura 16. Colores corporativos *Lo que Interesa* (2023).



Fuente: Elaboración propia.

El logotipo definitivo, mostrado en la figura 17, contiene la misma tipografía que en la cabecera, siendo esta la fuente *Rickson*, así como los colores

corporativos mostrados en la figura 13. También integra elementos gráficos y geométricos como cruces en forma de equis, las equis transmiten ritmo y sensación de movimiento, pudiendo destacar como señales reconocibles que llaman la atención del espectador que las ve. El logo, sin ser cargante ni pesado, aporta espontaneidad y dinamismo de manera ligera y cuidadosa para que, con un simple golpe de vista, atraiga la atención del espectador que lo vea por primera vez. Además, se ha tenido en cuenta la simplicidad en el diseño, evitando la sobrecarga de elementos o detalles excesivos que puedan distraer a dicho espectador. Un diseño limpio y bien estructurado permite que el logo sea fácilmente reconocible y comprensible a simple vista porque cuando el diseño es despejado y no está sobrecargado de detalles innecesarios, se facilita la interpretación y reconocimiento rápido del logo por parte del espectador.

Figura 17. Logotipo definitivo *Lo que Interesa* (2023).



Fuente: Elaboración propia.

El logo se eligió diseñarlo de distintas formas y colores pensando en su distribución en los distintos formatos del programa como es el caso de los titulares de pantalla, figura 18, que se mostrarán más adelante. El logo se decidió diseñarlo así pensando en su distribución en las diversas plataformas televisivas para así maximizar su impacto visual en cifras de contenido en cada contexto específico. Al tener en cuenta dichos formatos, el logo mantiene la coherencia visual buscada en las guías de estilo que utiliza TeleElx citadas anteriormente y que funcionan para entender y visualizar todos los programas que integra la cadena de televisión. Esto proporciona una estructura visual

consistente y reconocible en todas las plataformas y contenidos transmitidos por el medio de comunicación.

Figura 18. Logotipo transparente en blanco *Lo que Interesa* (2023).



Fuente: Elaboración propia.

Para la elección de cabecera, se ha elegido una web que ofrece ventajas creativas para diseñadores web de gráficos, imágenes y vídeo llamada [Envato](#). En cuanto a los bocetos, hay distintos estilos de paquetes de emisión válidos, por ejemplo:

- 1) <https://elements.envato.com/es/dynamic-urban-opener-JYZLV2Q>
- 2) <https://elements.envato.com/es/colorful-fashion-promo-9VU65GY>
- 3) <https://elements.envato.com/es/delicious-VV95DJA>

Todas las plantillas son ágiles y vivaces ya que, mediante el juego de las imágenes con el texto, se pueden señalar y transmitir los temas y aspectos que definen el concepto del programa. Se llega a esta conclusión debido a que en estas plantillas reside el objetivo del proyecto: poder captar la atención del espectador correctamente. Con los elementos de estos formatos se pueden destacar los aspectos visuales y combinarlos con el texto de manera armoniosa. Por otro lado, los elementos gráficos en movimiento como las animaciones, transiciones y efectos visuales hacen que el programa se perciba vivaz y activo. Esto también ocurre con las fotografías, pues estas capturan los pilares fundamentales del programa para así continuar manteniendo al espectador expectante. En definitiva, la combinación de factores visuales y textuales crea una experiencia coherente que genera una fácil comprensión de la información presentada en la cabecera.

Finalmente se eligió una plantilla donde el movimiento y los colores reflejaran la vitalidad del programa y sirviera de llamamiento para el público joven siendo este uno de los principales objetivos del presente proyecto. La cabecera, mostrada en el anexo 2, utiliza los mismos colores corporativos que el logotipo, mostrado en la figura 17. También integra elementos gráficos y geométricos como cruces en forma de equis, así como rombos, componentes clave a la hora de diseñar otras piezas fundamentales del programa como el decorado, los titulares de pantalla y los rótulos que se verán más adelante. Los elementos gráficos y geométricos son clave para otorgar un aspecto visual interesante a la identidad del programa. Las cruces en forma de equis y los rombos tienen diversos significados: por un lado, las cruces, explicado en el anterior apartado, aportan el ritmo y, por otro lado, los rombos son utilizados para enmarcar elementos importantes y así poder simbolizar la conexión del diseño presentada a través de la plantilla. Sin embargo, un aspecto a solucionar es corregir la cabecera e implementar el logo en la misma ya que la imagen de marca aparecida en el vídeo no es la misma que la utilizada en las pantallas del plató. Una solución sería reemplazar el logo aparecido en las cabeceras por el del plató.

En cuanto a las imágenes elegidas, se ha optado por la presencia de personas jóvenes, de una media de edad de 25 años aproximadamente, para ayudar al espectador a entender la idea del programa. Utilizar imágenes de personas jóvenes es un factor determinante para entender las líneas de trabajo del programa ya que la juventud es el público objetivo al que se quiere llegar por lo que, de esta forma, la elección de las imágenes son coherentes con el mensaje y los valores del programa. Además, el programa busca innovar y ser creativo, dos aspectos que suelen asociarse a las personas jóvenes porque suelen estar más familiarizadas con las nuevas tecnologías y las tendencias actuales.

Las imágenes resumen los conceptos básicos acerca de la temática que se tratará en cada capítulo del programa (música, ocio, redes sociales...) siempre con el toque de actualidad inmediata. Para la tipografía, se ha elegido la fuente *Rickson* ya que es una fuente de letra negrita *serif* que tiene como propósito lograr una terminación elegante sin llegar a ser pesada o demasiado formal

para *Lo que Interesa* (2023). La fuente se aplica para todas las piezas que derivan de este proyecto ya que forman parte de la narrativa visual y estética.

3.1.2. Guión, escaleta y esquema de luces con tiro de cámara

En lo que respecta a la elaboración del guión literario, mostrado en el anexo 3, se intentó seguir el patrón de los referentes temáticos citados anteriormente, por lo que se quiso adaptar un guión literario que diera pie a la improvisación y la naturalidad de la presentadora al comentar y hacer las preguntas y la de la invitada a la hora de responderlas.

Para el guión técnico, visualizado en el anexo 4, se ha optado por una elección de planos mediante un sistema similar al que utilizan los *streamers* y generadores de contenido, no por ello más actual puesto que éstos eligen un fondo plano. Este sistema recuerda al cine primitivo, surgido aproximadamente entre 1893 y 1896, que utilizaban Lumière, Méliès o Segundo de Chomón en los inicios del cine caracterizado por planos estáticos donde lo importante ocurría frente al objetivo de la cámara, la cual se mantiene inamovible en un lugar, en este caso, en el set. Además, no existía el concepto de montaje. Esto ocurría ya que, aplicado al contexto de los *streamers*, según un estudio publicado por Antolín (2012), los creadores de contenido solo tenían la posibilidad de grabar con una *webcam* o utilizar una cámara digital sin poder realizar ediciones complejas. Sin embargo, con el progresivo paso del tiempo, los usuarios comienzan a pedir más implicación por parte de la persona que inicia el directo.

