

Treball de Fi de Grau

Títol

Fuera del foco: un magazín transmèdia a Twitch

Autoria

Mariona Borrell i Paula Pérez

Professorat tutor

Iliana Ferrer

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	X
Publicitat i Relacions Públiques	

Tipus de TFG

Projecte	X
Recerca	

Data

1 de juny de 2022	X
29 de juliol de 2022	

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	Fuera del Foco: un magazín transmèdia a Twitch		
Castellà:	Fuera del Foco: un magacín transmedia en Twitch		
Anglès:	Fuera del Foco: a media magazine at Twitch		
Autoria:	Mariona Borrell i Paula Pérez		
Professorat tutor:	Iliana Ferrer		
Curs:	2021/22	Grau:	Comunicació Audiovisual
			Periodisme
			Publicitat i Relacions Públiques
			X

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Twitch, tabú, programa, infoentreteniment, joves
Castellà:	Twitch, tabú, programa, infoentretenimiento, jóvenes
Anglès:	Twitch, taboo, program, infotainment, youth

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	En aquest TFG s'exposa la creació d'un programa magazín transmèdia de joves per joves a la plataforma Twitch. El projecte en qüestió es titula Fuera del Foco i tracta aquells temes tabú i que s'allunyen del focus mediàtic. El treball inclou una part d'investigació sobre Twitch, l'infoentreteniment, els perfils de referència i un estudi de mercat. La segona part del projecte se centra en el procés de producció del programa pilot.
Castellà:	En este TFG se expone la creación de un programa magacín transmedia de jóvenes para jóvenes en la plataforma Twitch. El proyecto en cuestión se titula Fuera del Foco y trata aquellos temas tabú y que se alejan del foco mediático. El trabajo incluye una parte de investigación sobre Twitch, la infoentretenimiento, los perfiles de referencia y un estudio de mercado. La segunda parte del proyecto se centra en el proceso de producción del programa

	piloto.
Anglès:	This TFG exposes the creation of a cross-media magazin program from young-to-young people on Twitch. The project in question is entitled Fuera del Foco and deals with taboo topics and those that move away from the media focus. The work includes a portion of research on Twitch, infotainment, reference profiles, and a market study. The second part of the project focuses on the production process of the pilot program.



FUERA DEL FOCO

Mariona Borrell y Paula Pérez

TFG 2022





Agradecemos a Iliana Ferrer, por su guía, apoyo y confianza a lo largo del proyecto. También a Andreu y Alicia, por proporcionarnos su ayuda y conocimiento profesional. A Carla, por confiar en este proyecto tanto como nosotras. A imaginCafé, por ofrecernos una maravillosa oportunidad y, por supuesto, a todas las personas que nos han apoyado y acompañado a lo largo de todos estos meses. Este proyecto también es vuestro. Gracias.



ÍNDICE GENERAL

1. INTRODUCCIÓN	5
2. CONCEPTUALIZACIÓN, PLATAFORMAS Y REFERENTES	7
2.1. EL INFOENTRETENIMIENTO	7
2.2. PLATAFORMAS DE STREAMING: TWITCH, UN NICHOS POR EXPLORAR	8
2.3. BRECHA EN LA OFERTA DE TWITCH.....	9
2.3.1. Uso de los comentarios de los clientes para mejorar los productos o servicios existentes en Twitch	11
2.4. PERFILES DE REFERENCIA	11
2.5. OTROS PRODUCTOS DE REFERENCIA.....	15
2.5.1. Resultados del análisis de los productos de referencia.....	17
2.5.2. Análisis DAFO	18
2.6. MONETIZACIÓN.....	20
2.6.1. Monetización en Twitch	20
2.6.2 Monetización en otras redes sociales.....	21
3. FUERA DEL FOCO: EL PROYECTO	24
3.1 PRIMERA PÁGINA DEL PROYECTO.....	24
3.2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	25
3.2.1. OBJETIVOS DEL PROGRAMA	25
3.2.2. Logline.....	26
3.2.3. Tagline.....	26
3.2.4. Tema.....	26
3.2.5. Formato	26
3.2.6 Storyline.....	27
3.3. ESTRUCTURA DEL PROGRAMA.....	27
3.3.1. Género y Formato.....	27
3.3.2. Descripción de las secciones del programa.....	28
3.4. TARGET Y AUDIENCIA	31
3.5. PERSONAJES.....	31
3.5.1. Periodistas/Conductoras	32
3.5.2. Testimonios invitados.....	33
3.5.3. Expertos invitados.....	33
3.6. CREACIÓN DEL CANAL DE TWITCH	34
3.7. LOCALIZACIONES.....	34
3.8. ESTILO VISUAL Y DISEÑO.....	37
3.9. MODELO DE ESCALETA.....	41
3.10. OPERACIONALIZACIÓN	42
3.10.1. Desglose.....	42
3.10.2. Recursos técnicos y humanos.....	45
3.11. CRONOGRAMA/PLAN DE TRABAJO.....	46
3.12. FINANCIACIÓN	51
3.12.1. Estrategias de financiación.....	51
3.12.2 Estrategia de patrocinio del programa piloto.....	51
3.12.3 Distribución y pitchings	53

3.12.4. Presupuesto.....	55
4. PROGRAMA PILOTO	57
4.1. TEMAS DEL PRIMER PROGRAMA	57
4.2. TESTIMONIOS DEL PRIMER PROGRAMA	59
4.2.1. Posibles testimonios para el primer programa.....	59
4.3. EXPERTOS DEL PRIMER PROGRAMA	63
4.3.1. Posibles expertos del primer programa.....	63
5. CONCLUSIONES	69
6. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA CONSULTADA	71
7. ANEXOS.....	75
7.1. LOGOTIPOS.....	75
7.2 POSIBLES LOCALIZACIONES PARA LA GRABACIÓN DEL PILOTO	76
7.3 MAILS TIPO	79
7.3.1 MAIL TIPO DE CONTACTO LOCALIZACIONES	79
7.3.2. Mail tipo de contacto invitados.....	80
7.3.3. Mail tipo contacto con los expertos	81
7.4 MODELO DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN, VOZ Y DERECHOS DE EXPLOTACIÓN.....	83
7.5 COMUNICACIONES PERSONALES CON IMAGINCAFÉ	84
7.6. BRIEFING PARA IMAGINCAFÉ.....	86
7.7. COMUNICACIONES PERSONALES CON LA REPRESENTANTE DE MARIA MARTÍ	89

ÍNDICE DE IMÁGENES Y TABLAS

Tablas

1. Ficha técnica de Ibai Llanos	12
2. Ficha técnica de Nanisimo	13
3. Ficha técnica de Newtral	14
4. Ficha técnica de Gerard Romero	15
5. Monetizar en redes sociales.....	21
6. Objetivos y KPI.....	24
7. Ficha técnica de las presentadoras.....	32
8. Guion técnico	41
9. Desglose	43
10. Cronograma	46
11. Presupuesto 1	55
12. Presupuesto 2	56
13. Presupuesto 3	56

Imágenes

1. Ibai Llanos	12
2. Nanisimo	13
3. Logo Newtral	14
4. Gerard Romero	15
5. Captura de pantalla del perfil de Twitch	34
6. Restaurante Mordisco	35
7. Restaurante Mordisco	35
8. Garage Coffee.....	36
9. Garage Coffee.....	36
10. imaginCafé	37
11. imaginCafé	37
12. Logo Fuera del Foco	38
13. Mockup.....	39
14. Mockup.....	39
15. Nerety.....	52
16. Naulover	53

17. Plantilla Instagram	58
18. Plantilla Instagram	58
19. Plantilla Instagram	58
20. Plantilla Instagram	58
21. María Martí	59
22. Carla Di Pinto	60
23. Lucas Loren	61
24. Alejandra Castelló	62
25. Somos estupendas	63
26. Silvia Congost	64
27. Som Salut 360	65
28. Patricia Ramírez	66
29. Alicia González	66
30. Alicia González	67

Anexos

1. Diseño de logos	75
2. Localizaciones	76
3. Mail tipo de contacto localidades	79
4. Mail tipo de contacto con los invitados	80
5. Mail tipo de contacto con los expertos	81
6. Licencia de cesión derechos de imagen, voz y derechos de explotación	83
7. Comunicaciones con imaginCafé	84
8. Briefing con imaginCafé	86
9. Comunicaciones con la representante de Maria Martí	89



Introducción



1. Introducción

El presente Trabajo de Fin de Grado de proyecto, titulado *Fuera del Foco: un magazín transmedia en Twitch*, pretende crear un programa transmedia cuya difusión principal se centrará en la plataforma de streaming Twitch. El contenido del programa, donde la interacción con la audiencia es relevante, será también difundido en otras redes sociales de manera posterior. Tras analizar el paradigma actual de los medios de comunicación tradicionales, se ha podido observar cómo los jóvenes se informan a través de plataformas digitales y redes sociales.

Por ese motivo, después de examinar los contenidos que se encontraban en la plataforma de streaming Twitch, pudimos observar que no había ningún programa de infoentretenimiento que solventara las necesidades informativas de nuestro público objetivo, los jóvenes. De ese modo, encontramos un nicho de mercado del cual nació el principal objetivo de este Trabajo de Fin de Grado: elaborar un magazín transmedia ejecutado por jóvenes y dirigido a jóvenes con la intención de dar voz a los temas que realmente son de su interés a nivel informativo y que, generalmente, se encuentran fuera del foco mediático.

La idea de este proyecto nace de la inquietud que nos genera poder hablar libremente y sin prejuicios acerca de los temas que tienden a estar más ocultos en la sociedad. Aunque cada vez más podemos hablar con amigos o con personas de confianza de aquellos temas que se han clasificado como tabú, estos siguen sin tener repercusión mediática y siguen sin debatirse públicamente.

Claramente, existe un vacío en el mercado audiovisual en el que hemos visto una oportunidad gigante para lanzar un espacio en el que se puedan discutir estos temas considerados tabú entre la población juvenil. Pero el vacío principal que hemos evidenciado está en la plataforma escogida para difundir nuestro proyecto de programa. Esta plataforma es Twitch, una plataforma digital, que permite emitir contenido en streaming, es decir, en directo. Todavía, a finales de mayo de 2022, el contenido que encontramos en ella se centra, principalmente, en los videojuegos. Aunque cada vez más los medios tradicionales están incursionando en Twitch y, por ende, los géneros audiovisuales presentes en la plataforma se han diversificado, hay

muy pocas opciones que abran una ventana a la expresión de los jóvenes con relación al análisis de temas controvertidos o que les afecten. Es por este motivo que observamos una gran oportunidad para introducir un tipo de contenido totalmente innovador y original en la plataforma.

Podemos y debemos empezar a romper los muros que nos establece la sociedad, así como no normalizar estar en un mal estado de salud mental, no hablar de las emociones, ocultar nuestras adicciones, no hablar públicamente de nuestros gustos sexuales, o tener miedo de dar nuestra opinión acerca de temas que se han estipulado como tabú. En este contexto, queremos llevar a cabo un programa totalmente rompedor de jóvenes para jóvenes. Es nuestra responsabilidad como parte de este colectivo generar cambios sociales. Por ese motivo, consideramos que los soportes digitales son, actualmente, el mejor altavoz para dar visibilidad a expertos y testimonios que acerquen estas cuestiones a la audiencia juvenil.

Este trabajo contiene cuatro partes diferenciadas. En primer lugar, la introducción que incluye los objetivos principales del proyecto y una justificación de su elaboración. Seguidamente, encontramos un apartado que incluye la conceptualización del proyecto y un análisis de las plataformas utilizadas, los referentes y la competencia. Por otro lado, en el tercer apartado de este trabajo se presenta el proyecto de Fuera del Foco, teniendo en cuenta todos los aspectos técnicos, creativos y humanos que permitirán llevar a cabo la emisión del programa. Finalmente, se exponen los criterios y gestiones realizadas para poder elaborar el programa piloto.



Conceptualización, plataformas y referentes

2. Conceptualización, plataformas y referentes

2.1. El infoentretenimiento

Con la llegada de las redes sociales, el periodismo informativo ha tenido que reevaluar su relación con la audiencia (Hokka, 2018). Cada vez son más los jóvenes que se informan a través de este tipo de plataformas y dejan un hueco en el ámbito mediático tradicional. El 71% de los jóvenes de entre 16 y 24 años utiliza las redes sociales para informarse, frente al 52% que asegura hacerlo a través de la televisión (Kantar, 2021). En el contexto actual, el fenómeno del infoentretenimiento se ha convertido en una tendencia en el periodismo, ya que aumenta el número de medios de comunicación que buscan entretener y despertar el interés del público.

Desde los años 80, se ha observado un cambio en la tendencia informativa audiovisual y es que desde entonces cada vez es más común combinar la información con el entretenimiento (Berrocal, 2012). Para referirse a este proceso, comenzó a usarse el término anglosajón *infotainment*. Este concepto, enfocado principalmente en el periodismo televisivo, difumina las barreras entre ambos géneros, creando una hibridación entre la información y la diversión.

El infoentretenimiento es un género híbrido que se caracteriza por un dominio de la espectacularidad a lo grabado, con una gran variedad de planos, música ambiente, cámara lenta que dota de intensidad y un estilo de presentación enfático (Berrocal, 2012). Este tipo de programas se caracterizan por la toma de imágenes y su posterior edición. De ese modo, los programas de infoentretenimiento pretenden captar un estilo propio en el que se prioriza un estilo “menos dinámico y realista” (Ortells, 2012).

El autor expone que las estrategias estilísticas utilizadas por el infoentretenimiento para elaborar piezas informativas ayudan a retener datos al espectador. *“No obstante, los efectos positivos desaparecían en aquellos casos en los que el abuso de elementos dinámicos, como la introducción de planos demasiado cortos o de una gran cantidad de efectos de montaje, bajaba los niveles de retención y de percepción de la calidad informativa”* (Ortells, 2012). En este contexto, se puede establecer una relación entre los aspectos que defiende Ortells y los pilares de Fuera del Foco, ya

que el formato empleado en Twitch será muy natural y sin excesivos efectos de montaje.

Otro factor clave de nuestro proyecto y que también coinciden con lo expresado por Ortells (2012) es el valor la presencia del periodista en los programas de infoentretenimiento con un papel coprotagonista. A su vez, la audiencia adquiere un papel activo en el programa, convirtiéndose en uno de los fundamentos más importantes del formato.

2.2. Plataformas de streaming: Twitch, un nicho por explorar

Twitch es una plataforma digital que está rompiendo las fronteras entre géneros y formatos audiovisuales. Ha sido capaz de hibridar los géneros narrativos. En el caso de este proyecto vamos a hibridar el formato informativo y el entretenimiento. Esta configuración se acerca al objetivo del programa, que se caracteriza por difundir información a todos los jóvenes, pero con un tono desenfadado, más característico del género del entretenimiento.

Los formatos que mezclan la actualidad con un toque humorístico son algunos de los que consiguen mejores cifras de audiencias, ya que estimulan la reflexión sobre asuntos de interés social (Aguilera García, 2020). En el caso de Twitch, se puede observar cómo el tono que se utiliza en la plataforma es desenfadado, tanto que consigue acortar las distancias entre el streamer y la audiencia.

En este escenario marcado por la era digital, Internet y los nuevos dispositivos tecnológicos se han presentado como una alternativa a los medios convencionales. De esta forma, el streaming ha dado paso a una nueva forma de comunicación y entretenimiento para muchos nativos digitales. No obstante, se trata de un fenómeno muy reciente. El impacto que ha tenido Twitch dentro del sector de la comunicación, tanto en el ámbito de redes sociales como en los medios de comunicación no tradicionales, ha sido tan grande que ha provocado que algunos expertos del sector periodístico se sientan amenazados profesionalmente por los creadores de retransmisiones en directo, igual que ha pasado con los creadores de contenido en las redes.

