

TFG de Daniel Fernández Martínez
GRADO DE PERIODISMO

Dirigido por José Manuel
Gómez y Méndez

ÍNDICE

Página

A. TFG creativo.

1	Idea, sinopsis, target	3
2	Tratamiento	4
3	Posibles Patrocinadores	5
4	Guion literario	6
4.1	Guion literario VTR	7
4.2	Guion literario VTR con invitado	8
5	Guion Técnico	9
5.1	Guion técnico VTR	10
5.2	Guion técnico VTR con invitado	11
6	Escaleta	12
7	Listado de necesidades técnicas	13
8	Listado de personal técnico y artístico	13
9	Plantas	
9.1	De escenografía.	14-16
9.2	De iluminación.	17
9.3	De cámaras.	18
9.4	De microfonía.	19

B. Memoria explicativa.

1.	Proceso	20-23
2.	Desarrollo del trabajo	24-25
3.	Reflexión	26-27
3.1	Competencias aprendidas	28
3.2	Aplicaciones	29
3.3	Otros pormenores	30
4.	Bibliografía	31-32

A. TFG CREATIVO.

1. IDEA, SINOPSIS, ANÁLISIS DE LA AUDIENCIA, HORARIO DE PROGRAMACIÓN Y PERFIL DE LA CADENA EMISORA.

IDEA: Programa temático dedicado a la gastronomía de diferentes bares con distintos estatus sociales y económicos cuya finalidad es conocer sus platos especiales y el coste que tienen para los clientes.

SINOPSIS: El programa consiste en dar publicidad a los diferentes bares, tabernas, restaurantes, etc. Esto radica en grabar en cada bar la elaboración de sus platos especiales y su posterior degustación. La peculiaridad que tiene el programa es que se informará al espectador tanto de la localización exacta del bar como del coste final de todo aquello que nos ha servido el camarero, orientando así a la gente para saber los precios y calidades de los diferentes establecimientos. Para dar más énfasis al programa, se cuenta con un invitado de repercusión social.

TARGET: Dirigido a personas con edades comprendidas entre 25 y 35 años, ya que es la franja de edad que más fomenta el consumo en bares y también les gusta la variedad.

2. TRATAMIENTO.

‘De Tapeo Con Dany’ mezcla los géneros televisivos de informativos con el de entretenimiento, ya que estamos informando al espectador de los restaurantes y bares que puede visitar con la peculiaridad de saber cuánto le cuesta aproximadamente, todo esto unido al presentador que guiará el programa de un modo dinámico y ameno.

El procedimiento para la realización del programa es la grabación de entradillas en una localización interior construida con el presentador informando de los diferentes bares que se van a visitar. Serían tres bares por programa, ordenados de mayor a menor nivel económico-social (restaurante, taberna, bar de tapas).

Tras las entradillas se inserta un gráfico con el mapa localizador del lugar donde se encuentra exactamente el establecimiento.

La grabación en cada uno de los bares muestra la elaboración de su plato especial, una pequeña entrevista al dueño del local y la posterior degustación y valoración del plato.

En uno de los tres bares que vistamos por programa, tenemos la compañía y colaboración de una persona de repercusión social, así damos más dinamismo al programa y conseguimos más expectación.

Al finalizar la degustación del plato en cada bar, se mostrará un gráfico de una factura, la cual contiene el coste por plato/bebida y el total de la cuenta.

A la salida de cada local el presentador colocará una pegatina con el logo del programa en la puerta del establecimiento en señal de que hemos estado allí.

Al finalizar el programa se informará de algún dato importante que vayamos a realizar en el siguiente (decir el nombre de un restaurante o el nombre del próximo invitado).

Es importante recalcar que los establecimientos que se van a visitar engloban a Sevilla provincia, es decir, que no solo se cierra el ámbito geográfico a la capital, sino que se extiende por todos los municipios sevillanos para así conocer también la gastronomía de las diferentes localidades que forman la provincia de Sevilla.

3. POSIBLES PATROCINADORES.

Los patrocinadores que más se adaptan a este programa son las empresas que comercializan y/o fabrican bebidas, ya que todos los establecimientos disponen de este producto y es el elemento de acompañamiento a la comida. Los elegidos son:

Cruzcampo: Es el patrocinador ideal para el programa debido a que este producto se encuentra en todos o casi todos los establecimientos gastronómicos allí por donde vayamos a grabar. Su gran repercusión social y la gran cantidad de gente que conoce esta marca y además la consume, hace que sea la empresa perfecta para llevar el patrocinio de este programa. Además al ser una empresa sevillana, también es un punto a favor, ya que el programa se desarrollará en la provincia de Sevilla.



CocaCola: Otra marca muy conocida en el mundo gastronómico, con mucha repercusión social y muchos consumidores habituales. Sería también un buen patrocinador para el programa ya que este refresco también se encuentra en la mayoría de los establecimientos.

4. GUIÓN LITERARIO.

Bienvenidos a 'De Tapeo con Dany', un programa en el que iremos visitando diferentes bares y restaurantes para que todos los espectadores sepan donde pueden ir y cuanto les va a costar.

En el programa de hoy nos trasladamos hasta ----- , donde encontramos un curioso bar llamado '.....'

(Comentar un poco acerca del establecimiento, si tiene premios gastronómicos, algunas peculiaridades....)

- GRAFISMO MAPA LOCALIZADOR.

(OFF) Se comenta la localización.

- VTR RESTAURANTE.
- GRAFISMO FACTURA (en off se describe la cuenta total de lo que hemos comido).

El segundo bar que vamos a visitar se encuentra en -----.

(Comentar un poco acerca del establecimiento, si tiene premios gastronómicos, algunas peculiaridades....).

- GRAFISMO MAPA LOCALIZADOR.

(OFF) Se comenta la localización.

- VTR TABERNA.
- GRAFISMO FACTURA (en off se describe la cuenta total de lo que hemos comido).

En tercer lugar y después de tanto comer, nos toca compartir mesa con ----- (descripción del invitado). Para ello visitamos el bar -----.

(Comentar un poco acerca del establecimiento, si tiene premios gastronómicos, algunas peculiaridades....).

- GRAFISMO MAPA LOCALIZADOR.

(OFF) Se comenta la localización.

- VTR BAR.
- GRAFISMO FACTURA (en off se describe la cuenta total de lo que hemos comido).

Pues hasta aquí el programa de hoy, espero que nuestras sugerencias les sean de ayuda y ahora mismo, después del día de hoy, os dejo y nos vemos en el siguiente programa donde os mostraremos más lugares donde alimentar vuestra cultura gastronómica. Gracias por estar ahí y hasta el próximo programa.

4.1 GUIÓN LITERARIO DE VTR's.

Hola, ¿qué tal (NOMBRE DEL ENCARGADO DEL BAR)?

¿Me pones una cerveza/refresco?

Bueno, cuéntame ¿qué nos tienes preparado? ¿Con qué nos vas a sorprender?

El encargado del bar explica sus platos típicos mientras se insertan imágenes de la elaboración del plato.

Dany se encuentra sentado en una mesa y el camarero le sirve las tapas. Una vez en la mesa, Dany hace valoración de la presentación del plato estéticamente.