En comparación con lo que podemos ver en una sala de cine actual, en sus orígenes, el cine era una especie de «cine documental», muestran la realidad [...] el público comienza a demandar más contenidos y se empiezan a incluir pequeñas narraciones (Guerra, 2022).

Sin embargo, actualmente vemos como los formatos en Twitch van cambiando y, poco a poco, adoptan características del MRI como la existencia de edición y montaje o la escalaridad de distintos planos. En lo que respecta a *Lo que Interesa* (2023), se ha presentado una innovación al formato estandarizado parecida a lo que está ocurriendo en Twitch ahora mismo. Se ha implantado el concepto de realización televisiva con distintos planos y encuadres experimentando con el MRI aplicado a la producción de televisión. De esta

forma, nos encontramos ante una evolución hacia un tipo de formato donde el programa se consagra con una mayor variedad de tomas y enfoques lo que permite visualizar distintos planos, ángulos y detalles durante la emisión. Evolucionar hacia un formato más cercano al MRI también facilita la posibilidad de crear montajes en tiempo real además de poder pasar por un proceso de edición. Esto supone un mayor nivel de producción y calidad a los contenidos emitidos en tiempo real. Además, esta evolución hacia un formato más cercano al MRI también ha facilitado la posibilidad de realizar ediciones y montajes en tiempo real, lo cual agrega un mayor nivel de producción y calidad a los contenidos transmitidos.

En cuanto a la elaboración de la escaleta, según se puede observar en el anexo 5, se ha elegido una sencilla donde, con un simple golpe de vista, se entienden las distintas puntualizaciones del programa. Mediante las indicaciones técnicas, se especifican cuánto duran y en qué momento aparecen las intervenciones. En este caso intervenciones de la presentadora e invitadas además de vídeos explicativos, cabeceras y cierres con el objetivo de clarificar la labor del realizador. Para la elaboración del esquema de luces y el tiro de cámara, visualizados en el anexo 7, se han utilizado los planos del plató, expuestos en el anexo 6, donde se realiza el programa. A la hora de diseñar el escenario donde se graba, las listas de los planos, la elección de la ubicación de las cámaras junto con el orden en el que se grabará cada plano se ha utilizado la herramienta *ShotDesigner*. En cuanto a estructura de durabilidad y organización de días de emisión, *Lo que Interesa (2023)* mantiene una duración de 30 minutos aproximadamente, el capítulo piloto se emitió el 25 de abril y tiene una periodicidad quincenal los martes a las 17h vía Twitch en el canal de TeleElx y emitido en forma de redifusión a las 22h en la televisión, concretamente en el canal de TeleElx.

3.2. Producción

En referencia a la fase de producción, el programa *Lo que Interesa (2023)* utiliza un plató con un decorado donde se ha optado fusionar dos estilos distintos. Los conocidos *late night* como por ejemplo el programa *Late Motiv* (Amorós, 2016) presentado por Buenafuente y el formato visual del *podcast* como por ejemplo el referente ya mencionado en un principio *Estirando el*

Chicle (2020). De esta forma el plató, visualizado en la figura 19, utiliza una mesa junto a una silla blanca a su alrededor para la presentadora. A su vez emplea una silla azul, separada a unos metros de la mesa de la presentadora, de terciopelo para el invitado.

Figura 19. Plató con decorado del programa (2023).



Fuente: Elaboración propia.

Con la mesa y las sillas distribuidas de esa forma (como lo hacen en los *late night*) y el toque del micrófono en la mesa (como lo hacen en los *podcasts* actuales de éxito), se consigue innovar en el proyecto mezclando los dos elementos diferenciadores de ambos géneros de entretenimiento. Sin embargo, al elegir mobiliario perteneciente a otros programas de TeleElx, el espectador puede relacionarlo con dichos programas y perder la identificación de *Lo que Interesa* (2023). Se debería adquirir un mobiliario único y reconocible para el programa que ya se está estudiando desde el departamento de dirección.

Por otro lado, el plató utiliza un *video wall* de pantallas led en el que aparecen imágenes acordes con la temática por lo que se ha realizado un decorado especial que sea diferenciador para utilizarlo en el programa con el logo y los componentes geométricos empleados en la vídeo de presentación. Se ha diseñado una pared de color rosada, según se puede ver en la figura 20, con las equis y los destellos de la cabecera junto con el logo en blanco del programa. Con el diseño de neón se aporta un toque de nocturnidad y acercamiento al espectador para que se sienta cómodo y atento. Aunque

pueda ser relacionado con la prohibición y el peligro de ambientes nocturnos, en relación a los programas de televisión, no significa que se utilice con dicho propósito. El neón se utiliza como una herramienta para crear un ambiente llamativo en el plató muy empleado en la industria del entretenimiento con el objetivo de generar una iluminación que llame la atención y capte al espectador.

Figura 20. Diseño inicial pantallas *Lo que Interesa* (2023).



Fuente: Elaboración propia.

El neón se utiliza como una herramienta para crear un ambiente llamativo en el plató muy empleado en la industria del entretenimiento con el objetivo de generar una iluminación que llame la atención y capte al espectador. Sin embargo, más adelante se añadió un fondo que simulara un muro, así como las equis de neón con destellos desde otra perspectiva quedando así el decorado definitivo para las pantallas del plató como se puede ver en la figura 21. Las pantallas también facilitan al espectador la identificación visual del programa para poder reconocerlo de una manera más sencilla.

Figura 21. Diseño definitivo pantallas *Lo que Interesa* (2023).



Fuente: Elaboración propia.

En referencia a cómo es el diseño de la emisión, se han elegido unos titulares de pantalla que resuman la temática así como aspectos relevantes que se mencionan durante la tertulia de manera que en todo momento se pueda leer un resumen acerca de lo que se está hablando en esa parte del programa adoptando las técnicas que se están utilizando actualmente en los distintos programas televisivos de entretenimiento e información. Dichas técnicas como los titulares de pantalla se emplean para facilitar la comprensión de la

información que aparece en pantalla y poder captar de esa forma la atención del espectador cuando el titular sea muy potente. Esta técnica se ha vuelto muy común en las plataformas de entretenimiento para ayudar a mantener el interés de un público que cada vez busca estar más informado pues si pierde el hilo cambiará de canal rápidamente. Siempre se intenta que la persona que vea el programa se involucre y participe por lo que, es conveniente facilitarle la comprensión de la tertulia con resúmenes de los temas tratados. Por otro lado, Peralta (2011) señala otra de las ventajas de este formato, además de ser visualmente atractivo e informativo para el espectador, existe la posibilidad de que la persona que está viendo el programa pueda leer los aspectos más importantes sin necesidad de escucharla. La autora ejemplifica este caso con el ejemplo de estar en una cafetería, restaurante o sala de espera.

