

Treball de Fi de Grau

Títol

“Coreógrafos al desafío”
Desenvolupament d'un format de televisió
“dancing show” per a una plataforma VOD

Autoria

Oscar Cano Corbi

Professorat tutor

Ángel Custodio Gómez

Grau

Comunicació Audiovisual	X
Periodisme	
Publicitat i Relacions Públiques	
Comunicació Interactiva	
Comunicació de les Organitzacions	

Tipus de TFG

Projecte	X
Recerca	

Data

Del 10 al 13 de juny de 2025	X
De l'1 al 2 de setembre de 2025	

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	Desenvolupament d'un format de televisió "dancing show" per a una plataforma VOD			
Castellà:	Desarrollo de un formato de televisión "dancing show" para una plataforma VOD			
Anglès:	Development of a "dancing show" television format for a VOD platform			
Autoria:		Oscar Cano Corbi		
Professorat tutor:		Ángel Custodio Gómez		
Curs:	2024/25	Grau:	Comunicació Audiovisual	X
			Periodisme	
			Publicitat i Relacions Públiques	
			Comunicació Interactiva	
			Comunicació de les Organitzacions	

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Format, plataforma, VOD, coreografia, dancing show, concurs, dansa
Castellà:	Formato, plataforma, VOD, coreografía, dancing show, concurso, baile
Anglès:	Format, platform, VOD, choreography, dancing show, contest, dance

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

Català:	Creació i desenvolupament de la Bíblia d'un format televisiu "dancing show" per produir-se en una plataforma VOD. El format consisteix en una competició de coreògrafs on cada setmana han de crear un ball amb una premissa i ser el millor per aconseguir la màxima puntuació. Es vol posar en rellevància la feina dels coreògrafs, el talent emergent i crear cada setmana cinc espectacles de ball amb tots els elements similars a un videoclip. A més, s'inclou tota la documentació per la posada en marxa del programa pilot.
Castellà:	Creación y desarrollo de la biblia de un formato televisivo "dancing show" para producirse en una plataforma VOD. El formato consiste en una competición de coreógrafos donde cada semana tienen que crear un baile con una premisa y ser el mejor para conseguir la máxima puntuación. Se quiere poner en relevancia el trabajo de los coreógrafos, el talento emergente y crear cada semana cinco espectáculos de baile con los elementos similares a un videoclip. Además, se incluye toda la documentación para la puesta en marcha del programa piloto.
Anglès:	Creation and development of the bible of a television format "dancing show" to be produced on a VOD platform. The format consists of a competition of choreographers where each week they create a dance with a premise and be the best to get the highest score. The aim is to highlight the work of choreographers, emerging talent and to create five dance performances each week with elements similar to a video clip. Also, is included all the documentation for the implementation of the pilot programme.

ÍNDIX DE CONTINGUTS

INTRODUCCIÓ	8
BLOC 1: ANTECEDENTS DEL PROJECTE I ELS SEUS REFERENTS	11
1.1 Introducció	11
1.2 De la idea al programa pilot	11
1.3 Alguns conceptes clau	13
1.3.1 Programa	16
1.3.2 Format	16
1.3.3 Gènere	17
1.4 Continguts del gènere i hipergènere d'entreteniment.....	19
1.4.1 Els talents shows: definició i característiques generals.....	23
1.4.2 Els formats de dancing shows	24
1.4.3 Breu història dels programes dancing show	25
1.5 Alguns referents claus	27
1.5.1 Referents de forma	27
1.5.2 Referents de contingut.....	30
1.6 Posicionament del format i principals elements innovadors	32
1.6.1 Incentius de venda	33
BLOC 2: ANÀLISI DEL MERCAT.....	34
2.1 Introducció	34
2.2 Estructura del sistema de plataformes en l'àmbit nacional	35
2.2.1 IPTV (televisió de pagament).....	38
2.2.2 OTT (plataformes de streaming)	39
2.2.3 Plataformes de canals de televisió lineal	41
2.3 Altres finestres de possible explotació: Televisió lineal.....	44
2.3.1 Titularitat pública	44
2.3.2 Titularitat privada	45
2.4 Altres finestres de possible explotació: Internet.....	48
2.5 DAFO del Format.....	49
2.5.1 Fitxa del format	51

2.5.2	Anàlisi de la possible competència	52
BLOC 3: DESENVOLUPAMENT DE LA BÍBLIA DEL FORMAT		55
3.1	Introducció	55
3.2	Sinopsi, idea i mecànica	56
3.3	Definició.....	56
3.3.1	Classificació i tipologia.....	56
3.3.2	Audiència potencial.....	57
3.3.3	Estructura	57
3.3.3.1	Escaleta genèrica	58
3.3.3.2	Seccions.....	58
3.3.4	Elements innovadors i aportació a la graella.....	60
3.4	Posada en escena	60
3.4.1	Criteris de realització.....	60
3.4.2	Música i so	62
3.4.3	Criteris estètics	63
3.4.4	Localització	64
3.4.5	Presentació / conducció del programa.....	65
3.4.6	Càsting.....	66
3.4.7	Episodis	67
3.4.8	Xarxes socials i plataformes digitals	70
3.5	Viabilitat legal	71
3.6	Documentació del Programa Pilot.....	73
3.6.1	Escaleta de contingut.....	73
3.6.2	Guió	77
3.7	Pla de producció	83
3.7.1	Equip humà, infraestructures i material	83
3.7.2	Pressupost.....	85
3.8	Dossier de promoció de la idea	86
3.8.1	Teaser.....	86
CONCLUSIONS		88
4.1	Vies de futur	89

4.2	Altres possibilitats	89
BIBLIOGRAFIA.....		91
ANNEXOS.....		95

ÍNDIX DE DIAGRAMES

1.	Procés de producció de contingut per a televisió	12
2.	Característiques de la hipertelevisió	14
3.	Criteris per a definir un programa	16
4.	Classificació de gèneres de la paleotelevisió	18
5.	Classificació dels magazins	21
6.	Característiques concursos	24
7.	Planta de càmera	62
8.	Moodboard	95

ÍNDIX DE TAULES

1.	Tu Cara Me Suena	28
2.	Operación Triunfo	28
3.	Street Dance of China	29
4.	Bellakeo Dance Video	29
5.	Fama, ¡a Bailar!	30
6.	The dancer	31
7.	Dance 100	31
8.	So You Think You Can Dance	31
9.	Mira que youtuber baila	32
10.	Evolució consum d'internet	35
11.	Plataformes que operen a Espanya	37
12.	Dance 100	52
13.	Top Dance	52
14.	Operación Triunfo	53
15.	Tu Cara Me Suena	53

16. Escaleta genèrica	58
17. Escaleta episodi 1	68
18. Escaleta episodi final	69
19. Pressupost simple	85
20. Pla de producció	96
21. Pressupost	97

ÍNDIX D'IMATGES

1. Nau industrial decorada (font: <https://arcux.net/blog/estilo-industrial/> -
autoria desconeguda) 96
2. Nau industrial blanca (font: <https://marecomx.com/2021/08/18/arquitectura-industrial-que-es/> -
autoria desconeguda) 96
3. Magatzem buit (font: <http://www.inmoaxis.es/nave-industrial-en-alquiler-l-hospitalet-de-llobregat-33071-n.html> -
autoria desconeguda) 96
4. Gent ballant difuminat (font: <https://giantart.com/products/dance-is-the-language-of-the-soul> -
autoria desconeguda) 96
5. Magatzem blanc (font: <https://inmobiliaria.cushmanwakefield.es/blog/cual-es-el-precio-de-una-nave-industrial-por-m2/> -
autoria desconeguda) 96
6. Menjador estil industrial (font: <https://nexdom.racc.es/tendencias/decoracion-de-estilo-industrial-para-crear-un-hogar-unico/> -
autoria desconeguda) 96
7. Làmpada sobretaula blava (font: <https://www.ikea.com/es/es/p/blasverk-lampara-mesa-azul-60501259/> -
autoria: IKEA) 96
8. Menjador estil industrial (font: <https://decoraciondesalas.com/como-escoger-muebles-decoracion/> -
autoria desconeguda) 96
9. Canonades vermelles (font: https://stock.adobe.com/es/search?k=splinker&asset_id=60632597 (autoria:
OPgrapher)) 96
10. Nau industrial (font: <https://www.papelpintado.com/nave-industrial-abandonada.html> -
autoria desconeguda) 96
11. Frame gent ballant (font: <https://www.istockphoto.com/es/v%C3%ADdeo/grupo-de-chicas-personas-y-piernas-bailando-hip-hop-para-coreograf%C3%ADa-o-ensayo-para-gm2152260774-573284596> –
autoria: Jacob Wackerhausen) 101
12. Gent ballant noies (font: <https://www.madrid.org/fo/2023/sere.html> -
autoria: Mucha Muchacha) 103
13. Portada teaser (font: elaboració pròpia) 108

INTRODUCCIÓ

Darrere de grans actuacions, espectacles musicals o shows televisius sempre hi ha un grup de ball i una **coreografia** que acompanya al/la protagonista. Darrere d'aquest grup de ball hi ha un **artista** creador de tot que és el **coreògraf o coreògrafa**. Aquesta figura que evidentment sense els ballarins no es podria lluir la seva feina és la que s'ha de posar en valor i que sempre treballa en l'ombra.

Tots tenim al cap coreografies mítiques que tots hem ballat algun cop a la vida, però que no sabem d'on surten. Que van passant de generació en generació, però no ens preguntem qui la va crear ni el perquè.

Si ens fixem en la oferta televisiva i a plataformes podem veure que s'han fet programes de ball en diverses ocasions des de diferents perspectives, amb professionals i sense, amb famosos o amb anònims, però la figura del coreògraf passa molt per sobre. Es posa en focus en els ballarins i en ser el millor en ballar però, qui crear aquests moviments?

El resultat d'aquest treball final de grau és el desenvolupament d'un format on al centre trobem la figura del coreògraf i la seva tasca en la creació i defensa d'una coreografia. S'exposa la Bíblia del format així com les seves característiques principals juntament amb tota la documentació per a dur a terme un programa pilot. L'objectiu és presentar un treball per poder dur a terme un format televisiu i ser emès en una **plataforma VOD**.

La motivació per a la creació d'aquest format ve per una part l'afició per veure i seguir coreògrafs i ballarins per xarxes socials seguint el contingut i la seva feina i, per una altra part, el vessant audiovisual. La creació d'espectacles i shows a un plató de televisió amb tot el que comporta, realització, so, il·luminació... Amb aquestes dues aficions, i una petita anàlisi de mercat em vaig adornar que hi ha molts programes de ball i competicions de ballarins, però no tants on la figura del coreògraf es posi en relleu. Per tant, de la unió d'aquestes tres premisses surt "Coreógrafos al desafío".

El format resultant d'aquest treball es pot definir com **un format d'entreteniment** més concretament un *talent show* amb característiques de *reality show* que per la temàtica de la dansa es podria classificar com a **dancing show**. És un concurs on 5 coreògrafs amb una

setmana de preparació i una premissa han de presentar un ball juntament amb 10 ballarins per acabar convertint-se el millor dels 5.

Per arribar a conformar aquest format i la seva documentació s'inclou una part teòrica que serveix de base per a la creació del programa. En el **primer bloc**, es posa context sobre el món audiovisual, les formes de treballar i la producció de programes de televisió. Es fa una diferenciació entre idea, format i programa com a elements bàsics de l'audiovisual. Després, es defineixen les diferents categories de programes segons la temàtica i s'aprofundeix en l'entreteniment, ja que és la categoria dintre la qual es pot trobar el format fruit del treball. Ja centrats en els dancing shows, es presenta la història d'aquests tipus de programes amb formats ja creats i els referents tant de forma com de contingut del nou format.

En el **segon bloc** es fa una anàlisi de mercat centrat en les plataformes VOD, però presentant també altres possibles finestres del format tenint present que aquest hauria de presentar canvis. Un cop presentades les plataformes IPTV, OTT i les plataformes de canals de televisió lineal, es presenta la plataforma més idònia per a la producció i emissió del format segons la producció de les plataformes a escala nacional. També es fa una anàlisi dels canals de televisió lineal disponibles a Espanya i una altra possibilitat com és l'explotació per internet sense cap plataforma darrera. Finalment, per introduir ja el format es presenta una DAFO on es poden veure els punts forts i dèbils del format i del context, juntament amb la fitxa del format i la competència que es troba disponible a altres plataformes o canals.

En el **tercer bloc**, es presenta el desenvolupament del format i tota la documentació necessària per produir-ho. Per començar, es desglossen els punts fonamentals del format com la sinopsi, la classificació, la dinàmica, l'audiència potencial i l'estructura. En aquest punt s'adjunta una escaleta genèrica amb la seva explicació per seccions. Es continua amb tots els elements de la posada en escena com són els criteris de realització, elements estètics, la música i el so, la localització, tots els personatges que hi participaran amb un possible càsting i una explicació dels episodis (sent el primer i l'últim una mica diferents). En aquest bloc també s'exposa la viabilitat legal del format, ja que per la temàtica és necessària la utilització de música amb drets i, per tant, l'obtenció dels permisos i els drets d'aquestes. Com ja s'ha comentat s'adjunta la documentació per a la producció d'un programa pilot (escaleta i guió). Finalment, dintre del pla de producció, s'ha desglossat l'equip necessari per portar a terme el programa així com el

pressupost per a la producció tant d'un episodi com de la temporada completa tenint en compte preproducció i postproducció.

Per acabar, en l'apart de **conclusions** es fa un recull de tota la recerca i creació del format així com possibles vies de futur del treball i altres possibilitats i modificacions per al format creat amb l'objectiu de buscar altres finestres de venda o possibilitats per moure'l.

BLOC 1: ANTECEDENTS DEL PROJECTE I ELS SEUS REFERENTS

1.1 Introducció

Aquest primer bloc introdueix el treball i exposa alguns conceptes teòrics per configurar un format des de zero. En aquest primer apartat s'apropa al desenvolupament dels programes televisius i la classificació d'aquests. S'expressen els elements fonamentals dels programes, els diferents gèneres i la definició de format.

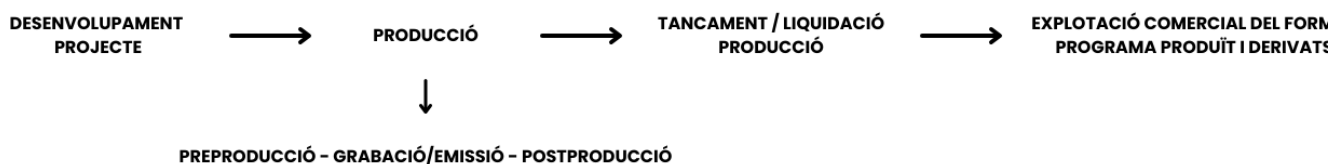
Posteriorment, se centra en l'hipergènere d'entreteniment a causa de la temàtica del format a tractar en el treball. Dintre del gènere d'entreteniment, s'expliquen les característiques dels talent shows i més concretament dels *dancing shows*. Un cop presentades les característiques es fa un aproximament a la història dels formats de ball en l'àmbit nacional i la seva evolució.

Finalment, el bloc inclou una introducció als referents essencials, tant en termes de forma com de contingut, per a la creació del format que es desenvoluparà posteriorment. Així mateix, es presenta una breu sinopsi, les característiques i incentius de venda, fonamentals per a la seva comercialització i adaptació al mercat.

1.2 De la idea al programa pilot

A l'hora de produir un nou programa de televisió, s'ha de tenir clara la idea de la qual es pot partir per a la creació d'aquest nou projecte. Aquesta idea pot ser la creació d'un nou format original a partir d'algun element innovador amb potencial per crear un nou programa, o l'adaptació d'un format ja creat en un mercat en el que encara no ha arribat. A l'hora de crear un nou format des de zero, molt habitualment sorgeix de la unió d'una productora amb una cadena. Aquesta unió pot ser donada per la necessitat del canal emissor d'omplir un buit a la programació i per tant es sol·licita la creació d'un format específic per aquest buit o la presentació per part de la productora d'un format que li pugui interessar pel seu desenvolupament i emissió. (Guerrero, 2010). Independentment de la relació entre la productora i la cadena, tota producció de programes de televisió segueixen el mateix paper en fases de producció.

Diagrama 1. Procés de producció de contingut per a televisió



Font: Elaboració pròpia segons (Guerrero, 2010)

Per arribar al programa pilot l'esforç recau en la fase de desenvolupament del projecte ja que es on s'idea el projecte com a tal i es defineixen les futures característiques del nou format. La base pel desenvolupament es tenir clars alguns elements que després permetran definir el programa i començar a desenvolupar-ho en etapes posteriors. S'ha de tenir clara la idea de la qual es parteix així com el concepte del programa. A nivell més formal una estructura bàsica i les seccions a desenvolupar. També tenir en compte els diferents personatges i les accions o proves. Per la part més creativa s'ha de tenir en compte una primera idea de decorat, estilisme, paper del públic i la línia visual del programa, incloent-hi estil de realització i il·luminació. (Saló, 2003). Des d'aquest primer punt s'ha de tenir clara la identitat del format i en conseqüència, del programa, així com tenir en compte què identifica a aquest nou projecte i trobar les debilitats; s'ha de posar a prova la idea i el desenvolupament més inicial. Un cop realitzada aquest revisió, es crear l'anomenat "paper format", un document que recull les principals característiques de manera més detallada (Guerrero, 2010).

Una altra opció, és l'adaptació d'un format estranger. Això permet introduir un format ja creat i distribuït a altres mercats a un de nou. Els avantatges d'aquesta opció és, per una banda, la reducció de costos en el desenvolupament, ja que hi ha molts elements que ja venen donats pel format i els esforços recauen en l'adaptació. Per l'altra, al ser un format que ja s'ha provat en altres països, es pot tenir certes garanties de la seva viabilitat i algunes dades de recepció tot i que no sigui en el teu país o públic. Tot i això, l'èxit en el país que compra el format, no només recau en el programa com a tal, sinó en la bona adaptació del mateix per satisfer el públic. S'ha de saber fer una bona adaptació d'aquells elements que el format permet variar per apropar el programa al territori amb les seves característiques culturals i socials. Un altre element a tenir en compte a l'hora d'adaptar un format, és la finestra final on s'emetrà, "no és el mateix

emetre un programa a TVE-1 que a Telecinco: en la primera, el públic és bastant més gran i, en la privada, és més jove” (Saló, 2003, p. 171). Tot i que el públic de les cadenes i/o plataformes vagi variant, és un element clau per valorar l’èxit de l’adaptació i del programa en un futur. Per a l’adquisició d’aquests nous formats s’ha d’estar en contacte amb el món audiovisual de tot el món ja que no sempre els formats més exitosos provenen dels mateixos països o mateixes productores. Per això es creen fires i mercats de formats internacionals on tenen cites productores i grups de comunicació per poder comprar i vendre formats, així com estar en contacte amb altres mercats.

Tant si el format es adquireix, com de creació pròpia, l’objectiu és arribar al públic de la millor manera possible i aconseguir que aquest format es consolidi en el mercat com un programa d’èxit. Si es adquireix voldrà dir que la feina feta tant en l’adquisició com a l’adaptació del format al mercat d’exhibició ha estat ben feta. En canvi si ha sigut una producció original i el programa es consolida com a èxitós, es pot arribar a moure cap a altres mercats i així seguir movent el producte realitzat obtenint més benefici.

1.3 Alguns conceptes clau

Actualment, dintre dels mitjans de comunicació, la televisió continua sent el reproductor més gran de relats (Gordillo, 2009). La narrativa acompanya a qualsevol relat i organitza el seu contingut segons les històries que s’expliquen. Aquesta narrativa és la que ha acompanyat històricament tots els relats i programes televisius des dels inicis.

Segons la divisió històrica de la gran majoria d’investigadors de les teories de la comunicació i en especial d’Eco i Casetti, podem dividir la història dels continguts televisius en tres etapes històriques incloent dues etapes més amb la influència d’internet. Els primers anys de la televisió correspon a la paleotelevisió, fins a l’any 1980, correspon als monopolis públics i una televisió a escala nacional. És una etapa de descobriment tecnològic i de noves eines que comencen a funcionar. La programació / graella té un rol estructurador en el mitjà, ja que és una emissió en directe i de manera lineal. També s’ha de destacar el rol actiu del mitjà per sobre del caràcter passiu de l’espectador. Finalment, els gèneres que abunden aquests anys són la informació, a causa de l’herència del mitjà majoritari anterior com era la ràdio, la ficció i l’entreteniment. La segona etapa comença en la dècada dels vuitanta fins a final de segle.

Aquesta segona etapa es caracteritza per la multiplicació de cadenes i en conseqüència de contingut, el receptor comença a poder escollir entre una emissora o una altra. Comença el consum massiu de la televisió gràcies a la nova oferta i nous continguts. Finalment, l'etapa actual, la hipertelevisió. Aquesta es caracteritza per tenir un enfocament global on l'espectador ja no té un rol passiu, sinó actiu i amb gran poder. S'implementa la interactivitat i una comunicació bidireccional. Aquesta etapa es caracteritza per una nova narrativa: “La hibridació, les mescles dels models de món, les fragmentacions genèriques i els nous formats organitzen un panorama on les fronteres canòniques es dilueixen i les separacions entre els gèneres comencen a ser aparentment invisible” (Gordillo, 2009, p. 14).

Diagrama 2. Característiques de la hipertelevisió



Font: Elaboració pròpia segons (Gordillo, 2009)

Amb l'arribada d'internet i l'arribada dels telèfons mòbils, s'ha produït una influència i canvi en la televisió com la teníem socialment establerta. Ara, una gran majoria té accés, des de qualsevol lloc, a internet, informació, vídeos... La confluència d'aquests dos elements, la televisió com la teníem entesa i les xarxes socials donen l'anomenada “Social TV”. La simbiosi entre aquestes dues tecnologies donen un espai “mitjançant el

qual els espectadors poden compartir en qualsevol lloc i moment aquells continguts televisius que més li interessin, i atorgant un valor afegit a l'experiència audiovisual" (Lorente-Cano, 2011, p. 4). Les característiques bàsiques d'aquesta nova etapa és l'ús de dues pantalles i l'enriquiment de l'experiència de l'espectador. L'ús d'una segona pantalla permet comentar a xarxes socials el contingut que s'està visualitzant. L'arribada del contingut televisiu a les xarxes socials i comentar-ho amb altres usuaris permet que l'espectador vagi més enllà i es converteixi en un espectador dinàmic i actiu. (Neira, 2016).