Twitch es una plataforma que se caracteriza por difundir contenido, sobre todo, de videojuegos, pero debemos tener en cuenta que estamos hablando de una plataforma en auge en la que se puede introducir también otro tipo de contenido. Cada vez más los medios de comunicación investigan nuevas formas de crear contenido en Twitch. En este contexto, parece que los protagonistas de esta plataforma, los streamers, están adoptando un rol referente entre los jóvenes. Más concretamente, se están convirtiendo en los informadores y comunicadores de referencia dentro del sector de las redes. Este fenómeno está comportando que los streamers hagan un papel parecido al de los periodistas, ya que informan a la sociedad sobre un tema en concreto. Algunas de las figuras más destacadas que se encuentran en Twitch son: Ibai Llanos, Nanísimo, El Rubius o TheGrefg (Cotán García, 2021).

2.3. Brecha en la oferta de Twitch

Es evidente la existencia de una brecha en el mercado actual sobre el que se quiere trabajar. En primer lugar, no se identifican muchos canales de Twitch en el que prime el contenido sobre tabús, entendidos como temáticas que no se tratan públicamente debido a su choque social con los valores tradicionales o socialmente aceptados. Aun así, los canales existentes son diferentes de la idea que se plantea con el proyecto, ya que el formato de los vídeos acostumbra a ser un monólogo desenfadado. Mientras tanto, el proyecto Fuera del Foco pretende utilizar el macrogénero del infoentretenimiento a través de la entrevista, la tertulia y el reportaje.

La propuesta de este trabajo se basa en la creación de un programa audiovisual en la plataforma, que introduzca contenido novedoso y en un formato poco explotado en Twitch, el magazín, que se centrará en la difusión de contenidos alejados del foco mediático y que irá dirigido a jóvenes.

Tras analizar canales ya existentes en Twitch que tratan temas tabú dirigidos a un público juvenil, cabe destacar que tienen un planteamiento distinto al de este programa. En primer lugar, se debe recalcar que, aunque muchos canales tratan

temas controvertidos, estos no discuten los temas tabú específicamente, sino que se centran en hablar de temas que están dentro del foco mediático, pero que, por su importancia en un momento concreto, generan debate e incitan a la discusión.

Un ejemplo de este tipo de temática de las que hablamos podría ser una noticia que se publica en los medios sobre una violación. En este caso, lo que hacen la mayoría de los canales de Twitch que se dedican a informar o debatir acerca de temas controvertidos, es analizar lo sucedido, cuestionarlo y debatirlo con los espectadores, pero centrándose en que es un hecho noticiable y, por lo tanto, se encuentra dentro del foco mediático. No obstante, cabe destacar que se da visibilidad a un tema que genera mucho impacto en la sociedad. Fuera del Foco no se centrará solamente en comentar los temas, sino que dará voz a diferentes invitados, ya sean protagonistas o expertos, de las distintas temáticas tratadas. En el caso de este programa se quiere trasladar el rigor de la información al estilo desenfadado y más coloquial que se adopta en Twitch.

En cuanto a la retransmisión del directo, en la mayoría de los casos, la hace el streamer en solitario. La plataforma en cuestión se caracteriza por la naturalidad y espontaneidad de esta, y el hecho de que en pantalla solo aparezca el streamer principal, hace que el ambiente que se genere sea más desenfadado y fácil para organizar la retransmisión del directo. Este modelo de directo es muy característico de Twitch, pero en el caso de Fuera del Foco se revertirá dicho modelo para crear, dentro de Twitch, un programa diferenciado, tanto en el ámbito de estilo como de contenido.

2.3.1. Uso de los comentarios de los clientes para mejorar los productos o servicios existentes en Twitch

Uno de los fundamentos de este proyecto es la importancia que tendrá la audiencia en cada uno de los programas. De hecho, será quién marque la agenda mediática del proyecto. A partir de aquí, se podrán conocer sus preferencias informativas e intereses, ya que el grado de feedback entre la producción del programa y la audiencia será muy elevado.

La audiencia podrá transmitir sus comentarios a través del chat de Twitch. Al tratarse de un programa en directo, la audiencia podrá reaccionar de manera simultánea al discurso del invitado del programa. Además, también tendrán una fuerte presencia a través de las redes sociales, principalmente a través de Twitter, dónde podrán comentar el programa a través de hashtags, Instagram, dónde podrán interactuar a través de encuestas y mensajes a través de historias, así como posts. La audiencia también podrá reaccionar a través de los comentarios de Tik Tok y YouTube. Sin embargo, Spotify sería la única plataforma que no proporcionaría feedback de la audiencia.

2.4. Perfiles de referencia

Twitch se caracteriza por estrechar la distancia entre emisor y receptor. Las entrevistas suelen ser de carácter informal y el hecho de acercar perfiles de famosos a una persona que se encuentra en su casa y a la vez puede interactuar en directo con ellos, implica enriquecer la marca personal de los usuarios de la plataforma.

Un ejemplo de ello es Ibai Llanos, un joven de 27 años que ha logrado entrevistar a gran parte de la cantera del FC Barcelona. A través de sus entrevistas informales ha logrado acercar a figuras altamente admiradas en el mundo del deporte a una audiencia muy amplia. De hecho, Ibai consiguió entrevistar a Leo Messi cuando se incorporó al PSG, algo que ningún periodista había hecho antes. El joven ha logrado

alcanzar los 9,6 millones de suscriptores. Su contenido se basa en entrevistar a personajes de interés y reaccionar a vídeos y videojuegos.

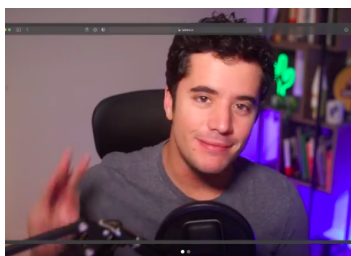
Tabla 1. Ficha técnica de Ibai LLanos

FICHA TÉCNICA DE LOS PERFILES DE REFERENCIA	Datos personales	Descripción
Ibai Llanos @ibaillanos  Foto 1. Fuente: Perfil de Instagram de Ibai Llanos	Edad: 27 años Lugar de residencia: Barcelona Estudios: No tiene estudios universitarios Profesión: Streamer y creador de contenido	Es uno de los streamers y creadores de contenido más seguidos en España. Ibai empezó en YouTube comentando partidas de videojuegos y acabó en Twitch haciendo todo tipo de directos.

Fuente: Elaboración propia

Nanísimo es otro ejemplo de éxito dentro de Twitch. Su nombre es Emilio Domenech y es periodista y streamer. Su especialidad es la política estadounidense. Principalmente, se encargó de retransmitir y comentar las elecciones presidenciales de Estados Unidos. El joven de 31 años narra la política de manera muy próxima, un rasgo muy característico de esta plataforma. Además, también destaca por su presencia multiplataforma, ya que también produce contenido para YouTube y Twitter, más allá de comentar los temas tratados a través de Discord. Domenech también ha colaborado en medios como La Sexta o Newtral.

Tabla 2. Ficha técnica de Emilio Domenech

FICHA TÉCNICA DE LOS PERFILES DE REFERENCIA	Datos personales	Descripción
Emilio Domenech @Nanisimo  Foto 2. Fuente: Perfil de Instagram de Nanismo	Edad: 31 años Lugar de residencia: Nueva York Estudios: Periodismo Profesión: Streamer, creador de contenido y periodista	Especializado en política estadounidense, Emilio Domenech, más conocido como Nanisimo, es un periodista que informa a la sociedad a través de Twitch.

Fuente: Elaboración propia

Newtral es un medio de comunicación fundado por la periodista Ana Pastor y con el objetivo de ofrecer un servicio de fact-checking a su audiencia. Su fundamento más importante es la transparencia y la lucha contra las fake news. A su vez, se trata de un medio transmedia, ya que se encuentra activo en varias plataformas digitales; entre ellas Twitch. De la mano del streamer, Nanísimo, el medio ha logrado alcanzar más de 24.600 seguidores en abril de 2022.

En cuanto al contenido, los campos que más se tratan en Newtral son el entretenimiento, la cultura y la información. Los martes y jueves a las 22 horas, a 20 de junio de 2022, Nanísimo colabora y acerca la actualidad de Estados Unidos. Normalmente, se suele comentar en redes sociales con el hashtag:

#NanismoenNewtral. Los miércoles, alternamente, a las 21:30 h se habla de tecnología y cultura de internet con Taramona mientras que Mario Viciosa habla de ciencia, medio ambiente y salud.

Tabla 3. Ficha técnica de Newtral

FICHA TÉCNICA DE LOS PERFILES DE REFERENCIA	Datos	Descripción
Newtral  Foto 3. Fuente: Perfil de Twitch de Newtral	Medio de comunicación transmedia Creado en 2018 Fundado por Ana Pastor Nanismo es colaborador	Medio de comunicación que se encarga de luchar contra las <i>fake news</i>. Varios periodistas colaboran con dicho medio de comunicación.

Fuente: Elaboración propia

Otro ejemplo de éxito de periodismo en Twitch es Gerard Romero, que dejó su lugar de trabajo en la emisora de radio RAC1 para crear Jijantes TV, un canal de Twitch. Como bien explica el periodista en una entrevista con Nació Digital, durante los primeros meses como *streamer*, no quiso dejar su puesto de trabajo en la radio, lo que le hizo que combinara el trabajo de las dos plataformas. Romero asegura que aquello que le dirigió a dar un giro de 180 grados en su vida fue lo que la emisora no acabó de entender.

Tabla 4. Ficha técnica de Gerard Romero

FICHA TÉCNICA DE LOS PERFILES DE REFERENCIA	Datos personales	Descripción
Gerard Romero @gerardromero  Foto 4. Fuente: Perfil de Instagram de Gerard Romero	Edad: 36 años Lugar de residencia: Barcelona Estudios: Periodismo Profesión: Streamer, creador de contenido y periodista	Periodista especializado en deportes que comenta y retransmite todos los partidos de fútbol por Twitch.

Fuente: Elaboración propia

2.5. Otros productos de referencia

La debilidad que se contempla en los productos existentes de Twitch es que son programas que adoptan una visión de entretenimiento y la variante informativa puede llegar a quedar diluida. Sin embargo, en nuestro análisis hemos encontrado otros productos audiovisuales que se han difundido en otras plataformas.

En primer lugar, TV3 y la productora El Terrat realizaron en 2020 un programa llamado 'Tabús'. Este trataba temáticas controvertidas o de las que no se suele hablar públicamente desde un punto de vista humorístico. trataba este tipo de temas desde el humor. No obstante, tuvo algunas críticas por su enfoque. Así pues, esta debilidad

hace ver que se debe trabajar mucho el enfoque del programa y cómo tratar cada una de las cuestiones.

En segundo punto, se identificó el formato, también creado por la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), llamado 'Mood Z'. Este proyecto no se difundió mediante la TV o la radio, se llevaba a cabo a través de Instagram, Tik Tok y YouTube, plataformas consumidas por un público más joven, dejando de lado su proyección en medios de comunicación tradicionales. No se enfocaba solo a los temas tabú, sino que a diferentes temas de interés juvenil. No obstante, este programa tuvo una producción muy corta por falta de acogida por parte de su audiencia. Se quiere centrar la atención en esta falta de feedback positivo para poder analizar las debilidades del formato.

La mayoría de los proyectos enfocados a dar visibilidad a los temas tabú que se encuentran presentes en nuestra sociedad son proyectos transmedia. Sobre todo, a través de YouTube. Sería el caso de la sección 'Charla de Queridas' del youtuber, Luc Loren. El joven promociona sus programas a través de Instagram.

Otro ejemplo multiplataforma es el programa 'Adolescents XL' de Catalunya Ràdio, ya que tratan temas de interés para jóvenes a través de un medio tradicional como es la radio. Sin embargo, posteriormente se emite en YouTube.

Partiendo de este contexto, se ha podido analizar que muchos de los programas de mayor relevancia que tratan los tabús se encuentran en YouTube. Sin embargo, la plataforma Twitch cada vez tiene una mayor relevancia entre los jóvenes. Por ese motivo se considera que es importante potenciar este tipo de contenido en Twitch, además de difundir pequeñas cápsulas en otra de las plataformas que sigue una tendencia al alza: Tik Tok.

En Twitch, no existe ningún canal que se dedique exclusivamente a tratar temas tabú a través de la entrevista. Hay jóvenes que hablan sobre temas de actualidad. Es decir, no solo sobre temas tabús. Los pocos canales que hablan de temas tabú lo hacen a modo de monólogo y sin invitados.

Por ese motivo, se considera que se debería potenciar un contenido de calidad que cuente con expertos que puedan aportar valor en referencia a los temas tabú presentes en la sociedad a través de Twitch. El auge de usuarios de esta plataforma podría convertirse en un altavoz muy potente para difundir el mensaje de los entrevistados.

2.5.1. Resultados del análisis de los productos de referencia

Se considera que se podría modificar la idea de la que parten los competidores de este proyecto, es decir, dar visibilidad sobre los temas tabú, pero aplicando las siguientes modificaciones:

- Incrementar la presencia del contenido destinado a este tipo de temáticas en Twitch.
- Mantener un proyecto transmedia a través de dos de las mayores plataformas digitales en la actualidad: Twitch y Tik Tok
- Mejorar el tono de como se deben tratar este tipo de temáticas. Es decir, tratar los temas controvertidos desde el respeto y el rigor informativo, aunque la plataforma de Twitch se caracterice por realizar entrevistas o monólogos de forma relajada y cercana con la audiencia.
- Aumentar la interacción con la audiencia a través de la implementación del 'reverse agenda setting' y que sea el público de Fuera del Foco quién decida el contenido que le interesaría consumir en nuestro canal de Twitch.
- Potenciar el género de la entrevista para dar importancia al discurso de las personas que se encuentran bajo los tabús analizados.

2.5.2. Análisis DAFO

Análisis DAFO del proyecto Fuera del Foco en Twitch

Debilidades	Amenazas
Desconocimiento del feedback al ser de los primeros programas informativos en Twitch dirigido a jóvenes.	Desconocimiento de la retransmisión en directo y los aspectos técnicos de la emisión.
Posibilidad de que no tengamos suficiente audiencia en el primer programa y no podamos hacer la sección de preguntas con la audiencia.	Tratar temas de controversia en público que pueden malinterpretarse y generar críticas.
Dificultad de monetización en la primera temporada.	Necesidad de documentación previa de todas las temáticas que se abordarán en cada episodio.

Fortalezas

Contar con testimonios y referentes especializados en cada una de las temáticas que se abordan en el programa.

Convertirnos en una alternativa de información frente a los medios de comunicación tradicionales.

La agenda mediática la elige la propia audiencia, algo innovador en comparación con el resto de los programas.

Oportunidades

Ser pioneras en un mercado por explotar dentro de la plataforma.

Convertirnos en un servicio social e informativo para jóvenes.

Programa producido por jóvenes y dirigido a jóvenes

Colaborar con diferentes locales, asociaciones y personajes públicos con el objetivo de ofrecer y ganar difusión.

Normalizar los temas tabú.

2.6. Monetización

2.6.1. Monetización en Twitch

La monetización de Twitch se basa en la reproducción de contenido en directo. Mediante los denominados 'streamings', se puede monetizar de cuatro formas diferentes:

- Conseguir abonados de pago mensual, lo que se denominará suscriptores: Es la mayor fuente de ingresos, los canales reciben el 50% del importe que paga el abonado al mes, el otro 50% se lo queda la plataforma. Es decir, 5 euros al mes por suscriptor.
- Obtener donativos de los espectadores
- Incluir publicidad en el canal
- Aprovechar los acuerdos de afiliados y patrocinios

Aparte de las opciones que se han comentado anteriormente, la plataforma pide una serie de requisitos a todos aquellos creadores de contenido para poder empezar a monetizar. Las condiciones son:

- Que la cuenta tenga un mínimo de 500 minutos de emisión en los últimos 30 días.
- Haber emitido durante al menos 7 días en los últimos 30 días (emitir en directo durante un mínimo de **8 horas en el último mes**, repartidas en un mínimo de 7 días diferentes)
- Tener de media al menos 3 espectadores simultáneos.
- Tener un mínimo de 50 seguidores.