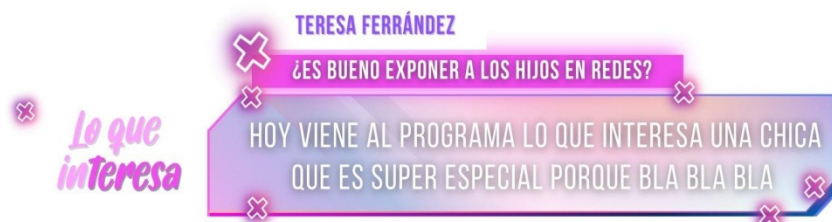
A la par que los titulares, se ha elegido los rótulos pertenecientes a los nombres y apellidos de la presentadora y los invitados combinándolo con un *hashtag* que señale las siglas del programa (LQI) seguido del nombre del invitado. Ambos diseños fueron elaborados en forma de bocetos, señalados en las figuras 22 y 23 para más adelante darle forma y conseguir el diseño definitivo. El objetivo es obtener un diseño final para los rótulos sean visualmente atractivos, fácilmente legibles y coherente con la identidad visual del programa para que cumpla con los estándares de la marca.

Figura 22. Boceto de titulares de pantalla *Lo que Interesa* (2023).



Fuente: Elaboración propia.

Figura 23. Boceto de titulares de pantalla *Lo que Interesa* (2023).

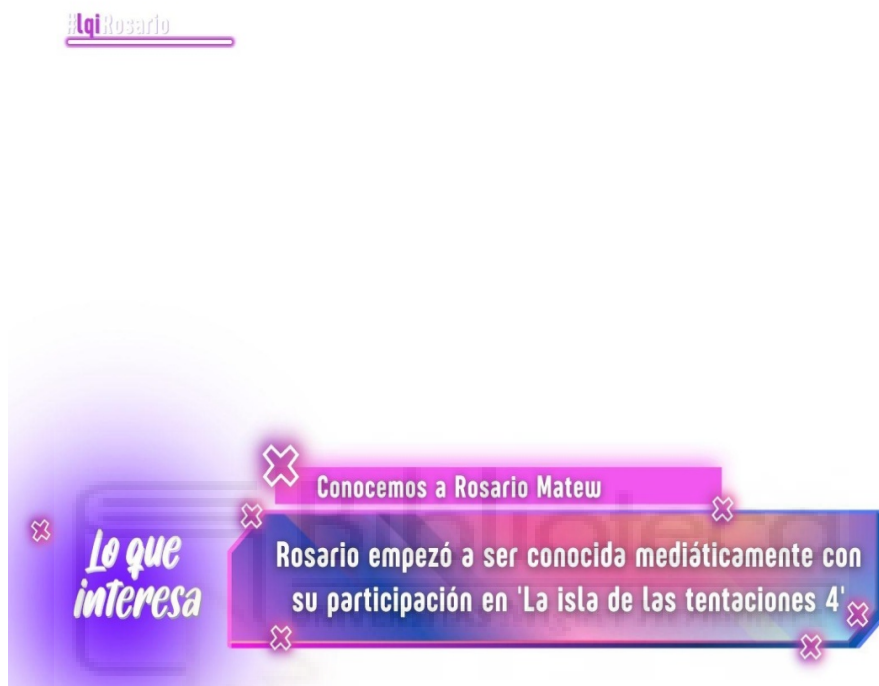


Fuente: Elaboración propia.

Para el diseño definitivo, mostrado en la figura 24, se utilizan los colores corporativos del proyecto además de las equis que forman parte de los

elementos claves combinándolos con un efecto neón que sirva como reclamo y llame la atención del espectador. Se ha utilizado la tipografía *SugoDisplay* buscando una similitud coherente con la fuente tipográfica de la cabecera ya elegida debido a que se busca mantener una estética visual cohesiva y reconocible en toda la identidad de la marca.

Figura 24. Titulares de pantalla definitivos *Lo que Interesa* (2023).



Fuente: Elaboración propia.

La grabación emplea una iluminación de focos led utilizando luz de día de 5600k y en relación a las cámaras, vistas en las figuras 25 y 26, se han utilizado tres cámaras Ptz. Por otro lado, para la integración del decorado, titulares y rótulos en las pantallas led, se usa la aplicación libre y de código abierto *Open Broadcaster Software* (OBS) ya que habilita la difusión de contenido de vídeo a través de Internet. Es una eficaz herramienta para crear de forma sencilla producciones muy avanzadas como por ejemplo configurar diferentes tipos de escenas y que se puedan transicionar entre unas y otras durante la grabación del programa. También permite crear marcos y *overlays* que aporten profesionalidad al proyecto como por ejemplo para su emisión en Twitch. El hecho de poder configurar y elegir entre diferentes tipos de escenas durante la grabación de un programa le añade variedad en lo que respecta a la elección de planos y un contenido más elaborado para nutrir al programa. Esto es posible ya que, al tener la posibilidad de cambiar entre distintas escenas, se

pueden adaptar los planos y enfoques según las necesidades específicas de cada momento del programa, lo que contribuye a mantener el interés de la audiencia y a ofrecer una experiencia más enriquecedora.

Figura 25. Distribución de cámaras *Lo que Interesa* (2023).



Fuente: Elaboración propia.

Figura 26. Distribución de cámaras *Lo que Interesa* (2023).



Fuente: Elaboración propia.

La realización del programa, mostrado en la figura 27 y 28 cuenta con un software llamado *vMix* con el que se realiza el programa y se intercambian los planos que aparecen y se graban durante la tertulia de manera que se generan completas producciones de forma profesional.

Figura 27. Realización del programa *Lo que Interesa* (2023).



Fuente: Elaboración propia.

Figura 28. Teresa junto a la invitada ElisabetCardi (2023).



Fuente: Elaboración propia.

El programa 1 fue grabado el día 5 de abril a las 11:30 de la mañana con la invitada experta en redes sociales y generadora de contenido ElisabetCardi, mostrada en la figura 29. Gracias a la invitada elegida, se ha podido cumplir con la función de dinamismo y naturalidad haciendo sentir a la invitada cómoda

la cual ha explicado su función como *influencer* en la tertulia de *Lo que Interesa* (2023).

