

# Guió i preproducció de contingut addicional sobre temàtiques socials de la telenovel·la *Com si fos ahir*

---

Tània Escamilla Riera  
Grau en Mitjans Audiovisuals

CURS 2020-21



*Centre adscrit a la*

---





*Centre adscrit a la*

---



**Grau en Mitjans Audiovisuals**

**GUIÓ I PREPRODUCCIÓ DE CONTINGUT ADDICIONAL SOBRE TEMÀTIQUES  
SOCIALS DE LA TELENOVEL·LA *COM SI FOS AHIR***

**Memòria Treball Aplicat**

**TÀNIA ESCAMILLA RIERA**  
**TUTORA: ARIADNA VÁZQUEZ GARCIA**  
CURS 2020-21





## **Dedicatòria**

Per tu Auely, per totes les coses bones que m'han passat i que no he pogut compartir amb tu des que vas marxar. Ets la llum que mai deixarà de brillar.



## **Agraïments**

A la meva família, per la seva incondicionalitat.

A la meva germana i la meva mare, perquè no existeixen persones més generoses en el món  
que elles.

A la meva millor amiga, la Marta, per demostrar-me dia a dia el significat de la paraula  
amistat.

A les meves nenes, per donar-me oxigen quan més l'he necessitat.

I sobretot a tu, per ajudar-me, aguantar-me i demostrar-me cada dia que tot això val la pena.

Perquè des que vas arribar, la vida té un altre color. Et tornaria a escollir amb els ulls  
tancats. Fins a Albània i tornar mil vegades.



## **Resum**

El projecte consisteix en el guionatge i la preproducció de contingut addicional dirigit a l'Instagram oficial de la telenovel·la *Com si fos ahir* de TV3. El contingut es basa en quatre peces audiovisuals en les quals es tracten diferents problemàtiques socials que apareixen en les trames de la telenovel·la. Amb la creació d'aquestes peces es pretén desestigmatitzar i acabar amb els prejudicis que envolten les problemàtiques en qüestió, sense deixar de banda l'entreteniment de les ficcions seriades. La metodologia utilitzada en aquest projecte consisteix en la utilització de contingut original de la telenovel·la i la intervenció dels actors protagonistes de les trames i d'especialistes de cada problemàtica.

## **Resumen**

El proyecto consiste en el guionaje i la preproducción de contenido adicional dirigido al Instagram oficial de la telenovela *Com si fos ahir* de TV3. El contenido se basa en cuatro piezas audiovisuales en las cuales se tratan diferentes problemáticas sociales que aparecen en las tramas de la telenovela. Con la creación de estas piezas se pretende desestigmatizar y acabar con los prejuicios que rodean las problemáticas en cuestión, sin dejar a un lado el entretenimiento característico de las ficciones seriadas. La metodología utilizada en este proyecto consiste en la utilización de contenido original de la telenovela i la intervención de los actores protagonistas de las tramas i de especialistas de cada problemática.

## **Abstract**

The project consists of script writing and preproduction of additional content directed at the official Instagram of the soap opera *Com si fos ahir* of TV3. The content is based on four audiovisual pieces that deal with different social issues that appear in the plots of the soap opera. The creation of this pieces is intended to destigmatize and end the prejudices surrounding these issues, while neglecting the entertainment of the serial fiction. The methodology uses un this project consists on the use of the original content of this soap opera and the intervention of the protagonists of the plots and specialists in each issue.





# Índex

Índex de figures.....	IV
Índex de taules .....	VI
1. Introducció .....	1
2. Marc conceptual/contextual .....	5
2.1. Ficció televisiva i els seus formats .....	6
2.1.1. La telesèrie de drama.....	9
2.1.1.1. Soap Opera.....	10
2.1.1.2. Telenovel·la .....	11
2.1.2. La telenovel·la a Espanya i a Catalunya.....	12
2.1.2.1. Història i evolució de la telenovel·la a Espanya.....	13
2.1.2.2. Les telenovel·les catalanes.....	15
2.1.2.3. Característiques i valors de les telenovel·les espanyoles i catalanes.....	15
2.1.3. <i>Com si fos ahir</i> .....	16
2.2. Màrqueting cinematogràfic i Internet .....	17
2.2.1. Tipologia de màrqueting cinematogràfic.....	19
2.2.1.1. Eines directes del màrqueting cinematogràfic .....	20
2.2.2. Xarxes socials i Instagram.....	22
2.2.2.1. Instagram TV (IGTV).....	24
3. Anàlisi de referents .....	25
3.1. Referents de contingut .....	25
3.1.1. Documental <i>Di _capacitados</i> .....	25
3.1.2. Programa <i>Eso no se pregunta: VIH</i> .....	26
3.1.3. <i>Charla de queridas: EL POLIAMOR Y LOS CELOS</i> .....	28
3.1.4. <i>Relaciones tóxicas – ABC Psicólogos</i> .....	29
3.2. Referents de format.....	30
3.2.1 Instagram <i>Sex Education</i> .....	30
3.2.2. Instagram <i>Merlí Sapere Aude</i> .....	32
3.2.3. <i>Com si fos un making 2</i> .....	34
4. Objectius i abast.....	37
4.1. Objectius principals .....	37