Por otra parte, como existe en otras plataformas, Twitch cuenta con una parte Premium, ser partner de Twitch. Para ello, se aumentan algunos requisitos:

- Audiencia media de al menos 500 usuarios simultáneos.
- Retransmitir al menos 3 veces por semana
- Tener contenido de calidad

2.6.2 Monetización en otras redes sociales

Tabla 5. Monetizar en redes sociales

	Requisitos
Instagram	1000 → entre los 10 y los 100 euros 5000 → sobre los 100 euros 10.000 → sobre los 150 euros
Tik Tok	10.000 seguidores + 10.000 visualizaciones 1.000 visualizaciones → 2-3 ct. Directos → monedas propias
Spotify	0,0039 por reproducción
Twitch	50 seguidores
YouTube	1.000 suscriptores 4.000 horas de contenido visualizadas por cada 1.000 visualizaciones → 2 euros

Fuente: Extraída de Arias-Ivaldi (2022)

1. Instagram:

Se explica que según Arias-Ivaldi (2022), para poder monetizar en Instagram se deben cumplir una serie de condiciones relacionadas con dos variables: número de seguidores y publicaciones patrocinadas. Teniendo en cuenta la primera de ellas, normalmente las marcas suelen mostrarse receptivas a colaborar con perfiles con 5.000 o más seguidores para empezar a interesarse por su patrocinio. El fee que suelen tener las prestaciones económicas de estos usuarios suele rondar los 100 euros. Cuanto más seguidores, el fee es más alto. Por ejemplo, un perfil con 10.000 followers podrá monetizar 150 euros por publicación. No obstante, estas cifras pueden cambiar dependiendo de la negociación entre ambas partes, así como el engagement rate y las impresiones que pueda llegar a generar.

2. YouTube:

A diferencia de Instagram, los canales de YouTube no pagan basándose en su número de seguidores. Para poder tener publicidad en los vídeos y que se pueda monetizar hay que formar parte del programa de socio de YouTube.

Para poder formar parte del programa se debe ser mayor de edad y tener al menos 1.000 seguidores, un mínimo de 10.000 visitas en total y un mínimo de 4.000 horas de reproducciones públicas en el último año. Además, la duración del vídeo en el que se vaya a incluir la publicidad deberá tener una duración superior a 8 minutos (Arias-Ivaldi, 2022).

Se suele empezar a cobrar a partir de las 1.000 visitas, con una media de 2 euros. Por ejemplo, con un solo vídeo que obtenga 20.000 visitas, una cifra asequible, el creador puede ganar 400 euros (Arias-Ivaldi, 2022).

3. Tik Tok:

Tik Tok es una plataforma de vídeos que, a diferencia de las expuestas anteriormente, tiene un algoritmo que permite que el contenido de los usuarios pueda viralizarse sin un gran número de seguidores. No obstante, si el objetivo es monetizar, se debe ser mayor de 18 años, tener al menos 10.000 seguidores y contar con un mínimo de 10.000 visualizaciones en los últimos 30 días.

Si se cumplen dichos requisitos, se empezarán a facturar 2-3 céntimos a partir de las 1.000 visualizaciones. También cabe destacar que si una cuenta tiene más de 1.000 seguidores puede retransmitir vídeos en directo y a través de esta modalidad también se pueden obtener beneficios económicos (Arias-Ivaldi, 2022).

4. Spotify:

Spotify se ha convertido en una de las mayores plataformas de reproducción a nivel mundial, ya que cuenta con una gran variedad de canciones de un amplio abanico de géneros musicales. En los últimos años, incluyen la posibilidad de publicar podcasts, una oferta que sigue una tendencia al alza.

Si ponemos el foco sobre la monetización, no hay un número estipulado de seguidores ni de reproducciones para poder obtener ingresos. De hecho, la plataforma abona 0,0039 por reproducción. Sin embargo, se trata de una cuantía baja. Por ese motivo, existe la posibilidad de poder aumentar dicho beneficio a través del uso de la publicidad (Arias-Ivaldi, 2022).



Fuera del Foco: El Proyecto

3. Fuera del Foco: el proyecto

3.1 Primera página del proyecto

FUERA DEL FOCO FORMATO Este programa tiene un total de 10 episodios de 40 minutos que se emitirán semanalmente por Twitch. En cada capítulo se introducirá la tertulia, la entrevista, y el reportaje. Estos géneros irán divididos en cinco secciones diferenciadas.	Tagline Rompiendo Muros Mariona Borrell Martínez 648 61 20 63 Paula Pérez Díaz 648 4837 03 fueraelfoco@gmail.com @fueraelfoco_
Storyline Los medios de comunicación informan sobre todo aquello que sucede en el mundo, excepto de los temas tabú, que se silencian y ocultan como si no fueran una realidad. En Fuera del Foco, dos jóvenes se reúnen para hablar de temas tabú con otros jóvenes y un experto.	Logline Debatir y resolver las dudas acerca de los temas tabú de la mano de testimonios y expertos. 
Género: Magazín TARGET Público joven, de 15 a 25 años, con inquietudes sobre los movimientos sociales y temas tabú, en España y Latinoamérica.	TEMA Normalizar los temas tabú en el público juvenil y promover la necesidad de hablar de ellos. 

Fuente: Elaboración propia

3.2. Descripción del proyecto

El presente proyecto se titula Fuera del Foco. Se trata de un magazín audiovisual que se emitirá en la plataforma Twitch y se dirigirá a un público juvenil. No obstante, se trata de un proyecto transmedia y por ese motivo, su difusión se realizará a través de las redes sociales más utilizadas por el público objetivo planteado: Tik Tok, Twitter, YouTube e Instagram. Además, una vez finalice la emisión en Twitch se extraerá el audio y se publicará posteriormente en Spotify como podcast. Se trata de un proyecto transmedia que pone el foco en la difusión de contenido a través de diversas plataformas y en la interacción constante con la audiencia.

3.2.1. Objetivos del programa

Informar y dar visibilidad los temas tabú de interés para una audiencia joven. Busca ser un programa de referencia a nivel internacional sobre la divulgación de contenidos poco comunes en los programas de televisión y streaming. Además, se quiere normalizar el hecho de tratar temas poco habituales en los medios de comunicación.

Dar visibilidad a un tema que genera controversia y no tiene presencia en los medios de comunicación debido a que son temáticas que no interesan o están generalmente mal vistas por la sociedad.

A continuación, se presenta la discriminación de los objetivos del programa con su respectivo KPI:

Tabla 6. Objetivo y KPI

<u>Objetivo</u>	<u>KPI</u>
- Alcanzar los seguidores necesarios en Twitch para poder monetizar durante la primera temporada.	- Alcanzar los 50 suscriptores en Twitch.

- Lograr emitir contenido de calidad de manera ágil para poder aumentar la extensión del programa para las próximas temporadas.	- Alcanzar 500 minutos de emisión al mes (a partir de la segunda temporada).
- Ofrecer un servicio de libre expresión, ayuda y concienciación para la audiencia a través de líneas de colaboración.	- Publicidad y difusión mutua con asociaciones, fundaciones y expertos en las temáticas tratadas en los programas.
- Obtener un elevado grado de feedback entre emisor y receptor.	- Potenciar la intervención y la participación de la audiencia a través del chat de Twitch y las redes sociales.

Fuente: Elaboración propia

3.2.2. Logline

Debatir y resolver las dudas acerca de los temas tabú de la mano de testimonios y expertos.

3.2.3. Tagline

Rompamos muros.

3.2.4. Tema

Normalizar los temas tabú en el público juvenil y promover la necesidad de hablar de ellos.

3.2.5. Formato

Este programa tiene un total de 10 episodios de 40 minutos que se emitirán semanalmente por Twitch. En cada capítulo se introducirá la tertulia, la entrevista, y el reportaje. Estos géneros irán divididos en cinco secciones diferenciadas.

3.2.6 Storyline

Los medios de comunicación informan sobre todo aquello que sucede en el mundo, excepto de los temas tabú, que se silencian y ocultan como si no fueran una realidad. En Fuera del Foco, dos jóvenes se reúnen para hablar de temas tabú con otros jóvenes y un experto.

3.3. Estructura del programa

3.3.1. Género y Formato

En Fuera del foco predominará el género informativo, aunque también se incluirá el entretenimiento. La base del programa es informativa, pero el tono y el estilo son de entretenimiento. Los distintos géneros que incluirá el programa son informativos: La tertulia, y/o debate, la entrevista, y el reportaje.

El programa contará con cinco secciones (se detallan en profundidad en el apartado *3.3.2 Descripción de las secciones del programa*). La primera de ellas será la introducción, dónde las dos presentadoras presentan tanto el tema que se abordará a lo largo del programa, como a los invitados. En segundo lugar, la tertulia/ debate, en la que intervendrán las dos presentadoras y los dos invitados. A continuación, el reportaje en la calle, que se grabará previamente al directo, dónde se preguntará a los jóvenes acerca de la temática del programa. De este modo, se le dará voz al público objetivo del programa. En cuarto punto, la entrevista, en la que haremos partícipe a la audiencia que estará conectada en el directo de Twitch. Por último, el experto invitado ofrecerá cinco consejos acerca de la temática abordada.

Por su parte, el reportaje que se emitirá, que ya estará grabado, se difundirá a través de cápsulas en redes sociales como Tik Tok e Instagram.

Los temas que se tratarán en cada programa serán determinados por la audiencia. Esta interacción se llevará a cabo mediante una encuesta que se lanzará en las redes sociales. El objetivo de la encuesta, que se difundirá en las historias de Instagram, será conocer la opinión del público (jóvenes de entre 15 y 25 años) con relación a los temas en los que girarán los programas. El tema más votado será el escogido para discutir en los programas siguientes. Una vez conozcamos cuáles son los temas de

interés para nuestra audiencia, empezaremos a trabajar e investigar sobre el asunto en cuestión.

La primera temporada contará con 10 episodios de 40 minutos que se emitirán semanalmente. Pese a que no se cumplirían los requisitos para lograr monetizar, el primer objetivo será ganar seguidores y fidelizar a la audiencia para que en las próximas temporadas se puedan elaborar ocho episodios al mes: dos episodios cada semana, de una duración de una hora. Es decir, aumentar la producción de capítulos de la temporada a 20.

3.3.2. Descripción de las secciones del programa

La estructura de cada programa contará con cinco secciones diferenciadas que conformarán un episodio informativo sobre una temática, considerada tabú, elegida previamente por la audiencia. Cada una de las secciones serán separadas a través de ráfagas y caretas separadoras. La careta inicial tendrá una duración de 15 segundos, y será más extensa que las separadoras entre secciones, que generalmente tendrán una duración de 5 segundos.

1. Primera sección: Introducción

La introducción tendrá dos partes diferenciadas. En primer lugar, para iniciar la emisión, se contextualizará a la audiencia sobre la temática protagonista del programa. Esto se hará mediante la introducción de un vídeo cápsula de un minuto de duración, dónde saldrán las presentadoras ofreciendo datos estadísticos y curiosos acerca del tema tabú. En esta sección, se expondrán las principales causas y las consecuencias de la temática abordada. A continuación, se conectará la cámara en directo y en pantalla aparecerán las dos presentadoras y los dos invitados. Se dará la bienvenida a la audiencia y se presentará a los invitados o invitadas del programa.

En referencia al contenido, en dicha descripción se utilizarán fuentes documentales, personales y recursos periodísticos publicados previamente que permitan ubicar cuáles son las inquietudes de los jóvenes en la actualidad. Se intentará relacionar los temas tratados con ejemplos de actualidad que

permitan acercar a la audiencia a los *hot topics* mediáticos del tabú que se tratará. Esta información servirá para poder empezar la tertulia.

Por lo que respecta al formato, las conductoras estarán mirando a cámara y encuadradas en un plano medio o americano. Esta sección tendrá una duración de cinco minutos.

2. Segunda sección: Tertulia/ Debate

Una vez se haya introducido el tema que se tratará en el primer episodio, se dará paso a una tertulia que contará con testimonios y expertos de cada una de las temáticas. Esta sección tendrá una duración de unos 15 minutos aproximadamente y se debatirán y explicarán los conceptos y aspectos previamente expuestos en la introducción. Además, el hecho de contar con testimonios permitirá acortar las distancias entre la audiencia y el invitado, logrando así una mejor comprensión de la temática.

Una vez presentados los invitados, la tertulia se dividirá entre tres o cinco bloques temáticos que permitirán dirigir las preguntas que irá lanzando la conductora. Simultáneamente, la co-presentadora estará pendiente de las dudas y comentarios de los espectadores que estarán conectados a la emisión, y hará de filtro para seleccionar algunas de las preguntas de la audiencia, y que tengan relación con el contenido de cada bloque. El objetivo es hacer partícipe a la audiencia en el debate que llevaremos a cabo.

En esta sección, se hará un plano general, con una de las cámaras, dónde aparecerán las cuatro personas protagonistas (las dos presentadoras, el experto y el invitado). Con las otras dos cámaras se harán planos medios. Una de ellas hará los planos de las dos presentadoras y la otra la de los invitados.

3. Tercera sección: El foco en la calle

La tercera sección del programa será un reportaje que se grabará previamente a la emisión del programa y tendrá una duración de dos minutos aproximadamente. Dicha sección tendrá una breve introducción de alrededor de veinte segundos. En esta parte, las presentadoras saldrán a la calle para

conocer la opinión de los jóvenes sobre algunas cuestiones relacionadas con el tema tratado en el programa. Para ello se utilizará un micro de mano y las preguntas que se formularán estarán pensadas para poder obtener una respuesta sea breve. De esta manera, posteriormente se seleccionarán las respuestas más interesantes y se editará el vídeo.

El objetivo de introducir este reportaje es que se aporte dinamismo después de una sección más estática, como es el caso de la tertulia, que se hará en directo. Además, se volverá a poner el foco sobre la audiencia y la importancia de su participación en el programa, lo cual facilitará la intervención del público a la hora de hacer las preguntas para los testimonios y los expertos.

Este video se habrá grabado previamente con un teléfono móvil (iPhone 11), en horizontal, haciendo planos medios o planos generales, en función de si se graba a una persona o se graba el entorno.

4. Cuarta sección: La voz de la audiencia

En esta parte del programa la audiencia tendrá un papel protagonista. Y es que, después de la tertulia y la emisión del vídeo grabado en la calle, una de las presentadoras leerá los comentarios que los espectadores habrán ido formulando en el chat de Twitch.

En este caso, la copresentadora irá trasladando los comentarios y preguntas de los expertos y testimonios. De esta forma, los jóvenes tendrán una participación activa en cada uno de los programas. En esta intervención también se explicarán anécdotas que quiera compartir la audiencia, así como cuestiones que no se hayan tratado previamente.

La estructura y el tipo de planos para esta sección será igual a la sección 2, la tertulia. Entendiendo así, que una cámara hará un plano general, y las otras dos harán dos planos medios. La duración de esta sección será de aproximadamente 10 minutos.

5. Quinta sección: Tips del experto

Para acabar el programa, se introducirá una última sección en la que el experto dará algunos consejos al público para visibilizar o dar una solución a algún problema en relación con la temática tratada en el programa.

En este caso, se le hará un plano cerrado del experto y se emitirá en pantalla partida. De esta manera, mientras el experto enumere y explique los tips del programa, también se visualizarán en formato de texto simultáneamente.

En este momento, una de las cámaras pasará a hacer un primer plano de experto, para que se centre toda la atención en los consejos que ofrecerá. Las otras dos cámaras seguirán haciendo el mismo plano que en las secciones anteriores. Una de ellas plano general, y la otra, plano medio de las presentadoras. La duración de esta sección será de aproximadamente 5 minutos

3.4. Target y audiencia

Público joven y con inquietudes sobre los movimientos sociales y temas tabú de España y Latinoamérica. La principal franja de edad a la que irá dirigido el programa va de los 15 a los 25 años, ya que consideramos que es la edad que más utiliza las plataformas con las que queremos trabajar y engloba la edad dónde se generan las principales inquietudes y dudas sobre lo que ocurre en la sociedad. Somos un programa inclusivo, no dejamos de lado a ningún colectivo.