3.3. Posproducción

En lo que respecta al proceso de posproducción, *Lo que Interesa* (2023) está creado para emitirse de forma quincenal en la plataforma en *streaming* Twitch. Sin embargo, se ha decidido que el programa además sea emitido a través del canal de televisión de TeleElx también de manera quincenal, pero a las 22:00h. de la noche con su respectiva redifusión en Youtube, proceso que sigue TeleElx con todos sus programas propios.

De este modo, es necesario crear una plantilla de portadas y miniaturas para Youtube así como tener en cuenta los parámetros de emisión y diseño. Otro aspecto importante es la distribución en redes sociales por lo que se realizará una campaña de promoción del programa en las distintas redes sociales de TeleElx (Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, LinkedIn). Además, la web de TeleElx es un foco para atraer espectadores, de esta forma se redactarán noticias promocionales para mantener informados a los lectores, la ciudadanía de Elche.

Respecto a las redes sociales, se ha de poner especial foco en cómo abordarlas, pues un análisis publicado por Valero (2021) pone de manifiesto que, a partir del año 2010, las redes sociales comenzaron a ser primordiales y convivir con los consumidores. Actualmente, plataformas generadoras de contenido ofrecen distintas categorías de comunicación en las que se pueden encontrar perfiles personales (Instagram o Facebook) o profesionales (LinkedIn). El contenido de cada plataforma es distinto y hay que abordarlo con lenguajes diferentes para un entorno percibido como más personal o uno más profesional.

4. Conclusiones

Las conclusiones propuestas responden a los objetivos planteados en el apartado 1.1. Según el objetivo 1 siendo éste la realización de un programa de entretenimiento en la plataforma Twitch, llamado *Lo que Interesa* (2023) concluimos con que es posible ya que contamos con las herramientas necesarias relacionadas con el soporte técnico y digital además de contar con

el canal de retransmisión de una televisión pionera en Elche con gran trayectoria profesional en cuanto a medio de comunicación.

En base al objetivo establecido en el punto 2 siendo éste plantear la estructura de cámaras, luces y decorado en un plató de televisión, concluimos con el resultado final del programa. Por lo que este objetivo está cumplido ya que se ha elaborado la estructura mediante diversos planos relacionados con el esquema de luces y tiro de cámara. Del mismo modo, se ha establecido una elaboración de decorado que siga las directrices de la filosofía de *Lo que Interesa* (2023). En lo que respecta al objetivo 3, tiene como finalidad conseguir acercar al espectador joven. Este objetivo ha sido posible gracias a la elección de invitados junto con la metodología y la estructura de narración del programa ya que los decorados, cabeceras e identidad visual están directamente relacionados con los jóvenes siendo éstos los protagonistas del vídeo de inicio del programa. En lo que respecta a los invitados, siendo el primero una *influencer* de reconocida trayectoria en redes sociales y televisión, se ha querido enfocar la dirección de la entrevista hacia un público más joven consiguiendo así captar la atención de dicho *target*.

El objetivo 4, resumido como construir un espacio de charla distendido y natural, se puede decir que también es posible gracias a la previa documentación y elección de referentes que sí cumplen y consiguen construir dicho espacio novedoso y energético. En base al objetivo 5 que busca implantar la metodología propia de la plataforma social Twitch, a pesar de no contener su estructura inicial con su *overlay* donde aparecen comentarios, se ha optado por tener un aspecto más común en televisión ya que es emitido en dicho canal en forma de redifusión. Aun así, se mantiene la filosofía de Twitch ya que se leen y se responden comentarios en directo tal y como realizan los *streamers* en sus directos.

Y, por último, el objetivo 6 se sustenta como el diseño de la identidad visual del programa. Éste se ha podido conseguir debido a que se ha elegido un nombre atrayente porque guarda relación y coherencia con la temática del programa. Se ha seleccionado el título *Lo que Interesa* (2023) con el objetivo de ser atractivo para el público. El nombre refleja la relevancia de los temas a tratar generando curiosidad e interés.

Por otro lado, se ha buscado con el decorado y el diseño de las pantallas, titulares y rótulos fusionar ambos conceptos, el del *late night* y el de la plataforma Twitch, explicados en el apartado 3.2. En definitiva, se ha conseguido que la identidad visual de *Lo que Interesa* (2023) cumpla con el objetivo principal de crear un programa de entretenimiento joven, animado y moderno.

Debido al éxito del primer programa, el proyecto tiene viabilidad y continuidad ya que desde la primera emisión del episodio piloto ya forma parte de la parrilla televisiva y del Twitch de TeleElx, teniendo una periodicidad quincenal los martes a las 22:00 horas con una duración de media hora aproximadamente.

5. Discusión

Lo que Interesa (2023), mostrado el capítulo piloto en el anexo 1, permite destacar los diferentes niveles de complejidad que supone la creación y producción de un programa desde cero para su retransmisión en Twitch y, debido a su potencial, su consecuente redifusión en un canal de televisión. Un proyecto que supone un aprendizaje continuo en la fase de documentación, donde se ha analizado el panorama local de oferta televisiva de entretenimiento joven en comparación con el nacional. También supone un aprendizaje en la parte práctica, pues se han establecido y llevado a cabo las tres fases fundamentales para la creación de una obra audiovisual; preproducción, producción y posproducción.

Todo ello permite tener una visión general a través del audiovisual acerca de qué quieren los jóvenes y por qué las televisiones deben implementar una oferta de programación de entretenimiento y ocio para ellos. Sin embargo, la dificultad de la elección de los invitados del programa ha supuesto un reto para la dirección de éste. Pues para sustentar la demanda joven se requería de unos invitados especiales que no siempre están disponibles para poder venir al plató a grabar. Todo ello supone constante reajuste de horarios y cambios de última hora que impiden seguir con la organización previamente establecida teniendo así que amoldar los horarios de emisión del programa a las preferencias del invitado.

En definitiva, pese a los impedimentos en relación al horario de los invitados, presión y material necesario, los resultados obtenidos son altamente

satisfactorios. Se han cumplido las expectativas propuestas a lo largo del documento ya que se ha creado un proyecto audiovisual en base a la filosofía y objetivos propuestos en un principio.