Bueno a ver qué tal está lo que nos ha servido (NOMBRE).

Valoración del plato y posteriormente se pega la pegatina del logo del programa en la puerta del establecimiento.

4.2 GUIÓN LITERARIO DE VTR´S CON INVITADO.

En el siguiente bar que vamos a visitar contamos con la presencia de (NOMBRE DEL FAMOSO).

Vamos a compartir el plato típico de este establecimiento y vamos a conocer los gustos gastronómicos de (NOMBRE DE FAMOSO).

Bienvenido/a (NOMBRE DEL FAMOSO) a 'De Tapeo con Dany', vamos a entrar en este bar...que tiene pinta de tener unas buenas tapitas (risas).

Hola, ¿qué tal? Aquí vengo con (NOMBRE DEL FAMOSO) que va a ser el/la que haga la crítica sobre lo que nos pongas de comer, (risas)

Famoso y Dany sentados en la mesa

Bueno (NOMBRE DEL FAMOSO) cuéntame, ¿qué dieta sueles seguir en tu día a día?

¿Cuál es tu plato favorito?

¿Qué tipo de bares sueles frecuentar?

Bueno, ¿qué te ha parecido el plato? ¿Qué calificación le das?

Tras la valoración se deja al famoso pegar la pegatina en la puerta del establecimiento

5. GUIÓN TÉCNICO.

SEC	LOCALIZACIÓN	EFECTO	PLANO	IMÁGEN	SONIDO
1	PLATÓ	int/día	PG y PM	El presentador habla sobre los bares donde ha asistido y da paso a los VTR's	Directo
2	PLATÓ	int/día	PG y PM	El presentador despide el programa y se aleja de la cámara	Directo

5.1. GUIÓN TÉCNICO VTR'S

SEC	LOCALIZACIÓN	EFEECTO	PLANO	IMÁGEN	SONIDO
1	Calle	Ext/día	PG	Fachada del bar	Ambiente + música
2	Interior bar barra	Int/día	PM	Presentador llega a la barra y pide algo de beber	Directo + música de fondo
3	Interior bar barra	Int/día	PG	El camarero da la bienvenida y sirve la bebida	Directo + música
4	Interior bar cocina	Int/día	PM	Cocinero elaborando tapas en la cocina	Off camarero explicando la elaboración
5	Interior bar cocina	Int/día	PD	Plato casi terminado y el cocinero le pone el último detalle	Off camarero explicando la elaboración
6	Interior bar mesa	Int/día	PM	El presentador sentado en la mesa prueba los platos	Directo + música
7	Exterior bar	ext/día	PE	El presentador pega la pegatina.	Directo + música

5.2. GUIÓN TÉCNICO VTR CON INVITADO

SEC	LOCALIZACIÓN	EFEECTO	PLANO	IMÁGEN	SONIDO
1	Calle	Ext/día	PG	Fachada del bar	Micro corbata + Ambiente + música
2	Interior bar barra	Int/día	PM	Presentador llega a la barra con el invitado y pide algo de beber	Micro de corbata + Directo + música de fondo
3	Interior bar barra	Int/día	PG	El camarero da la bienvenida y sirve la bebida	Micro de corbata + Directo + música
4	Interior bar cocina	Int/día	PM	Cocinero elaborando tapas en la cocina	Off camarero explicando la elaboración
5	Interior bar cocina	Int/día	PD	Plato casi terminado y el cocinero le pone el último detalle	Off camarero explicando la elaboración
6	Interior bar mesa	Int/día	PM	El presentador sentado en la mesa prueba los platos junto al invitado	2 Micro de corbata + Directo + música
7	Interior bar mesa	Int/día	PG	El presentador hace pequeña entrevista	2 Micro de corbata + Directo + música
8	Calle	Ext/día-	PM	Despedida con el invitado	2 Micro de corbata + Directo + música

6. ESCALETA

Nº	IMÁGEN	SONIDO	VTR	OBSERVACIONES
1	Paso presentador	Micro de corbata		Presentación
2			VTR RESTAURANTE	
3	Paso presentador	Micro de corbata		
4			VTR TABERNA	
5	Paso presentador	Micro de corbata		
6			VTR BAR	
7	Paso presentador	Micro de corbata		Despedida

7. LISTADO DE NECESIDADES TÉCNICAS

- 2 micros de corbata.
- 1 micro de cañón.
- 2 cámaras.
- 2 trípodes.
- 2 cables.
- 2 butanitos.
- 1 mangueras.
- 2 tarjetas de memoria.
- 2 baterías.
- 2 cargadores.

8. LISTADO DE PERSONAL TÉCNICO

- Productor.
- Ayudante de producción.
- 2 Operadores de cámara.
- Presentador.
- Grafista.
- Montador y editor de video.

9. PLANTAS DE ESCENOGRAFÍA, ILUMINACIÓN, CÁMARAS Y MICROFONÍA.

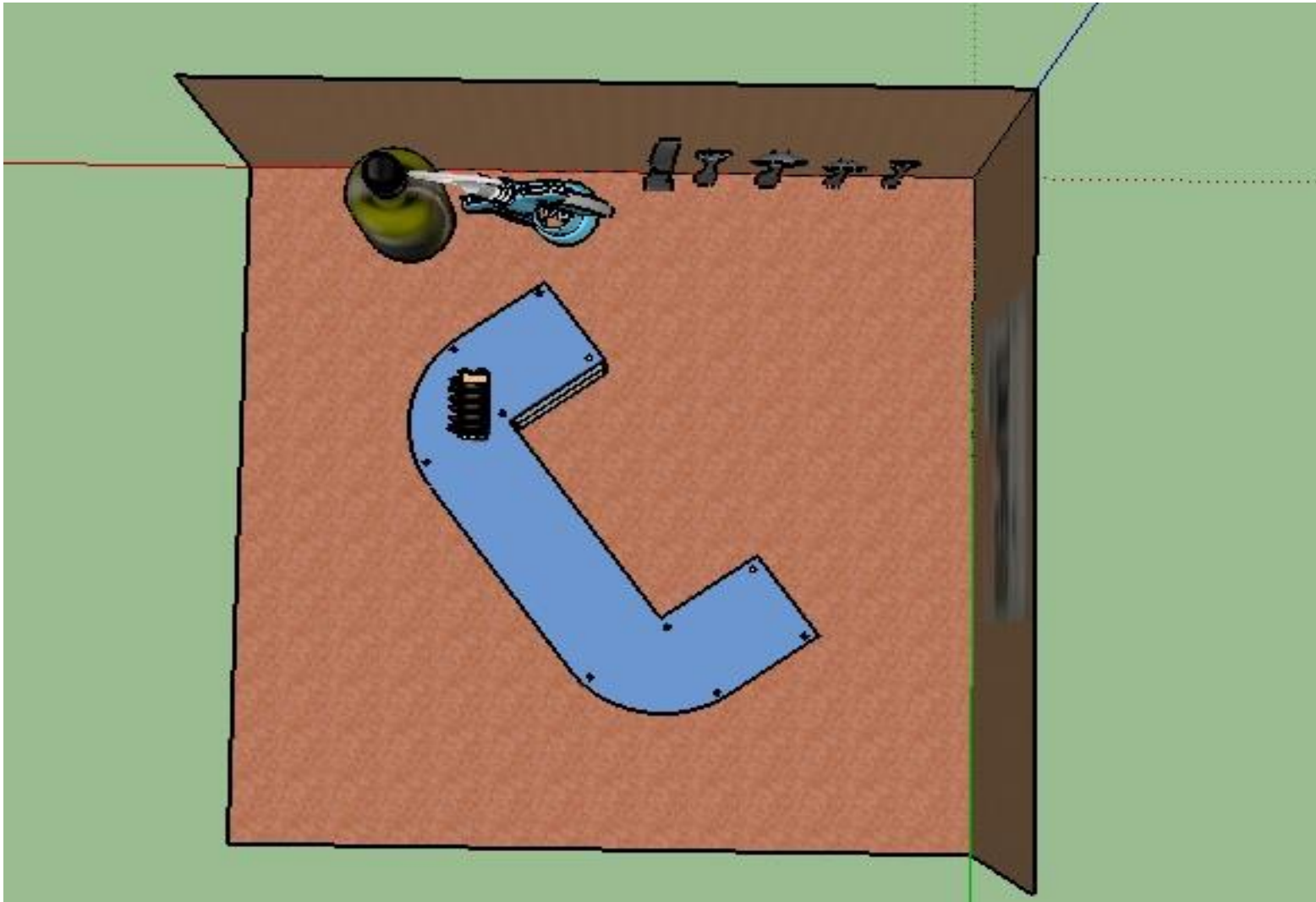
9.1. Escenografía:



Plano general

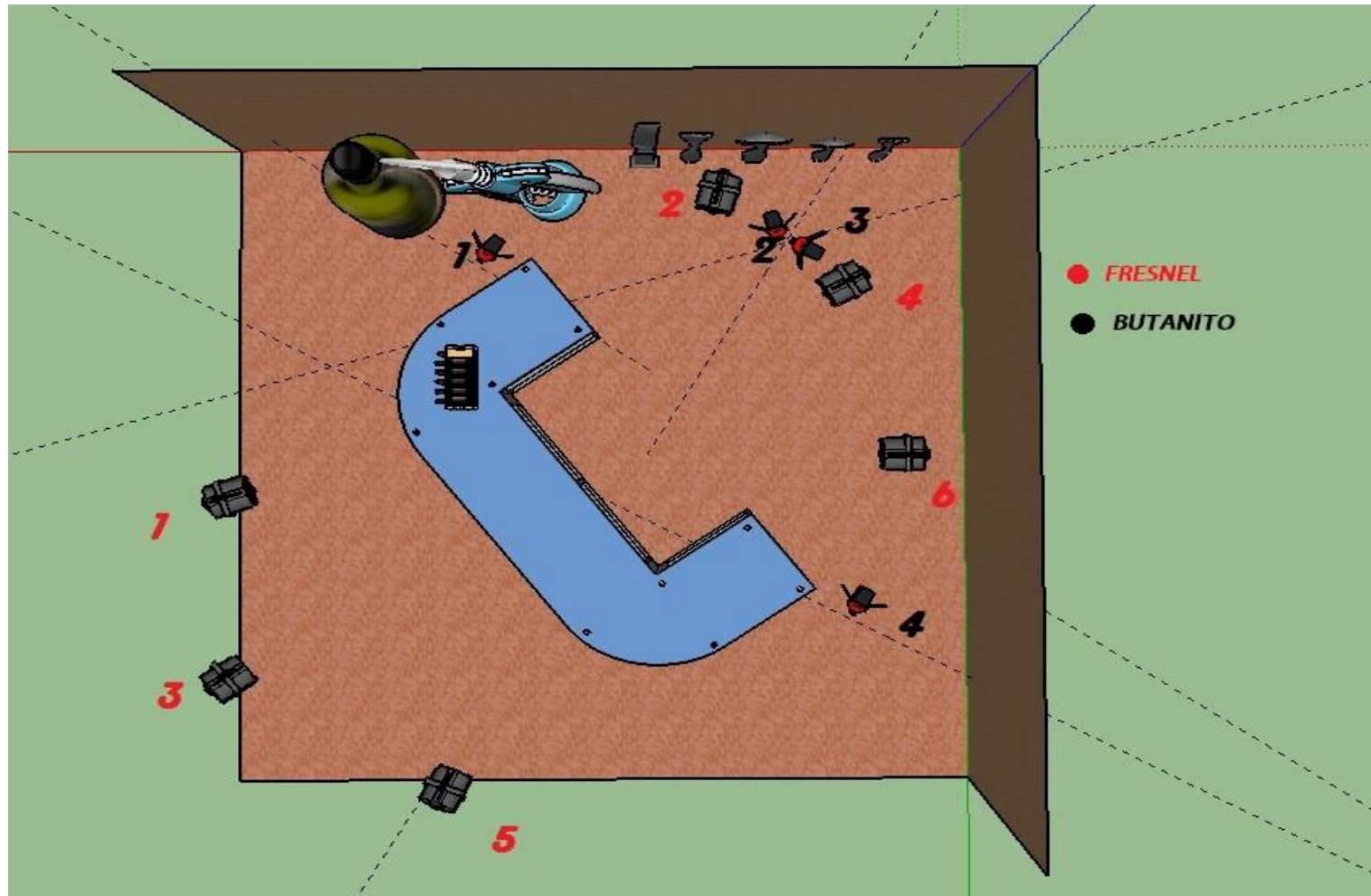


Vista frontal

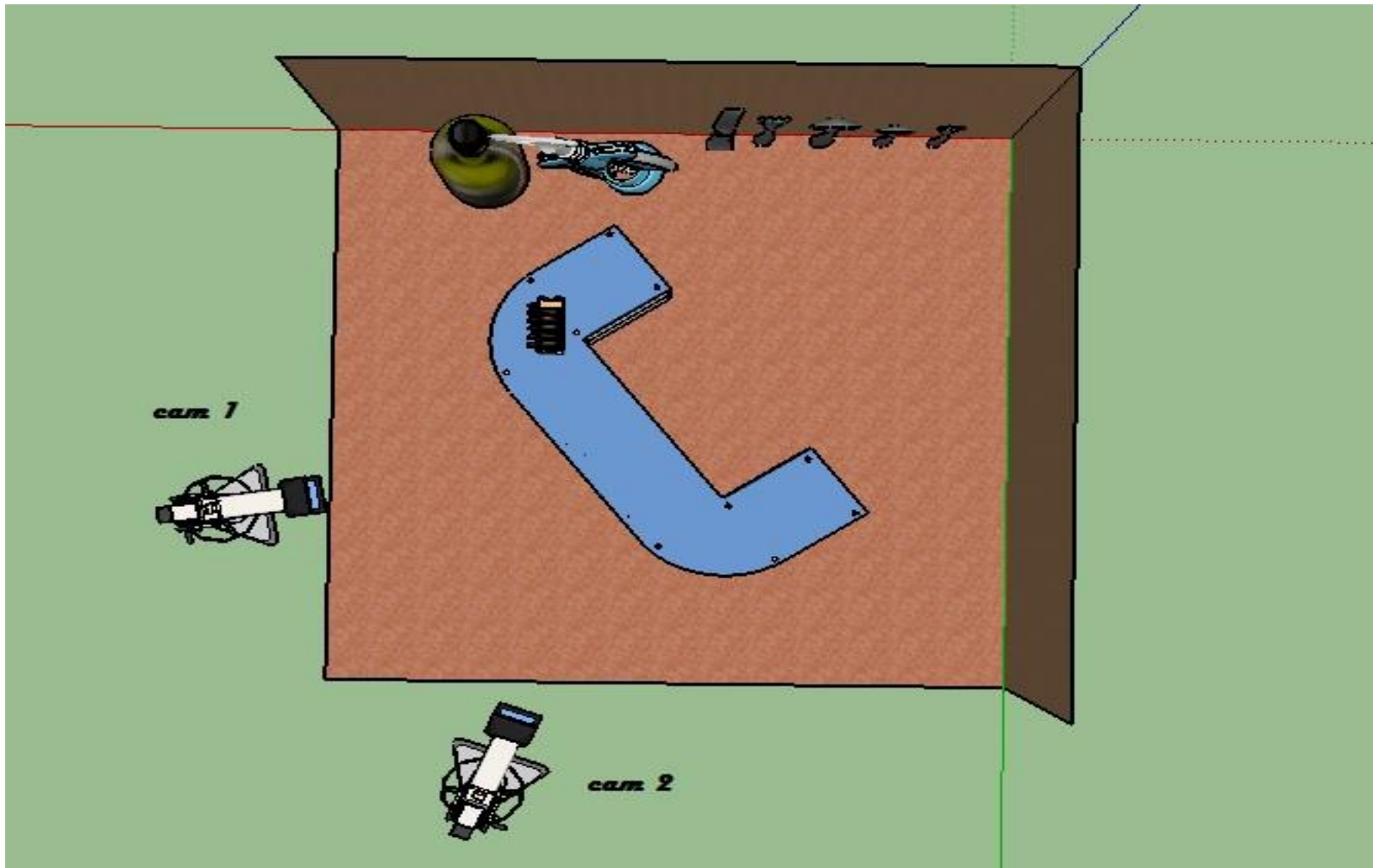


Vista cenital

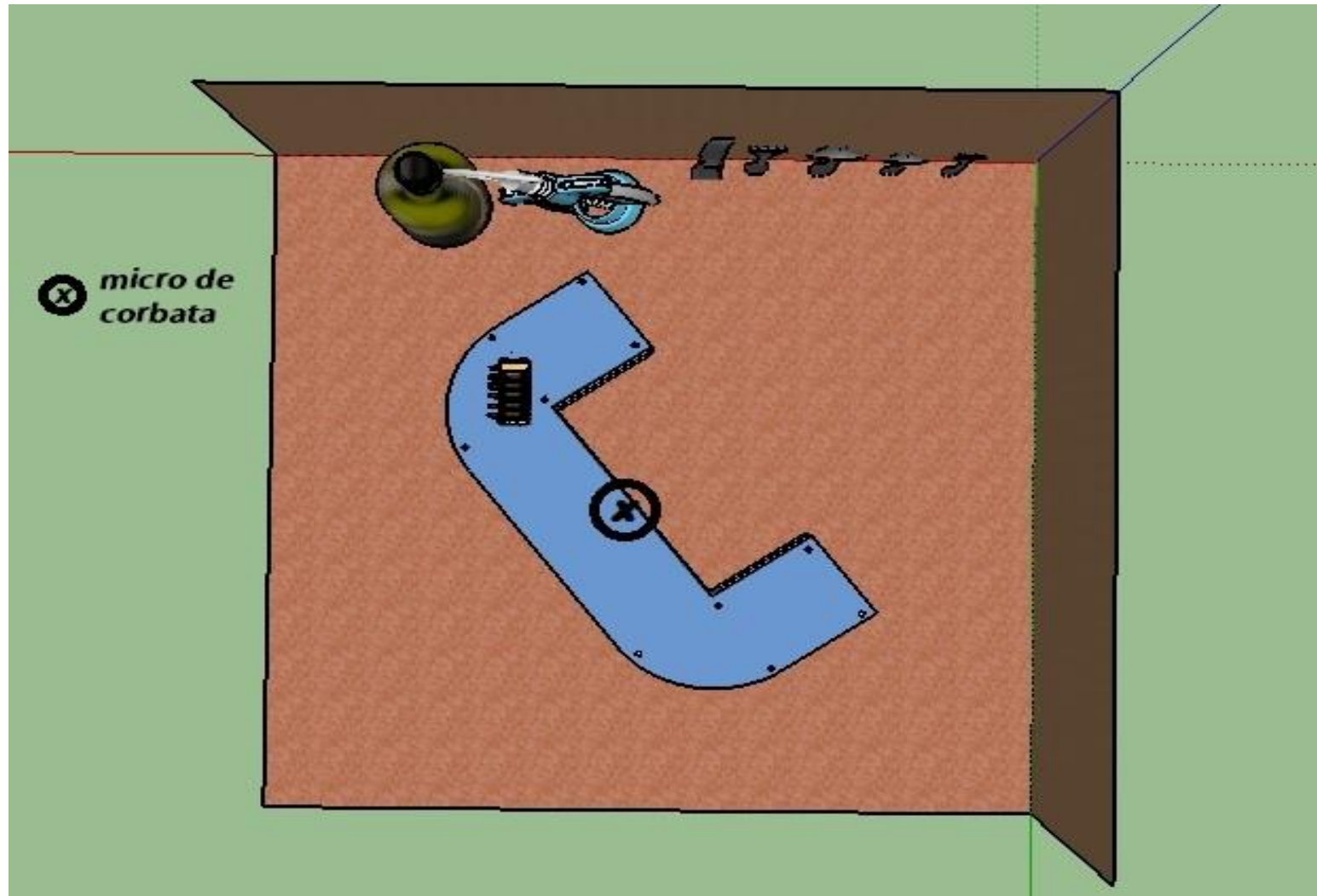
9.2. Iluminación:



9.3. Cámaras:



9.4. Microfonía:



B. MEMORIA EXPLICATIVA.

1. Proceso.

Para poder llevar a cabo un proyecto creativo como es el caso de este diseño de programa de entretenimiento para televisión, primero hay que informarse sobre el mercado de programas que existen en estos momentos en emisión. En la actualidad encontramos programas dedicados a la gastronomía como *MasterChef* de TVE o el programa estrella de Karlos Arguiñano en Antena 3. Es cierto que existen muchas variedades de programas televisivos donde la gastronomía es su clave.

Hay *realities* como *MasterChef* que luchan por realizar el mejor plato y tener la mejor valoración, para así ganar el concurso. Otros como el de Karlos Arguiñano, se basa en elaborar ante los espectadores varias recetas de cocina con el fin de que la sociedad tenga nociones culinarias y entiendan que no es tan difícil realizar un buen plato.

Lo importante a la hora de realizar la producción de un nuevo programa televisivo es analizar la competencia, aportar innovación al proyecto y hacerlo atractivo al público para tener una buena audiencia.