3.5. Personajes

Los protagonistas principales del programa son los jóvenes, los usuarios y espectadores del programa, ya que tendrán un papel principal, tanto en decidir la temática a tratar como en poder comentar libremente durante los streamings en directo. Otros protagonistas son las personas invitadas en cada programa, tanto los expertos como los testimonios. Por último, las dos realizadoras del proyecto también formarán parte del programa, a manera de conductoras.

3.5.1. Periodistas/Conductoras

Paula Pérez y Mariona Borrell, las creadoras del proyecto, serán también las conductoras del programa. Las funciones principales de las presentadoras se centrarán en dirigir las distintas secciones y gestionar la relación entre audiencia e invitados durante la emisión del directo. Por otra parte, también son las presentadoras quienes tendrán la función de grabar el reportaje previo y editar el programa una vez se haya emitido. Para ello, contarán con la ayuda de Carla Arias, quién ha elaborado el plan de comunicación del proyecto Fuera del Foco (Arias-Ivaldi, 2022).

Cada una de las presentadoras tendrá una función diferente. Una de ellas, la conductora, será la encargada principal de conducir el debate, y la otra, la co-presentadora, estará más pendiente de la interacción de la audiencia. No obstante, ambas periodistas podrán intervenir y participar en la función de la otra.

Tabla 7. Ficha técnica de las presentadoras

FICHA TÉCNICA DE LAS PERIODISTAS	Experiencia profesional	Tareas en el programa
Mariona Borrell Martínez 	Graduada en periodismo por la Universitat Autònoma de Barcelona. Experiencia profesional en: - TVE - Atrevia - Sants3ràdio	Investigación previa sobre el tema tabú Contacto con los testimonios y expertos Tareas de pre y post producción Presentadora del programa en directo Redes Sociales

Paula Pérez Díaz 	Graduada en periodismo por la Universitat Autònoma de Barcelona Experiencia profesional en: - Betevé - The White Rabbit - Sants3ràdio	Investigación previa sobre el tema tabú Contacto con las marcas colaboradoras y patrocinadoras Tareas de pre y post producción Presentadora del programa en directo Edición de los vídeos

Fuente: Elaboración propia

3.5.2. Testimonios invitados

Cada programa contará con algún testimonio de personas con una historia o vivencia para contar que tenga relación con el tema tabú que se tratará. Para ello, cada programa tendrá un testigo invitado distinto, que variará en función del tabú.

Una de las estrategias del proyecto, se centra en obtener el máximo de difusión en redes. Por este motivo, se invitará a personas reconocidas, actores, cantantes o influencers, a formar parte del programa, exponiendo su vivencia personal al resto de la audiencia. Este hecho servirá para que la audiencia identifique a una figura pública como referente para hablar de temas tabú.

3.5.3. Expertos invitados

Los expertos tendrán un papel muy importante en cada programa, ya que su voz como profesional será la que dará pie a las preguntas de la audiencia, que, en algunos

casos, tendrán que ser resueltas por el/ella. El/la experto/a variará en función del tema tabú que se aborde.

3.6. Creación del Canal de Twitch

Nombre del usuario: FueradelFoco

Descripción en la biografía del canal: ¡Hola! Fuera del Foco es un programa magazín producido por y para jóvenes en el que vamos a tratar temas tabú. Somos Paula y Mariona y queremos haceros partícipes de este programa. De la mano de testimonios y la voz de expertos vamos a debatir sobre todas las cuestiones que te preocupen. ¿Te apuntas?

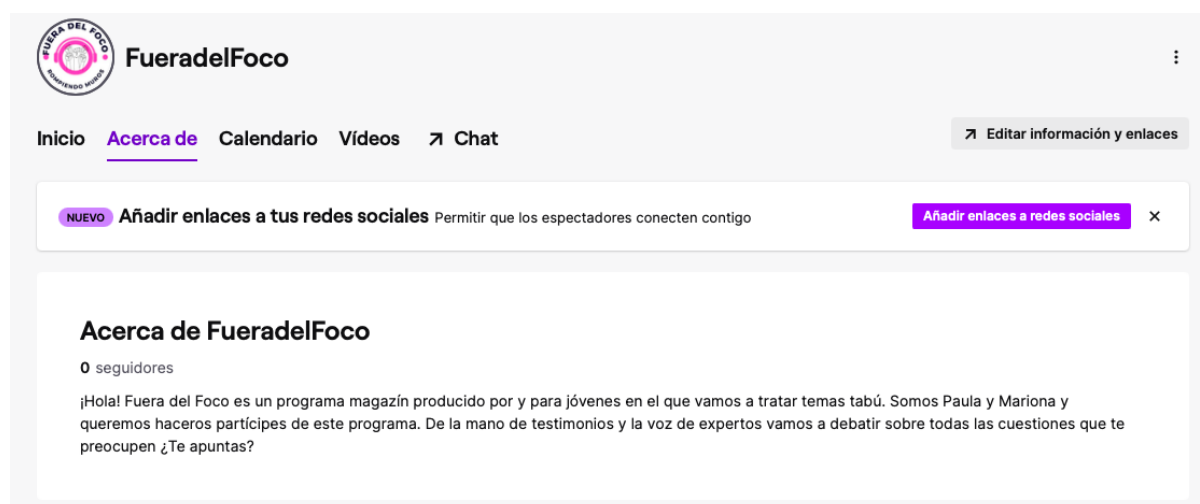


Foto 5. Fuente: Extraído de Twitch 15 de mayo de 2022

3.7. Localizaciones

Fuera del Foco tiene la intención de ser grabado en espacios como cafeterías o restaurantes, ya que el objetivo principal es que el proyecto tenga una esencia desenfadada e informal para establecer una relación de cercanía entre invitados y audiencia. Por ese motivo, los episodios estarán pensados para que transcurran durante una charla tomando un café o una infusión con los expertos y testimonios. En este contexto, la grabación será por la tarde, a la hora del café.

No obstante, el horario y las localizaciones de los programas podrán variar dependiendo de la temática de ese día. Es decir, en un programa destinado a

visibilizar temas tabú como la sexualidad, las localizaciones podrán ser coctelerías o restaurantes con un ambiente más íntimo dónde los asistentes puedan tomar una copa.

Ejemplos de localizaciones:

- **Mordisco**

- **Dirección:** Pasaje de la Concepción, 10, 08008 Barcelona.
- **Justificación de la localización:** Espacio céntrico, luminoso y bien comunicado para los asistentes. Además, es una localización con una decoración sobria y neutra que no da pie a distracciones ni a incomodidad por parte de la audiencia.
- **Imágenes del establecimiento:**



Fotos 6 y 7. Imágenes extraídas de la web de Mordisco, (2022)

- **Garage Coffee**

- **Dirección:** Calle Joan Gamper, 13, 08014, Barcelona
- **Justificación de la localización:** Espacio bien comunicado para los asistentes. Se trata de una cafetería, por lo tanto, el protagonismo del café será fundamental para darle un toque desenfadado a la entrevista.

Además, cuenta con un sofá, lo que permite que los invitados se puedan sentir mucho más cómodos durante la conversación.

- **Imágenes del establecimiento:**

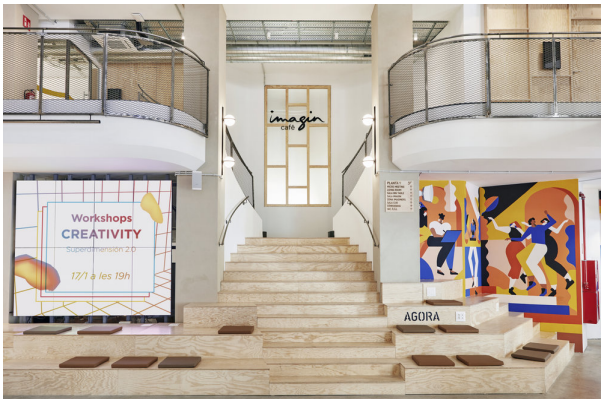


Fotos 8 y 9. Imágenes extraídas del Instagram de Garage Coffee, (2022).

imaginCafé

- **Dirección:** Calle Pelayo, 11, 08001, Barcelona
- **Justificación de la localización:** Espacio céntrico, luminoso y bien comunicado para los asistentes. Además, es una localización con una decoración sobria y neutra que no da pie a distracciones ni a incomodidad por parte de la audiencia. A diferencia del espacio anterior, ser una propiedad de una gran empresa puede ser que resulte más complicado establecer un acuerdo de colaboración.

- **Imágenes del establecimiento:**



Fotos 10 y 11. Imágenes extraídas de la web de imaginCafé (2022)

Para poder grabar el programa en imaginCafé, nos pusimos en contacto con el equipo de imaginCafé para poder gestionar una grabación en alguno de sus espacios como el Book Corner o el Planet. Para ello, enviamos un mail explicativo del proyecto. En este mismo contexto, también se concretó una reunión con la empresa para dar a conocer el proyecto y poder establecer sinergias entre ambas partes. Se puede consultar el mail tipo enviado a imaginCafé en *el anexo.3. E-mail enviado a imaginCafé.*

3.8. Estilo visual y diseño

Estilo visual

En cuanto al diseño del logo, se pretende que sea una herramienta que ayude a identificar claramente el mensaje que se quiere transmitir y vaya acorde con los objetivos del programa.

Logo definitivo



Imagen 12. Fuente: Elaboración propia

El presente logo engloba diferentes características que hacen entender qué es Fuera del Foco. En primer lugar, el círculo representa una cabeza con unos cascos. Dentro de él, identificamos cinco puños hacia arriba para hacer hincapié en la importancia de alzar la voz y focalizar la atención en aquellos temas más sensibles y silenciados.

Colores que se han utilizado para el diseño del logo

Colores del documento



Negro: #000000

Rosa: #ff66c4

Mockups



Imágenes 13 y 14. Fuente: Imágenes extraídas de Canva (25 de abril de 2022)

En cuanto al logo, cabe destacar que todos los diseños siguen el mismo estilo. El color rosa como tono principal junto con los colores negro y blanco que son más neutros.

La intención principal es que el nombre del programa (Fuera del Foco), quede fuera del dibujo, para hacer énfasis en el significado literal de Fuera del Foco.

Por otra parte, en algunos de los diseños, que se encuentran en el anexo 1, vemos como el *tagline* (rompiendo muros), está rompiendo alguna imagen, para entender también el significado literal de la frase. El objetivo principal gira en torno al mensaje que se quiere transmitir al público: Hablar de aquello que no está en el foco mediático y acabar con los prejuicios, romper con la presión a la que estamos sometidos para ocultar aquellas realidades, que creemos que debemos ocultar, pero que a la vez que nos hacen estar vivos.

Por lo que respecta al estilo visual del programa. Se prioriza el uso de los colores, ya que se intenta evitar la sobriedad que caracteriza a los medios de comunicación tradicionales. Por ese motivo, los elementos del programa, como la careta, cuentan con una amplia gama cromática con colores saturados.

En cuanto a los planos, pese a que la mayoría predominarán los planos medios y americanos, sobre todo durante la tertulia, también se contará con un plano conjunto en el que se verá a los invitados y a las presentadoras en el encuadre.

Por lo que respecta a la primera sección de la calle, los testimonios también cuentan con un plano medio corto. No obstante, la introducción del programa, grabada también en la calle, cuenta con planos enteros y americanos de las presentadoras, ya que no se trata de un encuadre fijo, sino que predomina el movimiento. Se trata del único clip que cuenta con movimiento, puesto que, durante el programa en directo, los planos serán estáticos.

Estilo sonoro

El programa se iniciará con la sintonía *Seize the Day*, de Andrey Rossi, que acompañará a la careta de entrada del programa. Se trata de una música sin derechos de autor y con un ritmo alegre, ya que el objetivo principal es que se relacione con el eslogan 'Rompiendo Muros'. Su función principal es que sea identificativa y que todo aquel que la escuche la relacione con 'Fuera del Foco'.

Por lo que respecta al tráiler del programa, se utiliza la canción *Different* de Fiftyounds en segundo plano. Es una canción sin copyright, que, como la sintonía, sugiere fuerza y sigue la tendencia del programa de llamar la atención y destacar.

Durante el resto del programa, no habrá hilo musical de fondo, ya que al grabar en el imaginCafé se parará la música ambiente para evitar que la emisión del programa se pueda ver afectada por copyright. Por ese motivo, se escuchará el discurso de los tertulianos, las presentadoras y el sonido ambiente del espacio. Un factor, que, a su vez, aporta la naturalidad que caracteriza al programa y a la plataforma de Twitch. Para ello, los invitados contarán con un micro de corbata que estará enlazado con las cámaras y también entrará audio a través del micro interno que es el que nos proporcionará la entrada de audio del ambiente del establecimiento.

3.9. Modelo de escaleta

Tabla 8. Guion técnico

Nº	Plano	Contenido	Formato	Duración	Duración acumulada
1		Careta principal	Grabado	15 seg	00:00:00
2	Plano medio	Introducción y contextualización	Grabado	5 min	00:00:15
3		Careta separadora	Grabado	15 seg	00:05:15
4	Plano general + plano medio	Bienvenida de los invitados + tertulia	Directo	15 min	00:01:30
5	Plano medio	Introducción el reportaje- sección en la calle	Directo	20 seg	00:21:30
6	Plano americano / Plano medio	Vídeo sección en la calle	Grabado	2 min	00:21:50
7		Careta separadora	Grabado	15 seg	00:23:50
8	Plano medio	Intervención del público	Directo	10 min	00:24:05
9		Careta separadora	Grabado	15 seg	00:34:05
10	Plano medio	Tips del experto	Directo	5 min	00:34:20
11	Plano americano	Despedida de los invitados y la	Directo	30 seg	00:39:20

	/ Plano medio	audiencia			
12		Careta final	Directo	15 seg	00:39:50

Fuente: Elaboración propia

3.10. Operacionalización

3.10.1. Desglose

A continuación, se presentará un modelo de desglose de producción para la realización del programa Fuera del Foco, segmentado por secciones:

Nombre del Proyecto: Fuera del Foco

Conductoras y productoras: Mariona Borrell Martínez y Paula Pérez Díaz

Community Manager: Carla Arias Ivaldi

Operador de cámara: Andreu Vinielles i Fauró

Soporte técnico y de producción: Iliana Ferrer

Tabla 9. Desglose

Escena	Int/Ext Noc/Día	Localización Decorado	Personajes	Recursos Técnicos	Recursos Humanos	Vestuario y Atrezzo
Introducción y contextualización (Sección 1)	Exterior	Calle Pelayo de Barcelona	Conductoras del programa	- Micro -Grabadora - Telefono móvil (iPhone 11)	- Camara	El vestuario de las presentadoras serán prendas juveniles de marcas emprendedoras con las que se establecerá una colaboración.
Tertulia (Sección 2)	Interior	Speech Corner - imaginCafé	- Conductoras del programa - Experto - Testimonio	- Ordenador principal - Monitor principal - Ordenador secundario - Monitor secundario con - entrada HDMI - 3 cámaras ENG con salida HDMI y dos entradas de audio XLR - 3 capturas de vídeo - 3 cables HDMI - 3 trípodes - 3 conectores de corriente - 4 micros de corbata inalámbricos	- Community Manager - Operador de cámara y mixer	Prendas de marcas emprendedoras colaboradoras y ropa de los invitados. Cubos con el logo de imaginCafé Plafones de patrocinio de la UAB Tazas de café para las conductoras e invitados Ordenador portátil 1 Mesa 4 sillas
El foco en la calle (Sección 3)	Exterior	Calle de Barcelona	- Conductoras del programa - Testimonios	- Micro -Grabadora - Telefono móvil (iPhone 11)	- Camara	Ropa personal de las conductoras de Fuera del Foco

La voz de la audiencia (Sección 4)	Interior	Speech Corner - imaginCafé	- Conductoras del programa - Experto - Testimonio - Usuarios de Twitch	- Ordenador principal - Monitor principal - Ordenador secundario - Monitor secundario con entrada HDMI - 3 cámaras ENG con salida HDMI y dos entradas de audio XLR - 3 capturadoras de vídeo - 3 cables HDMI - 3 trípodes - 3 conectores de corriente - 4 micros de corbata inalámbricos	- Community Manager - Operador de cámara y mixer	Prendas de marcas emprendedoras colaboradoras y ropa de los invitados. Cubos con el logo de imaginCafé Plafones de patrocinio de la UAB Ordenador portátil 1 Mesa 4 sillas
Tips del experto (Sección 5)	Interior	Speech Corner - imaginCafé	- Conductoras del programa - Experto	- Ordenador principal - Monitor principal - 2 cámara ENG con salida HDMI y dos entradas de audio XLR - 2 capturadoras de vídeo - 2 cables HDMI - 2 trípodes - 2 conectores de corriente - 3 micros de corbata inalámbricos	- Community Manager - Operador de cámara y mixer	Prendas de marcas emprendedoras colaboradoras y ropa de la experta Cubos con el logo de imaginCafé Plafones de patrocinio de la UAB 1 Mesa 3 sillas

Fuente: Elaboración propia

3.10.2. Recursos técnicos y humanos

Con la intención de presentar una propuesta audiovisual con el mínimo coste posible (al menos durante la primera temporada que será nuestra temporada de lanzamiento), optamos por utilizar recursos propios y en préstamo de conocidos y amigos. Así, procedemos a enumerar las necesidades técnicas para la realización del programa:

Streaming

- Ordenador principal
- Monitor principal
- Ordenador secundario para poder leer los comentarios en directo y comunicarnos con quién lance los vídeos
- Monitor secundario con entrada HDMI desde donde se lanzarán los vídeos

Vídeo

- 3 cámaras ENG con salida HDMI y dos entradas de audio XLR
- 3 capturadoras de vídeo de Avisual Pro
- 3 cables HDMI de Avisual Pro
- 3 trípodes
- 3 conectores de corriente para las cámaras

Audio

- 4 micros de corbata inalámbricos

En referencia a los recursos humanos que se necesitan para la elaboración y emisión del programa, se contará durante la primera temporada con la colaboración presencial de Carla Arias, encargada de la estrategia comunicativa de Fuera del Foco y de Andreu Vinielles, operador de cámara y CCU, que se encargará de los aspectos técnicos referentes a la realización del programa.