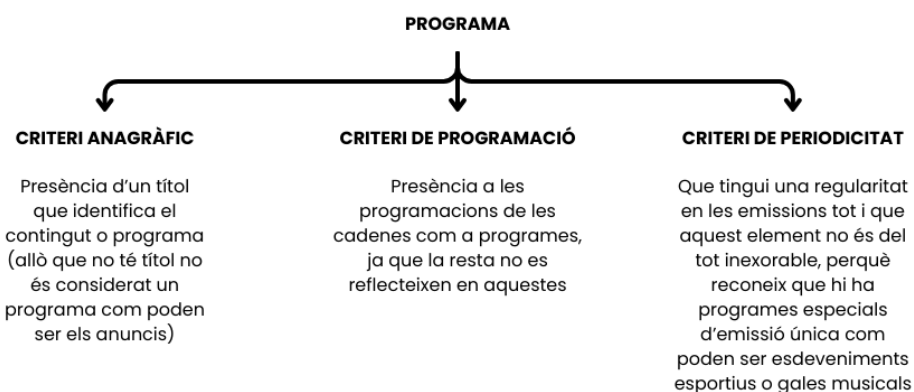
Actualment, sense deixar de banda la Social Tv, ha arribat la "streaming TV" com a confluència de la digitalització i la globalització. Per una part, la digitalització ha fet que el consum de contingut cada cop vessi cap als telèfons mòbils i dispositius portàtils més que a l'aparell de televisió com a tal. I, per una altra part, la globalització ha fet que el servei d'emissió de continguts que havia prevalgut històricament el mercat nacional, és a dir, produït per a un únic país o adaptat, es transformi. Ara arriba a tot el món gràcies a les connexions internacionals i les plataformes. (Chalaby, 2023).

Aquesta televisió es caracteritza pel paper actiu de l'espectador, ja que és qui decideix què veure i quan veure-ho gràcies a les plataformes. Unes altres característiques són el nivell global d'aquestes plataformes i un model de negoci basat en subscripcions (SVOD), publicitat (AVOD) o models híbrids. Finalment, aquestes plataformes acosten el contingut a l'espectador amb algorismes de personalització i recomanació de continguts com a model de fidelització de l'usuari.

1.3.1 Programa

A causa de la hipertelevisió i el sorgiment de nous formats de programes amb hibridació tant de gèneres com de maneres d'arribar al públic és necessari definir què és un programa. Per poder acotar les seves característiques, podem definir tres criteris per categoritzar què és un programa.

Diagrama 3. Criteris per definir un programa



Font: Elaboració pròpia segons (Gordillo, 2009)

Continuant amb aquests tres criteris i les seves característiques, un programa és una “emissió televisiva amb caràcter regular, els diferents lliuraments dels quals s’agrupen sota un títol i capçalera comuna, on s’ofereixen diversos continguts unificats per temàtica o elements narratius” (Gordillo, 2009, p. 44).

1.3.2 Format

Molts autors i personal del mitjà han parlat sobre la idea de format i la seva definició tot i que no hi ha una definició consensuada. Molts parlen dels elements o la idea de format, però no hi ha una definició oficial amb la qual tots els autors estigui d’acord en la seva totalitat. Segons FRAPA (*The Format Recognition and Protection Association*), associació que vetlla pel reconeixement i registre de formats, el format és allò que identifica un programa i permet la seva rèplica. Són aquells elements característics adaptables i d’altres inalterables que l’identifiquen. Amb aquests elements, el format, es pot vendre cedir i adaptar a

altres països o territoris, fent que continuï sent el mateix programa però amb les característiques locals.

El format fa referència més a un concepte a tenir en compte a l'hora d'exportar o vendre un programa de televisió més que en una classificació segons el contingut del mateix fent referència als gèneres.

1.3.3 Gènere

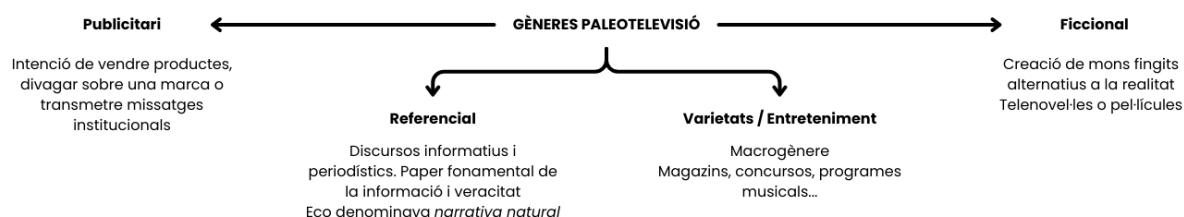
El gènere són aquelles característiques comunes entre continguts televisius que permeten la seva classificació i agrupació. Per a Mauro Wolf, el gènere és un conjunt d'estereotips per ordenar el contingut televisiu que ha arribat a un punt de rigidesa i fórmules fixes que defineixen el comportament de l'espectador envers aquests productes. Aplicat a la comunicació "el gènere pot ser entès com una estratègia de comunicació que es configura a partir de la conjunció d'una sèrie de components tipològics basats en la tradició, els mecanismes posats en pràctica en la construcció de discursos i els processos de reconeixement a l'hora del consum" (Gordillo, 2009, p.25).

Hi ha una dificultat a l'hora de crear una distinció de gèneres taxativa, ja que la televisió rep l'herència dels relats creats per la ràdio, el cinema, el periodisme o les arts. Per tant, a mesura que va evolucionant el medi, evoluciona la classificació. En la paleotelevisió (primera etapa de la televisió) Umberto Eco, realitza la distinció entre els gèneres anomenats "tradicionals". Distingeix entre narrativa natural i narrativa artificial, diferenciant si la realitat que s'explica és real i ha succeït o no.

Castañares (1997) posa en dubte la distinció tan reduccionista d'alguns autors teòrics com Eco, ja que veu que s'ha de tenir en compte el discurs televisiu i les seves característiques i no només fixar-se en els referents literaris o en el cas del contingut només fixant-nos en la realitat que s'exposa. Això es justifica que amb l'evolució de la televisió cada cop més ha deixat de ser una finestra oberta al món on es mostra allò que succeeix per començar a retransmetre fets que es creen perquè siguin televisats. "La televisió no és – ni pot ser – una "finestra al món", ni un mirall de la realitat; la televisió produeix fets que escapen a aquest

tipus de consideracions: no són reals ni ficticis” (Castañares, 1997, p.177). Tot i això, es pot fer una classificació de gèneres des del punt de vista tradicional de la televisió corresponent a la primera etapa, segons la classificació ja exposades, la paleotelevisió:

Diagrama 4. Classificació de gèneres de la paleotelevisió



Font: Elaboració pròpia segons (Gordillo, 2009)

Aquesta classificació més o menys rígida es comença a diluir a mesura que es produeixen més programes i les regles de creació deixen de ser tan infrangibles. Els gèneres tradicionals es trenquen i on l'entreteniment no tenia lloc per exemple en els informatius comencen a entrar i a la inversa. Es produeix una convergència entre models televisius, gèneres i continguts que trenca amb la classificació anterior, comença la hibridació i la contaminació entre gèneres. Aquest fet es comença a produir en la neotelevisió, però aconsegueix la seva cúspide a la hipertelevisió. Una altra característica d'aquest nou model televisiu és el protagonisme del discurs metatelevisiu. Això és visible en programes autoreferencials a altres programes de la cadena, és a dir es produeix contingut a partir d'altres programes ja creats o que s'estan emetent en aquell moment.

Els gèneres “tradicionals” es van fusionant i evolucionant en la neotelevisió, cada cop més “cada varietat es ramifica en nombrosos subgèneres a partir de fórmules d'hibridació, per la qual cosa es pot parlar d'hipergèneres” en l'etapa de la hipertelevisió (Gordillo, 2009, p.107). Aquestes etiquetes cada cop es dilueixen més fins a convertir-se en macrocategories:

- Hipergènere ficcional: rep l'herència del gènere ficcional de la paleotelevisió. Entren dintre d'aquesta categoria telefilms, telenovel·les, ficcions infantils i tots aquells nous programes de ficció fruit de la hibridació amb altres gèneres.

- Hipergènere informatiu: té la informació periodística com a teló de fons. S'inclouen en aquest hipergènere informatius, reportatges, entrevistes i nous formats fruits de la hibridació com l'infoshow.
- Hipergènere docudramàtic: Sorgeix de la unió entre la realitat i la ficció on és complicat separar els mecanismes dels dos gèneres. Més endavant cap a la hipertelvisió s'introduiran altres característiques provinents d'altres gèneres com l'entreteniment o varietats i la publicitat. Alguns formats que s'inclouen són els reality-shows, talk-shows, docusèries o el celebrity-show.
- Hipergènere publicitari: es considera l'hipergènere que més ha evolucionat durant les tres etapes de la televisió a causa de la creació de nous canals i la possibilitat d'introducció de la publicitat en molts altres gèneres. A banda dels formats tradicionals com els espots o promocions televisives, s'introdueixen nous mecanismes de venda com la televenda, el *product placement* o el patrocini.
- Hipergènere de varietats i entreteniment: és el macrogènere que menys evoluciona durant les etapes, però és la que més mecanismes ha traslladat cap als altres hipergèneres i formats. Dintre d'aquest hipergènere podem trobar els concursos, programes de varietats, programes musicals, concerts, i nous formats com l'infoentertainment o els late shows.

1.4 Continguts del gènere i hipergènere d'entreteniment

L'entreteniment ha sigut un dels tres grans gèneres de la televisió des dels orígens juntament amb la informació i la ficció. Es podria considerar l'hipergènere més rígid, però a la vegada el que més ha permès la hibridació dintre dels seus productes i subgèneres. Un programa que exemplifica aquesta barreja de característiques dintre d'un format va ser Gran Hermano, algunes etiquetes que se li ha aplicat han sigut *docu game*, *docu show*, *psico show*, *reality concurs*... El gènere que incloem dintre d'aquest hipergènere són aquells que “busquen provocar una sèrie d'emocions en l'espectador, des de la sorpresa o el sentiment a l'emoció i l'humor” (Gordillo, 2009, p.229).

Originalment, es podrien considerar dintre d'aquesta categoria els programes magazín, concursos i els shows/programes de varietats. Juntament amb aquests i per l'evolució de la televisió s'inclouen en aquests els programes d'humor i els musicals. Finalment, a causa de l'espectacularitat també s'inclouen les gales temàtiques (com per exemple gales de premis) o les retransmissions esportives (com finals de futbol o les olimpíades):

- **Concursos:** Prové de la ràdio i ha estat present des dels inicis del mitjà televisiu. Es caracteritzen per la rivalitat de concursants o grups de participants que competeixen per guanyar un premi final. S'enfronten a diverses proves (depenent de la tipologia més física o intel·lectual) per anar superant al contrincant. Als inicis per l'herència de la ràdio, el concurs corresponia més a l'esquema pregunta-resposta. Actualment, en la hipertelevisió, aquest gènere ha rebut molta influència d'altres gèneres creant així nous programes i formats. Els programes concurs giren sota una premissa que és la prova, tant els discursos com la disposició del plató està pensat per la realització d'aquestes.

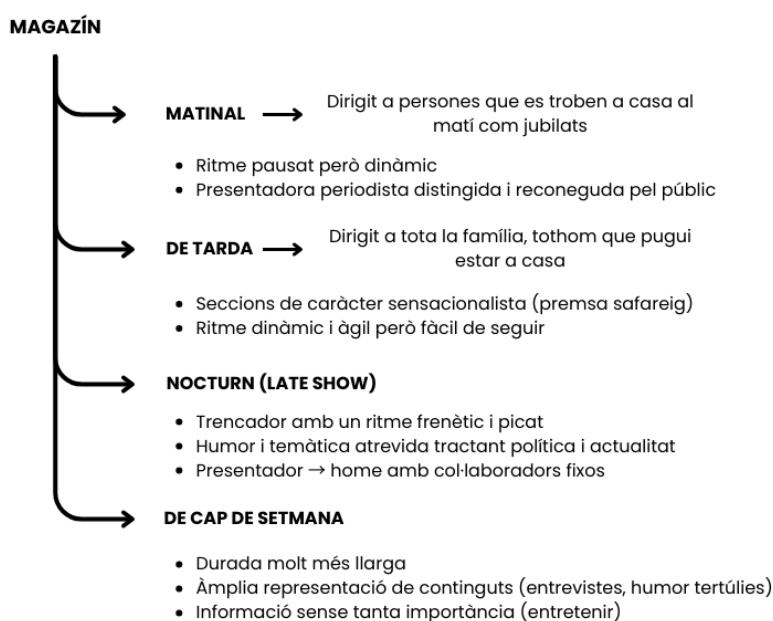
Sota la premissa que molts concursos actuals disten del concurs que s'emetia en els orígens de la televisió, podem fer una classificació a grans trets per organitzar aquests nous formats segons Gordillo, 2009:

- **D'atzar (chance shows):** es caracteritza per no haver de demostrar ni coneixements ni habilitats, tot depèn de l'atzar i la sort del concursant. En aquests concursos intervenen panells, daus o selecció de números que portarà a l'obtenció del premi. Un exemple d'aquest seria "La ruleta de la suerte".
- **De coneixements (quiz shows):** intervenen els coneixements dels concursants en diferents preguntes o proves conduïdes pel presentador. Pot ser el més popular gràcies al caràcter cultural de les proves. Un concurs típic de coneixements pot ser "Cifras y letras".
- **D'habilitats (games shows):** es caracteritza per proves que mesuren les habilitats i destresa física per resoldre les proves.

També es denominen *talent show* a aquells concursos d'habilitats que tenen a veure amb habilitats artístiques com el cant o el ball.

- **Docudramàtics (docugames):** a causa de la hibridació característica en la hipertelevisió, apareix una hibridació entre concurs i reality show. En aquests programes s'entrellacen habilitats, estratègies, proves, entre d'altres. Existeixen docugames de convivència, supervivència o superació.
- **Fórmules mixtes:** cada cop més es busquen noves fórmules d'un concurs d'èxit. Per això, es creen nous programes on s'entrellacen concursos d'atzar amb coneixements o els coneixements amb les proves físiques.
- **Magazín:** Programa contenidor, comprés per diferents seccions on es combinen diversos gèneres i temàtiques. L'origen correspon als inicis de la televisió i a causa de la seva fragmentació de continguts ha anat evolucionant a mesura que ho feia el mitjà. Sol ser un programa de llarga durada on s'inclouen seccions d'informació, opinió, debats, shows musicals... Segons l'horari d'emissió, el programa té certes modificacions que s'adapten tant al públic com a l'horari dintre de la graella que fan que es puguin distingir quatre programes diferents.

Diagrama 5. Classificació dels Magazins



Font: Elaboració pròpia segons (Gordillo, 2009)

- **Varietats:** característics per ser programes amb diversos espectacles hereus del teatre, circ o espectacles musicals. Inclouen espectacles humorístics, musicals o shows per entretenir al públic.
- **Humor:** herència del teatre i del cinema, a la televisió es popularitzen des de l'inici programes d'humor com a programes d'entreteniment molt exitós. Tot i que la hibridació dintre d'aquests programes és molt habitual, es pot classificar algunes tipologies consolidades:
 - **Comèdia en viu (Stand-up comedy):** és la retransmissió d'un espectacle de comèdia amb un públic i un o un conjunt d'humoristes. A part dels acudits, habitualment tot el programa conté un discurs que unifica totes les actuacions. El públic obté un paper molt important perquè part de l'espectacle és la reacció als acudits.
 - **Sketches:** Aquesta etiqueta correspon a programes on humoristes realitzen petits espectacles o acudits ràpids. A aquests programes corresponen petits gags d'imitacions de famosos o creació de personatges.
 - **Càmera oculta:** programes on gent anònima són víctima de bromes o burles sense que siguin conscients que són gravats.
 - **Zapping:** corresponen a recopilacions de vídeos de gent anònima sobre situacions gracioses o tomes falses de programes que habitualment aporten situacions carismàtiques o d'humor.
- **Musicals:** Programes que es basen en l'emissió de concerts o actuacions musicals amb la presència d'entrevistes, comentaris i altres continguts amb relació a la música o l'artista. Aquests programes inclouen característiques dels programes de varietats i de les gales temàtiques.
- **Gales temàtiques:** Correspon a la retransmissió d'esdeveniments especials com gales esportives o de grans espectacles. Alguns d'aquests programes poden ser l'entrega de premis del cinema com els "Goya", els programes especials dels dies festius de Nadal o programes de recapte de fons com "La Marató" de 3Cat.
- **Retransmissions esportives:** cada cop més els esdeveniments esportius estan pensats per ser retransmesos. Sota aquesta categoria trobem tota mena

d'esports des dels més típics com el futbol o el bàsquet, però també el ciclisme o l'esquí.

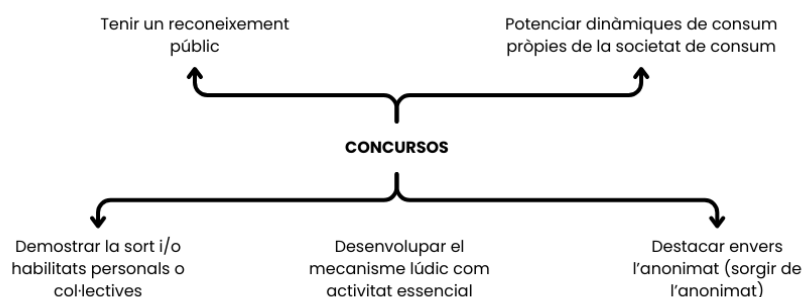
1.4.1 Els talents shows: definició i característiques generals

Dintre de l'hipergènere d'entreteniment i categoritzat com a concurs el talent show “és una modalitat en què els concursants intenten demostrar el seu talent artístic competint per un premi” (Gordillo, 2010, p.76).

Des dels inicis de la televisió han tingut un espai a la graella televisiva. A Espanya, a la dècada dels anys 50, l'any després del començament de les emissions regulars per part de televisió espanyola, l'any 1956, es comença a emetre “Hacia la Fama”. Va començar sent un concurs sobre literatura i relats curts, però va evolucionar cap a un concurs de música, ball i mimica. També l'any 1957 s'emet “Caras Nuevas”, un talent per descobrir noves persones per entrar a treballar a la nova televisió espanyola. Més endavant amb la hipertelevisió i la hibridació amb altres gèneres com el reality show apareixen programes classificats com a talent en el prime time. Alguns exemples d'aquests nous talents serien “Operacion Triunfo” (TVE – 2001–2003, Telecinco – 2005–2011) “Fama ¡a Bailar!” (Cuatro 2008-2020) o Tú sí que vales (Telecinco, 2008-2009) entre d'altres. Molts d'ells no es queden només amb el talent show sinó que són el resultat d'una hibridació entre molts altres gèneres.

Dintre dels gèneres audiovisuals es considera el més versàtil, ja que pot incloure elements i característiques d'altres gèneres i crear combinacions i hibridacions que fan que el gènere perduri i s'adapti tant a les noves característiques de la televisió (com la interactivitat) com als gustos dels espectadors.

Diagrama 6. Característiques concursos



Font: Elaboració pròpia segons (Terribas i Puig, 2001)

En el cas dels talents shows és una extrapolació de la vida quotidiana transformada en espectacle gràcies als mecanismes de la televisió (Terribes i Puig, 2001). És a dir, dintre dels concursos, en els talents, es mostra la part creativa d'una habilitat dintre d'una espectacularitat que sorpren tant el públic com a l'espectador. Una altra característica és la identificació de l'espectador amb el concursant (Gordillo, 2009), és a dir, dintre de l'espectacularitat es mostra una acció quotidiana. Dintre del talent show tot dependrà de les habilitats de l'espectador per sentir-se identificat amb el concursant o pel contrari meravellat per les seves qualitats en aquell àmbit.

1.4.2 Els formats de dancing shows

Fruit d'una anàlisi dels programes triats com a referents i dels programes de ball produïts a Espanya puc extreure unes característiques generals dels diferents formats de dancing show. La gran majoria consisteixen en concurs de talents de ball on diferents ballarins competeixen per arribar a ser els millors. Sent la base del concurs el ball no sempre hi participen ballarins, també podem trobar

coreògrafs o simplement gent famosa que es repton per ballar a cada programa i fer un espectacle de ball de la millor manera possible.

Tots els programes que s'engloben dintre dels anomenats dancing shows contenen públic en directe i un escenari on es desenvolupa l'espectacle. Durant les actuacions el públic té un paper molt present no només pel so, amb aplaudiments sinó que també es mostren les reaccions als balls. Una altra característica important del plató és la presència de llums de colors i rajos de llum que ajuden a fer l'espectacle més vistós. Els balls i en generals els espectacles assimilen a concerts o festivals de música.

Un altre element comú és la figura del presentador que és qui porta el comandament del concurs i a part dinamitza tant els concursants com al públic. És l'encarregat de donar peu a les diferents actuacions així com porta el timing. Així com el presentador es troba en tots els programes, el jurat és molt recurrent, però depèn la dinàmica del programa hi és o no. Habitualment aquest jurat està format per tres o quatre personatges del món de la dansa i coneguts pel públic general. Els programes que hi tenen, es troben en una taula al plató tenint molta presència durant tot el programa tot i que habitualment tenen un paper més actiu cap al final del programa amb les votacions o veredictes.

1.4.3 Breu història dels programes dancing show

En l'àmbit nacional hi ha hagut diversos programes que han tractat el ball com a temàtica principal. Molts d'ells basen el format en una competició de ballarins que competeixen per una quantia econòmica tot i que tenen un vessant de reality. Podem fer dos grans grups separats depenent els concursants, per una part concursants anònims o ballarins poc coneguts i, per una altra part, la versió dels concursos de ball amb famosos. Abunden els programes a la televisió pública tot i que les privades també han optat per algun format.