Lo que se quiere hacer con *De Tapeo Con Dany*, es un programa donde el espectador vea dónde se encuentra el local que hace esa comida y pueda saber la relación calidad/precio para decidir si ir o no ir a visitar el establecimiento. Programas como este, no existen en el mercado televisivo, lo que es una gran oportunidad para incluirlo dentro de la parrilla de emisión de algún canal de televisión.

Primeramente, sabemos que la gastronomía andaluza es algo que caracteriza mucho a nuestra sociedad y que genera muchas ganancias, sobre todo en turismo. La Junta de Andalucía define la gastronomía andaluza como “heredera directa de la cocina de Al-Andalus. Destaca que fueron los andaluces los que crearon la sala de comer o comedor y el actual orden de servicio de los platos, entre otras aportaciones. Cocina del mar o de tierra adentro, acompañada por excelentes vinos y favorecida por la calidad de los productos autóctonos, el aceite de oliva es el ingrediente estrella de gran parte de sus recetas, empezando por la más conocida: el gazpacho. Esta sopa fría, de gran valor alimenticio y fácil preparación, se elabora a base de tomate, pepino, pimiento, ajo, aceite y vinagre. Dependiendo de la zona y de la distinta combinación de ingredientes, presenta diversas variedades, como el salmorejo, la porra y el ajoblanco. Los guisos de caza mayor, los potajes de legumbres y verduras, las chacinas y el pescado frito y guisado completan la esencia de la gastronomía andaluza, que tiene su colofón en una gran variedad de frutas y dulces”¹.

No podemos olvidar, que Andalucía tiene muchos productos calificados como “denominación de origen” y que la dieta mediterránea es una de las más importantes y con más variedad de nutrientes que existe, y se estila en Andalucía. Así² lo reconoció y celebró la UNESCO inscribiendo la Dieta Mediterránea como uno de los elementos de la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. La alimentación saludable que nos proporciona la Dieta Mediterránea es perfectamente compatible con el placer de degustar sabrosos platos.

¹ <https://www.juntadeandalucia.es/andalucia/cultura/gastronomia.html>

² <https://dietamediterranea.com/nutricion-saludable-ejercicio-fisico/>

La Copa Covap difunde el beneficio de la dieta mediterránea para el metabolismo infantil y para prevenir la diabetes

El titular anterior³ pertenece a una noticia publicada por Europa Press el día 13 de mayo de 2019. La Copa Covap es una iniciativa deportiva que se realiza en Granada desde hace siete años donde fomentan el consumo de la dieta mediterránea, una alimentación variada que mejora el colesterol y es buena para el corazón.

Andalucía tiene aprobadas doce denominaciones de origen en aceite de oliva, siete en vinos y dos en jamones⁴. Es esta calidad la que hace que la gente quiera degustar estos productos fuera de casa y en compañía sentados en la barra de un bar.

Extenda apoya a 19 bodegas andaluzas en el I Congreso Internacional de vinos tradicionales de Andalucía

El pasado día 3 de abril se celebró en Sevilla el Congreso anunciado en el titular anterior de Europa Press. Este evento fue organizado por los consejos reguladores de las Denominaciones de Origen Protegida con el objetivo de fomentar el conocimiento sobre enología, los productos y el mercado. Esta noticia da esperanzas a que los productos andaluces siguen creciendo y que la calidad va aumentando constantemente.

Además de buenos productos, en nuestra comunidad autónoma gozamos de numerosos chefs con reconocimiento internacional, personas que han llevado a las afueras de España la gastronomía andaluza y que tienen restaurantes con estrellas Michelin. Alguno de ellos son Ángel León, Dani García y Kisko García⁵.

Ángel León, con su restaurante *Aponiente*⁶ en el Puerto de Santa María, Cádiz, realiza una cocina innovadora y creativa con productos del mar principalmente. Ganador del premio Nacional de Gastronomía 2013.

Dani García⁷ tiene su restaurante *Calima* en Marbella, Málaga. Posicionado como uno de los cocineros andaluces con mayor protección internacional. Tiene multitud de premios gastronómicos y su cocina es considerada cosmopolita y global.

Kisko García⁸, con su restaurante *Choco* en Córdoba, representa un gran exponente de la gastronomía andaluza. Utiliza la vanguardia y la imaginación partiendo

³ <https://www.europapress.es/andalucia/noticia-copa-covap-difunde-beneficio-dieta-mediterranea-metabolismo-infantil-prevenir-diabetes-20190513180638.html>

⁴ <https://www.europapress.es/esandalucia/sevilla/noticia-extenda-apoya-19-bodegas-andaluzas-congreso-internacional-vinos-tradicionales-andalucia-20190403154504.html>

⁵ <https://espana.gastronomia.com/noticia/1315/tres-de-los-chefs-andaluces-mas-reconocidos>

⁶ <https://www.aponiente.com/>

⁷ <https://www.grupodanigarcia.com/chef-dani-garcia/>

⁸ <http://www.restaurantechoco.com/kisko-garcia/>

de los productos locales y tradiciones cordobesas. Tiene premios de reconocimiento gastronómico y una estrella Michelin.

Sabiendo que la gastronomía andaluza es un Arte para el paladar y sabiendo que hay artistas gastronómicos que hacen de esos productos un buen manjar, debemos fomentar el turismo gastronómico, y eso es lo que se pretende con este proyecto. El comer es una práctica social y muy importante en nuestra cultura, ha pasado de ser una necesidad a ser un entretenimiento. Los viajes de los chefs a otros países, la importación de productos y demás iniciativas, van trayendo ideas renovadas y sabores diferentes con los que la sociedad se divierte y disfruta degustándolos.

La gastronomía crea un gran impacto económico, genera turismo y puestos de trabajo. Existen ferias dedicadas a la tapa y se realizan viajes exclusivos de turismo gastronómico⁹.

Tres de cada cuatro españoles ha realizado al menos un viaje o escapada en los últimos dos años motivado por la gastronomía

Este titular pertenece a la web de *Dinamiza asesores*¹⁰, que realiza el Estudio de la Demanda de Turismo Gastronómico en España. Realizan una encuesta a nivel nacional. Esta encuesta sitúa a Andalucía en la cabeza de la lista con un 18,1%, seguido de Aragón con un 2,9%¹¹.

Este estudio califica al turista gastronómico como “aquella persona que planifica su viaje total o parcialmente con el propósito de disfrutar de la gastronomía”. Tras la encuesta el 76,65% de los encuestados, reconocen el haber realizado, o el deseo de realizar, un viaje con fines gastronómicos. Según el grado de influencia de la gastronomía en estos viajes, el 62,4% de los encuestados afirman que la gastronomía es lo que más influye en la elección del destino.

Actualmente se encuentra en elaboración el III Estudio de la Demanda de Turismo Gastronómico en España, una propuesta que parece que se va a repetir año tras año con el fin de conocer la esencia de los territorios y de entender la gastronomía como algo perteneciente al patrimonio cultural de cada lugar.

Con lo cual, atendiendo a las estadísticas, por el porcentaje que Andalucía tiene en esta encuesta, podemos decir que es uno de los lugares más elegidos por el turismo y donde existe mejor gastronomía.