3.11. Cronograma/plan de trabajo

Para poder organizar la elaboración de Fuera del Foco, se realizó un cronograma para poder distribuir el trabajo entre las diferentes responsables del proyecto. El principal objetivo de su elaboración fue tener una correcta organización y establecer objetivos de trabajo a corto y medio plazo.

Tabla 10. Cronograma

TAREAS	RESPONSABLE	INICIO	FIN	ESTADO	NOTAS
Análisis de mercado: Twitch	Paula Pérez y Mariona Borrell	Febrero 2022	Febrero 2022	Completado	
Análisis de la competencia directa	Paula Pérez y Mariona Borrell	Febrero 2022	Marzo 2022	Completado	
Investigación sobre el infoentretenimiento	Paula Pérez	Abril 2022	Mayo 2022	Completado	
Creación del DAFO	Paula Pérez y Mariona Borrell	Marzo 2022	Marzo 2022	Completado	
Investigación de la monetización en las	Carla Arias, Paula Pérez y Mariona	Marzo 2022	Marzo 2022	Completado	

plataformas	Borrell				
Elección de las temáticas	Paula Pérez y Mariona Borrell	Marzo 2022	Marzo 2022	Completado	
Definición del público objetivo	Carla Arias, Paula Pérez y Mariona Borrell	Marzo 2022	Marzo 2022	Completado	
Definición de las secciones del programa	Paula Pérez y Mariona Borrell	Marzo 2022	Marzo 2022	Completado	
Creación de la primera página del proyecto	Paula Pérez y Mariona Borrell	Marzo 2022	Marzo 2022	Completado	
Elaboración de la escaleta del programa	Paula Pérez	Abril 2022	Abril 2022	Completado	
Elaboración del logo	Mariona Borrell	Abril 2022	Abril 2022	Completado	
Definición del estilo visual y sonoro	Carla Arias, Paula Pérez y Mariona	Mayo 2022	Mayo 2022	Completado	

	Borrell				
Búsqueda de perfiles de los colaboradores	Paula Pérez y Mariona Borrell	Abril 2022		En curso	Búsqueda tanto de testimonios como de expertos
Creación del email corporativo	Paula Pérez y Mariona Borrell	Abril 2022	Abril 2022	Completado	
Contacto con testimonios y expertos	Mariona Borrell	Abril 2022		En curso	Contacto vía email y redes sociales
Reunión con la experta	Paula Pérez, Mariona Borrell y Alicia González	Abril 2022	Abril 2022	Completado	Reunión con la experta Alicia González para explicarle el proyecto
Búsqueda de un operador de cámara	Paula Pérez y Mariona Borrell	Abril 2022	Abril 2022	Completado	
Búsqueda de espacios	Paula Pérez y Mariona	Abril 2022	Mayo 2022	Completado	

	Borrell				
Creación del canal de Twitch	Mariona Borrell	Mayo 2022	Mayo 2022	Completado	
Reunión sobre la emisión de Twitch	Carla Arias, Paula Pérez, Mariona Borrell, Andreu Vinielles, Iliana Ferrer, Jorge Ferrandis	Mayo 2022	Mayo 2022	Completado	Reunión con un perfil de Twitch para conocer los aspectos técnicos que se deben tener en cuenta para la emisión
Elaboración de presupuestos técnicos	Andreu Vinielles, Paula Pérez y Mariona Borrell	Mayo 2022	Mayo 2022	Completado	Presupuestos de Avisual Pro
Búsqueda de Pitching audiovisual es y otras formas de difusión del proyecto	Paula Pérez y Mariona Borrell	Abril 2022	Mayo 2022	Completado	
Creación de	Carla Arias	Mayo 2022	Mayo 2022	Completado	

las redes sociales					
Reunión con imaginCafé	Carla Arias, Paula Pérez y Mariona Borrell	Mayo 2022	Mayo 2022	Completado	Acercar a la dirección de imaginCafé el proyecto de Fuera del Foco
Grabación de la sección en la calle	Carla Arias, Paula Pérez y Mariona Borrell	Mayo 2022	Mayo 2022	Completado	
Búsqueda de empresas para colaborar	Mariona Borrell	Mayo 2022	Mayo 2022	En curso	
Grabación del teaser	Carla Arias, Paula Pérez, Mariona Borrell	Mayo 2022	Mayo 2022	Completado	
Creación de la careta	Carla Arias	Mayo 2022		En elaboración	
Edición de la sección en la calle	Paula Pérez y Mariona Borrell	Junio 2022	Junio 2022	Pendiente	

Fuente: Elaboración propia

3.12. Financiación

El objetivo principal de este proyecto es que se pueda desarrollar con el mínimo coste posible, al menos durante la primera temporada. De este modo, el presupuesto será muy limitado. Más allá de poder obtener beneficios mediante la monetización que se pueda obtener a través de las plataformas: Twitch, Spotify, YouTube, Tik Tok e Instagram; Fuera del Foco también busca poder financiarse a través de la creación de sinergias con otras marcas o empresas y con la difusión de la estrategia del proyecto en diferentes pitchings y concursos.

3.12.1. Estrategias de financiación

Dejando de lado la posible monetización mediante Twitch, especificada anteriormente, y el resto de las redes sociales en las que Fuera del Foco estará presente (Tik Tok, Instagram, YouTube y Spotify), se quiere conseguir patrocinio de pequeñas marcas. Basándonos en el programa piloto, las marcas van a ofrecer y/o regalar algunos de sus productos a cambio de difusión en las redes sociales. Tanto por parte del perfil del programa como por parte de los dos invitados. Una idea es, por ejemplo, buscar una marca de ropa que quiera vestir a las presentadoras para publicitarse de forma gratuita entre los jóvenes. Otra opción es colaborar con una peluquería o centro de estética que quiera peinar a los invitados y/o maquillarlos si lo quieren.

Por último, se quiere buscar marcas dispuestas a hacer obsequios a los invitados para ofrecerles un regalo a cambio de la colaboración con Fuera del Foco. Un ejemplo de este tipo de colaboraciones podría ser una panadería que quiera regalar alguno de sus dulces.

3.12.2 Estrategia de patrocinio del programa piloto

Al tratarse de un programa nuevo y aún sin seguidores fieles y audiencia definida, se pretende buscar pequeñas marcas para colaborar. Como bien se ha explicado en las estrategias de monetización del diseño del programa en general, se buscarán marcas que quieran vestir, peinar u ofrecer obsequios para los invitados o las presentadoras y que estén dispuestas a colaborar a cambio de la difusión en las redes, tanto por nuestra parte como por parte de los invitados.

Algunos ejemplos de marcas que se considera que encajan con el perfil juvenil, o bien, que se cree que estarían dispuestas a trabajar, son las marcas de ropa *Nerety* o *Naulover*.

Nerety es una plataforma creada y dirigida por jóvenes que se encarga de vender y distribuir artículos de ropa de marcas emergentes nacionales. Nerety se define por ser una marca que rompe con los límites sociales y con las barreras tanto creativas cómo estéticas. Es por este motivo que consideramos que es una marca que encaja a la perfección con los objetivos del proyecto Fuera del Foco, ya que quiere romper muros y acabar con las reglas estipuladas por la sociedad. Además, es una marca gestionada por jóvenes, igual que Fuera del Foco.

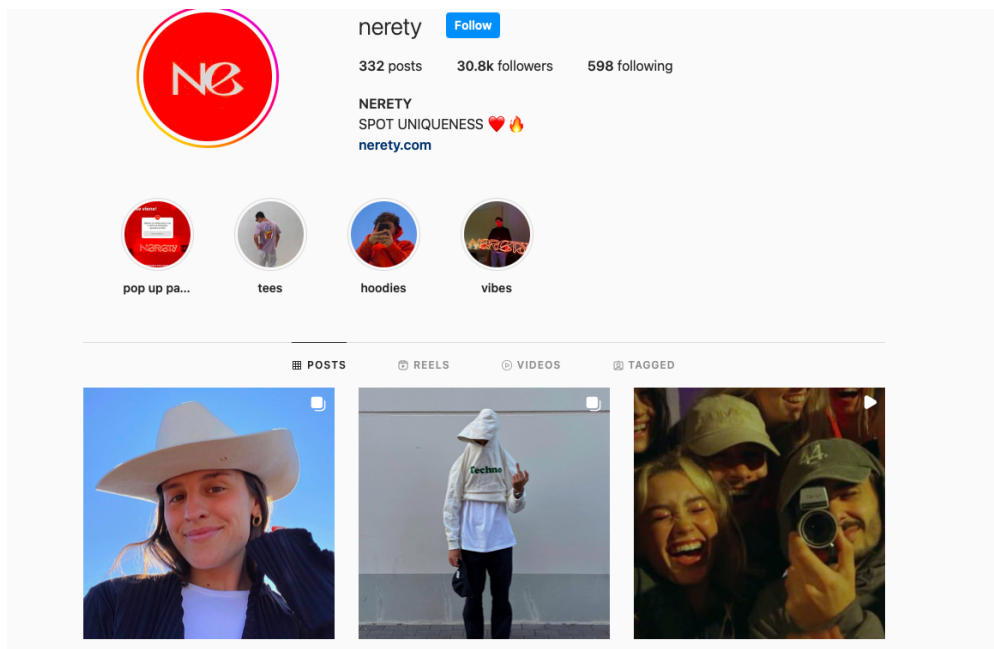


Foto 15. Fuente: Extraída del perfil de Instagram de Nerety (18 de mayo de 2022)

Por otro lado, Naulover destaca por ser una marca de ropa artesanal desde 1957. Se caracteriza por la proximidad de la elaboración de sus productos, ya que se diseña y fabrica en Cataluña, a los alrededores de Barcelona. En este caso, al tratarse de una empresa familiar y artesanal, consideramos que pueden estar interesados en colaborar con Fuera del Foco para vestir a las presentadoras o a los invitados/as.

El hecho de que sea una marca que prefiere la calidad y no la cantidad hace que nos interese por ella y encontremos objetivos en común con Fuera del Foco.

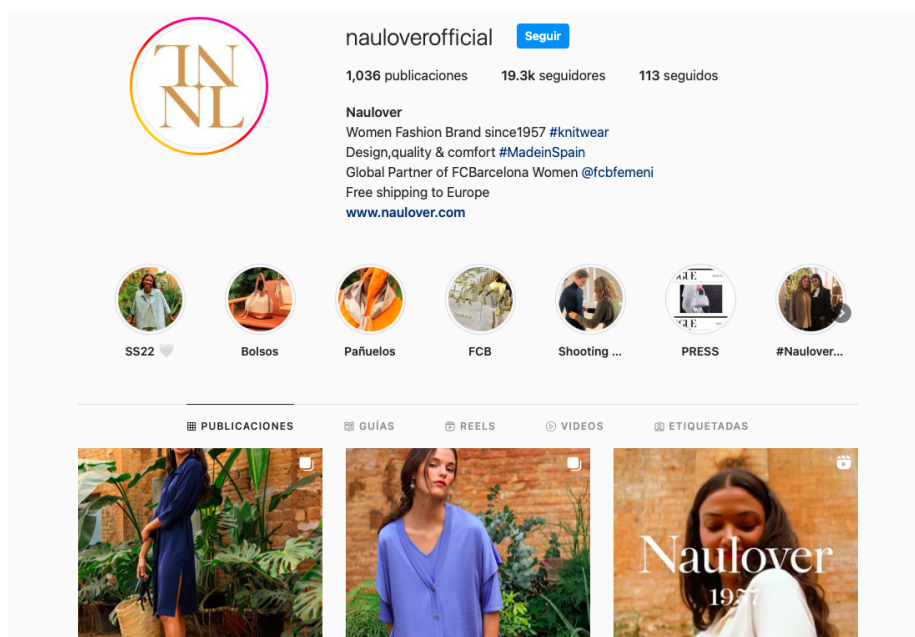


Foto 16. Fuente: Extraída del perfil de Instagram de Nerety (18 de mayo de 2022)

3.12.3 Distribución y pitchings

El objetivo de la elaboración de este Trabajo de Fin de Grado es poder materializar este proyecto. Para ello, se necesitaría financiación de diferentes productores, ya que, aunque el coste sea mínimo, sería interesante poder implementarlo como una alternativa de comunicación transmedia para alguna emisora o empresa.

Para poder llevar a cabo el proyecto de Fuera del Foco, se presentará una propuesta a diferentes Pitchings Audiovisuales como los siguientes:

- **Pitching Audiovisual de la Facultad de Comunicación de la UAB:** Durante el periodo del 6 al 23 de junio, el alumnado de la Universitat Autònoma de Barcelona podrá presentar los proyectos realizados durante el curso 2021-2022 siempre que estén avalados por un profesor. Los proyectos elegidos tendrán la oportunidad de ser presentados ante un grupo de productores en la Semana del Talento Audiovisual. En el caso de Fuera del Foco, el proyecto se presentaría en la categoría de 'Noves Finestres', ya que está pensado para

producciones transmedia, producciones para móviles, aplicaciones... En este contexto, el 4 julio se elaborará una presentación pública de los proyectos en la Sala de Juntas de la universidad.

Para concursar se debe enviar un único archivo PDF de máximo dos páginas con los siguientes requisitos:

- Categoría a la que se quiere presentar el proyecto
- Tipo de proyecto
- Storyline (extensión máxima: dos líneas)
- Sinopsis
- Tratamiento audiovisual
- Memoria de producción
- Plataforma de exhibición y público objetivo
- Personas de contacto
- Se puede incluir un teaser

Si el proyecto es seleccionado por el Pitching Audiovisual de la Facultad de la UAB, este será presentado a El Clúster Audiovisual de Catalunya.

- **Presentación de la estrategia comunicativa a imaginCafé:** Con motivo de la gestión del espacio de grabación realizamos una reunión con la dirección de imaginCafé en la que se presentó el proyecto de Fuera del Foco, con el objetivo de que nos cedieran un espacio de forma gratuita. A raíz de la presentación, la empresa mostró interés en el planteamiento del proyecto y además de ofrecernos sus espacios para poder grabar el programa piloto nos pidieron que les enviáramos la estrategia de comunicación del proyecto. En dicho encuentro se planteó la posibilidad de materializarlo y que se convirtiera en un servicio informativo recurrente en el espacio. La propuesta del proyecto se encuentra adjunta en el anexo 7. *Presentación imaginCafé* de este trabajo.