Lo que Interesa (2023) tiene visión de futuro, son muchas las personas que ya se han puesto en contacto con TeleElx debido al descubrimiento de un nuevo programa con unas metodologías nunca vistas en un medio de comunicación local. Y así se busca continuar el programa, mantener la esencia del éxito de los programas nacionales citados en referentes, pero dándole ese toque local y que se pueda reconocer que proviene de Elche. Ya se están planteando futuros invitados como es el caso de Sitios de Elena, una creadora de contenido que promueve estilos de vida propios de Elche incluso planes de ocio y gastronomía enfocados a la población ilicitana. También se está intentando contactar con Lola Lolita, la *influencer* más relevante en el mundo de TikTok. Lola es ilicitana y puede enriquecer al programa con sus experiencias y anécdotas. En cuanto a aspectos a mejorar, se debe mencionar la elección del decorado y la necesidad de adquirir un mobiliario reconocible para el programa. Además del decorado, solucionar el diseño del logo en la cabecera para que se unifique con el de las pantallas del plató.

Con *Lo que Interesa* (Ferrández, 2023), se conseguirá tener un archivo que funcione como una base de datos histórica a la que se pueda acudir cuando se quiera obtener información de alguna personalidad relevante de Elche. *Lo que Interesa* (2023) inicia su camino al cual mi equipo y yo le vaticinamos un gran éxito. Es uno de los hitos más importantes en mi carrera y trayectoria profesional que este proyecto creado con tanta ilusión y pasión continúe durante mucho tiempo en la parrilla de TeleElx. Por otro lado, he descubierto mi interés por los nuevos formatos televisivos por lo que me seguiré informando en todo lo relacionado con innovación en realización televisiva. ¡Larga vida a *Lo que Interesa*!

6. Bibliografía

1. Álvarez Chávez, M. P., Rodríguez Garay, G. O. y Husted Ramos, S. (2022). Plataformas de podcasting: el audio digital a la carta que triunfa en España, *Comunicación y pluralidad en un contexto divergente* (pp. 790-811). Dykinson. <https://bit.ly/3NdJ1JC>
2. Álvarez Monzoncillo, J. M. (2011). Las nuevas incertidumbres en R. M. Sáinz (Ed.), *La televisión etiquetada. Nuevas audiencias, nuevos negocios* (pp.143-260). Ariel, Fundación Telefónica y Planeta. <https://bit.ly/42kwTur>
3. Antolín, R. (2012). *YouTube como paradigma del vídeo y la televisión en la web 2.0*. [Trabajo Fin de Grado, Universidad Complutense de Madrid]. Dialnet <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=314615>
4. Casells García, C. (2021). *Twitch. tv, un nuevo paradigma en la comunicación y el entretenimiento en Internet* [Trabajo Fin de Grado, Universidad Politécnica de València]. RiuNet repositorio UPV <https://bit.ly/43ESmzh>
5. Cazalla, L. M. (2017). Podium Podcast, cuando el podcasting tiene acento español, *Prisma social, Volumen(nº18)*, 334-364. <https://www.redalyc.org/pdf/3537/353751820012.pdf>
6. Díaz, R. L. (2016). *La entrevista periodística y la entrevista para la investigación científica* [Boletín Redipe, Universidad de Las Tunas]. Dialnet <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6066073>
7. Expósito Ruano, N., y López Collados, I. (2022). *Dándole al palique, un podcast de infoentretenimiento dirigido a la gente joven: creación de un proyecto para Podium Podcast* [Trabajo Fin de Grado, Universidad Autónoma de Barcelona]. Depósito Digital de Documentos de la UAB. <https://bit.ly/3MOQBJ1>
8. Fernández Núñez, E. (2022). *El cambio generacional del humor: Millennials y Generación Z* [Trabajo Fin de Grado, Universidad Pontificia Comillas]. Repositorio de la Universidad Pontificia Comillas. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/61413>
9. Guerra, T. (2023). *Inicios del Cine | Precine | Orígenes y los Inventores del Cine*. Historia del Cine.es. <https://historiadelcine.es/por-etapas/inicios/>

10. Hamilton, W., Garretson, O., Kerne, A. (2014). Streaming on Twitch: Fostering participatory communities of play within live mixed media. *Conference on Human Factors in Computing Systems – Proceedings*, 1315-1324. <https://dl.acm.org/doi/10.1145/2556288.2557048>
11. Ovelar, M. (2 de marzo de 2022). Estirando el chicle, más que 'Válidas': «Ahora es cuando los grandes de la industria nos prestan atención». *Forbes*. <https://forbes.es/podcast/140866/estirando-el-chicle-mas-que-validas/>
12. Orrantia, A. (2019). Diez claves para contar buenas historias en formato podcast en S. Poch (Ed.), *Diez claves para contar buenas historias en podcast* (pp. 200-254). UOC. <https://bit.ly/3qjVfHj>
13. Peralta, M. (2011). El auge de la infografía en I. Bort, S. García y M. Martín (Ed.), *La rotulación en la nueva televisión digital. Las noticias en televisión también se leen* (pp. 4). Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7499020>
14. Scolari, C. A. (2008). Hacia la hipertelevisión: los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. *Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, Volumen(nº77)*, 77-6. <https://bit.ly/3C7kyzc>
15. SportYou. (5 de septiembre de 2021). Agüero explica a Ibai por qué cada vez los futbolistas hablan más con él y menos con periodistas: 'Van a pinchar'. *20 minutos*. <https://bit.ly/3qmr8z8>
16. Telo, A. R. (2021). Lo de Ibai: Twitch y, de nuevo, el futuro de la televisión. *COMeIN: Revista de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, Volumen(109)*, 1. <https://bit.ly/43jrXqV>
17. Toselli, G. (22 de octubre de 2018). *¿Cómo afecta JustChatting a Twitch?*. CódigoEsports. <https://bit.ly/35pBgcR>
18. Valero Pastor, J.M. (2021). Jóvenes, nuevos formatos y subversión de la cultura televisiva tradicional. Los *talkshows* españoles en Twitch, *Plataformas, consumo mediático y nuevas realidades digitales. Hacia una perspectiva integradora* (pp. 373-396). Dykinson <https://bit.ly/45Cv4Me>
19. Villalonga, R. (2021). *Las prácticas y tendencias de Twitch. tv: Análisis de la plataforma como una nueva forma de televisión por internet* [Trabajo Fin de Grado, Universidad Pompeu Fabra]. Repositorio Tecnocampus. <https://bit.ly/3oPKUT5>

7. Relación de tablas

Tabla 1. Top 5 emisiones por <i>streamers</i> en Twitch por pico de audiencia (2021:32).	7
Tabla 2. Esquema de las etapas en el proceso del proyecto. Fuente: elaboración propia.	21