¿Qué rutas gastronómicas podemos realizar en Andalucía¹²? Existen multitud de opciones a la hora de realizar rutas de índole gastronómica por toda la geografía andaluza. Según la web www.andalucia.org, encontramos rutas como:

⁹ <https://www.aprendedeturismo.org/turismo-gastronomico/>

¹⁰ <http://dinamizaasesores.es/turismo/turismo-gastronomico/ii-estudio-la-demanda-turismo-gastronomico-espana-2/>

¹¹ DINAMIZA, A. (2017). II Estudio de la Demanda de Turismo Gastronómico en España. <http://dinamizaasesores.es/www/wp-content/uploads/2017/12/Informe-completo-II-Estudio-de-la-demanda-de-turismo-gastron%C3%B3mico-en-Espa%C3%B1a.pdf> [consulta: 28/05/2018]

¹² <http://www.andalucia.org/es/rutas/tipos/rutas-gastronomicas/>

- Ruta del arroz: En Sevilla, una visita por las marismas del Guadalquivir desde Aznalcázar hasta Las Cabezas de San Juan.

- Ruta del Atún de Almadraba: En Zahara de los Atunes, una ruta desde Barbate a Tarifa. Una tradición cada mes de mayo desde hace dos mil años.

- Ruta del Jabugo: En Huelva, engloba los municipios de Aracena, Cortegana y Jabugo, entre otros.

- Ruta de los vinos y licores: En Sevilla, contempla localidades como Alanís o Carmona.

Existen un sinnúmero de rutas gastronómicas más, visitas a bodegas, rutas de mosto y vino Montilla-Moriles.

Hay que destacar la iniciativa por salvaguardar el patrimonio gastronómico andaluz. Un proyecto¹³ que se presentó hace tres años en la localidad sevillana de Dos Hermanas y cuyo principal artífice de la idea es el Instituto Europeo de la Alimentación Mediterránea (IEAMED). Este proyecto persigue como objetivo el valorar la tradicional riqueza gastronómica de Andalucía para ofertarla a los visitantes y turistas. La intención es preservar y divulgar la gastronomía andaluza a todas sus provincias, atraer turismo y fomentar el conocido Turismo Gastronómico, así como incrementar el empleo y el negocio de la restauración.

Algo que caracteriza a cada provincia andaluza es su plato típico, que también es el detonante turístico. Huelva es conocida por sus gambas blancas, Sevilla por sus huevos a la flamenca y Cádiz por sus chicharrones y tortillitas de camarones, sin olvidar el famoso salmorejo cordobés, los gurullos con conejo de Almería, la granaína tortilla de Sacromonte, el ajoblanco malagueño y la pipirrana de Jaén¹⁴.

Si además de una buena gastronomía sumamos el clima y la belleza monumental y cultural que tiene Andalucía, el turismo gastronómico está asegurado en nuestra tierra. Y si además mediante un programa de televisión fomentamos aún más este crecimiento, estaremos colaborando con nuestros andaluces y sus negocios a tener mayor difusión social.

¹³ <http://www.afuegolento.com/articulo/salvaguardar-patrimonio-gastronomico-andaluz/8815/>

¹⁴ <https://www.andaluciatb.com/gastronomia-de-andalucia-mis-platos-favoritos-provincia-por-provincia/>

2. Desarrollo del trabajo.

Lo primero en lo que hay que pensar a la hora de realizar un proyecto es en la idea, el tema principal. La idea resume en pocas palabras la esencia de lo que queremos crear. En este caso, la idea era hacer un programa dedicado a la gastronomía típica de los diferentes bares y restaurantes, ofreciendo a la audiencia una valoración de calidad y precio del establecimiento.

Como segundo paso, se procede a la realización de una breve sinopsis que desarrolla un poco más la idea principal, dotándola de algunos detalles más concretos que perfilan la intencionalidad del proyecto. *De Tapeo Con Dany* se centra en eliminar los prejuicios existentes ante la presencia de los bares. Hay bares que parecen estéticamente caros y luego no lo son, y otros que no tienen muy buena presencia y es donde mejor puedes comer alguna especialidad.

¿Quién va a ver nuestro programa? Es bueno saber en qué franja de audiencia nos vamos a centrar, ya que sería nuestra audiencia potencial y tendríamos que elaborar un formato que les llame la atención. Para decidir el target, solo hay que salir a la calle y frecuentar bares de diferente índole, así es como se puede deducir cuál sería nuestra mejor audiencia, aunque también se puede usar el método de la encuesta para realizar una estimación aproximada. Teniendo en cuenta que, a vista general, los más jóvenes suelen asistir a bares *low cost* y que las personas mayores tienden más a visitar bares y restaurantes de un rango superior. Los jóvenes de 25 a 35 años son los más propensos a cambiar de bares y a disfrutar probando cosas nuevas independientemente del precio que tengan, es por ello que nuestra audiencia se sitúa en ese intervalo de edades.

Una vez definida la audiencia potencial, se realiza el tratamiento, el tono que se le quiere dar al programa para que llame la atención entre las personas de dichas edades. Se decide un programa más ameno, poco serio, con entrevistas, casi todo grabado en la calle para que parezca más cercano, y se añade una sección con una persona de repercusión social para que el objetivo del programa, que es la evaluación gastronómica, tenga más credibilidad de cara a la sociedad.

En cuanto a los posibles patrocinadores existen multitud de posibilidades, ya que el mundo de la gastronomía mueve a muchas empresas de bebida, comida, supermercados, grandes almacenes, etc. En este caso se prefiere que los posibles patrocinadores sean marcas conocidas como Cruzcampo o CocaCola. Ambas marcas están bastante asentadas en nuestra Comunidad Autónoma y son de las más consumidas por los andaluces.

El guion literario, tanto el del presentador como los correspondientes a los *VTR* 's, son meramente orientativos, no existe un guion cerrado, ya que todas las personas que se van a visitar en los diferentes establecimientos son totalmente diferentes, con lo cual el guion debe ser abierto a la espontaneidad y a la improvisación. La única diferencia está en el guion literario del *VTR* con invitado. Este es un guion donde se añade una pequeña entrevista sobre los gustos gastronómicos de la persona que nos acompaña.

Hay que destacar, que para hacer más visual el programa, se añaden infografías con animación. Estas infografías son mapas con animación cuya función es indicar el lugar donde se encuentra el establecimiento que vamos a visitar. También hay otra infografía a modo de factura que se emite al final de la visita a cada bar.

El guion técnico es sencillo, no son necesarios los planos atípicos, todo se graba en planos generales, medios y primeros planos, así como planos picados y planos detalles para realzar la presencia de los diferentes platos que nos sirvan. La única herramienta a utilizar son los trípodes para las cámaras. La iluminación se llevará a cabo dependiendo de las necesidades, no todos los establecimientos tienen la misma iluminación.

El plató donde se grabará el principio del programa, consta solo de un set de rodaje. Un pequeño espacio donde el presentador dará paso a los diferentes *VTR* 's. La escenografía consta de elementos típicos que podemos encontrar en cualquier bar, con la peculiaridad de que son de gran tamaño. Encontramos una barra de bar donde el presentador se sitúa tras ella para presentar. Sobre la barra hay un botellero de madera. Tras la barra, nos encontramos con una botella de vino de gran tamaño. Junto a esta hay un abridor/sacacorchos y cinco cubiertos, todos ellos de gran tamaño también. En la otra pared, va colocado el logo del programa.