3.12.4. Presupuesto

Para elaborar el nuevo programa piloto se contará con algunos recursos propios y se alquilará el resto de los elementos técnicos necesarios a la empresa Avisual Pro durante un día. Para ello, se valoraron tres presupuestos orientativos teniendo en cuenta un presupuesto muy generoso, uno más reducido y el presupuesto real que se utilizará para la elaboración del programa. Es decir, la tercera opción es la elegida para poder llevar a cabo el proyecto.

Tabla 11. Presupuesto orientativo 1

Producto	Subtotal
Tripode Manfrotto 502HD-546GB × 3 Tarifa: 1 día	75,00€
Panasonic AG-UX90-4K × 3 Tarifa: 1 día	240,00€
Kit 2 paneles LED Dedolight Felloni 250º 5600K × 2 Tarifa: 1 día	70,00€
Microfono de condensador AKG Perception P420 × 4 Tarifa: 1 día	100,00€
Pie de escritorio para microfono × 4 Tarifa: 1 día	20,00€
Mezclador de video Roland VR-4HD × 1 Tarifa: 1 día	70,00€
Capturador de video Atomos Connect 4K HDMI-USB × 1 Tarifa: 1 día	10,00€
Subtotal	585,00€
Seguro	35,10€
IVA	122,85€
Total	742,95€

Nota. Esta tabla muestra el coste total del alquiler durante un día del material técnico para realizar el programa de Fuera del Foco.

Fuente: Extraída de Avisual Pro (5 de mayo de 2022)

Tabla 12. Presupuesto orientativo 2

Producto	Subtotal
Tripode Manfrotto 502HD-546GB x1 Tarifa: 1 día	25,00€
Kit 2 paneles LED Dedolight Felloni 2 50° 5600K x1 Tarifa: 1 día	35,00€
Microfono de condensador AKG Perception P420 x 4 Tarifa: 1 día	100,00€
Pie de escritorio para microfono x 4 Tarifa: 1 día	20,00€
Capturador de video Atomos Connect 4K HDMI-USB x 3 Tarifa: 1 día	30,00€
Mezclador de sonido Behringer XENYX X1222USB x1 Tarifa: 1 día	20,00€
Capturador de sonido Focusrite Scarlett 2i2 USB x1 Tarifa: 1 día	10,00€
Subtotal	240,00€
Seguro	14,40€
IVA	50,40€
Total	304,80€

Nota. Esta tabla muestra el coste total del alquiler durante un día del material técnico para realizar el programa de Fuera del Foco.

Fuente: Extraída de Avisual Pro (5 de mayo de 2022)

Tabla 13. Presupuesto orientativo 3

Producto	Subtotal
Capturador de video Atomos Connect 4K HDMI-USB x 3 Tarifa: 1 día	30,00€
Mezclador de sonido Behringer XENYX X1222USB x1 Tarifa: 1 día	20,00€
Capturador de sonido Focusrite Scarlett 2i2 USB x1 Tarifa: 1 día	10,00€
Subtotal	60,00€
Seguro	3,60€
IVA	12,60€
Total	76,20€

Nota. Esta tabla muestra el coste total del alquiler durante un día del material técnico para realizar el programa de Fuera del Foco.

Fuente: Extraída de Avisual Pro (5 de mayo de 2022)



Programa piloto

4. Programa piloto

4.1. Temas del primer programa

Para elegir la temática que se tratará en el programa piloto, se realizó una encuesta a jóvenes en los perfiles de Instagram de las conductoras. En este escenario, se propusieron cuatro temáticas de interés juvenil y alejadas del foco mediático. Estos cuatro temas ya venían predeterminados por una encuesta que se ejecutó mediante WhatsApp a 200 personas en enero de 2021. En dicha encuesta preguntamos al público cuáles eran sus inquietudes y los temas tabú de los que menos conocían y les interesaban. Los cuatro temas más demandados fueron los siguientes:

1. Sexualidad
2. Salud Mental
3. Adicciones
4. Menstruación

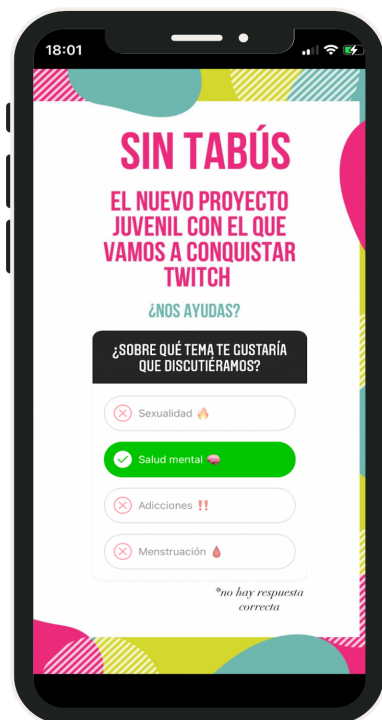
Tras veinticuatro horas de votación, finalmente la temática elegida fue salud mental, dejando en segundo lugar sexualidad, en tercero adicciones y por último, menstruación. La muestra total de participantes fue de 198 personas. De este conjunto, 86 jóvenes se decantaron por la temática de salud mental.

Para realizar la encuesta mediante historias de Instagram, creamos varias plantillas y escogimos una de ellas. Además, escribimos un pequeño texto para contextualizar a la audiencia y que nos ayudaran a escoger el tema a tratar en el primer programa.



Imágenes 17, 18 y 19. Fuente: Plantillas de Canva, (2022), Template de elaboración propia.

Estas son las tres plantillas que se diseñaron para difundir la encuesta. Finalmente, se apostó por la tercera opción y el resultado fue el siguiente:



Para este primer programa se planteó escoger un perfil de algún testimonio público que quisiera hablar sobre terapias, ansiedad, depresión y/ o salud mental en general. El motivo principal es desmitificar la imagen que se transmite a través de la televisión y las redes sociales en las que aparecen estos perfiles. Además, poder hablar públicamente de estas temáticas destapa una realidad que se encuentra presente en muchos ámbitos de la vida de los jóvenes, independientemente de su condición social, empleo, etnia, género, etc.

Imagen 20. Fuente: Plantillas de Canva, (2022), Template de elaboración propia.

4.2. Testimonios del primer programa

En el caso del episodio piloto, para hablar sobre la salud mental entre los jóvenes se contará con la presencia de una psicóloga, así como testimonios de personajes públicos que generen interés entre nuestra audiencia. Como ya se ha comentado anteriormente en el apartado 3.5.2 Testimonios Invitados, uno de los objetivos del proyecto es poder contar con influencers y personajes públicos para mostrar a la audiencia que las personas con más seguidores y con influencia sobre ellos también pueden experimentar situaciones consideradas tabú. Por ese motivo, en el programa piloto, dedicado a la salud mental, se han tenido en cuenta perfiles de relevancia en las redes sociales para poder hablar sobre ello.

4.2.1. Posibles testimonios para el primer programa

a. María Martí

María Martí es una creadora de contenido en redes sociales catalana que, en abril de 2022, cuenta con 118 mil seguidores en Instagram. A través de sus publicaciones en la plataforma ha explicado abiertamente que ha sufrido ansiedad y a su vez, sensibilizó a los jóvenes que la siguen sobre ello. Des-estigmatizó la figura del psicólogo y normalizó el hecho de recurrir a terapia en caso de no estar bien psicológicamente.

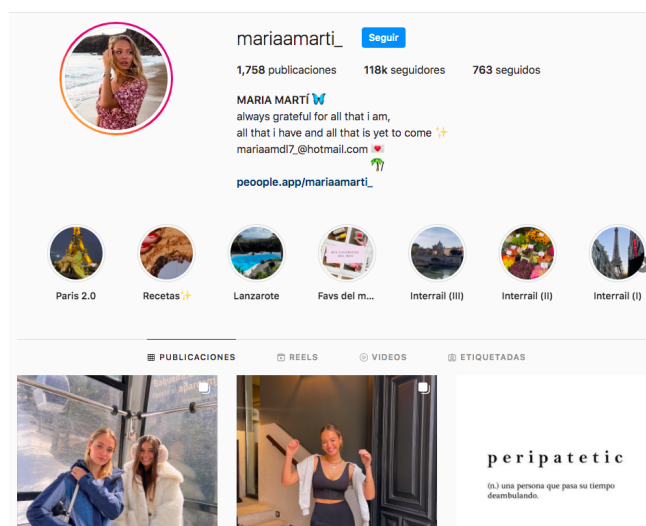


Imagen 21. Fuente: Imagen extraída del perfil de María Martí en Instagram (@mariaamarti_), (2022).

En este contexto, contar con la influencer es una opción muy positiva debido a su alto impacto entre el target del programa, ya que los seguidores de Martí se encuentran dentro del rango de edad del público objetivo de 'Fuera del Foco'.

b. Carla Di Pinto

Carla es una joven influencer barcelonesa de 23 años. Carla empezó en las redes en 2016, mostrando sus viajes y compras de ropa. Poco a poco construyó su comunidad de seguidores y hoy en día acumula 311 mil en Instagram.

Algo muy común en la vida de los influencers, si más no al principio de su carrera, es mostrar su día a día y su faceta más personal, entendiendo así la exposición de sus amigos, parejas, etc.

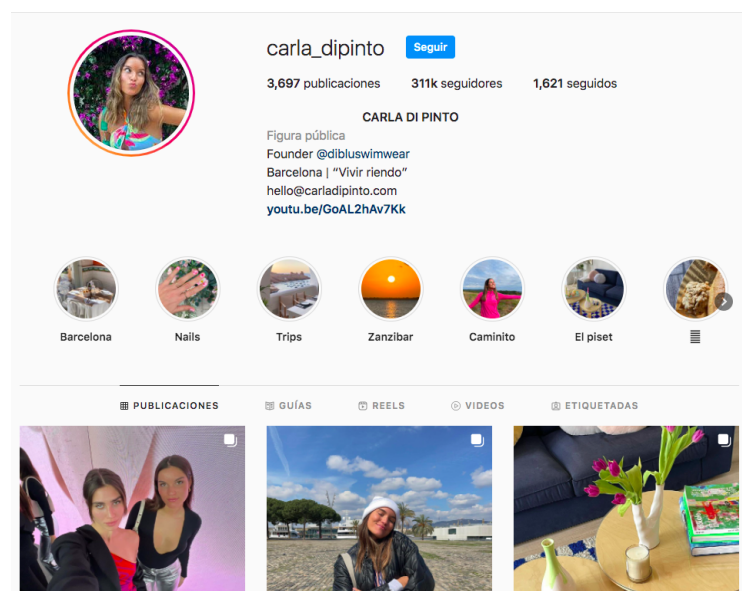


Imagen 22 Fuente: Imagen extraída del perfil de Carla Di Pinto en Instagram (@carla_dipinto), (2022).

Carla compartió desde el principio su relación amorosa con su pareja. No obstante, poco a poco dejó de hacerlo, así como dejó de subir tanto contenido junto a él. Sus seguidores empezaron a preguntar sobre él y ella expuso abiertamente que se encontraba en un momento de inestabilidad mental, ya que había decidido poner fin a su relación y además otros pilares fundamentales de su vida también se estaban viendo afectados.

A partir de ese momento, la joven empezó a hablar de salud mental de forma continuada a través de sus redes sociales. De esta forma, muchos de sus seguidores empezaron a mostrar interés por esta temática, ya que hacían cuestiones como: ¿Cómo sabes cuando no estás bien anímicamente?, ¿Qué haces para estar mejor?, ¿Has acudido a terapia?, etc.

La exposición de Carla Di Pinto en redes sociales y los valores relacionados con el bienestar mental son dos factores clave por los cuáles se ha considerado que sea relevante contar con la creadora de contenido.

c. Lucas Loren

Lucas Loren, más conocido en Instagram como @lucloren, es un influencer Aragonés, pero residente en Barcelona, que tiene casi 300 mil seguidores en Instagram. Lucas empezó a ser conocido por ser el mejor amigo de Aida Domenech (@dulceida) una de las influencers españolas con más seguidores en Instagram. No obstante, Lucas empezó en las redes con un canal de YouTube dónde hacía entrevistas junto a dos amigos. Con el paso de los años, Lucas empezó a ser una celebridad en Instagram. En 2021, el influencer tuvo que apartarse durante un tiempo de las redes, abandonando así sus perfiles en las redes. Unos meses después, Lucas apareció contando que había decidido apartarse de las redes para poder cuidar su salud mental. Desde entonces, Lucas habla abiertamente sobre su terapia y su proceso de

cuidado personal. Lucas, además de ser un posible entrevistado para nuestro primer programa, es uno de los referentes que nos inspiran para llevar a cabo el proyecto. Lucas habla abiertamente sobre salud mental y realiza entrevistas a distintas celebridades que aportan su testimonio sobre enfermedades mentales.

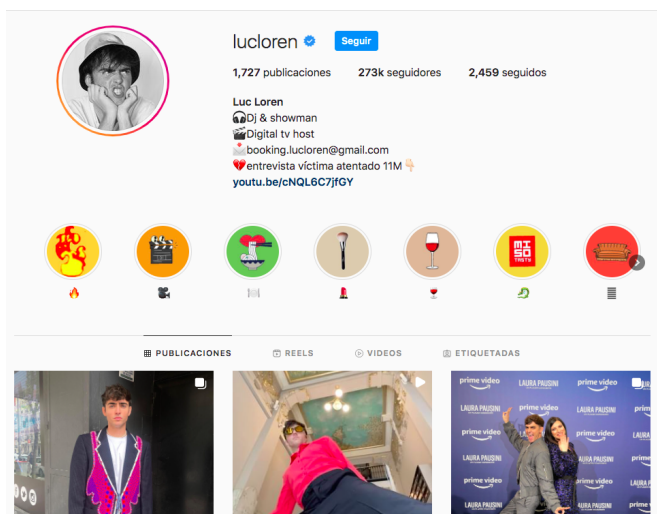


Imagen 23. Fuente: Imagen extraída del perfil de Lucas Loren en Instagram (@lucloren), (2022)

d. Alejandra Castelló

Alejandra Castelló es una joven influencer de 32 años que ha aparecido en distintos programas de televisión y radio de TVE, Telecinco y Europa FM. Actualmente, colabora en un programa de 8TV llamado 'El Circ'. Pese a que la joven tiene formación como actriz, su trabajo se focaliza en las redes sociales y la televisión, dos de los canales que, en la actualidad, se caracterizan por su capacidad de exposición. En este contexto, consideramos que contar con Alejandra sería una muy buena idea, ya que contar con un personaje televisivo e influencer ayuda a que nuestro proyecto tenga un mayor alcance y difusión.

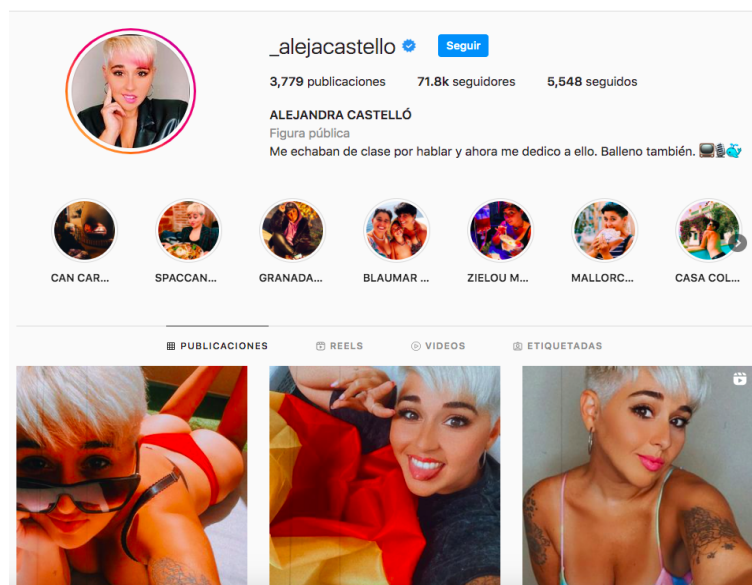


Imagen 24. Imagen extraída del perfil de Alejandra Castelló en Instagram (@_alejacastello), (2022)

Además, al tener más de 70 mil seguidores en Instagram y ser una usuaria con una actividad recurrente en redes sociales como Twitter puede dar un punto de visto crítico sobre el impacto de las redes sociales en la salud mental, sobretodo teniendo en cuenta los segmentos de la ansiedad y la depresión.