Quant a les versions de concursants anònims, el primer programa "dancing show" que es va emetre a Espanya va ser de la mà de la cadena pública en la primera dècada d'emissions, l'any 1966 s'emet "Danzas de España". Va ser un

programa concurs de balls regionals on els concursants representaven un ball de cada província amb l'objectiu d'arribar a la final.

A la dècada dels 2000, amb el mercat privat ja consolidat a Espanya, Cuatro presenta “Fama, ¡a Bailar!”, produït per Zeppelin TV. Aquest format basat en una acadèmia de ball amb actuacions setmanals combina el talent show, el concurs i el reality. Va ser tan popular que va arribar fins al 2011 i set anys després va tornar al panorama nacional aquest cop de la mà de Movistar+, a #0. En el mateix any que va sorgir “Fama, ¡a bailar!”, RTVE aposta per “¡Quiero Bailar!” produït per Gestmusic. Aquest va ser un programa similar a “Fama, ¡a bailar!” amb professors, ballarins i coreògrafs on els concursants competien per ser el representant d'Espanya en la segona edició del Festival d'Eurovisió Eurodance (2008).

Més tard, a la dècada del 2010, l'any 2016, Atresmedia aposta per “Top Dance” produït per Boomerang TV, emetent les gales a Antena 3, però també contingut a Neox i Nova. Basat en el format internacional Floor Filler, on joves ballarins competien dintre d'una acadèmia per convertir-se en un ballarí professional. El programa a Espanya es va cancel·lar després de dues gales per falta d'audiència.

Finalment, l'any 2021 RTVE emet “The dancer”, produït per Freemantle i RTVE, va ser un programa basat també en el format internacional anomenat “The Greatest Dancer” creat per Simon Cowell. Es basa a trobar el millor ballarí del país, per això els concursants competien en equips presidits per capitans famosos, que els ajudaven cada setmana per fer un show digne de continuar en el concurs.

Per una altra part, al nostre país també han tingut molt pes els programes tipus talent show on els concursants són gent famosa, per això, dintre dels dancing shows no és una excepció. De la mà de RTVE, produït per Gestmusic, va arribar al 2005 “Mira quién baila”, basat en el format britànic “Strictly come dancing”. Va tenir nou temporades, una d'elles emesa per Telecinco. El programa va consistir en un conjunt de famosos competint per guanyar una quantia econòmica destinada a organitzacions sense ànim de lucre. Cada setmana feien

un espectacle de ball de diferents gèneres per convertir-se en els guanyadors de la gala. Posteriorment, basat en el mateix format “Strictly come dancing” emès per la BBC, RTVE (produït per Gestmusic) va emetre “Bailando con las estrellas” el 2018, que posteriorment el 2024 es va començar a emetre a Telecinco, Mediaset i va estar produït per Bulldog TV.

El 2014, Atresmedia emet “¡A Bailar!”, produït per Zeppelin TV, un programa on vuit parelles de famosos formaran parelles de ball per competir entre ells cada setmana en una gala amb diferents números de ball. Durant la setmana amb l’ajuda d’una professora de ball preparaven una coreografia que el dia de la gala mostraven a la resta. Al final de la gala, el guanyador obtenia una quantia econòmica que donava a entitats benèfiques.

Finalment, el més recent, emès per RTVE l’any 2024 i produït per Zeppelin TV, “Baila como puedas” combinava tant la part de famosos com els ballarins professionals. Les parelles de ball estaven formades per un personatge famós de la indústria espanyola i per un ballarí professional. Cada famós escollia a un anònim que continuarien junts durant tot el concurs fins que el ballarí fos expulsat pel jurat de la gala, llavors el famós escollia a un altre ballarí.

1.5 Alguns referents claus

1.5.1 Referents de forma

Pel que fa a la forma del nou programa m’he volgut fixar en la dinàmica i les formes de treball de programes nacionals que poden aportar algun element a la meva proposta.

Taula 1: Tu Cara Me Suena

<i>Tu Cara Me Suena</i>	2011	Gestmusic
Sinopsi. Programa de televisió d'entreteniment on un grup de famosos imiten a altres famosos en actuacions musicals en directe. Cada setmana competeixen per punts que els atorga un jurat. El programa combina humor, música i espectacle. El programa consta dels espectacles musicals i d'un resum previ de la preparació durant la setmana del show. • Referent: el format de les votacions i el rànquing setmanal, ja que s'atorga punts i es va creant al llarg dels programes un rànquing que va variant. També es pren com a referència els vídeos previs a l'actuació sobre la preparació durant la setmana.		

Font: Elaboració pròpia

Taula 2: Operación Triunfo

<i>Operación Triunfo</i>	2017	Gestmusic
Sinopsi. Talent show musical on un grup d'aspirants a cantants entren en una acadèmia on reben formació musical i cada setmana executen una actuació en directe cantant i ballant. El programa es combinen les actuacions i vídeos de l'acadèmia. A més, en l'edició de 2017, va tornar el programa amb una estratègia digital molt forta que combinava les xarxes socials tant del programa com dels concursants, així com un senyal 24 h de l'acadèmia a YouTube. Fruit del moviment a xarxes, molts usuaris van començar a seguir el programa. • Referent: L'estratègia digital a xarxes socials va ser un punt d'èxit de la tornada del format. Es pren com a referent crear un moviment a xarxes al voltant del programa per afavorir que es parli del format i augmentin els espectadors.		

Font: Elaboració pròpia

Taula 3: Street Dance of China

<i>Street Dance of China</i>	2018	Youku Original
Sinopsi. Talent-reality show de dansa de carrer que té com a objectiu descobrir nous talents de la dansa a la Xina. Quatre celebritats són escollides com a líders d'equip que seran les que formaran als ballarins del seu equip. Al final del programa els ballarins intentaran sorprendre els líders amb una coreografia. • Referent: Les temporades comencen amb un vídeo molt produït amb un look cinematogràfic on es presenten els ballarins aspirants a entrar en els equips i els líders. Aquest vídeo serà la presentació dels coreògrafs en el format al primer capítol. A la temporada 3 el plató simula un carrer, ja que el programa tracta de dansa de carrer i no sembla un plató de televisió “tradicional”. Quant a espai és referent, ja que trenca amb la convicció de plató.		

Font: elaboració pròpia

Taula 4: Bellakeo Dance Video

<i>Bellakeo Dance Video¹</i>	2023	@samxvazquez (Instagram)
Sinopsi. Dance vídeo realitzat amb la cançó de “Bellakeo” pel ballarí i coreògraf Sam Vazquez. El vídeo té un tipus de realització i il·luminació molt característic tot i ser bastant limitat, ja que està gravat a una sala d'una escola de dansa. La realització es caracteritza per la càmera constantment en moviment seguint als diferents ballarins, zooms i un estil bastant picat amb canvis de càmera. • Referent: L'estil de realització bastant picat i amb la càmera en moviment per trencar amb l'estil més pausat de la “gala” fora de les actuacions.		

Font: elaboració pròpia

¹ <https://www.instagram.com/reel/C0xGoxliK4Z/?igsh=YjNsM2phbmw5MDYy>

Taula 5: Fama, ja Balar!

<i>Fama, ja Balar!</i>	2018	Zeppelin TV (#0)
Sinopsi. Nova entrega del programa que va començar a emetre's a Cuatro l'any 2008. Talent show de dansa on un grup de joves ballarins entren en una acadèmia de formació i cada setmana han de demostrar l'evolució amb una coreografia. Els diferents concursants són valorats per un jurat expert que és qui decideix la continuació en el concurs. La temporada que es va fer a Movistar+ (#0) tenia un estil de realització diferent del típic de programa de televisió amb una sensació més juvenil. Els espais també ajudaven, ja que l'acadèmia i el plató trencaven amb el que estava establert amb un look industrial. • Referent: Com a referent, està l'estil de realització que evoca a un estil més jove, més trencador. Per una altra part, l'espai és un referent clau². L'espai on es gravarà les gales no serà un plató com a tal sinó que s'assemblarà més al que era a "Fama", una nau industrial.		

Font: elaboració pròpia

1.5.2 Referents de contingut

En aquest apartat es reflecteixen els referents per la creació del nou programa i es destaquen els elements importants per poder aplicar a la meua proposta. Com a referents no només hi ha programes emesos a plataformes sinó que hi ha programes emesos a la televisió lineal, altres plataformes, o espectacles.

² <https://www.youtube.com/watch?v=uXvocXtYvtQ>

Taula 6: The dancer

<i>The dancer</i>	2021	Fremantle / RTVE (RTVE)
Sinopsi. Adaptació espanyola del format britànic “The Greatest Dancer”. És un talent show on diferents ballarins de diferents estils mentorats per 3 famosos del món de la dansa competeixen cada setmana per rebre una bona puntuació del públic. El públic és qui té el poder de decidir qui segueix al concurs. Els concursants a les gales creen espectacles de ball de diferents estils superant-se cada setmana. • Referent: Tant de contingut com de forma (gales) el programa serveix com a referent “base” per a la creació d’aquest nou format.		

Font: elaboració pròpia

Taula 7: Dance 100

<i>Dance 100</i>	2023	Studio Lambert (NETFLIX)
Sinopsi. Concurs de dansa on diferents coreògrafs han de crear un espectacle a cada programa amb un nombre de ballarins que va en augment. Al començament de la temporada amb 7 ballarins fins al programa final que són 100 ballarins. Les votacions no provenen del jurat sinó dels mateixos ballarins que són els que decideixen quins coreògrafs segueixen a la competició i quins no. • Referent: El paper actiu dels ballarins a l’hora de valorar els coreògrafs i tenir el paper de “jurat”, ja que són els que treballen a cada programa amb els concursants (coreògrafs).		

Font: elaboració pròpia

Taula 8: So You Think You Can Dance

<i>So You Think You Can Dance</i>	2005	XIX Entertainment (FOX)
Sinopsi. Talent show on un grup de ballarins competeixen per convertir-se en el millor ballarí dels Estats Units. Els concursants es preparen i entrenen per poder realitzar a les gales actuacions en directe de diferents		

estils de dansa. Les actuacions són jutjades pel jurat professional en la dansa i el públic present al programa. El programa consta de dos o tres jurats fixos i un o dos que van canviant a cada programa.

- **Referent:** La figura del jurat de professionals del sector com a experts i amb capacitat de jutjar. El jurat va des de coreògrafs, ballarins o altres figures del sector.

Font: elaboració pròpia

Taula 9: Mira que youtuber baila

<i>Mira que youtuber baila</i>	2016	UY Albert! (YouTube)
Sinopsi. Conjunt de vídeos de YouTube on el youtuber <i>UyAlbert!</i>, convida a altres youtubers per crear videoclips. Albert Cornelles és coreògraf i ballarí, per tant, ell juntament amb el youtuber i altres ballarins creen coreografies que juntament amb la música i una edició, acaben conformant videoclips. • Referent: el look final dels vídeos fa la sensació de videoclips, per tant, crec que si el programa aconsegueix aquest look, pot funcionar molt bé a xarxes. Els espectacles/actuacions poden arribar molt més enllà a xarxes si no es veuen extrets simples d'un programa de televisió.		

Font: elaboració pròpia

1.6 Posicionament del format i principals elements innovadors

Per poder entendre les característiques i incentius de venda del format que es tracta en el treball, l'apartat s'inicia amb una breu sinopsi i a continuació les característiques a destacar.

Sinopsi: un grup de coreògrafs competeixen programa rere programa per obtenir la majoria puntuació del jurat i dels ballarins per arribar a la final i guanyar el concurs.

El programa gira entorn el ball però en aquest cas no amb el focus en els ballarins sinó en els coreògrafs. Es posa en relleu la figura del coreògraf com a artista.

El programa buscarà crear números de balls que juntament amb la il·luminació i l'escenografia creïn espectacles visuals. En aquests espectacles l'importat serà els ballarins i la coreografia que s'acompanyarà amb altres elements per crear el “show”.

1.6.1 Incentius de venda

A banda de les característiques ja destacades en l'apartat anterior, m'agradaria posar en relleu aquells elements que poden servir com a elements que impulsin la venda del format a plataformes VOD.

Promoció del món de la dansa: Hi ha moltes escoles de dansa i diversos festivals, per tant, podem extrapolar que un programa on la dansa és el motor principal pot tenir un gran potencial en aquest públic. També hi ha molts perfils a xarxes socials de ballarins i coreògrafs amb gran nombre de seguidors (com per exemple Sam Vázquez – 184K a Instagram - o Júlia Pericas – 285K a Instagram -)

Impuls artistes nacionals: El programa posa en focus en artistes nacionals, concretament coreògrafs. Pot servir com a impuls per arribar a projectes posteriors en el món de la dansa. Posa el focus en coreògrafs que habitualment no han tingut un focus molt important en altres programes de temàtica similar com ha pogut ser els ballarins o altres artistes.

Extrapolació a Xarxes Socials: la creació dels espectacles i les actuacions poden funcionar molt bé a posteriori del programa a xarxes i altres plataformes com YouTube (Hi ha un recorregut més enllà del format). Pot funcionar també com un reclam per nou públic i nova audiència.

Programa per a un públic jove: La presència de persones influents a xarxes socials i un presentador jove proper al seu públic objectiu pot fer que el programa funcioni entre la gent jove. És un programa creat per gent jove per a gent jove.

BLOC 2: ANÀLISI DEL MERCAT

2.1 Introducció

El món audiovisual sempre ha anat acompanyat de les innovacions tecnològiques i si pensem en un mitjà que ha anat seguint aquests avenços fins als nostres dies és la televisió. L'inici del mitjà es caracteritza per una breu oferta de contingut de manera intermitent i lineal. En el cas espanyol només durant unes hores i amb un únic canal de titularitat pública. L'evolució de la televisió ve marcada per algunes revolucions que han fet avançar el mitjà (Pérez de Silva, 2009). La primera revolució va ser el pas de la televisió en blanc i negre al color. Aquest fet va fer incrementar la qualitat de l'aparell així com un increment en l'experiència de l'espectador. La dècada dels setanta va ser clau per aquest canvi per televisió espanyola. Va ser a l'inici de la dècada quan van començar les emissions a color, però no va ser fins a finals de la mateixa que es va anar popularitzant els receptors que podien emetre en color a les llars espanyoles. Va ser una transició llarga a causa de la inversió necessària per al canvi d'aparell.

La segona gran revolució va ser l'increment de l'oferta de canals que va venir poc després del canvi de la televisió a color. Primer amb un segon canal de la televisió pública i més endavant amb la introducció d'una competència per part d'empreses privades i els seus nous canals com van ser Antena 3 i Telecinco a la dècada dels noranta. Aquest fet incrementa la competència i, per tant, un increment en la qualitat i l'oferta dels continguts que s'emetien, comença la competència per l'audiència i els espectadors. Finalment, la tercera gran revolució, en la qual ens trobem actualment, és la unió de l'internet amb la televisió. Com a fruit d'aquesta unió i "simbiosis" trobem noves formes de fer televisió i noves formes de consum. Aquestes s'amplien més enllà de la televisió com a aparell de consum de continguts televisius com ho havia sigut fins ara. La creació de noves plataformes de consum de continguts ha deixat de banda a les televisions com a principals productors de contingut. La competència augmenta, ja que no només els principals grups de comunicació són creadors de contingut televisiu sinó que les noves plataformes també aposten per la creació d'aquesta oferta i nous formats. És a dir, ha aparegut una nova forma de fer "televisió" on l'emissió dels productes recau a internet deixant de banda el clàssic aparell de consum lineal de contingut.

2.2 Estructura del sistema de plataformes en l'àmbit nacional

Des de l'arribada d'internet a Espanya, el consum ha anat incrementant de manera exponencial després d'anys fins que l'any 2023, més del 85% de la població ha tingut accés a internet el dia anterior (AIMC, 2023).

Taula 10: evolució del consum d'internet

Any	Nombre d'individus (última connexió dia anterior) - milers	% població
2000	1.943	5,6
2001	3.142	9,0
2002	3.693	10,6
2003	4.797	13,6
2004	6.132	16,8
2005	7.289	19,7
2006	8.317	22,2
2007	9.944	26,2
2008	11.443	29,9
2009	13.525	34,3
2010	15.127	38,4
2011	16.768	42,5
2012	18.437	46,7
2013	21.116	53,7
2014	24.075	60,7
2015	26.496	66,7
2016	28.567	71,9
2017	30.097	75,7
2018	31.024	77,9
2019	32.205	79,9
2020	33.023	81,4
2021	34.501	84,3

2022	35.078	85,3
2023	36.490	87,6

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'AIMC, (2025)

Aquest nou consum de la informació i l'evolució tecnològica han portat també conseqüències en el món audiovisual. Hi ha hagut una migració del món analògic dels mitjans tradicionals com pot ser la televisió lineal cap a noves ofertes digitals i noves finestres de consum. L'aparició d'aquest nou consum d'audiovisual i la proliferació de noves plataformes pot ser degut a la globalització de la tecnologia i popularització d'internet a les llars espanyoles, de fet el 91,3% de la població assegura haver sigut usuari d'internet almenys un cop durant l'últim mes (AIMC, 2024). Segons la 26a enquesta a usuaris d'internet realitzada per l'AIMC, el 59,6% d'aquests usuaris utilitzen internet per veure contingut audiovisual en plataformes de pagament i més del 40% per ser espectadors de la televisió lineal o veure en diferit programes televisius a través d'internet. El consum d'audiovisual a través d'internet és una realitat i això és visible en el panorama nacional de plataformes de consum a la carta, tant de pagament com gratuïtes.

A Espanya operen 69 plataformes o canals de contingut audiovisual, combinades de pagament i gratuïtes.

Taula 11: Plataformes que operen a Espanya

NOM DEL SERVEI	TIPUS DE SERVEI	PAÍS	PROVEÏDOR DE SERVEIS	TITULARITAT	GÈNERE
Acontra+	Video-on-Demand	Spain	Gestión de Contenidos Virtuales, S.L.	Private	Film and TV fiction
Acorn TV (ES)	Video-on-Demand	Spain	RLJ Entertainment Inc.	Private	Film and TV fiction
Amazon Prime Video (EEA)	Video-on-Demand	Germany	Amazon Digital UK Limited	Private	Film and TV fiction
Apple TV+	Video-on-Demand	Ireland	Apple Distribution International	Private	Generalist
Apple TV App	Video-on-Demand	Ireland	Apple Distribution International	Private	Film and TV fiction
Apple TV Store/iTunes Store	Video-on-Demand	Ireland	Apple Distribution International	Private	Film and TV fiction
Atres Player	Video-on-Demand	Spain	ATRESMEDIA CORPORACION DE MEDIOS DE COMUNICACION SA.	Private	Generalist
AXN Now (Iberia)	Video-on-Demand	Spain	SONY PICTURES ENTERTAINMENT IBERIA, S.L.U.	Private	Film and TV fiction
CAIXAFORUM PLUS	Video-on-Demand	Spain	FUNDACION BANCARIA CAIXA D'ESTALVIS I PENSIONES DE BARCELONA "LA CAIXA"	Private	Cultural / Educational
Chili	Video-on-Demand	Italy	Chili S.P.A.	Private	Film and TV fiction
DAZN (ES)	Video-on-Demand	Spain	PERFORM MEDIA SPAIN S.L.	Private	Sport
Discovery+	Video-on-Demand	Netherlands	Discovery Communications Benelux B.V.	Private	Entertainment
Disney+	Video-on-Demand	Netherlands	The Walt Disney Company (Benelux) B.V.	Private	Film and TV fiction
Eurosport	Video-on-Demand	France	EUROSPORT	Private	Sport
Filmin	Video-on-Demand	Spain	COMUNIDAD FILMIN SL	Private	Film and TV fiction
Google Play Movies and TV	Video-on-Demand	Ireland	Google Commerce Limited	Private	Film and TV fiction
Google TV	Video-on-Demand	Ireland	Google Commerce Limited	Private	Film and TV fiction
Hayu	Video-on-Demand	United Kingdom	UNIVERSAL PICTURES SUBSCRIPTION TELEVISION LIMITED	Private	Entertainment
Historia y Actualidad	Video-on-Demand	Spain	MULTICANAL IBERIA, S.L.U.	Private	Cultural / Educational
Huawei Video	Video-on-Demand	Ireland	ASPIGEL PUBLIC LIMITED COMPANY	Private	Film and TV fiction
iTunes Store	Video-on-Demand	Ireland	Apple Distribution International	Private	Film and TV fiction
Libertad Digital TV	Video-on-Demand	Spain	Libertad Digital, SA	Private	Generalist
M+ Acción	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Film and TV fiction
Márgenes	Video-on-Demand	Spain	RIVER EVENTS HIGHWAY, S.L.	Private	Film and TV fiction
MAX	Video-on-Demand	Netherlands	Discovery Communications Benelux B.V.	Private	Film and TV fiction
M+ Cine	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Film and TV fiction
M+ Cine Español	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Film and TV fiction
M+ Clásicos	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Film and TV fiction
M+ Comedia	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Film and TV fiction
M+ Deportes	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Sport
M+ Documentales	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Documentary
M+ Drama	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Film and TV fiction
MGM+	Video-on-Demand	Germany	Amazon Digital UK Limited	Private	Film and TV fiction
M+ Golf	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Sport
Microsoft Movies & TV	Video-on-Demand	Ireland	Microsoft Ireland Operations Limited	Private	Film and TV fiction
Microsoft Start	Video-on-Demand	Ireland	Microsoft Ireland Operations Limited	Private	Generalist
M+ Indie	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Film and TV fiction
Mitele (FOD)	Video-on-Demand	Spain	CONECTA 5 TELECOM. S.A.U	Private	Generalist
Mitele Plus (SVOD)	Video-on-Demand	Spain	CONECTA 5 TELECOM. S.A.U	Private	Generalist
M+ LaLigaTV	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Sport
M+ La Resistencia24H	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Generalist
M+ Liga de Campeones	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Sport
M+ Musica	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Generalist
M+ Originales	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Film and TV fiction
Movistar+	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Generalist
Movistar Plus+	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Generalist
M+ Pop Up	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Generalist
M+ Series	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Film and TV fiction
Mtmd	Video-on-Demand	Spain	MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A	Private	Generalist
MUBI	Video-on-Demand	United Kingdom	MUBI UK LIMITED	Private	Film and TV fiction
M+ #Vamos	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Sport
M+ #Vamos BAR	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Sport
Netflix	Video-on-Demand	Netherlands	Netflix International B.V.	Private	Film and TV fiction
Onetoro TV	Video-on-Demand	Spain	ONETORO TV SPN SOCIEDAD LIMITADA	Private	Sport
Pantaflix (EEA)	Video-on-Demand	Germany	PANTAFILX AG	Private	Film and TV fiction
Playtheatres	Video-on-Demand	Spain	PLAYTHEATRE, S.L.	Private	Cultural / Educational
Pluto TV (CE)	Video-on-Demand	Germany	Pluto TV Europe GmbH	Private	Generalist
Por Up por Movistar Plus+ 2 (M+ (Pop Up 2))	Video-on-Demand	Spain	TELEFONICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	Private	Generalist
Rakuten TV (AVOD)	Video-on-Demand	Spain	RAKUTEN TV EUROPE, S.L.U.	Private	Film and TV fiction
Rakuten TV (TVOD)	Video-on-Demand	Spain	RAKUTEN TV EUROPE, S.L.U.	Private	Film and TV fiction
Real Crime	Video-on-Demand	Spain	MULTICANAL IBERIA, S.L.U.	Private	Entertainment
Riapp TV	Video-on-Demand	Germany	Riapp TV GmbH	Private	Entertainment
RM PLAY	Video-on-Demand	Spain	REAL MADRID CLUB DE FUTBOL	Private	Sport
SkyShowtime	Video-on-Demand	Netherlands	SkyShowtime Limited	Private	Entertainment
SolidSport	Video-on-Demand	Sweden	SOLIDSPORT AB	Private	Generalist
Tu voz en Pinares	Video-on-Demand	Spain	REYSAN CONSULTORES DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA SLU	Private	Generalist
Universal+	Video-on-Demand	United States of America	NBC Universal International Networks Ltd	Private	Film and TV fiction
YouTube Movies and TV	Video-on-Demand	Ireland	Google Commerce Limited	Private	Film and TV fiction
RTVE PLAY	Video-on-Demand	Spain	CORPORACION DE RADIO Y TELEVISION ESPAÑOLA S.A. ("RTVE")	Public	Generalist

Font: cerca a MAVISE, (2025)

Per poder fer una anàlisi més detallada del panorama nacional quant a plataformes de contingut audiovisual a internet o televisions de pagament, s'han seleccionat les plataformes amb més audiència segons la CNMC i el Panel de Hogares de 2024. Per una altra part, s'ha seguit la classificació de les diferents plataformes i serveis sota demanda segons el l'informe sobre l'audiovisual a Catalunya (CAC, 2023):

2.2.1 IPTV (televisió de pagament)

- **Movistar Plus+**

Plataforma de contingut de pagament provinent de la fusió de Canal+ i Movistar TV l'any 2015. La plataforma inclou el servei de televisió lineal per internet, plataforma de continguts (VOD) i canals temàtics on s'emet contingut de forma lineal. Es podria considerar també una plataforma de contingut sota demanda, ja que també ofereix contingut propi així com adquisició de productes de producció aliena. Els canals tenen temàtica de sèries, pel·lícules, esport, documentals i altres temàtics com “La Resistencia 24h” on s'emet reposicions dels programes de “La Resistencia”. És la tercera plataforma més consumida segons un estudi de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia l'any 2024, consumida per un 17,7% de les llars.