4.2. Objectius secundaris .....	37
4.3. Abast .....	38
5. Metodologia i flux de treball.....	39
5.1. Documentació i recerca prèvia .....	39
5.2. Guionatge i preproducció.....	40
5.2.1. Guionatge.....	40
5.2.1.1. Selecció de problemàtiques i tria d'imatges .....	40
5.2.1.2. Selecció d'actors i especialistes i preentrevistes amb especialistes.....	43
5.2.1.3. Elaboració dels guions finals .....	43
5.2.2. Preproducció.....	44
5.3. Eines.....	45
6. Anàlisi i resultats.....	47
6.1. Anàlisi de l'audiència de la telenovel·la <i>Com si fos ahir</i> .....	47
6.2. Guionatge.....	49
6.2.1. Selecció problemàtiques socials .....	49
6.2.2. Ideació de les càpsules.....	51
6.2.3. Tria d'imatges de les escenes .....	52
6.2.4. Selecció actors i especialistes entrevistats.....	54
6.3. Preproducció .....	56
6.3.1. Localitzacions.....	56
6.3.2. Pla de rodatge .....	57
7. Conclusions.....	59
8. Referències.....	63
8.1. Bibliografia .....	63
8.2. Webgrafia.....	65
9. Estudi de viabilitat .....	69
9.1. Pla de treball i cronograma .....	69
9.2. Anàlisi de la viabilitat tècnica i econòmica .....	70
9.3. Aspectes legals.....	72
10. Annexos .....	75

10.1. Exemple de transcripció d'entrevista.....	75
10.2. Guió final <i>Com si fos esquizofrènia</i> .....	80
10.3. Guió final <i>Com si fos VIH</i> .....	85
10.4. Guió final <i>Com si fos poliamor</i> .....	90
10.5. Guió final <i>Com si fos una relació de violència</i> .....	95
10.6. Pla de rodatge.....	102

## Índex de figures

Figura 3.1. Fotogrames documental <i>Di_capacitados</i> .....	26
Figura 3.2. Fotogrames programa <i>Eso no se pregunta: VIH</i> .....	27
Figura 3.3. Fotogrames vídeo <i>Charla de Queridas: EL POLIAMOR Y LOS CELOS</i> .....	29
Figura 3.4. Fotograma vídeo <i>Relaciones tóxicas</i> .....	30
Figura 3.5. Instagram <i>Sex Education</i> .....	31
Figura 3.6. Fotograma vídeo IGTV <i>Sex Education</i> .....	32
Figura 3.7. Instagram <i>Merlí Sapere Aude</i> .....	33
Figura 3.8. Fotogrames vídeo <i>Com si fos un making 2</i> .....	35



## **Índex de taules**

Taula 2.1. Classificació dels formats de ficció televisiva segons gènere i format.....	9
Taula 6.2. Taula d'audiència de Com si fos ahir per franges d'edat i gènere.....	47
Taula 9.3. Cronograma del projecte.....	70
Taula 9.4. Pressupost del projecte.....	72

# 1. Introducció

La indústria televisiva, des de la seva aparició, ha tingut un impacte social molt important sobre l'audiència. La televisió i els continguts que s'emeten en aquesta, influeixen molt en la forma d'actuar i de pensar de la societat. Un dels formats que permet impactar socialment de manera més directa és la ficció seriada televisiva. Dins d'aquesta es troben les telenovel·les diàries, les quals tenen una gran capacitat de tractament de temes socials.