Tras contactar con todos los testimonios expuestos anteriormente, la representante de la influencer María Martí, María Guillén, expresó su satisfacción acerca de la invitación y aceptó la propuesta. Se puede consultar la respuesta de la representante en el anexo 9.

4.3. Expertos del primer programa

En el programa piloto, también se contará con la figura de un experto, en este caso de un psicólogo o una psicóloga. Siguiendo la misma estrategia de búsqueda de los testimonios, se priorizaron perfiles con repercusión en las redes sociales. En este caso, se tuvo en cuenta este factor para poder captar la atención de la audiencia en el primer programa y para poder obtener una mayor difusión del programa piloto.

4.3.1. Posibles expertos del primer programa

a. Somos Estupendas

Somos Estupendas es una plataforma que promueve información sobre salud mental y a su vez, ofrece terapia psicológica a mujeres. La plataforma cuenta con amplio equipo de psicología que ofrece herramientas con el objetivo de que aquellas personas que acuden a él logren alcanzar un bienestar real a todos los niveles.

El equipo está conformado por mujeres que cuentan con una formación cualificada, así como una larga trayectoria profesional.



Imagen 25. Fuente: Captura de pantalla extraída de la web de 'Somos Estupendas', (2022)

Somos Estupendas se ha extendido cada vez más entre las jóvenes, debido a su buena estrategia de comunicación a través de redes sociales. Por ese motivo, pueden ser influyentes entre la audiencia de Fuera del Foco. Además, se podrán establecer

sinergias entre el programa y la plataforma con el objetivo de incrementar la difusión de ambos proyectos.

b. Silvia Congost

Silvia Congost es una psicóloga catalana, experta en dependencia emocional, autoestima y relaciones tóxicas, que además de terapias personalizadas, divulga contenido sobre autoestima y autoconocimiento a través de las redes sociales. Silvia se ha convertido en un icono sobre la psicología en Instagram. Tanto es así que Silvia está dando conferencias en Madrid y Barcelona.

La psicóloga explica en su página web que su experiencia personal le ha ayudado a implementar su propio método infalible, asegurando qué en 10 sesiones se puede superar la dependencia emocional y reforzar la autoestima.

Silvia ha publicado recientemente, en abril de 2022, el libro “Personas Tóxicas”, pero su carrera como autora de varios libros ya hace años que está en auge. Uno de sus mayores éxitos se titula “A Solas”.



Imagen 26. Fuente: Portada de la página web de la psicóloga Silvia Congost, (2022)

c. Som Salut Mental 360

Som Salut Mental 360 es un proyecto impulsado por el hospital Sant Joan de Déu a través de una plataforma digital que integra a profesionales del ámbito de la salud, así como de sectores sociales y educativos. Su objetivo es sensibilizar a sus usuarios al proporcionar información sobre el bienestar mental a través de experiencias y conocimientos de diferentes protagonistas.

El hospital Sant Joan de Déu pone a su disposición a su equipo profesional y a diferentes instituciones sociales y del ámbito de la salud.



Imagen 27 Fuente: Imagen recuperada de la web de Som 360, (2022)

d. Patricia Ramírez

Patricia es una psicóloga, escritora, conferenciante, actriz y divulgadora en diferentes medios de comunicación. Patricia dirige un equipo de Psicología que atiende a pacientes a través de su Clínica Online.

En su perfil de instagram @patri_psicologa ofrece tips y videos explicativos sobre cómo gestionar y lidiar con diferentes situaciones que afectan a nuestro cerebro y comportamiento. La psicóloga tiene casi 500 mil seguidores en su perfil profesional de Instagram en abril de 2022. Algunos de los libros que ha escrito son: *Cuenta contigo* o *Somos fuertes*.

Patricia colabora con distintos medios de comunicación para aconsejar sobre determinadas situaciones, como, por ejemplo, con TVE. Es por este motivo que consideramos que su perfil, tanto profesional como personal, encaja con el tipo de contenido que queremos divulgar en el primer programa de *Fuera del Foco*.



Imagen 28. Fuente: Imagen recuperada de la web de la Universidad de Zaragoza, (2022)

e. Alicia González

Alicia es una psicóloga que trabaja bajo el lema *Un lugar solo para ti*. Alicia asegura que todos nos merecemos un sitio para nosotros mismos, donde sentirnos a gusto, desconectados del mundo y conectados con nosotros mismos. Así lo explica en su página web, dónde hace una cercana bienvenida a todo aquel que esté pasando por un mal momento y describe los servicios que se ofrecen en su centro de terapia.



Imagen 29. Fuente: Imagen recuperada de la web de Alicia González, (2022)

Alicia empezó a divulgar contenido en Instagram, dónde exponía situaciones cotidianas en las que nos podíamos encontrar las personas. Empezó a tener mucho alcance y decidió abrir también una cuenta de Tik Tok. Actualmente, sigue divulgando este tipo de contenido para normalizar las situaciones de malestar entre las personas. Tanto sus videos en Tik Tok, como sus posts en Instagram adquieren un tono cercano y agradable con el que uno se puede sentir cómodo para seguir consumiendo el contenido que ofrece Alicia.



Imagen 30 Fuente: Perfil de Instagram de Alicia, (2022).

Tras realizar un encuentro virtual con Alicia, se acordó que ella era la candidata perfecta para llevar a cabo el primer programa piloto. Alicia habla desde el cariño y la cercanía, y sus inquietudes giran en torno a la labor social que se quiere llevar a cabo

con este proyecto. Es una gran profesional y sus conocimientos y personalidad van acorde con el perfil profesional del experto que se busca para el programa sobre Salud Mental.



Conclusiones



5. Conclusiones

Tras finalizar el presente trabajo, hemos podido observar cómo se ejecuta una combinación entre la complicidad técnica de los formatos de infoentretenimiento en televisión, y la practicidad característica de los productos de Twitch. Al hibridar rasgos de ambos productos, la producción, investigación y preparación técnica ha nacido de cero. Sin referentes ni ejemplos con los que poder trabajar de base.

Los medios de comunicación tradicionales están perdiendo cada vez más a la audiencia joven y esta se encuentra más presente en redes sociales y plataformas como Twitch. Algunos streamers han adquirido el papel del periodista, un claro ejemplo es Ibai Llanos, quién ha conseguido entrevistar a personajes de gran relevancia. No obstante, en dicha plataforma no se encuentra ningún programa de infoentretenimiento que actúe como servicio informativo.

En este contexto, este Trabajo de Fin de Grado presenta una solución transmedia, ya que es donde se encuentra el público que no consume la información a través de los canales tradicionales y les proporciona un servicio informativo de interés. Por ese motivo, son ellos mismos los que eligen las temáticas que se encuentran en la agenda mediática.

Para poder llevarlo a cabo, se tuvo claro que se quería contar con la participación de figuras influyentes en las redes sociales. Tanto para desmitificar su estilo de vida y acercar los temas tabú que se tratan en el programa, como para ganar difusión. No obstante, fue complicado poder gestionar entrevistas sin la posibilidad de remuneración. También cabe destacar que cuando imaginCafé respaldó la idea de poder ceder el espacio para grabar el programa piloto, más influencers se mostraron proactivos a colaborar con el proyecto.

Por lo que respecta a la presentación del proyecto, a raíz de la reunión con la dirección de imaginCafé surgió la posibilidad de colaborar de forma continuada con la empresa. Además, este es un espacio pensado para jóvenes, un espacio de ocio, de estudio,

de reunión, etc. Es decir, el target y la filosofía de imaginCafé es muy similar a la del proyecto. Por esa razón, fue muy fácil poder establecer sinergias entre ambas partes.

La reunión con imaginCafé, fue el impulso necesario para reflexionar más allá y contemplar colaboraciones con otras marcas y startups de jóvenes. Por esa razón, las conductoras del programa realizamos una gestión de PR en la que se presentó la posibilidad de colaborar con marcas emprendedoras como Nerety. La respuesta por parte de los fundadores fue muy positiva, ya que al igual que en el caso anterior, el target es el mismo y ambas partes se podían beneficiar de la visibilidad.

Por último, cabe destacar que, pese a la buena acogida del proyecto por los agentes externos al proyecto y la proactividad a colaborar en él, el hecho de que Twitch sea una plataforma emergente ha causado algunos estragos para saber cómo emitir un contenido audiovisual multicámara con un coste mínimo. De hecho, un aspecto a considerar es que se presentaron diferentes dificultades, ya que como no se pudo contar con el material de la universidad, se tuvo que recurrir a amigos y alquilar material en empresas externas independientes. Por lo que respecta a la emisión en Twitch, se optó por realizar una reunión con un streamer para que acercara la parte técnica tanto a las conductoras como al operador de cámara del proyecto.

Lo más destacable es que las autoras de este trabajo han visto cómo es posible crearse un hueco en una sociedad dónde casi todo está inventado o pensado. El proyecto de Fuera del Foco se presenta como una herramienta para solventar un claro problema dentro del ámbito del periodismo, la comunicación y la sociedad.



Bibliografía y webgrafía consultada

6. Bibliografía y webgrafía consultada

Aguilera García, I.C. (2020). *Actualidad y comedia: El éxito de El Intermedio y La Resistencia entre los espectadores jóvenes*. Ámbitos: Revista internacional de comunicación, 50, 80-95. Enlace:

https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/102189/Actualidad_y_comedia-El_éxito_de_El_Intermedio_y_La_Resistencia_entre_los_espectadores_jóvenes.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Alicia González. (s.f). Inicio. [Página web de Alicia González]. Enlace: <http://www.aliciagonzalezpsicologia.com/>

Arias, C. (2022). *Fuera del Foco: Plan de comunicación para un programa audiovisual de jóvenes para jóvenes*. Universitat Autònoma de Barcelona.

Avisual Pro. (s.f.) Inicio. [Página web de Avisual Pro]. Enlace: <https://www.avisualpro.es/>

Berdejo, P. (2020). *Cómo diseñar correctamente fichas técnicas de producto*.

Enlace: <https://www.integratecnologia.es/la-innovacion-necesaria/como-disenar-correctamente-fichas-tecnicas-de-producto/>

Berrocal, S. Redondo, M. Campos, E. (2012). *Una aproximación al estudio del infoentretenimiento en Internet: origen, desarrollo y perspectivas futuras*. 63-79.

Enlace: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/53439/69-118-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Castelló, A. (@_alejacastollo). (s.f.) Inicio. [Perfil de Instagram de Alejandra Castelló].

Instagram. Enlace: https://www.instagram.com/carla_dipinto/
https://www.instagram.com/_alejacastello/

CCMA (s.f) Incio. [Página web de Mood Z]. Enlace: <https://www.ccma.cat/tv3/mood-z/>

CCMA. (s.f.) [Página web del programa Tabús]. Enlace: <https://www.ccma.cat/tv3/tabus/>

CCMA. (s.f.) Inicio. [Página web del programa Adolescents XL]. Enlace: <https://www.ccma.cat/catrado/adolescents-xl/>

Congost, S. (s.f.) Inicio. [Página web de Silvia Congost]. Enlace: <https://www.silviacongost.com/>

Cotán García, Á.M. (2021). *El fenómeno streamer. Estudio de cuatro casos representativos en España: Ibai Llanos, 'Nanísimo', El Rubius y 'TheGrefg'*. Universidad de Sevilla, Sevilla. Enlace: <https://idus.us.es/handle/11441/126294>

Di Pinto, C. (@carla_dipinto). (s.f.) Inicio. [Perfil de Instagram de Carla Di Pinto]. Instagram. Enlace: https://www.instagram.com/carla_dipinto/

Facultat de Ciències de la Comunicació UAB. (9 de maig de 2022) *Torna el Pitching Audiovisual de la Facultat!* Universitat Autònoma de Barcelona. Enlace: <https://www.uab.cat/web/detall-de-noticia/torna-el-pitching-audiovisual-de-la-facultat-1345702086369.html?noticiaid=1345859395944>

Garage Coffee. (s.f.) Inicio. [Perfil de Instagram]. Enlace: <https://www.instagram.com/garagecoffeebcn/>

García-Avilés, J. A. (2021, agosto). *El reportaje de infoentretenimiento: evolución del género en las televisiones generalistas en España (1990–2020)*. <http://www.scielo.org.pe/pdf/rcudep/v20n2/2227-1465-rcudep-20-02-171.pdf>

Hokka, Jenni. (2018). *Towards nuanced universality: Developing a concept bible for public service online news production*. University of Tampere. <https://doi.org/10.1177/0267323118810862>

imaginCafé. (s.f) Inicio. [Página web de imaginCafé]. Enlace:

<https://www.imagin.cafe/>

Kantar (2021). *Las 5 claves para redefinir tu estrategia de comunicación*.

Kantar.com. Enlace: <https://get-media.kantar.com/las-5-claves-para-redefinir-las-estrategias-de-comunicacion/>

Llanos. I. [@ibai]. (s.f.) Inicio. [Canal de Twitch de Ibai Llanos]. Twitch. Enlace:

<https://www.twitch.tv/ibai?lang=es>

Loren. L. (@lucloren). (s.f.) Inicio. [Canal de YouTube de Luc Loren]. YouTube.

Enlace: <https://www.youtube.com/c/TheTripletz>

Loren. L. (@lucloren). (s.f.) Inicio. [Perfil de Instagram de Luc Loren]. Instagram.

Enlace:

<https://www.instagram.com/lucloren/>

Mariona Borrell Martínez. (s.f). Inicio. [Página de LinkedIn] Enlace:

<https://www.linkedin.com/in/mariona-borrell-martinez-510b4820a/>

Martí, M. (@mariaamarti_). (s.f.) Inicio. [Perfil de Instagram de María Martí].

Instagram. Enlace: https://www.instagram.com/mariaamarti_/

Mordisco. (s.f). Inicio. [Página web de Mordisco]. Enlace:

<https://www.mordisco.com/>

Nanisimo [@nanisimo] (s.f). Canal de Twitch de Nanisimo. Twitch. Enlace:

<https://www.twitch.tv/nanisimo?lang=es>

Naulover. (s.f) Inicio. [Página web de Naulover]. Enlace: <https://www.naulover.com/>

Nerety. (s.f). Inicio. [Página web de Nerety]. Enlace: <https://nerety.com/>

Newtal. (s.f). Inicio. [Página web]. Enlace: <https://www.newtral.es>

Newtal. [@newtral] (s.f). Inicio. [Canal de Twitch de Newtal]. Twitch. Enlace:
<https://www.twitch.tv/search?term=newtral>

Ortells, S. (2012). *Infoentretenimiento y periodismo político en televisión: visiones contrapuestas de un problema complejo*. Revista Latina de Comunicación Social. Enlace:
http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/80555/Ortells99_115%20.pdf?sequence=1

Paula Pérez Díaz. (s.f). Inicio. [Página de LinkedIn] Enlace:
<https://www.linkedin.com/in/paula-p%C3%A9rez-d%C3%ADaz-aa52a4201/>

Ramírez, P. (@patri_psicologa). (s.f.). Inicio. [Perfil de Instagram de Patricia Ramírez]. Instagram. Enlace: https://www.instagram.com/patri_psicologa/?hl=es

Som 360. (s.f.). Inicio. [Página web de Som 360]. Enlace:
<https://www.som360.org/es>

Somos Estupendas. (s.f.). Inicio. [Página web de Somos Estupendas]. Enlace:
<https://somoestupendas.com/>

Romero, G. [@gerardromero]. (s.f.) Canal de Twitch de Gerard Romero. Twitch. Enlace: <https://www.twitch.tv/gerardromero?lang=es>



Anexo



7. Anexos

7.1. Logotipos



Anexo 2.