És una de les principals plataformes en producció de contingut nacional, amb 24 produccions (ficció i no-ficció) entre el setembre de 2023 i el juny de 2024 (GECA, 2024). Si ens centrem només en no-ficció és la plataforma que lidera les produccions a escala nacional. Tot i que en el seu catàleg es pot trobar ficció (sèries i pel·lícules) com no-ficció (programes, documentals, entre d'altres) en la producció pròpia se centren en la no-ficció.

- **Vodafone TV / ONO**

Servei de televisió digital interactiva (IPTV) que ofereix la companyia de telefonia mòbil Vodafone. El servei va començar el maig de 2006 inclòs en els serveis Vodafone live!, per aquells dispositius mòbils amb connexió 3G de Vodafone. Actualment, continua oferint el servei de televisió per internet amb la possibilitat d'incloure en la subscripció altres plataformes OTT.

No té un catàleg propi sinó que depèn d'altres plataformes per oferir contingut als seus clients.

- **Orange TV**

Servei de televisió digital interactiva (IPTV) que ofereix la companyia de telefonia mòbil Orange. El servei va començar a finals de l'any 2006 inclòs en el servei Orange World per aquells usuaris amb servei 3G d'Orange. A l'inici hi havia dos paquets de serveis, un bàsic inclòs en la tarifa amb canals nacionals i internacionals i un amb un cost extra amb més canals. Actualment, continua oferint el servei de televisió per internet amb la possibilitat d'incloure en la subscripció altres plataformes OTT (especialment futbol).

No té un catàleg propi sinó que depèn d'altres plataformes per oferir contingut als seus clients.

2.2.2 OTT (plataformes de streaming)

- **Netflix**

És la plataforma més consumida pels usuaris (un 43,4% de les llars que consumeixen plataformes de contingut VOD) (CNMC, 2024). Va arribar a Espanya l'any 2015 amb un gran catàleg que ha anat ampliant amb un model de producció pròpia i l'adquisició de productes aliens. És una gran plataforma dintre de la producció a nivell mundial el que fa que pugui oferir un catàleg molt variat tant de ficció com no-ficció.

En el període comprés entre setembre de 2023 i juny de 2024 va produir a Espanya un total de 12 títols destacant en la ficció. (GECA, 2024). Es posiciona com la quarta plataforma en producció nacional de ficció i no-ficció.

- **Amazon Prime Video**

Plataforma de vídeo-on-demand pertanyent a la companyia de comerç en línia Amazon. Va arribar a Espanya i a tota Europa l'any 2016.

Va començar amb un catàleg bastant pobre, però de mica en mica mitjançant la producció pròpia i l'adquisició de productes d'interès del públic ha arribat a posicionar-se com a la segona plataforma més popular entre les llars que consumeixen plataformes de vídeos sota demanda (CNMC, 2024).

Destaca la seva producció pròpia en l'àmbit estatal, ja que entre el setembre de 2023 i el juny de 2024 va ser la segona plataforma amb més produccions

nacionals amb un total de 24 títols Destaca en la ficció, ja que es va posicionar com la primera plataforma de l'estat en la producció nacional d'aquests productes amb 19 produccions (GECA, 2024).

- **Disney +**

Disney Plus és una plataforma de streaming que pertany a Walt Disney Company, concretament a la divisió de Disney Entertainment. Va arribar a Espanya l'any 2020. En el seu catàleg es pot trobar contingut pertanyent a Disney, Pixar, Marvel, Star Wars, National Geographic i Star. A més, a la plataforma es pot trobar la reposició dels programes i sèries emeses al canal en obert Disney Channel que va finalitzar les emissions el gener de 2025.

El gruix del seu catàleg es basa en contingut de producció pròpia però no produït a Espanya. Es pot trobar tant contingut de ficció (pel·lícules Disney i Pixar entre d'altres) com no-ficció (contingut de National Geographic). Tot i això, han anat produint contingut a Espanya (principalment sèries), concretament entre el període de setembre de 2023 a juny de 2024 van produir 7 produccions nacionals (GECA, 2024).

- **Max (HBO Max)**

Servei de streaming propietat de Warner Bros. Discovery, que va arribar a Espanya l'any 2021. Va començar com a plataforma de contingut exclusiu del grup de canals HBO, però de mica en mica va anar incloent contingut d'altres productores. És la plataforma menys consumida segons l'estudi de la CNMC sobre el consum de plataformes a les llars nacionals amb un 5% d'aquestes (CNMC, 2024).

En el seu catàleg són presents les grans produccions de producció pròpia però de fora d'Espanya com "The Last of Us" o "Game of Thrones". Tot i això, la producció nacional de mica en mica es va obrint camí. Entre el setembre de 2023 i el juny de 2024, van produir un total de 8 títols a Espanya, sobre tot contingut de no-ficció (7 de les 8 produccions) (GECA, 2024).

- **DAZN**

Servei de streaming considerat l'operador més gran en reproducció d'esports amb més de 75 drets de programació. Va arribar a Espanya l'any 2019. Ja va arribar al mercat nacional amb un bon catàleg com pot ser els drets d'emissió de MotoGP, Moto2 o l'Eurolliga de bàsquet.

El catàleg se centra en continguts en directe i gravacions d'esports. També ha produït alguns documentals al voltant de l'esport, però el gruix del catàleg es basa en la retransmissió d'esport en directe i diferit.

- **RAKUTEN TV**

Servei de streaming fundat a Espanya, més concretament a Barcelona l'any 2007, però no es va llençar al mercat fins al 2010, sota el nom de WakiTV. Actualment, pertany a una companyia xinesa i està disponible a 42 països. A diferència d'altres OTT, sense cap subscripció, permet el lloguer de continguts específics per un temps determinat.

El seu catàleg destaca per la ficció tant de sèries com de pel·lícules. Destaquen els seus canals temàtics de contingut de manera gratuïta i el catàleg de lloguer. Tot i haver produït alguns documentals o continguts propis a Espanya, el gruix de contingut se centra més en l'adquisició de títols de producció aliena.

- **FILMIN**

Plataforma de streaming de cinema d'autor, independent i cinema comercial creada el 2008 a Espanya, concretament a Barcelona. Va ser llançada al mercat l'any 2010. També té l'opció de subscripció amb accés a tot el catàleg o de lloguer d'un producte concret.

De les plataformes analitzades és la que menys producció nacional té amb només 4 títols entre el setembre de 2023 i juny de 2024 (GECA, 2024). El seu catàleg es caracteritza per productes de producció aliena, cinema independent i d'autor.

2.2.3 Plataformes de canals de televisió lineal

- **RTVE PLAY**

Plataforma de streaming que pertany a la Corporación de Radio Televisión Espanyola. Va començar sent el servei a la carta de la televisió pública nacional.

A partir de 2021, es va oficialitzar com a plataforma de streaming amb emissió d'altres productes externs a la corporació i continguts únics. A més del servei de streaming, via plataforma es pot veure els canals de televisió i escoltar els canals de ràdio pertanyents a l'ens públic.

En el seu catàleg es poden trobar les reposicions dels programes emesos a la corporació de televisió espanyola i a més produccions pròpies. Entre setembre de 2023 i juny de 2024 es va posicionar com la quarta plataforma que més produccions nacionals va realitzar i la tercera en hores de visualització. Si ens fixem en el contingut, destaca la producció de no-ficció (15 títols), sent la segona plataforma en producció de no-ficció per sota de Movistar+ en el mateix període (GECA, 2024).

- **Atresplayer**

Plataforma de streaming corresponent al grup de comunicació Atresmedia. Disposa d'un servei gratuït amb un part del catàleg d'Atresmedia i una versió de pagament amb contingut exclusiu (Atresplayer Premium). A més de la plataforma de contingut sota demanda també és possible veure en directe els canals en obert d'Atresmedia.

Si ens fixem en el seu catàleg i les produccions exclusives per a la plataforma, es posiciona com la tercera plataforma en producció nacional de ficció i no-ficció entre setembre de 2023 i juny de 2024 amb 20 produccions. El gruix d'aquestes produccions recauen en la ficció amb 13 títols (GECA, 2024)

- **Mitele**

Servei de streaming corresponent al grup de comunicació Mediaset España. Es va estrenar l'any 2011 com a plataforma de reposició de contingut dels canals de Mediaset España. Va ser l'any 2019 on la plataforma llança Mitele Plus, un servei de subscripció per poder visualitzar contingut exclusiu dels programes en emissió. Com en altres plataformes de grups de comunicació amb canals en obert, a través de la plataforma també estan disponibles els canals que s'emeten en obert a través de la televisió lineal.

Si ens fixem en el seu catàleg, de les plataformes de canals d'àmbit estatal és la que menys produeix contingut exclusiu per a la plataforma a nivell nacional,

amb només 8 títols entre setembre de 2023 i juny de 2024, sent la totalitat de les produccions programes de no-ficció. (GECA 2024).

Destaquen els programes que giren entorn de personalitats d'altres programes de la cadena i en ficció sobretot títols de producció aliena com telenovel·les o sèries estrangeres.

- **3Cat**

Plataforma de streaming propietat de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). Anteriorment, va ser el servei de reposició de contingut de la corporació, anomenat TV3alacarta i que l'any 2023 es va canviar de nom i redissenyar per poder incloure continguts exclusius a la plataforma com videopodcasts o altres programes de televisió. La seva plataforma també inclou poder veure i sentir els canals d'emissió en obert tant de ràdio com de televisió agrupats a la Corporació pública catalana.

En el catàleg de 3Cat s'ofereixen tant programes d'entreteniment com ficció. En la producció pròpia destaquen els programes d'entreteniment com "La travessa" o "la jugada de Maquiavel". Si ens fixem en ficció, també produeixen contingut exclusiu per a la plataforma, però també destaquen títols de producció aliena o coproducció.

Un cop exposades totes les plataformes disponibles en l'àmbit nacional i tenint en compte les produccions realitzades a escala nacional es pot exposar les més idònies per poder presentar el projecte del format. Tenint en compte la tipologia i temàtica del nou format i els diferents catàlegs es podria presentar el projecte a Movistar+ en primer lloc. Destaca l'elevat nombre de produccions nacionals i específicament de no-ficció. També van produir un dancing show, per tant, es pot extreure que es una temàtica que han donat alguna oportunitat. Per una altra banda, per l'elevat nombre de produccions nacionals, una altra plataforma seria Prime vídeo. En aquest cas no es troben referents directes de dancing shows, però sí altres programes d'entreteniment com Operación Triunfo. Pot ser una oportunitat per introduir la temàtica dels dancing shows a la plataforma tenint present que altres sí que tenen algun format d'aquesta temàtica. Per acabar, una altra opció disponible més per la temàtica que pel nombre de produccions de no-ficció a

Espanya és Netflix. Per la temàtica del format i el catàleg disponible, pot ser una bona plataforma per produir i distribuir aquest nou dancing show objecte del treball.

2.3 Altres finestres de possible explotació: Televisió lineal

La finestra principal de distribució del format és en una plataforma de VOD, però amb modificacions del format per poder adaptar-ho a altres finestres, la televisió podria ser una altra possibilitat a l'hora de moure el format.

Com es va veure en l'apartat 1.4.3 on es fa un recopilatori de programes dancing show fets a Espanya, la televisió seria una altra finestra d'explotació d'aquest format, ja que amb anterioritat ja han apostat per programes on la temàtica és el ball. Un altre element rellevant perquè aquest programa estigui a la televisió lineal són els referents escollits. Segons l'últim informe del sector audiovisual (2023) realitzat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya, rebem 74 canals d'emissió lineal on 20 són de titularitat pública i 54 de titularitat privada (CAC, 2024). El gruix d'aquests són d'àmbit local, ja que només 31 dels 74 són d'àmbit nacional o estatal.

2.3.1 Titularitat pública

- **CRTVE (Corporación de Radio y Televisión Española)**

- **La1.** Canal principal de la televisió pública. De temàtica generalista i de servei públic, destinat a un públic general. El contingut inclou informació, entreteniment, ficció i esdeveniments nacionals amb interès general. Emet simultàniament en un canal en ultra alta definició (UHD)
- **La2.** Canal secundari de Televisión Española. La seva programació es basa en contingut cultural així com programes amb un punt d'innovació i experimentació que no té cabuda al canal principal "La1".
- **24 Horas.** Canal exclusiu d'informació on s'emet 24 hores al dia les últimes notícies o programes d'informació dintre del gènere periodístic.
- **Clan.** Canal infantil amb caràcter educatiu. Inclou programes d'entreteniment i educació en valors sobre la no discriminació, el medi ambient o de bona convivència.

- **Teledeporte.** Canal exclusiu d'esport on a la programació s'inclou retransmissions esportives o programes amb temàtica d'esports. A més dels esports minoritaris, com a canal amb servei públic, dona cabuda a altres esports que no tenen espai a altres canals a la televisió lineal.
- **3Cat (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals)**
 - **TV3.** És el principal canal de la CCMA. De temàtica generalista i amb un públic majoritari i familiar, entre els continguts destaquen els informatius i l'entreteniment. Emet simultàniament en un canal en alta definició (TV3HD).
 - **3/24.** Canal exclusivament informatiu de televisió de Catalunya que emet durant les 24h les notícies del moment. A més emet alguns programes en clau de tertúlia d'actualitat amb personatges rellevants i en simultaneïtat els informatius de TV3 amb la interpretació de signes.
 - **SX3.** Canal temàtic infantil amb un contingut per a tots els infants amb dues franges diferenciades de contingut. Per una part S3 per primeres etapes i X3 per a infants en etapes més grans.
 - **33.** Ofereix un contingut complementari a la programació generalista de TV3 per un públic més específic i temàtic. Programes sobre innovació i descoberta on la cultura del país té un gran paper.
 - **Esports3.** Canal temàtic sobre l'esport. S'emet durant tota la programació retransmissions esportives tant en directe com en diferit així com programes que tenen com a eix temàtic l'esport.

2.3.2 Titularitat privada

- **Mediaset**
 - **Telecinco.** Canal generalista de la filial de Mediaset a Espanya. La programació està destinada a un públic generalista on el contingut que predomina són els magazins, informatius i reality shows. Emet simultàniament en el seu canal en alta definició (Telecinco HD).
 - **Cuatro.** Canal secundari del grup. Canal generalista on el contingut que predomina és l'entreteniment, l'humor, la ficció i la informació. Emet simultàniament en un canal en alta definició (Cuatro HD)

- **Divinity.** Canal majoritàriament de ficció on predominen les sèries, cinema i telenovel·les. Dedicat, segons el grup, al públic femení.
- **Energy.** Canal destinat, segons el grup, a un públic masculí i urbà. En la programació abunden l'entreteniment, documentals i emissions esportives.
- **Factoria de Ficción.** (FDF). Canal temàtic dedicat majoritàriament a sèries tant de producció nacional com estrangera.
- **Boing.** Canal infantil i juvenil amb emissió majoritàriament de sèries i programes d'animació.
- **BeMad.** Canal temàtic dedicat majoritàriament a cinema.
- **Atresmedia**
 - **Antena 3.** Canal principal del grup. La seva temàtica és generalista destinada a un públic general. En la seva programació abunden els magazins, la informació i ficció. Emet simultàniament en el seu canal en alta definició (Antena 3 HD).
 - **la Sexta.** Canal secundari del grup. La seva programació es basa en programes d'humor, entreteniment i un fort pes per la informació amb programes sobre l'actualitat (política, societat...). Emet simultàniament en el seu canal en alta definició (la Sexta HD).
 - **Neox.** Canal temàtic enfocat a l'entreteniment destinat per un públic jove i urbà. A la programació abunden series tant de producció nacional com estrangera.
 - **Nova.** Canal temàtic destinat, segons el grup al públic femení. A la programació abunden els programes sobre estil de vida i la ficció on predominen les telenovel·les.
 - **Mega.** Canal temàtic d'entreteniment on abunden les sèries, el cinema, documentals i esdeveniments esportius.
 - **Atreseries.** Canal temàtic especialitzat en sèries. La programació es basa en series tant de producció pròpia nacional per part d'Atresmedia al llarg de la història com sèries de producció estrangera.

- **Veo Televisión**

- **DMAX.** Canal que engloba en la seva programació temes molt amplis com pot ser la cuina, supervivència o l'emissió de docurealities. És dirigit per a un públic ampli a causa de la varietat de continguts.
- **GOL PLAY.** Canal temàtic principalment en l'emissió de retransmissions esportives o programes relacionats tot i que també hi ha espai per l'entreteniment.

- **Net TV**

- **Squirrel.** Canal temàtic d'entreteniment especialitzat en cinema. Ha sigut el canal que ha substituït al canal Disney Channel després de la finalització d'emissions el gener de 2025.
- **Paramount Network.** Canal temàtic especialitzat en entreteniment on la seva programació es basa en cinema (de totes les èpoques), sèries i programes d'humor.

- **Real Madrid Televisión**

- **Realmadrid TV.** Canal temàtic en programació d'esports especialitzats en l'equip madrileny Real Madrid. En la seva programació s'inclouen retransmissions esportives així com programes de temàtica esportiva.

- **Grupo Secuoya**

- **Ten.** Canal especialitzat en l'entreteniment amb l'emissió de programes factual, magazins i documentals. La programació s basa en producció estrangera tot i que també s'emeten programes de producció nacional.

- **Radio Blanca**

- **DKiss.** Canal especialitzat en entreteniment amb emissió de programes de producció estrangera dedicat a un públic jove-adult.

- **TRECE TELEVISIÓN**

- **TRECE.** Canal operat per Ábside Media (Mitjà propietat de la *Conferencia Episcopal Española*). La seva programació es basa en programes de contingut religiós així com programes que proclamin els valors de l'Església catòlica.

Per la temàtica i característiques del format, dintre de la televisió lineal, podria estar en emissió dintre d'una cadena generalista tant de titularitat pública com privada. Funciona com a programa d'entreteniment amb grans número i també com a motor i impulsor del món de la dansa en un gran exhibidor com és la televisió. Dintre de les públiques optaria més cap a RTVE, ja que és d'àmbit estatal i el format (de primeres) no ha sigut pensat per la promoció d'un territori, la cultura o d'una llengua en concret, valors i principis en els quals es basa la corporació catalana de mitjans audiovisuals (3Cat, 2025).

Per tant, pensant en altres possibles finestres d'explotació del format, aquest podria estar tant en el canal principal de RTVE (La 1), o en els principals canals dels principals grups de comunicació privats del país com pot ser Telecinco o Antena 3.

2.4 Altres finestres de possible explotació: Internet

Una altra possible finestra a tenir en compte a l'hora de publicar un nou format és internet fora d'una plataforma de VOD. És indiscutible que des de l'arribada d'internet a les nostres vides, el consum i la producció d'audiovisual ha canviat de manera radical. No s'entén cap programa que no tingui un *hashtag* per fer el seguiment a xarxes o un perfil on es pugin peces del mateix amb la intenció d'augmentar l'audiència del programa. La utilització d'internet per entrar a xarxes socials i per visionar vídeos ocupen la quarta i cinquena posició d'usos de la xarxa i la pàgina més utilitzada és YouTube (AIMC, 2024). Per tant, si extrapolem aquestes dades al món audiovisual, es pot afirmar que el consum de continguts ja no només es queda en la televisió lineal o al consum de plataformes sinó que va més enllà.