8. Relación de figuras

Figura 1. Fotograma <i>Estirando el Chicle</i> (Iglesias y Martín, 2022). Fuente: canal de Youtube de <i>Estirando el Chicle</i> (https://www.youtube.com/c/estirandoelchicle).	14
Figura 2. Fotograma <i>The Wild Project</i> (Carrillo, 2020). Fuente: canal de Youtube de <i>The Wild Project</i> (https://www.youtube.com/@TheWildProject).	15
Figura 3. Fotograma <i>Cuarto Millenial</i> (Rodríguez y Yustes, 2022). Fuente: canal de Youtube de <i>Cuarto Millenial</i> (bit.ly/45T2rL3).	16
Figura 4. Fotograma <i>Dulces y Saladas</i> (Prime Video, 2021). Fuente: canal de Youtube de <i>Dulces y Saladas</i> (https://www.youtube.com/@PrimeVideoES/videos).	17
Figura 5. Fotograma <i>Animales Humanos</i> (Alonso, 2021). Fuente: canal de Youtube de <i>Animales Humanos</i> (https://www.youtube.com/@animaleshumanos).	18
Figura 6. <i>Charlando Tranquilamente</i> (Llanos, 2021). Fuente: canal de Youtube de <i>Charlando Tranquilamente</i> (https://bit.ly/43AWtNk).	19
Figura 7. <i>La Pija y la Quinqui</i> (Peguer, 2022). Fuente: canal de Youtube de <i>La Pija y la Quinqui</i> (https://www.youtube.com/@pijayquinqui).	20
Figura 8. Fotograma <i>TeleNit</i> (Vilaseca, 1987). Fuente: web de TeleElx	23
Figura 9. Fotograma <i>Día a Día</i> (Sanz, 1995). Fuente: web de TeleElx	23
Figura 10. Fotograma <i>El Debate</i> (Martínez, 2021). Fuente: web de TeleElx	23
Figura 11. <i>Sobreviviré After Show</i> (Telecinco, 2021). Fuente: noticia en Crónica Directo.	24

Figura 12. <i>Querido Hater</i> (Podimo, 2022). Fuente: canal de Youtube de Podimo España.	24
Figura 13. <i>Dulces y Saladas</i> (Rodríguez y Hernand, 2021). Fuente: canal de Spotify de <i>Dulces y Saladas</i> .	24
Figura 14. <i>Entre el cielo y las nubes</i> (Escanes, 2022). Fuente: Podimo España.	24
Figura 15. Boceto Logotipo <i>Lo que Interesa</i> (2023). Fuente: Elaboración propia.	25
Figura 16. Colores corporativos <i>Lo que Interesa</i> (2023). Fuente: Elaboración propia.	25
Figura 17. Logotipo definitivo <i>Lo que Interesa</i> (Ferrández, 2023). Fuente: Elaboración propia.	26
Figura 18. Logotipo transparente en blanco <i>Lo que Interesa</i> (2023). Fuente: Elaboración propia.	27
Figura 19. Plató con decorado del programa (2023). Fuente: Elaboración propia.	31
Figura 20. Diseño inicial pantallas <i>Lo que Interesa</i> (2023). Fuente: Elaboración propia.	32
Figura 21. Diseño definitivo pantallas <i>Lo que Interesa</i> (2023). Fuente: Elaboración propia.	32
Figura 22. Boceto de titulares de pantalla <i>Lo que Interesa</i> (2023). Fuente: Elaboración propia.	33
Figura 23. Boceto de titulares de pantalla <i>Lo que Interesa</i> (2023). Fuente: Elaboración propia.	33
Figura 24. Titulares de pantalla definitivos <i>Lo que Interesa</i> (2023). Fuente: Elaboración propia.	34
Figura 25. Distribución de cámaras <i>Lo que Interesa</i> (2023). Fuente: Elaboración propia.	35
Figura 26. Distribución de cámaras <i>Lo que Interesa</i> (2023). Fuente: Elaboración propia.	35
Figura 27. Realización del programa <i>Lo que Interesa</i> (2023). Fuente: Elaboración propia.	35
Figura 28. Teresa junto a la invitada ElisabetCardi (2023). Fuente: Elaboración propia.	35

9. Anexos

ANEXO 1. PROGRAMA DEFINITIVO	44
ANEXO 2. CABECERA	44
ANEXO 3. GUIÓN LITERARIO	45
ANEXO 4. GUIÓN TÉCNICO	49
ANEXO 5. ESCALETA	52
ANEXO 6. PLANO DEL PLATÓ	53
ANEXO 7. ESQUEMA DE LUCES Y TIRO DE CÁMARA	54

ANEXO 1. PROGRAMA DEFINITIVO

En el siguiente enlace se puede acceder al primer programa de *Lo que Interesa*:

<https://drive.google.com/file/d/1-eJGD5GDOT4PI3e2wDizKnNgd3TGnSLc/view?usp=sharing>

ANEXO 2. CABECERA

En el siguiente enlace se puede acceder al video de la cabecera que hemos elaborado para el programa *Lo que Interesa*:

<https://drive.google.com/file/d/1b4lvwjC7utccRXBD1LjmPGfOSRkVk8od/view?usp=sharing>

ANEXO 3. GUIÓN LITERARIO

IMAGEN	AUDIO
Cabecera del programa	Música de la cabecera
Presentadora	<p>Presentadora: Hola a todos, ¿qué tal estáis?, bueno, tenía muchísimas ganas por fin venir aquí a <i>Lo que Interesa</i> para contaros un poquito de qué va a tratar este programa. Saludos a todas las personas que nos están viendo en el Twitch de TeleElx y buenas noches también a quienes nos están viendo a las 10 de la noche en TeleElx. Voy a explicarles un poquito en qué consiste este programa para las personas que nos están viendo y también para quien quiera comentar porque en el canal de Twitch de TeleElx ya sabéis que siempre damos cabida a esa participación y esa intervención por parte de los espectadores cualquier cosa que queréis que queráis preguntar podéis hacerlo y yo lo leeré a mi invitada a mi invitado... es que hay invitados en <i>Lo que Interesa</i> porque cuando estemos en este programa hablaremos de temas de actualidad, tenemos que nos importen a los jóvenes, a los mayores... a todo el mundo. Y cómo no, hablaremos de entretenimiento ya que cada semana lo enfocaremos a un tema distinto y en este programa quería enfocarlo a las redes sociales porque cada vez están más en auge y ahora mismo incluso es una forma de trabajo y en Elche hay muchísima cantera de <i>influencers</i> ilicitanos así que yo he invitado a una <i>influencer</i> con bastante renombre a ElisabetCardi para que venga aquí y para que me cuente un poquito la trayectoria y ya no solo trayectoria cómo está ahora mismo el panorama de las <i>influencers</i> así que por favor Eli, ¿cómo estás?</p>