En las grabaciones de plató, se utilizarán solo dos cámaras y dos tipos de plano, medio y general. Esto es debido a que la grabación en el set es muy corta, ya que solo se realiza la presentación y despedida del programa.

La escaleta es el elemento que organiza cada programa, es indispensable para que todo esté ordenado y que no se olvide nada a la hora de la posproducción. A la hora de realizar un programa televisivo, o cualquier trabajo audiovisual, es necesaria la organización de los contenidos y tener todo a punto, hasta el más mínimo detalle, para que nada salga mal. Un fallo puede ser el detonante de una mala imagen para la audiencia.

Las necesidades técnicas, como todo programa de televisión, se insertan en un listado, cuyos elementos anotados no deben faltar nunca en las grabaciones. Hablamos de lo esencial: micrófonos, cámaras, cables, baterías, trípodes, etc. Al ser un programa con pocas necesidades, es más fácil poder llevarlo a cabo en la realidad. En cuanto a las necesidades de personal técnico, no es necesario tener un gran equipo de trabajo, ya que con unas seis o siete personas que desempeñen sus labores correctamente, el programa se grabaría y editaría sin problemas.

Al tener pocas necesidades técnicas y de personal, el presupuesto no es muy elevado, siendo así un programa viable para cualquier televisión local o provincial. Podría tener cabida en las parrillas de canales como *Siete*, *Canal Sur Televisión* o *Andalucía TV*.

3. Reflexión.

La idea de “De Tapeo Con Dany” surge al ver cómo la gente juzga los bares por su apariencia. Hay bares que parecen ser de un nivel adquisitivo alto, pero solo lo parecen, las apariencias engañan. Ejemplo de ello es el siguiente titular de Europa Press del pasado 29 de abril¹⁵.

Alta gastronomía y conciencia ecológica por 8 euros en una nueva edición de Hotel Tapa Tour

Esta noticia es un gran ejemplo de que las apariencias engañan. Su objetivo es reivindicar la gastronomía hotelera de lujo pero el precio no es nada excesivo. Hay veces que es mejor informarse antes de juzgar por uno mismo, porque puedes estar viendo un restaurante de lujo donde puedes comer por menos de diez euros y acabas gastando más dinero en el bar pequeño de la esquina que creías más económico.

Tras la crisis económica, la sociedad tuvo que privarse de algunos caprichos como el comer fuera de casa y abolir la costumbre de salir de tapas debido al gran número de desempleados y de contratos basura, lo que hacía que la gente no tuviera dinero para darse un homenaje gastronómico. Esto provocó que cuando se salía a tapear, se buscaban bares *low cost*, sin importarles la calidad. Si pasaban por un bar estéticamente bien presentado, sospechaban que era caro y no perdían el tiempo ni en mirar la carta para ver los precios.

Este es el detonante de este proyecto, el quitar esos prejuicios a la sociedad y que vean que no todos los bares con apariencia lujosa, lo son.

Así ha afectado la crisis a los bares: España ya pierde 18.300 establecimientos desde 2010

Este titular del periódico El Economista¹⁶ del día 11 de diciembre de 2018 respalda las palabras anteriores. Según la noticia, escrita por Javier Romera, cuenta que en España cerraron 184.440 bares en el último año, y que el cierre de estos negocios no ha dejado de caer desde la crisis. Añade que el problema está en las pymes, ya que las empresas que más desaparecen son los pequeños negocios y los que más florecen son las cadenas de restaurantes.

Con la crisis económica han existido bares que se han tenido que amoldar a la situación y para salir adelante han tenido que tirar los precios por los suelos para tener ganancias, aunque fueran pocas. Este tipo de bares son a los que se ha acostumbrado la sociedad afectada por la crisis.

¹⁵ <https://www.europapress.es/turismo/hoteles/noticia-alta-gastronomia-conciencia-ecologica-euros-hotel-tapa-tour-20190429115413.html>

¹⁶ <https://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/9574531/12/18/Asi-ha-afectado-la-crisis-a-los-bares-Espana-pierde-18300-establecimiento-desde-2010.html>

En Andalucía, concretamente en Granada y Almería, existe la tradición de la tapa con la bebida. Es una dinámica para atraer a los clientes, los cuales se toman cualquier bebida y le sirven una tapa, todo por un módico precio. Esta tradición no la encontramos en Sevilla, ¿sería una buena opción para fomentarlo en las provincias donde no se estila esta tradición?

Como conclusión, podemos decir que Andalucía es rica en todo y su gastronomía es uno de los mayores privilegios, algo que hay que seguir fomentando. *De Tapeo Con Dany* se moverá por la geografía andaluza para conseguir que los establecimientos tengan unos minutos televisivos para defender su calidad y sus precios ante la audiencia y puedan recibir ese turismo gastronómico que tanto nos representa.

3.1 Competencias aprendidas.

Al hacer un repaso por la trayectoria dentro del grado de periodismo, existen algunas nociones necesarias para la elaboración de este proyecto audiovisual.

Primeramente, es necesario el conocimiento de producción, algo indispensable a la hora de crear un proyecto desde el principio. Hay que saber los pros y los contras que tiene una idea antes de elaborarla. Se debe realizar un pequeño estudio de mercado para ver las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades que tiene nuestro futuro proyecto ante la competencia ya existente.

Al ser un programa de televisión, tendremos que tener habilidades de redacción en televisión para poder realizar un guion en condiciones.

La asignatura de *Tecnología de los Medios Audiovisuales* te abre las puertas al conocimiento del manejo de cámaras, cómo manipular la luz y sobre todo, lo más importante, el montaje y edición de video. Esto último es algo indispensable para el proyecto, ya que no es un programa en directo, sino que se graba, se monta y se vende enlatado a la cadena. Cabe decir también, que la asignatura en sí está un poco incompleta, ya que debería añadir, en estos casos de realización de programas televisivos, más contenido sobre edición de video. Los conocimientos adquiridos en este ámbito son muy básicos y se necesitan completar con cursos ajenos a las asignaturas de clase.

La destreza al expresarse y al escribir son dos factores muy importantes que se aprenden al estudiar periodismo. Dependiendo del sector de audiencia al que nos vamos a dirigir, tendremos que expresarnos de una forma u otra. No es lo mismo dirigirse a una minoría culta y experta en un tema concreto, donde utilizarías un lenguaje más técnico, que dirigirse a un sector social más amplio donde tienen cabida diferentes niveles sociales. En este último caso hay que saber adaptar el discurso para que se entienda perfectamente y no existan dudas acerca de lo que estamos informando. En el caso de nuestro programa, no se utilizaría un lenguaje técnico sobre gastronomía porque la audiencia podría no entenderlo en su totalidad.

A modo personal, y siguiendo la línea de las competencias aprendidas, a la hora de realizar un proyecto de estas características, además de poseer el título de periodista, que es esencial para poder saber redactar, adecuar el discurso y expresarse, sería recomendable estar en posesión del título de producción audiovisual y de realización audiovisual. Estos dos cursos de formación profesional de grado superior te hacen aprender todas las competencias necesarias a la hora de afrontar cualquier proyecto audiovisual desde cualquier perspectiva, ya sea técnica como administrativa.