Un clar exemple d'aquesta difusió d'un programa de televisió cap a les xarxes socials i noves finestres a internet com YouTube és la tornada del programa Operación Triunfo l'any 2017 per part de RTVE i Gestmusic. El format va tornar després de sis anys de pausa, renovat i amb una estratègia transmèdia. El programa no només es quedava a la televisió lineal amb l'emissió de les gales setmanals sinó que l'univers OT s'expandia cap al món virtual. Sent YouTube la principal finestra a internet a causa del seguiment del canal 24h on s'emetia en directe l'acadèmia de cant, també es pujaven els fragments de les gales de les actuacions. També, a xarxes socials a part dels perfils oficials del

programa, s'ha de destacar la creació dels perfils de cada concursant que permet una connexió més directa amb l'usuari/espectador del programa.

L'èxit de la tornada del format és constatable amb les dades d'audiència de les gales emeses a La 1 on cap gala baixa del 15% de share, i arribant a un 30,9% a la gala final (FormulaTV). Aquestes dades i l'èxit dels concursants així com de la temporada també és constatable a les xarxes socials gràcies a aquesta estratègia d'arribar a tots els públics més enllà de la pantalla de televisió. Després d'un mes del començament del programa, a la gala 3, el *hashtag* “#OTGala3” va arribar a ser trending tòpic nacional a Espanya i a novell mundial amb una mitjana de 244 tweets per minut (FormulaTV). Aquesta repercussió a xarxes no és fruit només del seguiment de les gales, ja que el *hashtag* diari present a la retransmissió en directe de l'acadèmia per YouTube estava present al trending tòpic d'Espanya cada dia.

És a dir, tenir en compte aquesta nova finestra a xarxes socials i internet no només ajuda al seguiment de l'emissió del programa a la televisió lineal sinó que es crea un seguiment paral·lel a xarxes que ve acompanyat de l'oferta en exclusiva de contingut sobre el programa en aquesta nova finestra que indiscutiblement ajuda a l'èxit del format i al número de les audiències.

En aquest cas el format presentat no tindria un canal 24h de seguiment o un seguiment constant, per altra banda, però YouTube podria ser un altre canal de distribució aplicant canvis en el format per poder adaptar-ho a un baix pressupost o una sèrie de vídeos seguint la idea principal del format. Evidentment, sent aquesta finestra l'última opció disponible, ja que tot i ser una possibilitat s'aplicarien molts canvis que canviarien el format presentat per la possible adaptació a aquesta finestra.

2.5 DAFO del Format

- **Punts forts**
 - **Portar el ball professional a un programa.** En molts programes de d'ancing show, les figures importants són famosos que intenten ballar de la millor forma, però en aquest format el centre del programa trobem coreògrafs que es dediquen o volen professionalitzar-se en el món de la dansa.

- **Gent influent a xarxes socials sobre el món del ball presents al programa.**
Hi haurà persones que són conegudes a xarxes socials per ser ballarins o coreògrafs amb gran nombre de seguidors el que pot fer que gran part del seu públic arribi al programa.
 - **Actuacions.** Les actuacions dels diferents coreògrafs serà el motor del programa i pot ser l'identificador del programa ja tant per l'originalitat de la posada en escena com per l'espectacularitat de la coreografia i el ball.
- **Debilitats**
 - **Contingut molt concret.** El programa es basa en el ball amb gent professional del sector, per tant, pot ser que quedi una mica limitat quant a contingut tot i que les actuacions tenen oportunitat de moure's per xarxes socials.
 - **Target concret.** Pot ser que de primeres els primers usuaris que vegin el programa siguin aquells que estiguin dintre del món del ball professional i que per això quedi una mica limitat en a dades. Amb les xarxes socials pot ser que s'ampliï a un públic més general.
 - **Mancances en el format.** A causa de la falta d'experiència laboral del creador pot ser que hi hagi forats dintre del format on es podrien canviar estratègies o elements per explotar encara més tant els programes com les actuacions o continguts produïts.
 - **Oportunitats**
 - **Les xarxes socials tenen un punt molt fort dintre del format.** Es pretén crear un moviment a xarxes per poder migrar usuaris de les xarxes cap al format mitjançant vídeos de les actuacions, els perfils dels participants i el contingut exclusiu creat pel perfil oficial del programa.
 - **Obertura a un públic internacional.** Com la principal finestra de venda del format serà una plataforma pot ser que funcioni també en un mercat internacional. Tot i que els personatges seran d'àmbit nacional, les actuacions així com les cançons no es limitaran només a artistes nacionals.

- **Amenaces**

- **Que no entusiasmi el públic objectiu.** Si el format no mou a la gent del món del ball o no es mou per aquest sector difícilment es podrà moure cap a un públic més general, ja que no haurà acabat d'enlairar.
- **Que el resultat de les actuacions no estigui al nivell de les expectatives.** Si amb els primers programes no s'aconsegueix captar al públic i superar les expectatives pel que fa al format i en especial als números artístics, serà difícil acabar tenint una bona audiència.

2.5.1 Fitxa del format

- **Nom:** Coreógrafos al desafío
- **Gènere:** Concurs – Talent show – dancing show
- **Estil:** Informal, jove
- **Sinopsi:** 5 coreògrafs competiran cada programa creant un espectacle de ball juntament amb 10 ballarins per aconseguir la màxima puntuació i acabar convertint-se en el guanyador/a.
- **Durada:** 45/50 minuts
- **Capítols:** 8 episodis
- **Freqüència:** 2 programes a la setmana
- **Objectiu:** entretenir creant espectacles de dansa i mostrar el món de la dansa de la mà de coreògrafs i ballarins professionals
- **Calendari orientatiu:** L'entrega seria en mesos de primavera, preferentment al març
- **Target preferent:** 18-30 anys, interessats en el món de la dansa
- **Possible finestra:** Movistar +
- **Altres finestres compatibles:** Amazon Prime, Netflix

2.5.2 Anàlisi de la possible competència

Taula 11: Dance 100

DANCE 100			
Netflix	Regne Unit	2023	6 episodis
Studio Lambert			1 Temporada
És un reality/concurs de la plataforma Netflix on 8 coreògrafs competeixen per un premi econòmic. La dinàmica del concurs consisteix en cada capítol els diferents coreògrafs han de confeccionar una coreografia per un nombre de ballarins que en cada programa va augmentant. Aquests ballarins són també els jutges. A més dels coreògrafs i els ballarins, el concurs està presentat per Ally Love, presentadora, ballarina i professora de fitness estatunidenca. El programa se centra en els coreògrafs i la seva rivalitat per crear les coreografies cada cop més espectaculars i complexes amb el nombre de ballarins que els toca en cada programa.			

Font: elaboració pròpia

Taula 12: Top Dance

TOP DANCE			
Atresplayer	Espanya	2016	4 episodis
Boomerang TV	Antena 3		1 temporada
Programa emès a antena 3 on 16 aspirants a ballarins professionals competiran en diferents gales per obtenir una beca econòmica per estudiar en una acadèmia de ball professional. Només es troben disponibles 4 episodis, a Atresplayer, perquè després de 4 programes l'emissió es va cancel·lar. El programa consistia per una part les gales setmanals on els concursants competien ballant en parelles cada setmana disciplines diferents i, per una altra part, l'acadèmia. A l'acadèmia es preparaven per a les gales, entrenaven i assajaven pels números de les gales. Aquestes classes es podien veure en resums diaris a Neox.			

Font: elaboració pròpia

Taula 13: Operación Triunfo

OPERACIÓN TRIUNFO			
Prime Video	Espanya	2023	14 episodis
Gestmusic	Abans RTVE (La1)		4 temporades
Programa creat i emès a principis dels 2000 i que l'any 2017 va tornar gràcies a RTVE i Gestmusic. L'any 2023 va deixar-se d'emetre a RTVE per passar a una plataforma, Prime Video. El programa és una competició de cant juntament amb una acadèmia on cada setmana els concursants han de fer un número musical que es complementa amb una coreografia, ballarins i una escenografia concreta. La temàtica és diferent que el meu format, però en definitiva no deixa de ser un programa per gent jove on el principal objectiu és la creació de l'espectacle musical de cada setmana per poder presentar-ho a la gala i obtenir la millor valoració per part dels jutges. La temàtica no es igual, però comparteixen molts elements que pot fer que siguin competència.			

Font: elaboració pròpia

Taula 14: Tu Cara Me suena

TU CARA ME SUENA			
Atresplayer	Espanya	2016	± 17 episodis
Gestmusic	Antena 3		12 temporada
Programa produït per Gestmusic i emés a Antena 3 tot i que es troba disponible a la plataforma d'Atresplayer. El programa consisteix en la imitació d'actuacions musicals tant amb la veu com amb la caracterització per part de famosos del panorama nacional. Diferents famosos cada setmana recreen una actuació musical amb un conjunt de ballarins i una escenografia que imita a la de l'actuació escollida. És una competició i a cada programa quatre jutges atorguen una puntuació a cada concursant que es va sumant a un rànking del programa. La temàtica és molt diferent, però el producte final de cada programa és també una actuació musical/espectacle que es mou fora del programa per xarxes socials i que té un gran públic fora de la plataforma o televisió.			

Font: elaboració pròpia

Tot i ser una temàtica (ball) que ha estat present en diferents programes de televisió i alguns programes a plataformes, actualment no hi ha molts d'aquests programes disponibles per veure, com pot ser “Baila como puedas” (RTVE Play) o “Fama, ¡a bailar!” (#0 de Movistar+). Això és beneficiós, ja que la competència disminueix notablement.

BLOC 3: DESENVOLUPAMENT DE LA BÍBLIA DEL FORMAT

3.1 Introducció

En aquest tercer bloc es fa referència a tota la documentació i aspectes a tenir en compte a l'hora de crear un nou format d'entreteniment en aquest cas enfocat per ser distribuït en una plataforma.

En primer lloc, es comença amb la definició i explicació del format i la mecànica d'aquest. Es dona pas a una classificació seguint els criteris ja presentats amb anterioritat al treball. S'apropa a l'audiència potencial definint les seves característiques i la justificació segons la temàtica del programa. Per acabar el primer apartat com a aproximació al contingut, s'exposa una escaleta genèrica i una definició de les seccions que es podran trobar durant un programa.

Per seguir es presenten tots aquells elements que tenen a veure amb la posada en escena del format així com per la part més visual, com els criteris de realització com per la part sonora. També es defineixen els criteris estètics i la proposta de càsting pel presentador com una llista per a possibles membres del jurat.

Així mateix, es posa èmfasi en la viabilitat legal del mateix tenint en compte els drets d'autor de les cançons, ja que és una part fonamental per a les actuacions, sent l'objecte de la qüestió música actual i coneguda.

Finalment, s'exposa tota la documentació creada per a la producció d'un programa pilot, tant l'escaleta com el guió. Juntament amb la documentació del programa pilot es pot trobar el pla de producció de tota la temporada on es troben la distribució de tasques i personal necessari a cada etapa. Juntament amb el pla de producció es troba el pressupost que inclou les despeses separades per un capítol i per la producció de tota la temporada.

Per acabar amb la presentació del nou format, s'adjunta un dossier de promoció del format seguint la línia gràfica del programa. Aquest dossier podrà servir en un futur com a resum del treball i més en particular com a primer tast a l'hora de presentar o vendre la idea.

3.2 Sinopsi, idea i mecànica

Idea: 5 coreògrafs competiran a cada programa creant un **espectacle** de ball juntament amb 10 **ballarins** amb una **premissa**, per aconseguir la màxima puntuació i acabant convertint-se en el **guanyador/a**

Sinopsis: A cada programa els cinc coreògrafs treballaran prèviament creant la seva coreografia seguint la premissa donada des del programa anterior. El seu objectiu és juntament amb els 10 ballarins crear un ball que es converteixi en un espectacle juntament amb la música, il·luminació i realització. Per a la preparació, els coreògrafs comptaran amb una setmana fins a presentar-ho en el següent programa. En el programa es veurà part d'aquesta preparació prèvia al show. Un cop s'hagin presentat els cinc balls, hi haurà un dictamen d'un jurat i una votació per part dels ballarins, donant així una puntuació per a cada coreògraf que s'aniran sumant fins al programa final. A cada programa el que obtingui més puntuació serà el favorit del programa i qui dictamini la premissa pel programa següent.

Mecànica: La temporada es dividirà en 8 capítols sent el primer la introducció dels concursants i la presentació del programa i l'últim la final del concurs. En la presentació s'introduiran els coreògrafs per conèixer cada estil i una mica la seva història. Els següents sis capítols, els cinc coreògrafs crearan una coreografia que hauran de defensar amb l'ajut de deu ballarins. Un cop s'hagin presentat els cinc balls, hi haurà una votació del jurat present al programa i dels mateixos ballarins. Amb les puntuacions de cada setmana sortirà un favorit que serà qui imposi la premissa pel següent programa. Amb les puntuacions s'aniran sumant a un marcador/rànquing fins a la gala de la semifinal. Després de les 6 gales, a la final, només competiran els 3 amb millor puntuació, deixant a dos fora de la competició, d'on finalment sorgirà el guanyador/a.

3.3 Definició

3.3.1 Classificació i tipologia

Segons la classificació feta en l'apartat *1.4 Continguts del gènere i hipergènere d'entreteniment*, el format entraria dintre del tipus concurs, més concretament dintre

dels concursos d'habilitats o talents shows. Finalment, dintre dels talents el podríem classificar com a dancing show.

Per les característiques del format, sent principalment un talent show de dansa, també inclou certs elements de reality show, ja que es mostra part de la preparació dels coreògrafs i la competició entre ells.

3.3.2 Audiència potencial

Per la temàtica i el tipus de programa d'entreteniment, el format va dirigit a un perfil jove d'entre 18 i 30 anys interessat en el món de la dansa. Tot i tractar el món de la dansa, és un programa obert a tot aquell públic que li agradin els espectacles musicals i els videoclips. A més, el fet que el programa estigui actiu a xarxes socials pot fer que s'hi afegeixin més espectadors.

Finestres d'explotació

- Movistar+: a causa de la seva temàtica i el munt de produccions nacionals que realitza especialment en contingut de no-ficció, Movistar+ seria la plataforma més idònia. A banda, ja ha apostat amb anterioritat per programes similars (Fama, ¡a bailar!), per tant, podria ser més fàcil accedir a la compra del format per a la seva producció.
- Amazon Prime / Netflix: Per sota de Movistar+, aquestes dues plataformes serien una bona opció, ja que tenen formats similars, per tant, poden estar més oberts a obtenir el format, i són dues plataformes que produeixen una gran quantitat de productes a l'estat espanyol.

Fora de les plataformes VOD, una altra finestra possible amb les variacions pertinents per a l'adaptació a aquesta nova finestra seria en la televisió lineal. Però s'ha de tenir en compte que el format ha estat pensat i desenvolupat per ser produït i emès a una plataforma de VOD.

3.3.3 Estructura

Per obtenir una anàlisi general d'un programa estàndard es presenta una escaleta genèrica i s'explica les seccions que es poden trobar.

3.3.3.1 Escaleta genèrica

Taula 15: Escaleta genèrica

ESCALETA GENÈRICA			
Nº		Durada	Temps
1	Intro programa	04:00	
2	Careta	00:30	04:30
3	Recordatori programa anterior	03:00	07:30
4	Intro concursant 1	01:30	09:00
	Ball 1	02:00	11:00
	Valoracions concursant 1	02:30	13:30
5	Intro concursant 2	01:30	15:00
	Ball 2	02:00	17:00
	Valoracions concursant 2	02:30	19:30
6	Intro concursant 3	01:30	21:00
	Ball 3	02:00	23:00
	Valoracions concursant 3	02:30	25:30
7	Intro concursant 4	01:30	27:00
	Ball 4	02:00	29:00
	Valoracions concursant 4	02:30	31:30
8	Intro concursant 5	01:30	33:00
	Ball 5	02:00	35:00
	Valoracions concursant 5	02:30	37:30
9	Puntuacions	05:00	42:30
10	Tancament	04:00	46:30
11	Crèdits sortida	00:30	47:00

Font: elaboració pròpia

3.3.3.2 Seccions

- **Introducció programa**

Com a introducció a cada programa hi haurà un ball on participaran tots els concursants així com ballarins. Durant aquest ball es podran veure les

instal·lacions i el plató donant així una idea general a l'espectador d'on es farà el programa.

- **Recordatori programa anterior**

En aquesta secció més que un recordatori del programa sencer o les actuacions, es recordarà les puntuacions i el favorit i en conseqüència la premissa pel programa. En aquesta secció es presenta al jurat i es fa la benvinguda del programa als espectadors.

- **Actuacions**

- **Intro concursant**

Aquesta petita introducció que tindrà el concursant és on es mostrarà com ha sigut la creació del ball i com ha estat l'evolució de la setmana. Es mostrarà en forma de vídeo molt picat i de curta durada que doni peu a l'actuació.

- **Ball**

És l'espectacle, l'actuació dels ballarins amb el coreògraf al plató amb la realització i la il·luminació indicada per l'actuació en concret. Serà la base del programa, ja que tot girarà al voltant d'aquestes actuacions.

- **Valoracions**

Després de l'actuació, el jurat valorarà (sense puntuar) que li ha semblat el ball i si volen apuntar algun comentari concret.

- **Puntuacions**

Un cop finalitzades les 5 actuacions, el jurat donarà una puntuació en forma de 10, 8, 6, 4 i 2 punts a cada concursant. En aquest punt, les puntuacions aniran acompanyades d'un comentari que es valori també l'evolució dintre del concurs i una visió més general, més enllà de l'actuació d'aquell programa. Després del jurat, els ballarins atorgaran una puntuació única de 3 punts al ball que més els hagi agradat/audit.

- **Tancament**

Finalment, per acabar el programa es nomena el favorit (coreògraf amb més puntuació d'aquell programa) que és qui dictamina la premissa pel següent.

Diu la premissa que s'haurà de seguir en el següent programa i l'explica breument.

3.3.4 Elements innovadors i aportació a la graella

- **Descoberta del món dansa**

La temàtica del programa referent al món de la dansa i donant veu a professionals del mateix fa que es creï un espai on la dansa tingui un altaveu. Com que no és un contingut tan present a plataformes pot ajudar a aconseguir un bon nombre d'espectadors.

- **Coneixement de nous artistes**

Gràcies al programa es donarà veu a coreògrafs no tan consolidats que podran demostrar les seves qualitats cada setmana. Així com tenir presents a artistes consolidats com l'equip del jurat.

- **Creació d'espectacles musicals**

A cada programa, els coreògrafs juntament amb l'equip tècnic del programa creen cinc espectacles de ball juntament amb una cançó que dinamitzarà el programa i permetrà obrir el format a xarxes socials.

- **Moviment més enllà del programa**

El format neix amb la voluntat que el contingut del programa no només es quedi en la plataforma sinó que circuli per xarxes i crear un moviment i una comunitat de seguidors més enllà del format però a partir d'aquest.

3.4 Posada en escena

3.4.1 Criteris de realització

El programa tindrà dues parts molt diferenciades quant a realització, per una part la "gala" com a tal i per una altra les actuacions de ball.

Els programes (exceptuant les actuacions) tindran un estil de realització ràpid sense arribar a ser frenètic, amb això s'aconsegueix un estil més juvenil i permet que juntament amb el contingut les gales no es facin pesades o lentes.

Veure referent de forma 5. Apartat 1.5.1

Aquest estil de realització també se seguirà en els vídeos de la preparació de l'actuació, podent ser inclús una mica més picats, ja que serà un vídeo curt que servirà d'introducció a l'actuació.

Per una altra part, les actuacions dels concursants tindran un estil molt diferent. Serà càmera en moviment que es combinarà amb plans fixos en moments concrets. Aquesta secció simularà a vídeos gravats amb el mòbil, per tant, es permet un moviment que no estigui sempre enfocat o que vagi canviant de personatges (entre els diferents ballarins). Pren com a referència els vídeos penjats per ballarins al final de les classes.

Veure referents de forma 4. Apartat 1.5.1

Finalment, quant al primer programa que és la introducció dels concursants, s'inclouran vídeos amb una estètica més cuidada i fins i tot amb un look cinematogràfic. Amb aquests es presentarà als concursants i es mostrarà petites mostres de ball. Aquests vídeos es combinaran amb part de la gala a plató.