Les telenovel·les diàries tenen un paper fonamental en la transmissió de valors a la societat, ja que és un producte audiovisual que acompanya cada dia a la seva audiència. Acostumen a ensenyar problemes quotidians del dia a dia de qualsevol persona, són històries molt realistes que permeten que els espectadors sovint se sentin identificats amb els personatges i amb les situacions que viuen aquests. Això fa que les persones siguin capaces de crear un vincle més fort amb els protagonistes, ja que és més fàcil posar-se a la seva pell i, per tant, sentir empatia per ells.

Per altra banda, l'aparició d'Internet i les xarxes socials han potenciat l'efectivitat de l'impacte social de tots els continguts televisius. Per aquest motiu, les xarxes socials han anat agafant cada vegada més importància i han sigut un punt clau en l'evolució del contingut televisiu, ja que permeten que hi hagi una interacció i un intercanvi d'opinions entre el producte audiovisual que es mostra i els espectadors que el consumeixen, és a dir, les xarxes socials han permès que l'audiència passi d'una actitud passiva a una de completament activa. En el món de la ficció seriada, l'aparició d'aquestes, dona l'oportunitat de crear contingut addicional relacionat amb la sèrie en qüestió. Això permet donar un valor afegit al contingut del producte audiovisual que pot ser utilitzat per promocionar-lo i, d'aquesta manera, aconseguir captar nova audiència.

Aquest projecte consisteix en la preproducció i el guionatge d'un producte audiovisual, de caràcter addicional, de la sèrie diària *Com si fos ahir*, una producció pròpia de la Televisió de Catalunya (TV3). Aquest producte es basa en diverses càpsules audiovisuals de curta durada, concretament quatre càpsules diferents, dirigit exclusivament al canal oficial d'Instagram de *Com si fos ahir*. Es vol crear una secció al canal d'Instagram TV de la sèrie en la qual s'englobin totes aquestes peces audiovisuals. El tipus de problemàtiques que es volen tractar en aquestes càpsules són extrems de diferents representacions de la realitat que



estan tractades a diferents trames de la telenovel·la *Com si fos ahir*. Són temes socialment delicats i fins i tot, considerats temes tabú per una part de la societat, els quals són, l'esquizofrènia, el VIH, el poliamor i les relacions de violència.

Les càpsules inclouen diverses imatges d'escenes que formen part de les trames escollides de la sèrie en les que es vegin i s'entenguin les problemàtiques que es tracten en cada cas. També hi ha intervencions dels actors que protagonitzen les trames escollides, perquè aportin una visió personal i com a personatge de la problemàtica que interpreten. Per últim, també hi ha intervencions d'especialistes experts en les diferents temàtiques, per tal de donar una visió més professional i aportar informació que serveixi per acabar amb el desconeixement de la societat i desestigmatitzar totes les problemàtiques que es tracten en les càpsules.

Els processos que s'han seguit per portar a terme aquest projecte són, primer de tot, una bona documentació i recerca prèvia per tenir els coneixements necessaris per desenvolupar bé el treball. Seguidament, per realitzar el guionatge de les càpsules, s'ha començat amb la selecció de les problemàtiques a tractar, la tria d'imatges de les escenes que s'inclouen a les càpsules i la selecció dels actors protagonistes i dels especialistes que intervenen a les càpsules. A continuació, s'han realitzat les preentrevistes per videotrucada amb els especialistes, per poder-les transcriure posteriorment i triar les intervencions que es considerin adients per les peces audiovisuals. Després de tot això, s'ha realitzat el guionatge final de les càpsules combinant tots els recursos audiovisuals que s'han obtingut.

A partir d'aquí s'ha fet la preproducció d'aquestes peces audiovisuals, començant pel desglossament dels guions per identificar les necessitats de cada càpsula. S'han definit les localitzacions on gravar les entrevistes dels actors i dels especialistes, s'han tingut en compte els recursos i material tècnic que es necessitaria, el qual el proporcionarà TV3, i s'ha definit un pla de rodatge sobre l'organització de les gravacions de les entrevistes dels actors i els especialistes de cada càpsula. Amb tot això, el que es pretén és deixar el contingut audiovisual que es vol crear en un punt en què, a partir d'aquest projecte, es pugui produir sense cap problema.