El grado de periodismo se centra en hacer de sus alumnos unos profesionales de la información veraz y contrastada, con una gran base cultural y buenos conocimientos sobre el discurso periodístico y la lingüística.

3.2 Aplicaciones.

La vida cotidiana está llena de muchas costumbres y una de ellas, en Andalucía, es el tapeo¹⁷.

Con *De Tapeo Con Dany*, lo que se quiere es que las personas identifiquen los bares que este programa ha visitado mediante la pegatina que se pegará en la puerta de los establecimientos. Con este sello identificativo del programa, el cliente podrá saber que ya hemos estado allí y puede consultar el programa para ver cuánto le puede costar tapear en ese sitio y qué calidad ostenta.

Esto se podría realizar mediante el registro de cada bar visitado en una aplicación móvil, que a través de un código *QR* impreso en la pegatina del establecimiento, genere la información acerca del programa grabado en ese lugar y saque de dudas al cliente en menos de un minuto.

El tapeo es importante en Andalucía y es una marca que nos identifica. Hay personas para todos los gustos y de estatus sociales diferentes, y todas ellas deben tener cabida en nuestro programa, al igual que todos los establecimientos que se ofrecen a abrir sus puertas y conocerlos desde sus fogones.

¹⁷ <https://tipicodeandalucia.com/tapa-tapeo-tradicion-gastronomia-placer/>

3.3 Otros pormenores.

Una de las circunstancias que más se podrían señalar al respecto de este proyecto, es la situación de los medios de comunicación hoy en día.

Puede ser una ventaja para este proyecto el hecho de que la mayoría de los medios prefieren comprar programas a productoras externas que producirlos ellos mismos, ya sea por instalaciones, por personal o porque sencillamente les sale más económico el pagar por un producto elaborado.

Existen muchos proyectos audiovisuales¹⁸ que cuentan con financiaciones muy grandes, dependiendo de su repercusión social. Son financiaciones que en algunos casos parecen excesivas.

El proyecto elaborado, siendo un programa que fomenta el tapeo andaluz, y además tiene una elaboración sencilla, no debería ser complicado de vender a alguna de las televisiones de emisión andaluza.

De Tapeo Con Dany es un formato que además de información de los distintos establecimientos gastronómicos, se propone entretener y avivar el espíritu de la tapa, haciendo que la sociedad tome conciencia de que “las apariencias engañan” y animarlos a probar cosas nuevas, diferentes, creativas, con buen sabor, buena presencia, calidad y como no, a buen precio.

¹⁸ http://vertele.eldiario.es/verteletv/actualidad/programa-precio_0_1173182672.html

4. Bibliografía.

- Junta de Andalucía. Gastronomía [consulta: 24/05/2019]. Disponible en: <https://www.juntadeandalucia.es/andalucia/cultura/gastronomia.html>
- FUNDACIÓN Dieta Mediterránea [consulta: 24/05/2019]. Disponible en: <https://dietamediterranea.com/nutricion-saludable-ejercicio-fisico/>
- EUROPA Press. La Copa Covap. Publicado: 13/05/2019 [consulta: 24/05/2019]. Disponible en: <https://www.europapress.es/andalucia/noticia-copa-covap-difunde-beneficio-dieta-mediterranea-metabolismo-infantil-prevenir-diabetes-20190513180638.html>
- EUROPA Press. Extenda apoya a 19 bodegas andaluzas. Publicado: 03/04/2019 [consulta: 24/05/2019]. Disponible en: <https://www.europapress.es/esandalucia/sevilla/noticia-extend-a-19-bodegas-andaluzas-congreso-internacional-vinos-tradicionales-andalucia-20190403154504.html>
- ESPAÑA Gastronomía. Tres de los chefs andaluces más reconocidos. Publicado: 09/10/2013 [consulta: 24/05/2019]. Disponible en: <https://espana.gastronomia.com/noticia/1315/tres-de-los-chefs-andaluces-mas-reconocidos>
- APONIENTE. Cocina del mar [consulta: 24/05/2019]. Disponible en: <https://www.aponiente.com/>
- GRUPO Dani García [consulta: 25/05/2019]. Disponible en: <https://www.grupodanigarcia.com/chef-dani-garcia/>
- RESTAURANTE Choco [consulta: 25/05/2019]. Disponible en: <http://www.restaurantechoco.com/kisko-garcia/>
- APRENDE de Turismo. Claves del turismo gastronómico. Publicado: 24/08/2015 [consulta: 25/05/2019]. Disponible en: <https://www.aprendedeturismo.org/turismo-gastronomico/>
- DINAMIZA Asesores [consulta: 25/05/2019]. Disponible en: <http://dinamizaasesores.es/turismo/turismo-gastronomico/ii-estudio-la-demanda-turismo-gastronomico-espana-2/>
- DINAMIZA, A. (2017). II Estudio de la Demanda de Turismo Gastronómico en España. <http://dinamizaasesores.es/www/wp-content/uploads/2017/12/Informe-completo-II-Estudio-de-la-demanda-de-turismo-gastronomico-en-Espana.pdf> [consulta: 28/05/2018]
- ANDALUCIA. Rutas gastronómicas [consulta: 26/05/2019]. Disponible en: <http://www.andalucia.org/es/rutas/tipos/rutas-gastronomicas/>
- AFUEGOLENTO. Salvaguardar el Patrimonio Gastronómico Andaluz. Publicado: 2016 [consulta: 26/05/2019]. Disponible en: <http://www.afuegolento.com/articulo/salvaguardar-patrimonio-gastronomico-andaluz/8815/>

-
- ANDALUCIA TB. Gastronomía de Andalucía: mis platos favoritos provincia por provincia. Publicado: 25/10/2018 [consulta: 27/05/2019]. Disponible en: <https://www.andaluciatb.com/gastronomia-de-andalucia-mis-platos-favoritos-provincia-por-provincia/>
 - EUROPA Press. Alta gastronomía y conciencia ecológica. Actualizado: 29/04/2019 [consulta: 27/05/2019]. Disponible en: <https://www.europapress.es/turismo/hoteles/noticia-alta-gastronomia-conciencia-ecologica-euros-hotel-tapa-tour-20190429115413.html>
 - ECONOMISTA, El. Así ha afectado la crisis a los bares. Publicado: 11/12/2018 [consulta: 28/05/2019]. Disponible en: <https://www.economista.es/empresas-finanzas/noticias/9574531/12/18/Asi-ha-afectado-la-crisis-a-los-bares-Espana-pierde-18300-establecimiento-desde-2010.html>
 - TIPICO de Andalucía. La tapa y el tapeo. Publicado: 12/12/2016 [consulta: 28/05/2019]. Disponible en: <https://tipicodeandalucia.com/tapa-tapeo-tradicion-gastronomia-placer/>
 - VERTELE. Todo programa tiene un precio. Publicado: 16/09/2010 [consulta: 28/05/2019]. Disponible en: http://vertele.eldiario.es/verteletv/actualidad/programa-precio_0_1173182672.html