Veure referents de forma 3. Apartat 1.5.1

A causa de la temàtica de les actuacions s'ha de tenir en compte els diferents suports de càmera per poder seguir de la millor manera les diferents coreografies i poder captar tot l'espai on estiguin els ballarins. Per això, es tindran en total deu càmeres repartides per tot l'espai. Tres d'aquestes càmeres es trobaran per enfocar el jurat, dues fixes pel jurat i una que en cas de necessitat es podria moure cap a les actuacions i tornar en el moment del comentari. Per una altra part, les set restants es trobarien per a les actuacions en diferents suports:

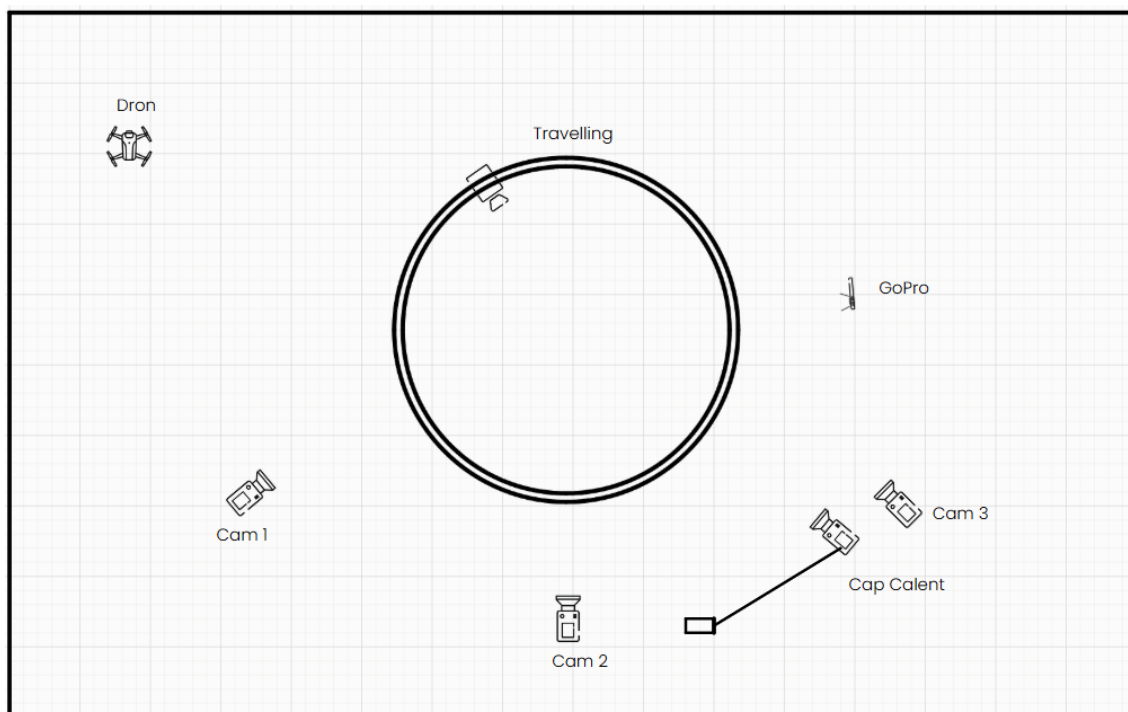
- Travelling circular: càmera sobre un sistema de carrils situat de forma circular que permet un moviment fluid. Aquesta càmera estarà disposada al voltant de la zona de ball que permet donar un pla en moviment al voltant de tots els ballarins.
- Cap calent: càmera situa sobre una grua que permet donar plans semi aeris i moviments verticals des d'una gran alçària fins a terra. El tenir aquesta vista pot servi com a pla general o focalitzat en algú i aprofitar el moviment de la càmera.
- Dron: Dispositiu amb càmera incorporada que permet sobrevolar l'actuació i plans ràpids mentre es vola (pla aeri). En ser en un espai molt

gran es podria utilitzar per ensenyar l'espai o aprofitar el dron per oferir moviments ràpids des de diferents punts de vista.

- GoPro: Petita càmera que pot servir com a pla recurs en un cert moment on el ballarí o coreògraf la pot agafar i donar una altra varietat de pla. Serviria més com a càmera subjectiva en algun punt concret d'alguna actuació.
- Tres càmeres encastades: A part dels dispositius mòbils, tindríem tres càmeres sobre un suport fix que permet moviments laterals (panoràmiques) i verticals (tilts). Aquestes donarien plans més estàndards dintre de la realització convencional.

Per a obtenir una idea general de la disposició de càmeres s'adjunta una planta de càmera:

Diagrama 7: Planta de càmera



Font: elaboració pròpia

3.4.2 Música i so

La música en les actuacions no serà en directe, ja que no es compta amb una banda a plató. També s'inclourà en alguns moments puntuals alguna música descriptiva que acompanyi a les accions que s'estan duent a terme. Aquesta

música puntual reforçarà les emocions del moment com a recurs, com per exemple les puntuacions o la introducció (extradiegètica).

A més, la careta tindrà una sintonia pròpia del programa característica del programa.

Quant als temes musicals que es tractaran al programa en les diferents actuacions, encara no es pot saber, ja que dependrà dels diferents concursants i el tipus de cançons que vulguin ballar. Principalment, s'intentarà que siguin cançons actuals que es puguin conèixer dins del panorama nacional tot i que també pot servir per descobrir alguna cançó que no sigui tendència a Espanya. Aquest apartat recaurà en la reproducció del programa per aconseguir els drets i el poder d'utilització de les possibles cançons.

3.4.3 Criteris estètics

Tota l'estètica del programa acompanya a la temàtica per arribar al públic objectiu. Tant el plató com la resta d'elements s'allunya del típic programa de televisió (lineal) per apropar el format al públic juvenil.

- Escenografia. Les actuacions comptaran amb una escenografia senzilla i minimalista necessària per donar ambientació. L'escenografia s'allunya de les decoracions carregades i "falses" dels platós de televisió. Hi haurà alguna finestra a la nau amb il·luminació que provingui de l'exterior per donar la sensació d'obertura i de connexió amb l'exterior.

La decoració de l'espai es detalla més endavant a l'apartat 3.4.4 Localització.

Veure referent de forma 5. Apartat 1.5.1

- Il·luminació. A banda dels focus penjats al sostre amb una estructura metàl·lica, també hi haurà llums o focus en trípodes que serviran com a decoració i com a punts de llum. Durant la gala la il·luminació serà bastant uniforme i neutra. En canvi, durant les actuacions la il·luminació acompanyarà a aquestes utilitzant una llum molt més contrastada, amb la possibilitat d'usar tubs leds de colors visibles (terra) durant la

coreografia. En les actuacions s'intentarà fugir de la il·luminació televisiva per semblar-se més a un videoclip o un espectacle en viu.

Veure referent de forma 4. Apartat 1.5.1

- Grafismes. Durant el programa es farà ús de chyrons i altres títols amb els noms dels concursants o les cançons. Per això s'utilitzarà una paleta de pocs colors i un disseny minimalista que reforci la voluntat d'arribar a un públic juvenil. L'estètica evocarà un estil modern i simple. Es pot veure una mostra a la imatge gràfica del format que s'inclou a annexos.
- Vestuari. Continuant amb tota l'estètica, tant el presentador com el jurat mantindran una aparença neutra sense destacar en excés. A diferència dels concursants, que el vestuari vindrà marcat per l'actuació de la setmana. Aquest vestuari podrà ser molt més extravagant i lluent depenent de la cançó i l'actuació pensada.

3.4.4 Localització

La localització on es grava el programa té certes peculiaritats. No és un plató com a tal sinó que és un interior real adaptat per poder gravar el programa. Concretament, una nau industrial adaptada amb dos espais que són els necessaris per poder gravar. El primer "set" és on tindran lloc les actuacions i on es gravaran els diferents episodis, amb un espai per ballar, per poder esperar entre actuacions i la taula pels membres del jurat. Per una altra banda, l'espai d'assaig i preparació de les coreografies.

Tota la decoració acompanyarà l'espai, ja que se seguirà una decoració industrial amb tocs de color intens. Tota la decoració tindrà colors neutres a excepció d'alguns elements de colors primaris (RGB), predominant el blau.

A annexos s'adjunta un moodboard de la localització i decoració.

Els dos espais tindran la mateixa decoració i ambientació tot i que amb petites variacions. El primer espai, el principal on tenen lloc les gales serà un espai molt més gran i amb un toc més elegant. La decoració tindrà un aspecte minimalista i industrial. A part dels elements presents a la nau, hi haurà una taula pels membres

del jurat que estarà mirant cap a la pista de ball. També s'inclourà uns bancs on esperaran els concursants un cop hagin ballat, aquest seran d'obra (ciment) amb coixins per mantindre l'estil de l'espai. En aquest set es podran veure les càmeres i part de l'equip tècnic com travellings/suports o altres elements necessaris.

Per una altra banda, el set d'assaig podrà estar més desendreçat i amb més elements pel mig, ja que s'entén que és un lloc on s'està preparant una actuació i s'està fent i desfent. En aquest espai no es veurà res tècnic ni la mateixa càmera, perquè es vol fer la sensació que els coreògrafs estan sols treballant i s'està veient però sense molestar, des de "fora". En aquest espai es podrà trobar un gran mirall, cadires, i altres elements com unes barres o espatlles. Podrà recordar a una classe de gimnàs o d'una escola de dansa.

3.4.5 Presentació / conducció del programa

Per continuar amb la línia del programa el presentador ha d'anar en sintonia tant amb la temàtica com amb la forma del format. Per això a l'hora de realitzar el càsting s'haurien de complir alguns elements:

- **Coneixements dansa.** Hauria de ser algú present dintre del món de la dansa amb coneixements i també amb certa trajectòria. Per poder realitzar explicacions sobre estils o moviments és favorable que sàpiga del que s'està parlant.
- **Bona comunicació.** Per poder seguir el ritme del programa i connectar amb el públic ha de ser una persona amb bona comunicació que s'expressi de manera fluïda, dinàmica i amb claredat.
- **Dinamisme.** No tot el dinamisme del programa està donat pel presentador, però ajuda tenir alguna figura que acompanyi aquest ritme i que permeti poder canviar ràpidament de temes o introduir les noves seccions.
- **Jove.** Ha de reflectir l'estil del format i connectar amb el públic objectiu, per tant, ha de ser una persona jove que estigui dintre de les modes actuals no es vegi forçat a l'hora de comentar aquestes tendències.

3.4.6 Càsting

El càsting del programa es pot separar en dos grans grups, els concursants (coreògrafs) i, per una altra banda, el presentador i el jurat.

Quant als coreògrafs es farà un procés de càsting obert a tots aquells que es vulguin presentar al programa. El càsting es podrà moure per acadèmies de ball i xarxes socials per poder arribar al número més gran de possibles concursants. Es farà una primera selecció de manera online mitjançant vídeos i exemples de coreografies i més endavant amb un grup més reduït es farà un càsting presencial. Les premisses per poder presentar-se al càsting és ser major d'edat i poder dominar diversos estils de ball.

Quant al presentador, seguint els criteris presentats en l'apartat anterior (3.4.4 Presentació / conducció del programa) un bon candidat per arribar al públic jove, que entén de ball i que a més pot donar un aire dinàmic al programa és **Albert Cornelles**. Albert és un conegut youtuber (@UyAlbert) que a més d'influencer, és ballarí, professor de ball i coreògraf.

Per al jurat, continuant amb les característiques del format i els elements per al conductor del programa (característiques que haurien de compartir jurat i presentador) tenint en compte que han de ser experts en ball no només tenir coneixements s'ha realitzat una llista amb possibles persones:

- **Vicky Gómez** (@vickygom3z): guanyadora de la primera edició de Fama, ¡a bailar!, ha treballat com a ballarina a Tu Cara Me Suena, com a coreògrafa i professora de ball a les últimes edicions d'Operación Triunfo i coreògrafa del musical Flashdance.
- **Sam Vazquez** (@samxvazquez): ballarí i coreògraf especialitzat en estils urbans. Ha estat ballarí de diversos artistes en videoclips com Dua Lipa o ballarí en la gira "Motomami" de Rosalia. A més també ha estat ballarí de programes de televisió com Operación Triunfo.
- **Sandra Granada** (@sangrasan): Ballarina, coreògrafa i directora de l'escola de dansa QualityDanceStudio. Ha treballat com a coreògrafa de programes de televisió com Zenit o FactorX.

- **Julia Pericas** (@juulsperi): Ballarina i coreògrafa especialitzada en Hip-Hop ha treballat amb artistes com Karol G com a coreògrafa d'algunes cançons de la seva gira i ballarina en aquesta. També ha participat com a ballarina en programes com Top Dance o Operación Triunfo.
- **Marshall Font** (@marsh.xll): artista i coreògraf especialitzat en Hip-Hop i dansa contemporània. Va ser concursant de la segona edició de Fama, ¡a bailar! A Movistar Plus. Ha treballat com a ballarí i coreògraf amb cantants com Aitana o Lola Índigo.
- **Lola Gonzalez** (@lola_gonzalezvazquez). Coreògrafa espanyola, va ser directora de l'acadèmia de Fama, ¡a bailar! Des de 2008 fins a 2011. A més ha estat coreògrafa d'altres programes de televisió com els especials de nit de Cap d'Any de TVE o Telepasión 2024.

Dintre d'aquesta llista de possible jurat, el càsting principal serien els tres primers, Sam Vazquez, Vicky Gómez i Sandra Granada, tot i que els altres tres quedarien com a possible jurat en cas d'haver de canviar a algun dels escollits com a principals membres.

3.4.7 Episodis

Tots els episodis segueixen l'estructura presentada exceptuant el primer i l'últim, ja que en el primer comença la competició i, per tant, és l'episodi de presentació dels concursants i de l'equip de jurat. L'últim episodi és la final on ja no ballen tots els concursants i, en conseqüència, l'estructura també variarà.

- **Ep. 1 .- Presentació**

Serà el primer episodi i la carta de presentació tant dels concursants com del format, per tant, ha de ser un reflex de les característiques que tindran la resta d'episodis així com un començament impactant per poder enganxar als espectadors.

El primer episodi tindrà un ball on es presentaran als membres del jurat i al jurat. També un vídeo de presentació en un format més cinematogràfic de cada concursant (veure referent de forma 3. Apartat

1.5.1). A més a més, després de cada vídeo hi haurà una petita demostració de ball de cada concursant. Per últim, al final de l'episodi s'explicarà la mecànica de les premisses i es nomenarà la primera, en aquest cas "imposada" pel programa. La premissa serà: "Un ball que et defineixi".

L'escaleta d'aquest primer episodi serà:

Taula 16: Escaleta episodi 1

ESCALETA Ep. 1			
Nº		Durada	Temps
1	Ball introductori	04:00	
2	Careta	00:30	04:30
3	Intro programa	02:00	06:30
4	Vídeo presentació concursant 1	03:30	10:00
	Ball 1	01:30	11:30
	Comentari concursant 1	02:00	13:30
5	Vídeo presentació concursant 2	03:30	17:00
	Ball 2	01:30	18:30
	Comentari concursant 2	02:00	20:30
6	Vídeo presentació concursant 3	03:30	23:30
	Ball 3	01:30	25:00
	Comentari concursant 3	02:00	27:00
7	Vídeo presentació concursant 4	03:30	30:30
	Ball 4	01:30	32:00
	Comentari concursant 4	02:00	34:00
8	Vídeo presentació concursant 5	03:30	37:30
	Ball 5	01:30	39:00
	Comentari concursant 5	02:00	41:00
9	Explicació dinàmica + premissa	02:30	43:30
10	Crèdits sortida	00:30	44:00

Font: elaboració pròpia

○ **Ep. 2 .- Final**

A la final només actuaran tres dels cinc concursants, per tant, les actuacions tindrà millor preparació tant pel nombre de ballarins com per la durada del ball. Per una part, en comptes de 10 ballarins es farà amb 15-20 ballarins i pel que fa a la durada, cada actuació durarà uns 5 minuts. Tot i que només arribin a la final tres concursants, els dos restants també estaran presents a la final com a concursants de l'edició.

Després de cada actuació hi haurà una valoració per part del jurat, però no serà fins al final quan es farà la votació per saber quin concursant és el guanyador/a.

L'escaleta de la final serà:

Taula 17: Escaleta episodi final

ESCALETA Ep. Final			
Nº		Durada	Temps
1	Ball introductori	04:00	
2	Careta	00:30	04:30
3	Intro programa	01:00	05:30
4	Recordatori C.1 (no final)	02:00	07:30
	Entrada C.1	01:30	09:00
5	Recordatori C.2 (no final)	02:00	11:00
	Entrada C.2	01:30	12:30
6	Video-resum finalista 1	02:00	14:30
	Ball	03:00	17:30
	Comentari	02:30	20:00
	Valoració	02:30	22:30
7	Video-resum finalista 2	02:00	24:30
	Ball	03:00	27:30
	Comentari	02:30	30:00
	Valoració	02:30	32:30
	Video-resum finalista 3	02:00	34:30
	Ball	03:00	37:30

8	Comentari	02:30	40:00
	Valoració	02:30	42:30
9	Votacions	03:00	45:30
10	Guanyador/a	02:00	47:30
11	Crèdits	00:30	48:00

Font: elaboració pròpia

3.4.8 Xarxes socials i plataformes digitals

Les xarxes socials actualment, s'han posicionat com una finestra més de consum de productes audiovisuals, per això, no es pot deixar de banda a l'hora de presentar un nou format. Com es va exposar en apartats anteriors, el consum de programes i contingut va més enllà de la televisió o plataformes. Per tant, és una bona eina per poder posicionar un nou format o per donar a conèixer allò que s'està fent.

Per arribar al públic objectiu i sabent les xarxes socials que s'utilitzen actualment entre els joves, el programa es presentarà amb perfils propis a Instagram, TikTok i Youtube. El principal contingut de xarxes socials del programa seran les actuacions de cada concursant i les preparacions d'aquestes.

Els principals objectius i característiques d'estar en xarxes socials sent un programa que es consum a una plataforma de continguts són:

- **Apropament públic**

Tenint en compte el públic objectiu del format el programa tindrà compte a aquelles xarxes socials on el públic de fins a 30 tingui major presència. Les xarxes socials amb més presència de joves és Whatsapp, YouTube, Instagram i TikTok respectivament (El Col·legi de Màrqueting i la Comunicació de Catalunya, 2024). Per això el programa tindrà presència a YouTube, Instagram i TikTok amb la voluntat d'arribar al públic objectiu i poder donar a conèixer el format.

- **Contingut extra**

Amb l'objectiu d'apropar el format, el principal contingut seran les actuacions dels concursants i les preparacions d'aquestes, però amb la

voluntat d'oferir un contingut més exclusiu també s'oferirà entrevistes amb els concursants i contingut no present als programes. També s'inclouran a xarxes socials making off dels programes i tot allò que no es veu, el que hi ha darrere de càmeres.

- **Interacció i focus social**

Una altra voluntat d'estar presents a xarxes socials des del programa és ser al centre de les converses al voltant del programa. No només crear contingut sinó donar peu a interaccions, respondre missatges i, per tant, anar més enllà del programa tant en contingut com en presència amb els seguidors.

- **Intercanvi de seguidors**

A causa de la influència i fama dels membres del jurat i del presentador, se seguiria una estratègia d'afavorir al màxim possible que les xarxes del programa es moguessin per les xarxes socials dels ballarins i de les persones influents de la dansa com pot ser comptes d'altres ballarins externs al programa.

3.5 Viabilitat legal

A causa del format i de les necessitats musicals a l'hora de crear els diferents espectacles s'ha de tenir en compte els drets d'autor i les diferents vies legals per poder utilitzar les cançons en el programa.

S'han de tenir en compte dos conceptes diferents a l'hora d'aconseguir les llicències d'ús:

- Composició musical: El registre de la lletra i la melodia d'una certa peça musical.
- Gravació específica: gravació d'una certa peça musical amb cert(s) cantant(s) o un "cover" amb un altre artista per molt que no sigui en cantant de la cançó.

Per poder aconseguir les llicències d'ús o els drets per poder utilitzar tant les composicions musicals com una gravació d'una cançó s'han de tenir en compte dues llicències específiques:

- **Llicència de sincronització** (Sync Licenes)

Llicència que permet l'ús d'una certa composició per sincronitzar-la amb una certa imatge. Aquest tipus de llicència correspon als drets d'autor de la composició musical no de cap gravació.

Aquest tipus de llicència s'ha de negociar amb l'editor musical o editors en el cas que hi hagi més d'un, havent de tenir el permís de tots ells. L'editor és qui gestiona els drets d'autor. Amb aquesta llicència s'ha de negociar els temps d'ús de la llicència, l'abast de l'emissió d'ús i el tipus de mitjà on s'emetrà, entre altres conceptes més específics.

- **Llicència màster** (Master Use License)

Llicència que permet l'ús d'una peça gravada específica: arxiu d'àudio gravat. Aquesta llicència és necessària que s'utilitza una gravació ja feta i no quan es fa una gravació "nova" específica pel programa.

Aquesta llicència es negocia amb el titular del màster és a dir de la gravació. Habitualment aquests propietaris són les discogràfiques o els artistes si són independents. Igual que la llicència de sincronització s'han de negociar totes les característiques sobre l'ús de la gravació.

Per l'ús musical que se li vol donar en el programa, s'haurien de negociar ambdues llicències, ja que no es gravaria una nova versió sinó que s'utilitzaria el màster, ja gravat per a les diferents actuacions. Tot i ser independents es negociarien en paral·lel per cada cançó que s'usi.

Per una altra banda, la SGAE (Sociedad General de Autores y Editores) s'ocupa de la distribució de les regalies per als autors en l'ús de contingut musical en programes d'emissió pública (programes de televisió, contingut a plataformes...). Gràcies a SGAE es gestiona la llicència d'execució pública amb la plataforma d'emissió del programa. SGAE té una llicència específica per televisió i proveïdors de continguts online.

Les llicències de sincronització i màster i la llicència de la SGAE no són exclusives sinó complementàries. Per una part les llicències de sincronització i la llicència de màster són aquelles llicències que s'han d'obtenir per poder utilitzar les diferents cançons al

programa i, per tant, recau en l'equip de producció obtenir les llicències. Per una altra, part la llicència d'execució pública es negocia entre la plataforma d'emissió i la SGAE

3.6 Documentació del Programa Pilot

En ser un programa on hi ha sis episodis que es repeteixen sent el primer i l'últim diferents, he decidit fer tota la documentació del programa pilot del segon capítol, ja que es pot veure de manera més clara l'estructura de les gales. El primer episodi conté més vídeos de presentació i és més diferent del que es pot considerar un programa "tipus" del format. Per això està fet en relació amb el segon episodi.

3.6.1 Escaleta de contingut

<i>Intro</i>	El presentador, a càmera, presenta el programa de manera breu donant la benvinguda a l'episodi. Comença a sonar una sintonia i comença el ball introductori. Amb el ball s'introdueix als 3 membres del jurat i els 5 concursants. A més de presentar als personatges, durant el ball es va recorrent els espais que més tard es podran veure durant l'episodi. En acabar el ball hi ha una petita "foto" amb tots que dona pas a la careta del programa
<i>Careta</i>	VTR careta programa
<i>Recordatori programa anterior</i>	Amb el presentador a plató i el jurat j assegut a la seva taula, es fa un <i>recap</i> del que es porta de programa i més concretament el que va passar en el programa anterior

fent èmfasi en el concursant favorit i la premissa que es va nomenar pel programa següent.

El presentador mirant a càmera farà una petita introducció al vídeo del *recap* nomenant el concursant i la premissa i donarà pas a un petit vídeoresum del nomenament del favorit i la premissa.

Concursant 1

· Intro:

El presentador dirigint la mirada a càmera dona pas a un vídeo del primer concursant.