El projecte vol aconseguir potenciar el poder socialitzador i la capacitat d'influenciar a la societat que té la ficció seriada televisiva diària i utilitzar-ho per desestigmatitzar diversos temes que es tracten a la sèrie. És necessari donar importància a certs problemes que hi ha

actualment a la societat i amb aquest contingut addicional, es vol intentar donar més visibilitat i normalitzar alguns d'aquests problemes, els quals, encara que de vegades no ho sembli, els pot tenir qualsevol persona.

Paral·lelament, el producte audiovisual pretén oferir contingut addicional als espectadors i així, per una banda, intentar fidelitzar més a l'audiència ja existent, la qual és troba entre la franja d'edat dels quaranta-cinc anys fins a més de setanta-cinc anys. Per altra banda, aconseguir noves audiències, d'entre divuit i trenta-quatre anys, a través de l'explotació d'un altre mitjà, com són les xarxes socials, en aquest cas concret, a través de l'aplicació d'Instagram. Com ja s'havia mencionat abans, d'aquesta manera queda definit el mitjà de comunicació on es pretén dirigir el nou contingut.

En termes generals, el projecte té dues bases principals. En primer lloc, la producció del contingut addicional per tal de donar més visibilitat i normalitzar diferents problemes que hi ha actualment a la societat a través de les trames de la telenovel·la *Com si fos ahir*. En segon lloc, la capacitat d'utilitzar aquest contingut per millorar el màrqueting audiovisual de la sèrie a través d'un altre mitjà no tan explotat per aquesta, com és l'Instagram.



## 2. Marc conceptual/contextual

El producte audiovisual es basa a crear contingut addicional dirigit a la plataforma d'Instagram oficial de la telenovel·la *Com si fos ahir* de TV3, per tal de documentar sobre quatre temàtiques socials que han estat tractades a diferents trames de la sèrie i d'aquesta manera intentar que el contingut tingui una funció social de conscienciació a la societat i no sigui únicament per entretenir als espectadors. Per dur a terme el projecte es requereix una documentació prèvia per tenir unes bases sobre tots els àmbits que entren en joc per crear el producte audiovisual esperat.

Tot això comporta dividir el marc teòric en dos apartats diferents, per tal de tractar els dos àmbits importants a desenvolupar i així poder fer una bona recerca prèvia i poder executar el projecte amb els coneixements necessaris.

La primera part del marc teòric se centra a definir el format de ficció televisiva del qual es fa el contingut addicional, com és la telenovel·la, més concretament la telenovel·la diària. Per conèixer bé el format, s'explica una mica la història de la telenovel·la a Espanya, els seus orígens, l'evolució que ha patit el format al llarg dels anys i, finalment, s'aprofundeix més en la descripció, la història i l'evolució de les telenovel·les catalanes i les seves peculiaritats. A partir d'haver definit bé aquest concepte, una última part d'aquest apartat consisteix en la presentació de la telenovel·la de TV3, *Com si fos ahir*, de les trames de la qual es treuen les diferents problemàtiques que es tracten a les càpsules.

La segona part d'aquest marc teòric, es basa en la investigació del màrqueting digital de les ficcions seriades i del paper fonamental que tenen actualment les xarxes socials i què aporten a les sèries de ficció televisiva. També s'aprofundeix en la plataforma d'Instagram, ja que les càpsules van dirigides a publicar-se a través del canal d'Instagram oficial de la sèrie *Com si fos ahir*. Per últim, la investigació s'acaba centrant en l'Instagram TV, a on va dirigit exactament el contingut addicional, per tal de veure quines característiques i quin format ha de tenir el producte audiovisual que s'ha de crear.

## 2.1. Ficció televisiva i els seus formats

Abans de parlar concretament de la telenovel·la, que és el format de la sèrie que s'estudia en aquest projecte, cal definir dins de quin gènere televisiu s'engloba, és a dir, la ficció televisiva.

La televisió sempre ha tingut tres funcions bàsiques, les quals són: informar, formar i entretenir. Encara actualment, segueix tenint un paper molt important en la formació de l'opinió pública, ja que té un gran poder d'influència sobre la societat. Com ja s'ha dit abans, el gènere televisiu dins el qual està l'objecte d'estudi d'aquest projecte és la ficció televisiva, la qual a part de tenir la seva funció principal d'entretenir, pot tenir la funció d'informar i formar a la societat, sense que els espectadors en siguin del tot conscients. Per explicar bé aquesta doble funció d'entretenir i formar a la vegada de la ficció televisiva, apareix el concepte *edutainment* o entreteniment educatiu.