Invitada	Invitada: Me encanta estar aquí
Presentadora:	Presentadora: Toma asiento si te parece, ¿qué te parece el plató? Estamos de estreno total.
Invitada	Bueno muchas gracias. me encanta.
Presentadora	Vamos a comenzar un poquito contigo y con quién es ElisabetCardi
Invitada	Todo el mundo me llama Eli aunque mi padre me sigue llamando Elisabet y nada, yo empecé en redes sociales hace 8 años por una casualidad más bien, o sea yo no tenía ni idea de que podría hacer de mi trabajo una profesión.
Presentadora	Vienes un poco de la vieja escuela de los <i>youtubers</i> , ¿no?
Invitada	Sí, yo empecé realmente en YouTube con un blog y en Instagram empecé después ya que creé el blog porque sentía la necesidad de seguir compartiendo ya que en Instagram se me quedaba muy cortito y después dije jolín, es que yo lo que quiero es estar delante de la cámara y entonces seguí con YouTube más fuerte.
Presentadora	Empezaste, si no me equivoco, con el contenido de maternidad y demás que ahora se conoce como “influmami” y tú ya fuiste pionera siendo de las primeras “influmamis”, ¿verdad?
Invitada	Sí, en realidad el blog estaba súper enfocado en maternidad y compartía un poco esa maternidad cuando acabas de ser mamá por primera vez que tienes un montón de dudas, que

	<p>te pasan cosas y dices voy a compartirlo con el resto de mamás y fui “influmami” durante mucho tiempo hasta que llegó un punto que decidí cambiar y darle un giro a mis redes sociales.</p>
Presentadora	<p>Claro porque tú te llamabas antes “HeyMommy”</p>
Invitada	<p>Sí y dije “lo cambio” porque es que realmente “HeyMommy” ya no me representaba, o sea, yo ya no hablaba de maternidad, mis hijos no aparecían en mis blogs ni en mi rutina diaria. Y decidí llamarme ElisabetCardi.</p>
Presentadora	<p>¿Por qué empezaste a subir contenido de <i>lifestyle</i>?</p>
Invitada	<p>Por una necesidad. Cuando, como es mi caso, empiezas con un perfil de maternidad y compartes cosas de maternidad y tienes hijos pequeñitos estás compartiendo toda esa etapa de la infancia, pero cuando los niños empiezan a crecer y además a mi me pasaron ciertas cosas en redes sociales que me hicieron cambiar el foco y decir: “es que no tengo necesidad de compartir cosas de mis hijos y ya no quiero hacerlo” y empecé a enfocarlo por otro camino y con eso hay polémica.</p>
Presentadora	<p>Muchísima polémica porque, para las personas que te están viendo o la gente que te sigue, tienes una exposición muy grande y quizás enseñar a tu hijo pequeñito o mostrar esas etapas no es lo ideal.</p>
Invitada	<p>Yo he crecido con las redes sociales y cuando compartía, por ejemplo, sin</p>

	ir más lejos, mi parto o cosas de la lactancia materna o cosas que nos pasaban a mí y a mi hija o mi hijo yo no era consciente de la cantidad de personas que nos veían.
Presentadora	Estamos en familia, estamos para hablar de lo que nos interesa ahora mismo y bueno, ahora toca despedirme y me da penita, ¿eh?
Invitada	Todo empieza y todo acaba.
Presentadora	Muchísimas gracias y te invito a que vengas cuando quieras para contarnos esos proyectos.
Invitada	Gracias a ti cariño.
Presentadora	Y bueno, a vosotros, muchísimas gracias por estar aquí. Espero que os haya encantado este primer programa volveremos eh, pero dentro de dos semanitas. Mil gracias a todas las personas que han estado aquí participando en el Twitch de TeleElx y como no, también a todas las personas que nos han visto aquí en la tele. Ya sabéis quién nos ha visto en la tele y quién quiera participar pues conectaros a las 5 de la tarde en Twitch y me escribís algo o me preguntáis en cuestión de quién esté aquí, y lo dicho, muchísimas gracias y nos vemos pronto.
Cierre del programa	Música del cierre.

ANEXO 4. GUIÓN TÉCNICO

SEC. NÚMERO	PLANO NÚMERO	CONTENIDO	ENCUADRE /PLANO	ANGULACIÓN DE CÁMARA	MOVIMIENTO DE CÁMARA	SONIDO
1	1	Cabecera del programa				
2	2	Presentación del programa	Plano General	Normal	Fija	<p>Hola a todos, ¿qué tal estáis?, bueno, tenía muchísimas ganas por fin venir aquí a <i>Lo que Interesa</i> para contaros un poquito de qué va a tratar este programa.</p> <p>[...]</p> <p>Me encanta estar aquí. Toma asiento si te parece, ¿qué te parece el plató? Estamos de estreno total. Bueno, muchas gracias. me encanta.</p>
2	3	Introducción a la invitada	Plano Medio	Normal	Fija	Vamos a comenzar un poquito contigo y con quién es ElisabetCardi
2	4	Respuesta	Plano Americano	Normal	Fija	<p>Todo el mundo me llama Eli aunque mi padre me sigue llamando Elisabet y nada, yo empecé en redes sociales hace 8 años por una casualidad más bien, o sea yo no tenía ni idea de que podría hacer de mi trabajo una profesión.</p>
2	5	Pregunta	Plano Medio	Normal	Fija	Vienes un poco de la vieja escuela de los youtubers, ¿no?
2	6	Respuesta	Plano Americano	Normal	Fija	<p>Sí, yo empecé realmente en YouTube con un blog y en Instagram [...] empecé y se me quedaba muy cortito y después dije jolín, es que yo lo que quiero es estar delante de la cámara y entonces seguí con YouTube más fuerte.</p>
2	7	Pregunta	Plano General	Normal	Fija	Empezaste, si no me equivoco, con el

						contenido de maternidad y demás que ahora se conoce como "influmami" y tú ya fuiste pionera siendo de las primeras "influmamis", ¿verdad?
2	8	Respuesta	Plano Americano	Normal	Fija	Sí, en realidad el blog estaba súper enfocado en maternidad y compartía un poco esa maternidad [...] fui "influmami" durante mucho tiempo hasta que llegó un punto que decidí cambiar y darle un giro a mis redes sociales.
2	9	Pregunta	Plano Medio	Normal	Fija	Claro porque tú te llamabas antes "HeyMommy"
2	10	Respuesta	Plano Americano	Normal	Fija	Sí y dije "lo cambio" porque es que realmente "HeyMommy" ya no me representaba, o sea, yo ya no hablaba de maternidad, mis hijos no aparecían en mis blogs ni en mi rutina diaria Y decidí llamarme ElisabetCardi.
2	11	Pregunta	Plano Medio	Normal	Fija	¿Por qué empezaste a subir contenido de <i>lifestyle</i> ?
	12	Respuesta	Plano Americano	Normal	Fija	Por una necesidad. Cuando, como es mi caso, empiezas con un hijo [...] y ya no quiero hacerlo" y empecé a enfocarlo por otro camino y con eso hay polémica.
2	13	Pregunta	Plano Medio	Normal	Fija	Muchísima polémica porque, para las personas que te están viendo o la gente que te sigue.
2	14	Comentario	Plano General	Normal	Fija	Tienes una exposición muy grande y quizás enseñar a tu hijo pequeñito o mostrar