En el vídeo es pot veure de manera molt sintetitzada i picada com ha sigut la creació de la coreografia i dels assajos fets durant la setmana amb els ballarins.

En acabar, sense cap altra introducció, dona pas a la coreografia del concursant.

· Ball:

Per fosa o tall donarà pas al ball amb el coreògraf i ballarins ja a “l’escenari” preparats.

Un cop acabat es veuran als membres del jurat per poder captaré primeres reaccions.

· Valoracions:

El presentador donarà pas al jurat que farà una petita valoració o comentari sobre l’espectacle però sense donar una puntuació al concursant.

	Un cop finalitzat el comentari del jurat, el presentador donarà les gràcies al concursant i donarà pas al següent concursant. Totes les actuacions tindran la mateixa estructura.
<i>Concursant 2</i>	• Introducció • Ball • Valoració
<i>Concursant 3</i>	• Introducció • Ball • Valoració
<i>Concursant 4</i>	• Introducció • Ball • Valoració
<i>Concursant 5</i>	• Introducció • Ball • Valoració
<i>Puntuacions</i>	Un cop vists els cinc concursants, és el moment del jurat. El Presentador fa un petit comentari de cada actuació per recordar quines cançons han ballat o l'estil i dona pas al jurat per puntual.

Cada membre del jurat donarà una puntuació a cada concursant entre 10, 8, 6, 4 i 2 punts. En votar s'explicarà breument el perquè i es farà un comentari general de l'evolució del concursant en el programa.

Un cop votats als 5 concursants i fer la suma per saber com va el "rànking". Els ballarins atorguen una única puntuació a un concursant amb un valor de 3 punts "extres".

Amb totes les puntuacions s'ordenen per saber quin és el concursant amb més puntuació de l'episodi.

Tancament

Un cop feta la suma de puntuació es nomena el favorit del programa, el concursant amb més puntuació de l'episodi.

Un cop nomenat se li pregunta quina és la premissa que vol imposar pel següent programa i realitzar una explicació per poder-la entendre. En aquest moment és important entendre la premissa i veure les reaccions dels concursants que l'hauran de complir en el següent programa.

Amb la premissa, el presentador dona les gràcies al jurat, als concursants i acomiada el programa amb algun missatge cap a càmera apel·lant a l'audiència.

Crèdits sortida

VTR careta sortida / crèdits

3.6.2 Guió

ALBERT A PLATÓ dirigint-se a càmera

Albert: ¡Buenas! Y bienvenidos a **[Coreógrafos al desafío]** el programa donde cinco concursantes compiten para crear la mejor coreografía. ¡Empezamos!

Comença a sonar la sintonia i comença el ball introductori. Apareixen els tres membres del jurat i els cinc concursants de manera esglaonada mentre ballen una coreografia i van passant pels diferents espais del programa.

En acabar la sintonia es queden tots en una “foto”.

VTR CARETA PROGRAMA

ALBERT I JURAT A PLATÓ

Albert: Bienvenidos al segundo programa de este talent de baile donde en vez de bailarines concursan los coreógrafos. Soy Albert y me gustaría dar la bienvenida a los tres miembros del jurado Vicky Gómez, Sam Vazquez y Sandra Granada.

Es mostra els tres membres del jurat a mesura que el conductor els va nomenant.

Albert: ¿Que tal, como estáis?

Jurat [contesta]

Albert: Pues dejando de lado las presentaciones, vamos a comenzar ya con lo que nos interesa. Antes que nada, me gustaría recordar que en cada programa va a haber una premisa que dicte el concursante favorito del programa anterior. En este caso como aún no hemos tenido favorito, desde el programa se propuso a los concursantes que para el programa de hoy deben hacer un baile que les represente y les defina como coreógrafos. Vamos a ver cómo se lo tomaron

VTR REACCIÓNS PREMISSA

ALBERT I JURAT A PLATÓ

Albert: Pues vamos a empezar. El primer concursante en mostrarnos la coreografía de esta semana es [Concursant 1] que nos trae un baile de [Cançó]. Siguiendo la premisa de un baile que le defina, vamos a ver cómo ha sido su preparación.

VTR PREPARACIÓ C1

Fosa a plató

CONCURSANT 1 I BALLARINS A PLATÓ – COREOGRAFÍA

ALBRET I C1 A PLATÓ

Albert: muchísimas gracias a nuestros bailarines

BALLARINS FORA PLATÓ

Albert: ¿Que tal [C1]? ¿Como te has visto?

Concursant 1: [Contestació]

Albert: Ahora es el momento de escuchar a nuestros miembros del jurado, a ver que opinan. ¿Quién quiere empezar? Vicky?

Vicky: [Valoració]

Sandra: [Valoració]

Sam: [Valoració]

Albert: muchísimas gracias, chicos, ya solo nos queda esperar al final del programa para ver las puntuaciones. Muchas gracias [C1]. Pues no paramos y después de [C1] damos paso a [C2], Vamos a ver cómo le ha ido esta semana preparando su coreografía.

VTR PREPARACIÓ C2

Fosa a plató

CONCURSANT 2 I BALLARINS A PLATÓ – COREOGRAFÍA

ALBRET I C1 A PLATÓ

BALLARINS FORA PLATÓ

Albert: Muchas gracias [C2], hemos visto que has disfrutado mucho la preparació. ¿Como te has visto hoy?

Concursant 2: [Contestació]

Albert: Pues a ver que opinan de este baile nuestro jurado

Sam: [Valoració]

Sandra: [Valoració]

Vicky: [Valoració]

Albert: Pues con la valoración del jurado, [C2] ahora toca esperar hasta después de las actuaciones para saber las puntuaciones, ¡muchísimas gracias!

Llevamos ya dos de las 5 actuaciones del programa de hoy, damos paso a [C3], ¡vamos a ver cómo ha sido su semana de preparación!

VTR PREPARACIÓ C3

Fosa a plató

CONCURSANT 1 I BALLARINS A PLATÓ – COREOGRAFÍA

ALBRET I C3 A PLATÓ

Albert: No me cansaré de decirlo, pero muchísimas gracias a nuestro equipo de bailarines y bailarinas

BALLARINS FORA PLATÓ

Albert: ¿Que tal [C3]? Primero que todo quiero felicitarte por la actuación, que hemos visto que te ha costado un poco esta semana con la preparación pero no se ha notado nada hoy. ¿Tu cómo te has visto?

Concursant 3: [Contestació]

Albert: A ver qué piensan nuestros miembros del jurado de la actuación. Vicky...

Vicky: [Valoració]

Sam: [Valoració]

Sandra: [Valoració]

Albert: muchísimas gracias, Sandra. Pues si quieres [C3] quédate con tus compañeros y damos paso a [C4]. A ver cómo le ha ido la semana

VTR PREPARACIÓ C4

Fosa a plató

CONCURSANT 1 I BALLARINS A PLATÓ – COREOGRAFÍA

ALBRET I C4 A PLATÓ

BALLARINS FORA PLATÓ

Albert: ¿Como ha ido [C4]? Primero de todo, felicitades por este pedazo de baile, ¿podríamos decir que esto te representa? ¿Que hemos podido ver de ti?

Concursant 4: [Contestació]

Albert: ¿Ahora es el momento de escuchar que opinan nuestros jueces Quien empieza? Sam?

Sam: [Valoració]

Sandra: [Valoració]

Vicky: [Valoració]

Albert: Pues ya queda todo dicho, después veremos en que orden ponen nuestros jueces esta actuación. [C4] ve con tus compañeros que

ahora tenemos que dar paso a la última actuación. Vamos a ver la semana de [C5].

VTR PREPARACIÓ C5

Fosa a plató

CONCURSANT 1 I BALLARINS A PLATÓ – COREOGRAFÍA

ALBRET I C5 A PLATÓ

Albert: Muchísimas gracias a nuestros bailarines por el programa de hoy.

¿Que tal [C5]? ¿Como ha ido esta semana?

Concursant 1: [Contestació]

Albert: Pues, por último, a ver que nos dicen nuestro jurado. Sandra

Sandra: [Valoració]

Vicky: [Valoració]

Sam: [Valoració]

Albert: Muchísimas gracias [C5]. Con esto ya tenemos las 5 actuaciones de nuestros concursantes. Ahora es momento de nuestros jueces de reflexionar y pensar en las puntuaciones. Para dejar tiempo vamos a recordar que actuación ha hecho quien. Primero [C1] ha hecho una canción de [X], [C2] una canción de [X], [C3] un tema de [X], [C4] uno de [X] y por último [C5] ha finalizado con una canción de [X].

Ahora sí, es momento de nuestros jueces. Recuerdo que darán puntuaciones entre 10, 8, 6, 4 y 2 puntos para cada actuación.

<i>JURAT VOTA A CADA CONCURSANT</i>
--

Albert: Con estas puntuaciones ya tenemos el ranking de este capítulo. Podemos ordenar las puntuaciones estando en primera posición [CX], en segunda [CX], en tercera [CX], en cuarta y última respectivamente

[CX] y [CX]. Pero las puntuaciones aún no han acabado, damos paso a nuestro equipo de bailarines para que acaben de dar 3 puntos a la mejor actuación según ellos

ENTREN BALLARINS

Albert: Necesito un portavoz de los bailarines. ¿A quién dais los 3 puntos desde el equipo de baile?

Ballari: desde el equipo de baile queremos valorar mucho todos los bailes, pero en especial a [CX]

Albert: Muchas gracias a todos nuestros bailarines y bailarines por todas las actuaciones de hoy. Con estos 3 puntos actualizamos el ranking y tenemos en primera posición a [CX], lo que quiere decir que es el favorito de la semana.

[CX], como te sientes que teal? ¿Te lo esperabas?

[CX]: [contestació]

Albert: Y ahora viene el momento que determina el siguiente episodio. Piensa y dinos la premisa que quieras que se cumpla en las siguientes coreografías, piensa en tus compañeros, pero también en ti. ¿Que tenías pensado?

[CX]: [Contestació - premissa]

Albert: Pues queda dicha, la premisa para la semana que viene, ¿ha quedado clara a todo el mundo?

Pues con la premisa ya dicha y el ranking de esta semana tal que así (mostra ranking), nos despedimos, damos las gracias al jurado que volverán en el siguiente programa, a nuestros concursantes que seguro que ya han empezado a pensar en la siguiente coreografía y por supuesto a vosotros (mirant a càmera), muchísimas gracias, nos vemos en el próximo programa

VTR CARETA SORTIDA

3.7 Pla de producció

El pla de producció amb les diferents tasques necessàries a fer repartides en un calendari de setmanes i el pressupost extens es troben a annexos. A continuació es desenvolupa l'equip necessari separat per fases de la producció i un pressupost simple.

3.7.1 Equip humà, infraestructures i material

Pel que fa a l'equip humà que forma part del programa es pot desglossar en les diferents fases de producció:

○ Preproducció

En aquesta fase el pes fort recau en la preparació del programa tant amb fases de càsting com tot allò que tingui a veure amb les preparacions i proves a plató. Per això el gruix de l'equip estarà format per l'equip de producció tot i sense deixar de banda l'equip de realització. La llista de l'equip que es trobarà en aquesta fase serà:

- Director
- Ajudant de direcció
- Productor
- Ajudant de producció
- Auxiliar de producció
- Equip càsting (2 persones)
- Realitzador
- Ajudant de realització
- Attrezzo / art

○ Producció / gravació

La gravació dels diferents episodis es gravarà amb una setmana de diferència, ja que s'ha de dur a terme la preparació de les diferents coreografies. En aquesta fase, l'equip de realització estarà al complet en la gravació de les gales i de manera parcial durant la gravació de les preparacions un dia de la setmana de preparació.

- Director
- Ajudant de direcció

- Productor
 - Ajudant de producció
 - Realitzador
 - Ajudant de realització
 - Tècnics (càmera, so i il·luminació)
 - Attrezzo / art (2 persones)
 - Il·luminació
 - Regidor
 - Vestuari
 - Maquillatge i perruqueria
- **Postproducció**
- En aquesta última fase, s'editarà els diferents capítols i es donarà cohesió a tota la temporada per poder ser presentada a la plataforma d'emissió. També s'inclouran els diferents grafismes necessaris i es farà la postproducció de so.
- Director
 - Ajudant de direcció
 - Productor
 - Realitzador
 - Colorista
 - Editor
 - Sonidista (postproducció)
 - Grafista
 - Responsable d'entrega (tècnic de màster)

Quant a espais i infraestructures, la gravació es realitzarà en una nau industrial adaptada per a la gravació. L'espai s'adaptarà tant per a la gravació de les gales amb un espai principal i un espai secundari on es gravarà la preparació de la coreografia de la setmana.

S'aprofitarà una nau industrial, ja que així ja es correspon a l'estètica que es vol donar a l'espai i només s'haurà d'adaptar tant per escenografia com perquè sigui eficient de manera tècnica pel que fa a il·luminació i so. Quant a material, es

disposarà de les respectives càmeres amb peus mòbils que es poden trobar a plató, el sistema d'il·luminació i elements d'il·luminació extres que funcionaran com a elements d'attrezzo. Quant a so, pel jurat i presentador es farà amb microfonia de corbata i pels concursants, mentre ballen es captarà amb un micròfon de perxa i quan acabin, amb micròfon de mà, així el micròfon de corbata i la respectiva “petaca” no interferirà en els moviments.

3.7.2 Pressupost

El pressupost complet es pot trobar a l'apartat d'annexos.

El pressupost està separat per capítols agrupant grups de despeses del mateix tipus. Totes les despeses estan com a despesa unitària excepte els salaris de l'equip tècnic i els ballarins, ja que es troben en salaris mensuals tenint en compte en quina part del procés de producció participaries i tenint en compte la distribució en setmanes del pla de producció, ocupant la preproducció 4 setmanes (1 mes), la producció 8 setmanes (2 mesos) i postproducció altres 4 mesos (1 mes).

A continuació es presenta una taula resum amb els diferents capítols:

Taula 18: Pressupost simple

Pressupost		
	Cost episodi	Cost temporada
CAPÍTOL 1.- Guió i música	20.000	160.000
CAPÍTOL 2.- Personal artístic	40.657	325.254
CAPÍTOL 3.- Equip tècnic	16.388	131.102
CAPÍTOL 4.- Escenografia	5.000	40.000
CAPÍTOL 5.- Estudis rodatge i varis producció	15.375	123.000
CAPÍTOL 6.- Serveis artístics i tècnics	27.100	216.800
CAPÍTOL 7.- Despeses producció	9.950	79.600
CAPÍTOL 8.- Assegurances	4.000	32.000

CAPÍTOL 9.- Despeses generals	1.500	12.000
TOTAL	139.969€	1.119.755€

Font: elaboració pròpia

(Tots els valors es troben en euros - €)

Com els salaris de l'equip tècnic i dels ballarins són mensuals comptant que el contracte és durant la producció (i/o altres fases depenent del professional), els costos per episodi del capítol dos i tres són aproximats, ja que s'han dividit el cost per temporada entre vuit episodis. També l'adaptació de la nau (*capítol 5.- estudis rodatge i varis producció*) compta com a cost fix i únic per temporada, per tant, el preu per capítols és la divisió del cost total entre vuit.

Com a resum, podem extreure:

- La temporada costarà **1.119.755€**
- Cada episodi costarà **139.969€**

3.8 Dossier de promoció de la idea

El dossier de promoció el format per una futura presentació o pitching es troba a l'apartat d'annexos del treball.

3.8.1 Teaser

Dintre del dossier de venda s'inclou el teaser promocional del format. La idea d'aquest teaser és principalment anunciar la temàtica i fer cinc cèntims de la dinàmica del format, ja que s'entén que va inclòs en el dossier de venda i aspectes més tècnics ja s'inclouen a part. Per això s'ha realitzat un "dance vídeo" com el que s'inclou com a referent de forma (*taula 4 – apartat 1.5.1 Referents de forma*). A més de la part del ball, s'inclou text sobre la imatge que marca els elements claus del format i una veu en OFF que explica de manera molt breu la dinàmica.

En el text es pot llegir “5 coreógrafos, 1 premisa, 1 concurso” que serien els elements claus d’aquest format i la veu en OFF recalca que no és una competició de ballarins sinó que es posa el focus en els coreògrafs. A més tant al principi com al final del vídeo s’inclou el logo del programa com a identitat visual del format.

Aquest teaser es pot trobar tan al final del dossier de promoció de la idea com en aquest enllaç a YouTube: <https://youtu.be/3QMsZX88t7U>

CONCLUSIONS

La creació d'aquest format i en general de tot el treball m'ha fet adonar que la creació de qualsevol projecte des de zero és una carrera de fons i de no parar de donar voltes fins a arribar a trobar les solucions idònies.

Primer de tot, al començament de tot em vaig adonar la dificultat i necessitat de trobar una idea original mitjançant la qual començar a estirar el fil i poder fer les modificacions per poder ser produït. Crec que és la part més complicada, però també la que permet més errors i més possibilitats de provar i experimentar amb nou elements o temàtiques. En una fase inicial tot és possible i totes les idees tenen cabuda.

Un cop definit el projecte, en el meu cas un talent show de coreògrafs, em vaig centrar en poder adaptar un programa estàndard de televisió a noves finestres com poden ser les plataformes de contingut sota demanda (VOD). Aquesta decisió va ser a causa del pes que representen a l'hora de fer un consum de contingut actualment, ja que ja no se centra tot el consum en la televisió lineal sinó que cada cop més s'expandeix cap a plataformes i xarxes socials.

Un altre punt important després d'haver constatat la importància de les xarxes socials en l'expansió del format en altres projectes com pot ser Operació Triunfo, he volgut implementar tant contingut present a xarxes socials (estètica present en vídeos de coreògrafs presents a Instagram) com la presència del programa a aquestes xarxes. Crec que és important tenir present una bona estratègia en línia a part del format, ja que des del meu punt de vista professionalitza el format més enllà del programa i permet obrir una nova finestra al projecte des d'altres punts de vista i nous sectors de públic potencial.

Un altre punt que m'ha sorprès que és que tot i ser una temàtica (programes de ball) on hi ha bastants referents fets a la televisió nacional, molt pocs d'aquests productes es poden recuperar i estar disponibles a plataforma o sigui que molts d'aquests han servit com a referents per a l'horta de buscar possible competència no es troben, ja que no estan disponibles.

Finalment, l'últim pas de la realització del format m'ha servit per adonar-me les possibles sortides que tenen els projectes i la realització de manera "professional" de tota la documentació necessària des de l'escaleta fins al dossier de venda passant pel pressupost o la descripció dels

capítols. Crec que tot i ser un treball emmarcat dintre de la universitat he sabut buscar la manera d'entrar des d'un punt bastant d'espectador en el món professional i dintre del sector.

4.1 Vies de futur

Amb el format creat i la bíblia desenvolupada, el següent pas és poder introduir aquesta nova idea en el mercat audiovisual per provar sort en què es faci realitat. Per això, s'intentarà seguir les finestres d'explotació exposades al treball, però sent conscient de totes les possibilitats disponibles.

- **Pitching UAB:** Pitching organitzat per la Facultat de ciències de la Comunicació de la UAB per poder presentar un format de TV. Si es resulta finalista, es presentarà el projecte al Clúster Audiovisual. (fa anys que s'organitza, però aquest any encara no han anunciat les dates per l'edició del 2025)
- **Presentació a productora:** anar directament a una productora pot obrir camí a diverses finestres.
 - o **Presentació a una plataforma:** les plataformes de normal no estan obertes a projectes si no és amb el suport d'una productora. Per exemple, a Netflix, ha de ser una productora amb la qual hagi treballat abans la que presenti el projecte.
 - o **Presentació a una televisió:** per una altra part, si es treballa amb una productora, també es podria presentar el format directament al canal de televisió (amb els canvis necessaris tenint en compte el canvi de finestra i en concret la cadena on es presenti). Per exemple, 3Cat va fent crides per diferents tipus de continguts necessaris per a la corporació.

4.2 Altres possibilitats

Un cop explorades les diferents possibilitats com a vies de futur del projecte presentat, pot ser que l'últim recurs que quedi és modificar el format mantenint l'essència i buscar altres models possibles. En aquest cas el format es basa en la figura del coreògraf i la creació de "videoclips". Amb aquestes premisses es podrien buscar altres projectes:

- **Documental sobre un coreògraf de gira d'un artista internacional:**

Diversos coreògrafs proposats per a jurat han sigut coreògrafs o ballarins en gires mundials d'artistes reconegudes. Una opció seria fer un documental d'aquests coreògrafs documentant com va ser tant el procés creatiu com la posada en escena durant la gira.

- **Format baix pressupost:** com a última finestra d'explotació exposada en l'apartat "*2.4 Altres finestres possibles d'explotació: Internet*" es tenia en compte la possibilitat d'emetre el format en plataformes de vídeos com Youtube. Per això s'hauria de reformular el format i crear amb una premissa similar un format de baix cost. No es podria rendibilitzar el format per la forma de monetitzar que té Youtube. Es podria adaptar com a secció per algun Youtuber o ballarí que creï contingut a xarxes.

- **Incloure famosos de la mà dels coreògrafs:** com es va veure, en molts programes dancing shows participaven famosos i ballarins o coreògrafs. Una altra possibilitat per enganxar al públic i fer-ho més atractiu és valorar la possibilitat d'incloure famosos amb els coreògrafs i que l'objectiu fos crear espectacles pel famós en concret no tant com a grup de ball. Crear una coreografia on es llueixi en famós amb un grup de ballarins.