Igartua i Vega (2014) expliquen sobre l'edu-entreteniment que:

Es busca provocar canvis prosocials a través de l'emissió de missatges d'entreteniment que contenen, de manera més o menys subtil, missatges educatius. Aquest tipus d'estratègia es basa en l'emissió per televisió de sèries, telenovel·les i altres formats narratius que expliquen amb un elenc de personatges els comportaments i les actituds dels quals poden servir de model pels espectadors. En aquest sentit, gran part de l'èxit d'aquests formats es deu a l'"enganxament" que es produeix amb els personatges a través de processos com la identificació.

La funció simultània d'educar i entretenir que permeten les ficcions seriades televisives és un gran punt a tenir en compte pel propòsit dels productes audiovisuals que aquest projecte pretén crear, ja que justament són les dues funcions que han de tenir les càpsules que tracten problemàtiques socials actuals representades a través de trames de personatges de la telenovel·la.

La ficció televisiva és el gènere en el qual es dedica més temps, dins del camp on no s'inclouen els formats d'informació i s'ha tornat una de les parts més importants de la producció televisiva. Són productes que tenen molt èxit actualment, perquè permet explicar

d'una manera molt més extensa tota la narrativa de la història i es poden desenvolupar molt més els personatges que s'estan presentant en aquesta.

Per tenir clar el concepte de ficció i d'aquesta manera poder classificar bé el format en el qual es basa l'estudi, cal tenir una definició fonamental del gènere de ficció i una classificació de les seves variants, segons la naturalesa del seu contingut i segons els formats que existeixen (Carrasco, 2010).

La informació necessària per fer aquesta classificació i definir bé tots els conceptes, s'extreu molta part de l'article del Dr. Ángel Carrasco Campos, el qual és un assaig de definicions que s'endinsa en el format de la telesèrie, intentant crear un marc conceptual de l'àmbit de la ficció televisiva. Una definició a termes generals del gènere de ficció, podria ser la de "gènere televisiu destinat a l'entreteniment de les audiències a través de la narració de relats inventats" (Carrasco, 2010, p.182).

A partir d'aquí es podria fer una classificació dels formats de ficció televisiva que existeixen segons la seva estructura narrativa, com la que fa Carrasco (2010), la qual la divideix entre telefilm, minisèrie i telesèrie.

- El telefilm és un "format televisiu de ficció consistent en l'emissió d'un relat autoconclusiu, excepte seqüeles" (Carrasco, 2010, p.182). Per deixar més clara la definició, segons Gordillo (2009), el telefilm és una peça de ficció unitària i independent, la qual té una durada semblant a la del llargmetratge de ficció però, els processos de producció i la configuració narrativa la diferència d'aquest.
- La minisèrie és un altre "format televisiu de ficció consistent en l'emissió, fragmentada en escassos capítols, d'un relat autoconclusiu, excepte seqüeles" (Carrasco, 2010, p.183). La gran diferència amb el telefilm, és la manera en què s'emet el contingut, un de manera unitària i l'altre organitzada en episodis diferents. La característica pròpia de la minisèrie és, segons Gordillo (2009), el fet que hagin de tenir una quantitat limitada d'episodis i que aquests s'emetin amb una estructura de sèrie de ficció.

La sèrie diària *Com si fos ahir*, no entra dins dels formats definits anteriorment, ja que no té les característiques típiques de cap d'aquests dos. Ara bé, per últim, la telesèrie, és el subgènere de ficció en el que cal endinsar-se per tal de poder explicar bé el format de

l'objecte d'estudi del treball, la telenovel·la. Segons Carrasco (2010), la gran diferència entre el telefilm o la minisèrie i la telesèrie és que, aquest últim, no és considerat un format televisiu únicament, sinó un subgènere de la ficció que engloba diferents formats televisius. Això s'explica per la seva gran competència d'incloure diverses propostes narratives.

- La telesèrie o sèrie, com ja s'ha dit, és on cal focalitzar més l'atenció i explicar detingudament quins són els formats que la conformen. Carrasco (2010) defineix la telesèrie com:

Subgènere televisiu de ficció de clar propòsit comercial destinat a l'entreteniment, consistent en relats inventats i estructurats en un ampli número (obert o tancat) de capítols, la duració del qual ve definida per la pròpia estructura de la graella de la cadena (horari al qual està destinat) i els hàbits de consum dels espectadors (les audiències a les quals està dirigit). (p.183)

Ja dins de la categoria de telesèrie, es podrien classificar els diferents formats segons la naturalesa dels seus continguts, tal com ho fa Àngel Carrasco (2010), és a dir, entre drama i comèdia.