						esas etapas no es lo ideal.
2	15	Respuesta	Plano Americano	Normal	Fija	Yo he crecido con las redes sociales y cuando compartía [...] yo no era consciente de la cantidad de personas que nos veían.
2	16	Pregunta	Plano Medio	Normal	Fija	Estamos en familia, estamos para hablar de lo que nos interesa ahora mismo.
2	17	Despedida	Plano General	Normal	Fija	Y bueno, ahora toca despedirme y me da penita.
2	18	Despedida	Plano Medio	Normal	Fija	¿eh?
2	19	Despedida	Plano Americano	Normal	Fija	Todo empieza y todo acaba.
2	20	Despedida	Plano Medio	Normal	Fija	Muchísimas gracias Gracias a ti, cariño
2	21	Despedida	Plano General	Normal	Fija	Y bueno, a vosotros, muchísimas gracias por estar aquí. Espero que os haya encantado este primer programa [...] Ya sabéis quién nos ha visto en la tele y quién quiera participar.
2	22	Despedida	Plano Medio	Normal	Fija	Pues conectaros a las 5 de la tarde en Twitch y me escribís algo o me preguntáis en cuestión de quién esté aquí.
2	23	Despedida	Plano Americano	Normal	Fija	
2	24	Despedida	Plano General	Normal	Fija	Y lo dicho, muchísimas gracias y nos vemos pronto.

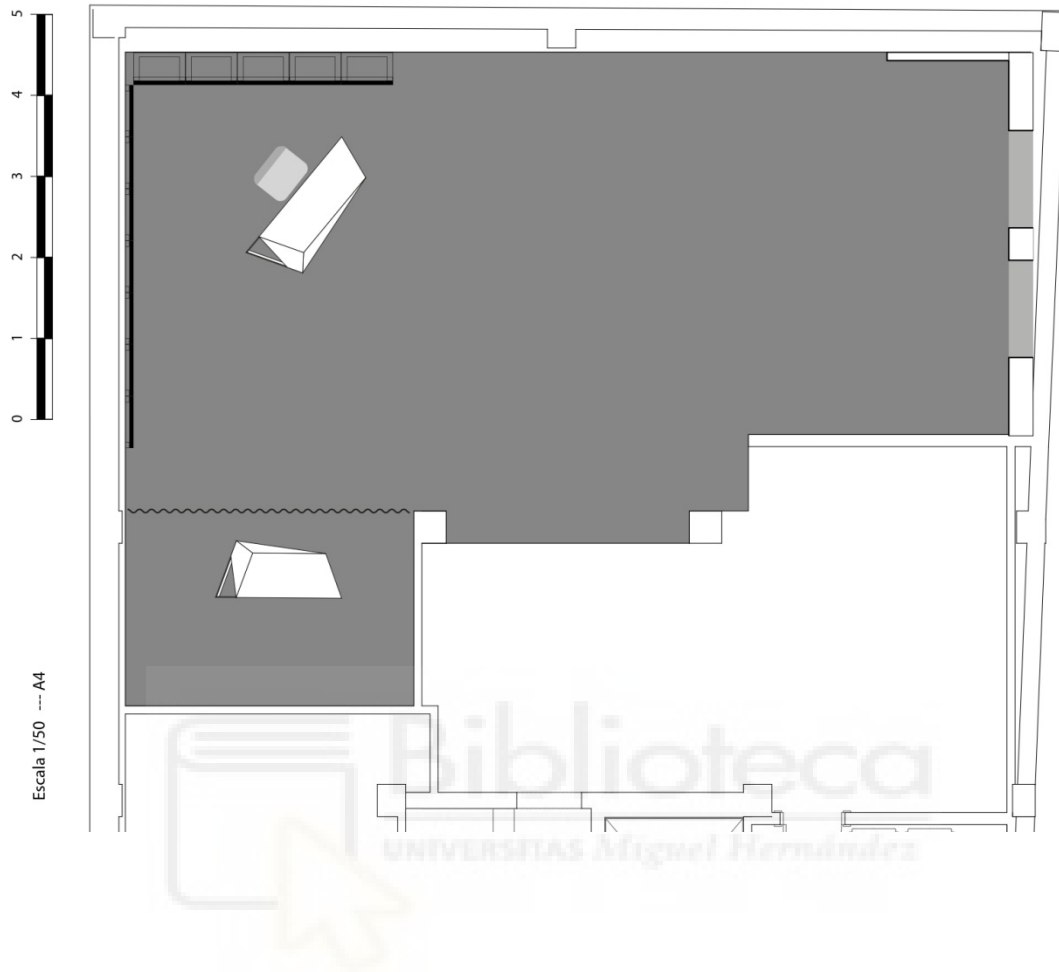
ANEXO 5. ESCALETA

Nombre del programa: Lo que interesa Tema principal: Redes sociales Número del programa: 1 Fecha: 07/03/2023	PRESENTADORA: Teresa Ferrández INVITADA: Elisabet Cardí
NOMBRE: Lo que interesa	

☰ ☰ +

No	Persona	Indicaciones técnicas	Tiempo
1.	OP	Entra cabecera del programa	22 seg
2.	PRE	Presentación del programa e invitada	1,40 min
3.	IN	Saludo	18 seg
4.	OP	Entra rótulo 1.1	1 min
5.	OP	Entra rótulo 1.2	2 min
6.	OP	Entra rótulo 1.3	2 min
7.	PRE	Tertulia	5 min
8.	IN		
9.	OP	Entra rótulo 2.1	2 min
10.	OP	Entra rótulo 2.2	4 min
11.	OP	Entra rótulo 2.3	3 min
12.	IN	Tertulia	9 min
13.	PRE		
14.	OP	Entra rótulo 3.1	6 min
15.	OP	Entra rótulo 3.2	5 min
16.	OP	Entra rótulo 3.3	4 min
17.	PRE	Tertulia	15 min
18.	IN		
19.	PRE	Despedida	1 min
20.	OP	Entra cabecera con cierre	22 seg

ANEXO 6. PLANO DEL PLATÓ



ANEXO 7. ESQUEMA DE LUCES Y TIRO DE CÁMARA