BIBLIOGRAFIA

- AIMC. (2024). *Encuesta AIMC a Usuarios de Internet* | AIMC. Asociación Para la Investigación de Medios de Comunicación. <https://www.aimc.es/otros-estudios-trabajos/navegantes-la-red/>
- AIMC. (2025). Marco general de los medios en España. En AIMC. https://www.aimc.es/aimc-c0nt3nt/uploads/2025/02/Marco_General_Medios_2025.pdf
- AIMC EGM. (2025). <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/internet>
- Álvarez, I. G. (2011). Del resplandor otra vez al estés nominado. Evolución y modelos de los concursos televisivos en España. *Tripodos*, 27, 75-84. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5840468>
- Capapé, E. (2020). Nuevas formas de consumo de los contenidos televisivos en España: una revisión histórica (2006-2019). *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 26(2), 451-459. <https://doi.org/10.5209/esmp.67733>
- CCMA. (s. d.). *Televisió - CCMA*. 3Cat. <https://www.3cat.cat/corporatiu/ca/oferta-audiovisual/televisio/>
- Chalaby, J. (2023). *Television in the Streaming Era*. Cambridge University Press.
- CNMC Data. (2024). <https://data.cnmc.es/panel-de-hogares/conjuntos-de-datos/estadisticas-panel-de-hogares>

Col·legi del Màrqueting i la comunicació de Catalunya. (2025). *Catalunya estudi XXSS 2024*.

https://media.timtul.com/media/colpublirp/Estudi%20FINAL%20Xarxes%20IMAGIN A_20250227075703.pdf

Consell de l'audiovisual de Catalunya. (2024). *INFORME sobre l'audiovisual a Catalunya*.

<https://www.cac.cat/sites/default/files/2024-07/Informe%20audiovisual%202023.pdf>

De Silva, J. P. (2009). *La televisión ha muerto: la nueva producción audiovisual en la era de Internet: la Tercera Revolución industrial*.

FRAPA | *The Format Recognition and Protection Association*. (s. d.). <https://frapa.org/>

GECA. (2024). *Estrenos de producción española en las plataformas OTT. Temporada 2023/24*. <https://spainaudiovisualhub.mineco.gob.es/content/dam/seteleco-hub-audiovisual/resources/pdf/gecaott24.pdf>

Gobierno de España. (s. d.). *Televisión digital - Canales de la TDT*.

<https://television.digital.gob.es/TelevisionDigital/TDT/Paginas/canales-tdt.aspx>

Gordillo, I. (2009a). *La hipertelevisión: géneros y formatos*.

Gordillo, I. (2009b). *Manual de narrativa televisiva*.

Guerrero, E. (2010). El desarrollo de proyectos audiovisuales: adquisición y creación de formatos de entretenimiento. *Communication & Society*, 23(1), 237-274.

<https://doi.org/10.15581/003.23.36249>

Lorente-Cano, M. (2011). «Social TV» en España: concepto, desarrollo e implicaciones. *Cuadernos de Gestión de Información*, 1, 55-64.

<https://revistas.um.es/gesinfo/article/download/207531/166181>

Marco general de los medios en España. (2024). En *AIMC*. https://www.aimc.es/aimc-content/uploads/2024/01/Marco_General_Medios_2024.pdf

Mavise -. (s. d.). <https://mavise.obs.coe.int/>

Neira, E. (2016). La otra pantalla : redes sociales, móviles y la nueva televisión. En *Secuencias: Revista de historia del cine* (pp. 117-122).

Pauné, C. (2019). “*Fet a Mida*” *Biblia d’un format de televisió de contingut musical per la CCMA*. (Treball final de grau). Recuperat de <https://ddd.uab.cat/record/214219?ln=ca>

Prieto, B. (2017, 18 novembre). 'OT 2017' consigue alcanzar los 3 millones de visualizaciones en una semana en su canal 24 horas. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/noticias/74102/ot-2017-alcanza-3-millones-visualizaciones-canal-24-horas-una-semana/>

Prieto, B. (2021, 18 octubre). Las audiencias de 'Operación Triunfo' a lo largo de sus veinte años de historia. *FormulaTV*. <https://www.formulatv.com/noticias/audiencias-operacion-triunfo-20-anos-historia-111691/>

Puelles, M. (2018, 11 març). Fama a bailar y otros programas que bailaron en TV. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/television/20180311/441370957798/fama-vuelve-programas-baile.html>

Resolución de 22 de marzo de 2024, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el III Convenio colectivo de ámbito estatal de la industria de producción audiovisual (técnicos), Boletín oficial del Estado, 85 § 6846 (2024).

https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2024-6846

Resolución de 27 de junio de 2024, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Acuerdo parcial del III Convenio colectivo estatal regulador de las relaciones laborales entre los productores de obras audiovisuales y los actores que prestan servicios en las mismas, Boletín oficial del Estado, 165 § 14061 (2024).
https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2024-14061

Resolución de 12 de agosto de 2024, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica la modificación del Convenio colectivo estatal del personal de salas de fiesta, baile, discotecas, locales de ocio y espectáculos de España, Boletín oficial del Estado, 203 § 17222 (2024). https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2024-17222

Rtve. (2024). TVE. *RTVE.es*. <https://www.rtve.es/rtve/20230706/areas-actividad-tve/942142.shtml>

Saló, G., & Flórez, O. (2003). *¿Qué es eso del formato?: cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=66893>

Spotify for Artists (2019) *¿Qué son las licencias de sincronización? – Spotify for Artists*.
<https://artists.spotify.com/es/video/what-is-sync-licensing>

Terribas, M., & Puig, C. (2001). La teatralización de la esfera privada y la hibridación de los géneros televisivos. El caso Big Brother. *Formats: Revista de Comunicació Audiovisual*, 3.
<http://www.raco.cat/index.php/Formats/article/download/256094/343045>

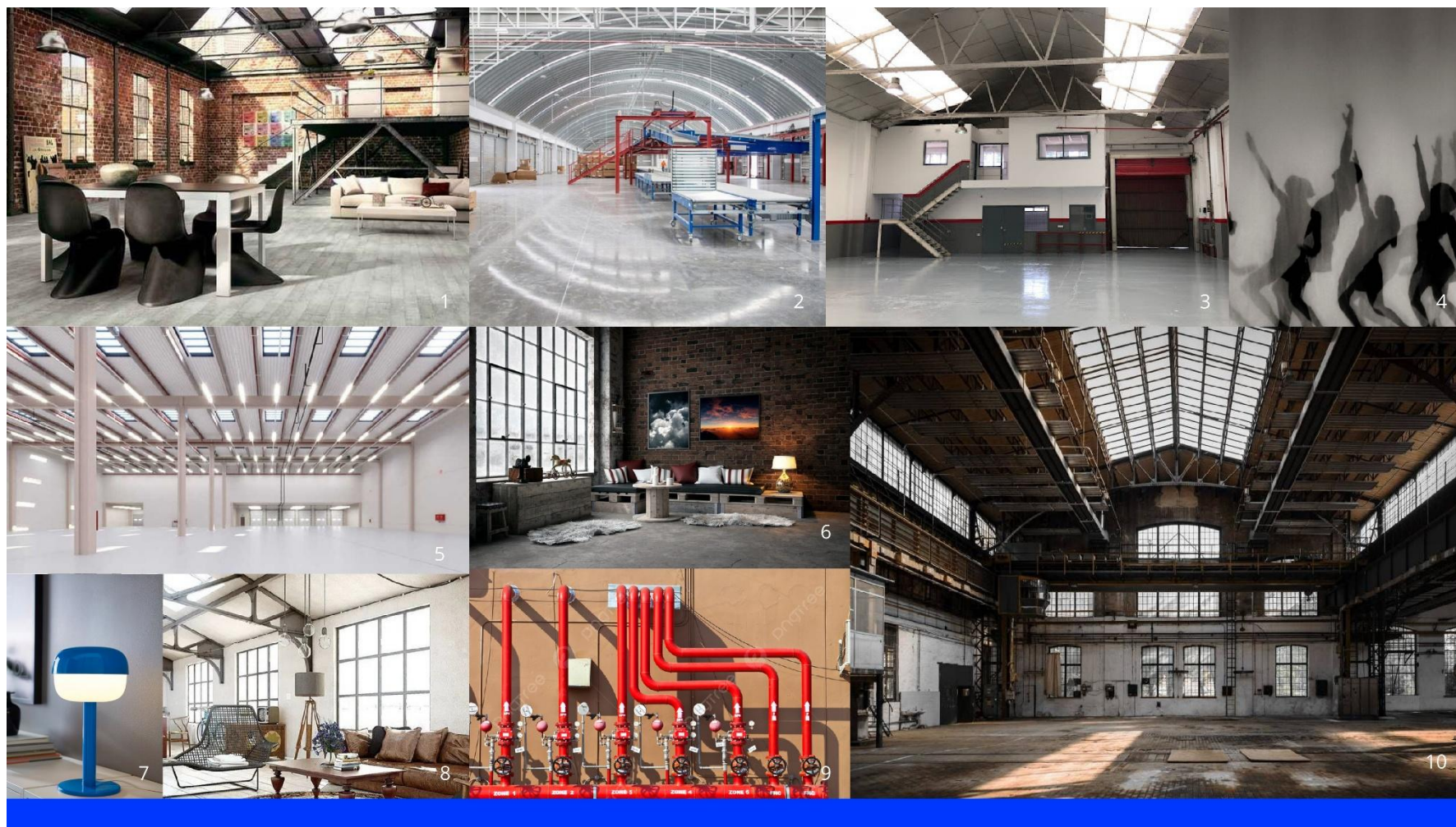
Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=184757>

ANNEXOS

L'apartat d'annexos conté els següents documents ja nomenats al llarg del treball:

- **Moodboard:** Referit en l'apartat 3.4.5 Localització. El moodboard permet veure el look que tindrà la localització i unes possibles decoracions. Inclou imatges de naus industrials i pisos amb una decoració industrial.
- **Pla de producció:** Referit en l'apartat 3.7 *Pla de producció* fa referència al repartiment en un calendari total de 16 setmanes i les tasques a fer en cada una. Les tasques es troben separades segons la fase de producció del projecte.
- **Pressupost:** Pressupost complet citat a l'apartat 3.7.2 *Pressupost* on es pot trobar una taula resum. En aquest es troben totes les despeses separades per capítols segons la despesa, el tipus, la freqüència i el cost individual.
- **Imatge gràfica del format:** S'inclou la imatge gràfica del programa que inclou logotip, mostra de grafisme, tipografia i els colors del programa.
- **Dossier de promoció de la idea:** Inclou un resum esquemàtic de la idea per ajudar de manera gràfica i simplificada la comprensió del format. A més conté elements de la imatge gràfica com el logotip, els colors i la mostra dels chyrons.

Diagrama 8: Moodboard



Font: elaboració pròpia

Taula 20: Pla de producció

Pla de producció																
	Setmana 1	Setmana 2	Setmana 3	Setmana 4	Setmana 5	Setmana 6	Setmana 7	Setmana 8	Setmana 9	Setmana 10	Setmana 11	Setmana 12	Setmana 13	Setmana 14	Setmana 15	Setmana 16
Preproducció																
Localització																
Disseny d'espais																
Disseny il·luminació																
Pressupost																
Crear escaletes																
Definir narrativa																
Gestió permisos																
Disseny vestuari																
Careta																
Sintonia																
Grafisme																
Lloguer material																
Estratègia xarxes socials																
Assajos																
Producció																
Equip direcció / realització																
Equip producció																
Guió																
Equip tècnic																
Proves tècniques																
Disseny escenografia																
Art/attrezzo																
Contingut xarxes																
Pla de gravació																
Postproducció																
Postproducció vídeo																
Postproducció so																
Postproducció gràfica																
Promoció																
Revisió legal																
Entrega contingut plataforma																
Tancament pressupost																
Tancament temporada																

Font: elaboració pròpia

Taula 21: Pressupost

Capítol	Nom / Concepte	Quantitat	Notes	Unitats		Cost unitari	Cost total		
				Nombre	Tipus		Total	x 8 capítols	Temporada
CAPÍTOL 1.- Guió i música									
	Guió	1		1	Cost fix	2500	2000	16000	
	Drets autor músiques	1	Tema inicial	1	Cost fix	4000	2500	20000	
	Drets autor cançons	5	Temes per balls concursants	1	Cost fix	3100	15500	124000	
TOTAL							20.000 €	160.000 €	
CAPÍTOL 2.- Personal artístic									
	Presentador	1	Salari base (+ caché)	1	Jornada	10839,65	10839,65	86717,2	
	Jurat	3	Salari base (+ caché)	1	Jornada	8839,65	26518,95	212151,6	
	Ballarins	10	Salari base	2	Mensual	1319,23	3298,08	26384,6	
TOTAL							40.656,68 €	325.253,40 €	
CAPÍTOL 3.- Equip tècnic									
	Director	1	Salari base	4	Mensual	2800			11200
	Ajudant direcció	1	Salari base	4	Mensual	1895,29			7581,16
	Productor	1	Salari base	4	Mensual	2300			9200
	Ajudant producció	1	Jornades laborals - (pre)producció	3	Mensual	1617,3			4851,9
	Auxiliar producció	1	Jornades laborals - (pre)producció	3	Mensual	1434,38			4303,14
	Producció casting	2	Jornades laborals - preproducció	1	Mensual	1487,5			2975
	Realitzador	1	Salari base	4	Mensual	2173,25			8693
	Ajudant realització	1	Salari base - (pre)producció	3	Mensual	1617,3			4851,9
	Regidor	1	Salari base - producció	2	Mensual	1524,66			3049,32
	Decorador	1	Salari base - (pre)producció	3	Mensual	1895,29			5685,87
	Atrecista	1	Salari base - producció	2	Mensual	1514,06			3028,12
	Figurista	1	Salari base - producció	2	Mensual	1895,29			3790,58
	Maquillador	1	Salari base - producció	2	Mensual	1524,66			3049,32
	Perruquer	1	Salari base - producció	2	Mensual	1524,66			3049,32
	DOP (il·luminació)	1	Salari base - producció	2	Mensual	1895,29			3790,58
	Operador càmera	12	Salari base - producció	2	Mensual	1514,06			36337,44
	Operador so	1	Salari base - producció	2	Mensual	1514,06			3028,12
	Tècnic il·luminació	2	Salari base - producció	2	Mensual	1514,06			6056,24
	Mixer	1	Salari base - producció	2	Mensual	1487,5			2975
	Colorista	1	Salari base - postpo	1	Mensual	1709,97			1709,97
	Editor	1	Salari base - postpo	1	Mensual	1895,29			1895,29
TOTAL			TOTAL PRODUCCIÓ				16.387,66 €		131.101,27 €
CAPÍTOL 4.- Escenografia									
TOTAL	Attrezzo	1	Cost per capítol	1	Cost fix	5000	5000	40000	
							5.000 €	40.000 €	
CAPÍTOL 5.- Estudis rodatge i varis producció									
	Lloguer nau	1		1	Cost fix	6000	6000	48000	
	Instal·lació plató	1	Montatge nau (adaptació)	1	Cost fix	75000	9375	75000	
TOTAL							15.375 €	123.000 €	
CAPÍTOL 6.- Serveis artístics i tècnics									
	Edició	1	Cost total servei	1	Cost fix	2500	2500	20000	
	Etalonatge	1	Cost total servei	1	Cost fix	900	900	7200	
	Continguts digitals	1	Creació contingut per xarxes	1	Cost fix	700	700	5600	
	Lloguer material so	1		1	Setmana	3000	3000	24000	
	Lloguer material càmera	1		1	Setmana	15000	15000	120000	
	Lloguer material il·luminació	1		1	Setmana	5000	5000	40000	
TOTAL							27.100 €	216.800 €	
CAPÍTOL 7.- Despeses producció									
	Transport equip	1	Equip artístic (4)	1	Cost fix	50	200	1600	
	Transport concursants + ballarins	1	15	5	Cost fix	50	3750	30000	
	Dietes	1	tot l'equip (40)	3	Cost fix	50	6000	48000	
TOTAL							9.950 €	79.600 €	
CAPÍTOL 8.- Assegurances									
	Assegurança resp. civil	1		1		1000	1000	8000	
	Assegurança material	1		1		3000	3000	24000	
TOTAL							4.000 €	32.000 €	
CAPÍTOL 9.- Despeses generals									
	Altres	1		1		1500	1500	12000	
TOTAL							1.500 €	12.000 €	
COST TOTAL							139.969 €		1.119.755 €

Font: elaboració pròpia

Imatge gràfica del format

- Logotip

Coreógrafos

al desafío

- Mostra Chyrons

Coreógrafos
al desafío

Albert Cornelles
@uyalbert

- Tipografia

“Alatsi”: Tipografia amb llicència oberta (disponible per usar-se en projectes)

Mostra tipogràfica: Coreógrafos en acción

@I23456789

- Colors



#0038FF

#FFFFFF



#010400



#D00000

Coreógrafos al desafío

Títol: Coreógrafos al desafío

Durada: 40/45 minuts

Capitulació: 8 episodis + contingut xarxes

Gènere: entreteniment – concurs – dancing show

Coreógrafos al desafío



01. Sinopsis

5 coreògrafs competiran a cada programa creant un espectacle de ball juntament amb 10 ballarins amb una premissa, per aconseguir la màxima puntuació i acabant convertint-se en el guanyador/a

Audiència potencial: joves 18 - 30 anys interessats món dansa. Amb potencial a estar obert a un públic més ampli, ja que tot i tractar "tecnicismes" dintre de la dansa, està pensat per gaudir del ball i l'espectacle

02.

Descripció



Coreógrafos al desafío

A cada programa, amb una premissa del programa anterior, els 5 coreògrafs han de dissenyar en una setmana una coreografia per un equip de 10 ballarins i ell mateix. L'objectiu és acabar amb un espectacle complet amb coreografia música, il·luminació i realització úniques. En el programa es mostrarà part del procés creatiu. Les coreografies es presenten a un grup de jurats que atorgaran puntuacions juntament amb els mateixos ballarins. El coreògraf amb més puntuació serà escollit el favorit amb el privilegi de definir la premissa pel següent programa

03.

Estructura

Intro concursant: Vídeo breu molt picat sobre la preparació durant la setmana i els assajos

Ball: Coreografia amb el grup de ballarins

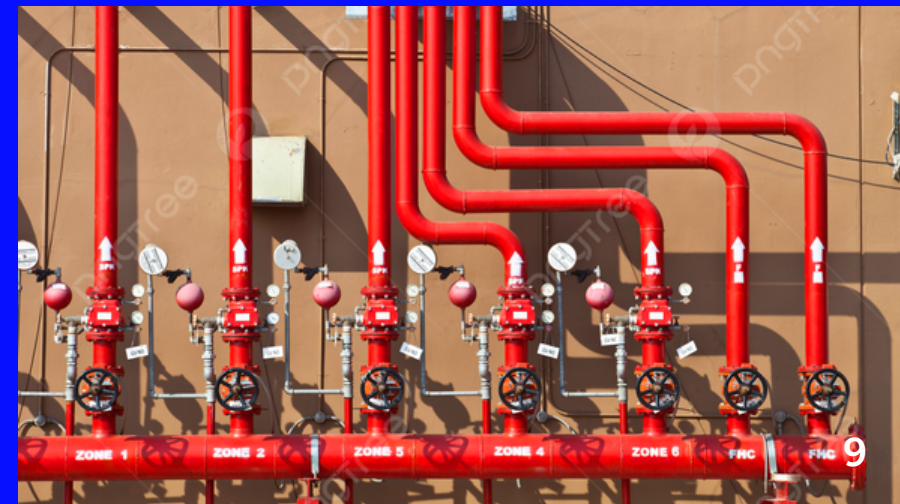
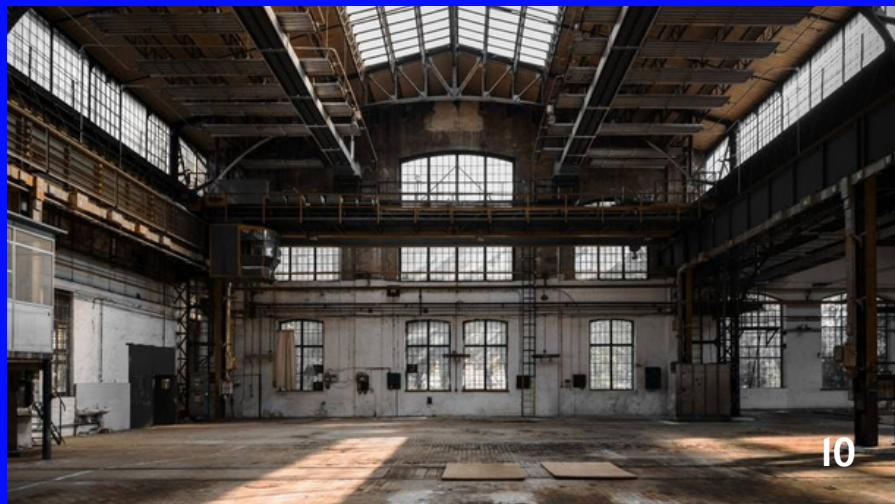
Valoració concursant: Comentari sobre la preparació i la coreografia sense donar puntuació

Coreógrafos al desafío

ESCALETA			
Nº		Durada	Temps
1	Intro programa	04:00	
2	Careta	00:30	04:30
3	Recordatori programa anterior	03:00	07:30
4	Intro concursant 1	01:30	09:00
	Ball 1	02:00	11:00
	Valoracions concursant 1	02:30	13:30
5	Intro concursant 2	01:30	15:00
	Ball 2	02:00	17:00
	Valoracions concursant 2	02:30	19:30
6	Intro concursant 3	01:30	21:00
	Ball 3	02:00	23:00
	Valoracions concursant 3	02:30	25:30
7	Intro concursant 4	01:30	27:00
	Ball 4	02:00	29:00
	Valoracions concursant 4	02:30	31:30
8	Intro concursant 5	01:30	33:00
	Ball 5	02:00	35:00
	Valoracions concursant 5	02:30	37:30
9	Puntuacions	05:00	42:30
10	Tancament	04:00	46:30
11	Crèdits sortida	00:30	47:00

04. Elements visuals

- Localització: nau industrial adaptada a plató
- Realització:
 - Gala: pausat, plans més amplis
 - Actuacions: picat, realització frenètica, canvis de plans (videoclip)
- Decoració: estil industrial amb elements puntuals de color



Coreógrafos al desafío



Coreógrafos
al desafío

Albert Cornelles
@uyalbert

05. Valors diferencials

- Creació d'espectacles i coreografies que es poden moure més enllà del format a la plataforma (xarxes socials, YouTube...)
- Presència de perfils grans de xarxes socials (influència en els seus seguidors)
- Promoció del món de la dansa amb el focus en els coreògrafs més que en els ballarins
- Impuls a artistes emergents (reflex amb el públic objectiu)

06. Teaser



Coreógrafos al desafío

Oscar Cano
oscarcano947@gmail.com