Quan es diu que la naturalesa dels seus continguts siguin de comèdia, es fa "referència a aquelles telesèries els continguts de les quals són escollits i orientats principalment, encara que no exclusivament, cap a l'entreteniment de les audiències a través de l'humor" (Carrasco, 2010, p.189). En aquest cas es troben dos formats diferents com indica Carrasco (2010), la *sitcom* o comèdia de situació, el qual és el format bàsic que es coneix com a telecomèdia i el *dramedy* o dramèdia, el qual barreja elements propis del drama televisiu amb altres de la *sitcom*.

Per altra banda, dins la categoria de la telesèrie de drama, segons Carrasco (2010) es poden diferenciar tres formats, els quals són la *soap opera*, la telenovel·la i el drama. Aquests conceptes es detallen específicament a continuació per tal d'aprofundir més en l'objecte d'estudi del treball.

	SEGONS ESTRUCTURA NARRATIVA	SEGONS NATURALESA DEL CONTINGUT	FORMATS DE TELESERIE
FICCIO TELEVISIVA	TELEFILM		
	TELESÈRIE	COMÈDIA	SITCOM
			DRAMEDY
		DRAMA	DRAMA
			SOAP OPERA
	MINISÈRIE		
		TELENOVEL·LA	

Taula 2.1. Classificació dels formats de ficció televisiva segons gènere i format.

Font: Elaboració pròpia.

### 2.1.1. La telesèrie de drama

Per tal de definir i entendre bé el concepte de telesèrie de drama, s'ha d'explicar a què es refereix quan es parla de drama en aquest context. En aquest cas, segons Carrasco (2010), no es coneix com a gènere dramàtic el que fa referència a continguts tristos o tràgics, sinó que es refereix a quan el contingut no es crea utilitzant eines com l'humor i la comèdia per generar l'entreteniment que es vol aconseguir amb la ficció.

En aquesta categoria de telesèrie de drama, com ja s'ha dit anteriorment, es poden trobar tres formats diferents, la *soap opera*, la telenovel·la i el drama. L'última categoria, és a dir, el drama, és on s'englobarien totes les sèries dramàtiques que no s'inclouen dins dels altres dos formats abans esmentats, ja que les característiques d'aquestes no encaixen amb cap d'ells (Carrasco, 2010). En resum, és un format contenidor on es pot incloure tot el que no concorda amb els altres dos formats més específics, sempre que es tracti de contingut de naturalesa dramàtica i no de comèdia.

Per tal de definir quin és el format de la sèrie que serveix com a objecte d'estudi d'aquest projecte, s'hauria d'explicar bé quins són els altres dos formats de telesèrie de drama, ja que el concepte de telenovel·la s'adapta a les característiques dels productes que es fan a



cada país. No té les mateixes característiques, ni intenta transmetre els mateixos valors una telenovel·la llatinoamericana, una nord-americana o una espanyola. Cada país ha anat adaptant el format de telenovel·la a la seva cultura i a la seva societat. Tot i això, es pretén donar una definició general del que seria cada concepte, per tal de després poder explicar bé quin és el format de les telenovel·les espanyoles i catalanes amb més precisió.

Sobre els altres dos formats de telesèrie de drama que identifica Carrasco (2010), la *soap opera* i la telenovel·la, s'ha d'intentar explicar bé les diferències entre els dos, ja que sovint es confonen i es consideren únicament dues variables dins del mateix format, el serial.

### **2.1.1.1. Soap Opera**

"El format de telesèrie de drama conegut com a *soap opera* o serial representa el format dramàtic de ficció nord-americana per excel·lència." (Carrasco, 2010, p.184) La *soap opera* està caracteritzada per l'emissió diària dels seus capítols i un horari habitual en *daytime* i sobretaula. Els seus capítols acostumen a tenir una durada d'entre 50 i 60 minuts, amb una trama principal de caràcter obert i, a la vegada, múltiples trames secundàries que enriqueixen la narrativa (Carrasco, 2010).