7.2 Posibles localizaciones para la grabación del piloto

- Alba Granados



- Café Central



- Paradiso



- **Bobby's Brown**

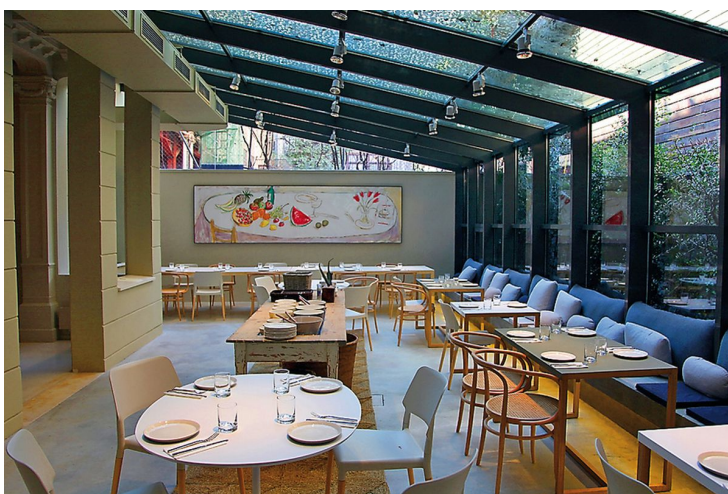
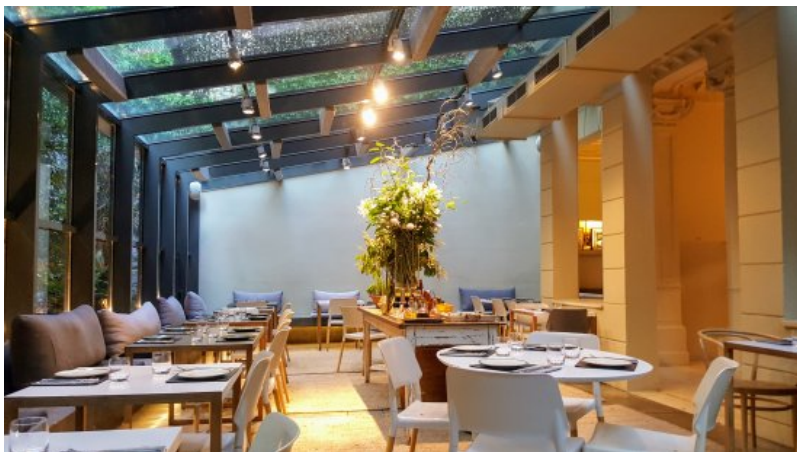


- **Coco Vintage Market**





- **Mordisco**



7.3 Mails tipo

7.3.1 Mail tipo de contacto localizaciones

¡Hola!

Somos Paula y Mariona, dos periodistas que estamos creando un nuevo proyecto profesional. ¡Encantadas de saludaros!

Os escribimos porque estamos a las puertas de terminar la universidad y hemos creado nuestro propio proyecto audiovisual: *Fuera del Foco*.

Fuera del foco es un programa multiplataforma, que se emitirá en directo por Twitch, pensado para jóvenes, en el que trataremos temas tabús. Queremos romper muros y visibilizar todo aquello que la sociedad acostumbra a silenciar.

Estamos preparando el primer programa en el que hablaremos de Salud Mental y estamos buscando localizaciones para grabar el primer programa. La idea es poder realizar un programa de unos 40 minutos, al que vendrá algún personaje famoso, mientras tomamos algún café o infusión.

No podemos permitirnos alquilar el espacio, pero a cambio os daríamos difusión en redes como colaboradores del programa.

Nos gusta mucho vuestro local y creemos que puede encajar a la perfección con la temática y las secciones que tenemos preparadas, ya que se adapta muy bien a la esencia que queremos transmitir en el primer programa.

Quedamos a la espera de vuestra respuesta y estaríamos encantadas de reunirnos para contaros un poco más sobre *Fuera del Foco* y el primer programa.

¡Muchas gracias!

7.3.2. Mail tipo de contacto invitados

Hola, ¿Cómo estás?

Somos Paula y Mariona, dos periodistas que estamos creando un nuevo proyecto profesional. ¡Encantadas de saludarte! Te escribimos porque estamos a las puertas de terminar la universidad y hemos creado nuestro propio proyecto audiovisual: *Fuera del Foco*.

Fuera del foco es un programa multiplataforma, que se emitirá en directo por Twitch, pensado para jóvenes, en el que trataremos temas tabús. Queremos romper muros y visibilizar todo aquello que la sociedad acostumbra a silenciar.

Estamos preparando el primer programa en el que hablaremos de Salud Mental y es por este motivo que nos encantaría invitarte a formar parte de él.

El programa tendrá distintas secciones y nos gustaría contar contigo para la tertulia que llevaremos a cabo de la mano de psicólogas expertas que divulgan contenido en redes.

Tenemos muchas cosas más que contarte sobre el proyecto, el programa y la ilusión que nos ha llevado a crearlo. Tu voz sería de gran ayuda para concienciar a la sociedad y acercar a todo el mundo esos temas de los que nos cuesta hablar.

La grabación será en Barcelona, en algún restaurante o cafetería con las que estamos colaborando.

Queríamos saber si te interesa participar en este primer programa y si tendrías disponibilidad para grabar este mes de mayo.

Quedamos a la espera de tu respuesta y estaríamos encantadas de contarte un poco más sobre *Fuera del Foco* y el primer programa.

¡Muchas gracias!

7.3.3. Mail tipo contacto con los expertos

Hola, ¿Cómo estás?

Somos Paula y Mariona, dos periodistas que estamos creando un nuevo proyecto profesional.

¡Encantadas de saludarte!

Te escribimos porque estamos a las puertas de terminar la universidad y hemos creado nuestro propio proyecto audiovisual: ***Fuera del Foco***.

Fuera del foco es un programa multiplataforma, que se emitirá en directo por Twitch, pensado para jóvenes, en el que trataremos temas tabús. Queremos romper muros y visibilizar todo aquello que la sociedad acostumbra a silenciar.

Estamos preparando el primer programa en el que hablaremos de Salud Mental y es por este motivo que nos encantaría invitarte a formar parte de él como voz experta. Hace tiempo que te seguimos en redes y creemos que tus consejos y manera de hablar encajan a la perfección con el mensaje que queremos transmitir.

El programa tendrá distintas secciones y nos gustaría contar contigo para la tertulia que llevaremos a cabo junto a creadores de contenido que hayan sufrido ansiedad y/o depresión.

Tenemos muchas cosas más que contarte sobre el proyecto, el programa y la ilusión que nos ha llevado a crearlo. Tu voz sería de gran ayuda para concienciar a la sociedad y acercar a todo el mundo esos temas de los que nos cuesta hablar.

La grabación será en Barcelona, en algún restaurante o cafetería con las que estamos colaborando.

Queríamos saber si te interesa participar en este primer programa y si tendrías disponibilidad para grabar este mes de mayo.

Quedamos a la espera de tu respuesta y estaríamos encantadas de contarte un poco más sobre *Fuera del Foco* y el primer programa.

¡Muchas gracias!

7.4 Modelo de cesión de derechos de imagen, voz y derechos de explotación



LICENCIA DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN, VOZ Y DERECHOS DE EXPLOTACIÓN

El/La señor/a, mayor de edad, con DNI / NIF / NIE / pasaporte número y domicilio en (dirección / localidad / país),

AUTORIZA

A Fuera del Foco, a las empresas que participan en su elaboración y producción, para que lleven a cabo:

1. El registro fotográfico y/o audiovisual (captura y fijación) de su imagen y voz, por cualquier medio técnico o soporte (fotográfico, sonoro, audiovisual, etc.), y el tratamiento y el procesamiento de estas imágenes y grabaciones de audio y vídeo hechas con ocasión de su intervención en la emisión del programa a través de Twitch, Tik Tok, Spotify, Instagram y YouTube, **organizado/a** y **celebrado/a** en el marco de las actividades para su divulgación y correcta preservación.

También, la utilización de su nombre y apellidos y cualquier otro dato de carácter personal que haya sido solicitado por Fuera del Foco a estos efectos.

2. La reproducción, distribución, comunicación pública y visualización de las grabaciones y fotografías mencionadas, o partes de estas, sin régimen de exclusiva, en cualquier formato o modalidad de explotación, en cualquier país del mundo sin limitación geográfica y para cualquier finalidad de difusión propia de Fuera del Foco, incluida la puesta a disposición del público en internet o la incorporación en una base de datos de uso público o institucional.
3. La transcripción del contenido de las grabaciones y fotografías antes mencionadas y su explotación (reproducción, distribución, comunicación pública y transformación), sin régimen de exclusiva, en cualquier idioma, formato o modalidad de explotación actualmente conocido, incluyendo la edición en soporte papel y/o digital, sonoro o visual, la puesta a disposición del público en internet y su incorporación en una compilación y/o base de datos (de uso institucional o público) para cualquier actividad de difusión propia de Fuera del Foco.
4. La explotación de las grabaciones, de las fotografías y de la obra se ejecutará bajo una licencia Creative Commons de tipo Reconocimiento-CompartirIgual (BY-SA) v.3.0 España (jurisdicción española), que permitirá copiarlas, distribuirlas, comunicadas públicamente y hacer obras derivadas, siempre citando al firmante y la fuente, tanto para usos comerciales como no comerciales. Tanto si las grabaciones y las fotografías como la obra son transformadas, el resultado generado estará sometido a una licencia Creative Commons similar o compatible con la mencionada licencia.

A estos efectos, el firmante autoriza expresamente a Fuera del Foco. La licencia se concede para todo el plazo de protección de la obra y de las grabaciones y fotografías, y se otorga sin ningún tipo de contraprestación económica.

La utilización de la imagen y voz en relación con la grabación, el registro fotográfico y los actos de explotación y difusión autorizados expresamente por esta licencia deben respetar siempre el derecho al honor y la atribución del nombre, sin perjuicio de las excepciones y restricciones de uso previstas por la Ley orgánica 1/1982, de 5 de mayo de 1982, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen.

De acuerdo con la Ley Orgánica 3/2018 de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales, las imágenes y otros datos de carácter personal serán tratados como tales, respeto los que se podrán ejercer los derechos de acceso, ratificación, supresión, cancelación y otros derechos de acuerdo con lo establecido en la normativa. El ejercicio de los derechos se puede ejercer mediante un correo electrónico a fueraelfoco@gmail.com adjuntando una fotocopia del DNI o cualquier otro documento análogo en derecho.

Barcelona, de de

7.5 Comunicaciones personales con imaginCafé

Reserva de un espacio para proyecto universitario Recibidos x

 **Fuera Del Foco** <fuerdelfoco@gmail.com> 11 may 2022, 10:43 (hace 5 días) ☆ ↶ ⋮
para reservas ▾

Hola!

Somos Paula y Mariona, dos estudiantes de periodismo de la UAB, clientas de Imagin y estamos creando un nuevo proyecto profesional: Fuera del Foco.

¡Encantadas de saludaros!

Os escribimos porque estamos terminando nuestro TFG y nos gustaría poder grabar el programa en Imagin Café. En principio la grabación será el día 23 de marzo sobre las 18-19 h de la tarde.

Fuera del foco es un programa multiplataforma, que se emitirá en directo por Twitch, producido y pensado para jóvenes, en el que trataremos temas tabús. Queremos romper muros y visibilizar todo aquello que la sociedad acostumbra a silenciar.

Estamos preparando el primer programa en el que hablaremos de Salud Mental y habíamos pensado que sería ideal grabar en espacios como el Book Corner o el Planet, aunque cualquier espacio nos iría bien. El programa tiene una duración de unos 30 minutos.

No podemos permitirnos alquilar el espacio, pero a cambio os daríamos difusión en redes como colaboradores del programa y pediríamos a los invitados que os den difusión también. En el programa habrá dos invitados. Una de ellas es @aliciagonzalezpsicologia, con 16.000 seguidores (en Instagram y Tik Tok), una psicóloga estupenda que divulga contenido en redes, y un testimonio (influencer, actor o cantante) que está por determinar.

Nos gusta mucho vuestro local y creemos que puede encajar a la perfección con la temática y las secciones que tenemos preparadas, ya que se adapta muy bien a la esencia que queremos transmitir en el primer programa.

Quedamos a la espera de vuestra respuesta y estaríamos encantadas de reunirnos para contaros un poco más sobre *Fuera del Foco* y el primer programa.

¡Muchas gracias!

 **Reservas Imagincafé** mié, 11 may, 13:34 (hace 5 días) ☆ ↶ ⋮
para mí ▾

Buenas tardes,

Encantados de saludaros. ¡Qué idea tan interesante! Nos gustaría, antes de nada, tener una reunión con vosotras para comentar algunas cosas. Os dejamos dos opciones, para que nos indiquéis cuándo os va mejor que nos veamos: el martes 17/05 de 12h a 13h o el miércoles de 16h a 17h.

Esperamos vuestra respuesta,

Imagin Team

 **Fuera Del Foco** <fuerdelfoco@gmail.com> mié, 11 may, 13:34 (hace 5 días) ☆ ↶ ⋮
para prvs=01304c179d=reservas ▾

 **Fuera Del Foco** <fuerdelfoco@gmail.com> mié, 11 may, 13:41 (hace 5 días) ☆ ↶ ⋮
para prvs=01304c179d=reservas ▾

¡Hola!

Qué ilusión que os guste la idea!!!

Para hacer la reunión nos va mejor el miércoles de 16h a 17h. Así que si os va bien, acordamos esa hora :)

Muchísimas gracias,
Que tengáis una buena tarde.

Mariona.



Reservas Imagincafe

para prvs=01304c179d=reservas@imagin.cafe, mí

11 may 2022, 14:39 (hace 5 días)



Hola de nuevo,

Perfecto. Os esperamos el miércoles 18/05, a las 16h, en imaginCafé.

Hasta pronto,

Imagin Team

De: Fuera Del Foco <fueraelfoco@gmail.com>

...

7.6. Briefing para imaginCafé







DISEÑO DEL PROGRAMA

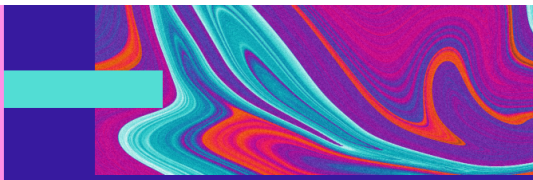
La estructura de cada programa contará con **cinco secciones** diferenciadas sobre una temática elegida previamente por la audiencia:

1. Introducción y contextualización del tema
2. Tertulia debate de las dos presentadoras + los dos invitados
3. Vídeo sección en la calle: hablamos con los jóvenes
4. Ronda de preguntas de los espectadores del directo (preguntas mediante el chat de Twitch)
5. Tips del experto

¿Por qué Twitch?

La nueva plataforma de los jóvenes

Twitch es una plataforma digital que está rompiendo las fronteras entre géneros y formatos audiovisuales. Ha sido capaz de hibridar los géneros narrativos. Además, es una plataforma de target juvenil donde hemos encontrado un hueco perfecto para implementar un proyecto como el de Fuera del Foco, un programa innovador en dicha plataforma.





¿Por qué Imagin Café?

El auge de un espacio juvenil

- Es un espacio juvenil, céntrico, conocido y con mucho potencial.
- Es un espacio grande y luminoso que dispone de muchos espacios para grabar.
- El target del local encaja a la perfección con el target del programa.
- Fuera del Foco puede pasar a ser una actividad más dentro de la comunidad de Imagin Café, igual que lo son los conciertos, talleres y el resto de actividades.

111011111101011100100111011010001000
00000001110010111011000111101011111
11100001010100101111010101110100011
010111110111100001010100101111010101
01101000101101100110010011101010110
10000011001001011111011111101011100
0111011010001000010
011000111101011111011
11010101101101000101
1010111001000001100
01011100100111011010
11001011101100011110
1010

VAMOS A ROMPER MUROS y a dar voz a los jóvenes

LO QUEREMOS HACER DE LA MANO DE IMAGIN CAFÉ

¿TE APUNTAS?



7.7. Comunicaciones personales con la representante de Maria Martí