El format conegut com a *soap opera*, neix a partir dels serials radiofònics americans emesos per primera vegada l'any 1930 (Carrasco, 2010). Temps després, un cop entrats a l'època dels anys cinquanta, apareixen els primers formats televisius basats en la representació audiovisual del que eren els serials radiofònics, és així com sorgeix el format nord-americà anomenat *soap opera* (Gordillo, 2009). Amb poc temps, aquests productes televisius de ficció, van aconseguir tenir una gran repercussió als Estats Units, aquest gran èxit va instaurar les *soap opera* com un format reconegut mundialment dins l'àmbit de la ficció televisiva (Gordillo, 2009).

La traducció literal al català del nom amb què tothom coneix a aquest format, *soap opera*, és "òperes de sabó". Aquest nom no és escollit a l'atzar, sinó que fa referència al públic objectiu original al qual van dirigides aquest tipus de produccions, ja que a l'estar pensades per ser emeses en horaris com el *daytime* i la sobretaula, el públic al qual anaven dirigides era majoritàriament femení, és a dir, dones que no treballaven i s'encarregaven de les feines de casa (Carrasco, 2010). És per això que els patrocinadors principals d'aquest format eren productes de neteja, higiene i bellesa. Al ser productes dirigits especialment per un públic

femení, el seu contingut se centra en les relacions humanes des d'un punt de vista sentimental, amb el tractament de conflictes i incloent intrigues a través de personatges completament estereotipats. (Carrasco, 2010).

Per acabar, cal destacar que les característiques principals de la *soap opera* clàssica són “la irrupció o eliminació de personatges, els canvis en el guió, la presència de múltiples trames ramificades de la inicial, o la no existència d'un final programat” (Carrasco, 2010, p.185).

### 2.1.1.2. Telenovel·la

El format de ficció televisiva dramàtic anomenat telenovel·la, es podria considerar la versió llatinoamericana de la coneguda *soap opera* nord-americana. Com bé diu Carrasco (2010), aquest format de telesèrie de drama està caracteritzat per l'emissió diversa, però regular, dels seus capítols i un horari preferentment de tarda, sobretaula i, fins i tot, en *prime time*. Els capítols acostumen a tenir una durada d'entre trenta-cinc i cinquanta minuts, amb la possibilitat d'emetre capítols dobles i tenen una única trama principal, la qual és de caràcter tancat (Carrasco, 2010).

La telenovel·la, en resum, és un "format dramàtic amb estructura serial i final tancat" (Gordillo, 2009, p.105). Això permet que sigui un producte de fàcil comercialització, ja que pots preveure quants capítols s'han de gravar, amb quant temps i quins costos exactes de producció té, com també es pot vendre sabent amb antelació quantes hores d'emissió de la graella televisiva podrà ocupar la sèrie completa, de principi a fi (Carrasco, 2010).

El format conegut com a telenovel·la va sorgir a partir dels anys trenta i quaranta amb el cine clàssic de Hollywood, les normes del sistema publicitari que van sortir de la televisió comercial i els serials radiofònics (García, 2002). Com ja s'ha comentat en l'apartat que s'explica els orígens de la *soap opera*, la televisió va servir per fer la representació audiovisual de les versions radiofòniques de ficció. D'aquesta manera, “es poden situar els antecedents de les radionovel·les i les telenovel·les en el teatre naturalista i en la narrativa decimonònica com el fulletó o la novel·la per entregues” (García, 2002, p.17).

Com bé diu García (2002), durant el segle XIX, el gènere de més rellevància va ser el fulletó periodístic, a mitjans del segle XX va canviar i el gènere de les radionovel·les va passar a ser el més important i, a partir de l'èxit d'aquests serials radiofònics, a finals del segle XX va recaure la importància sobre les noves ficcions televisives serials.

La telenovel·la “es tracta d’una de les expressions genuïnes de la producció cultural d’uns determinats països” (Gordillo, 2009, p.124). Com ja s’ha mencionat anteriorment, és el format televisiu llatinoamericà per excel·lència i es considera “el motor principal de la indústria televisiva del continent, tant en l’àmbit de producció i consum domèstics, com d’exportacions” (Carrasco, 2010, p.186).

A diferència de les *soap opera*, les telenovel·les tenen una única trama principal, la qual ofereix la seva total resolució al final del seu últim episodi (Gordillo, 2009). L’amor romàntic, segons Carrasco (2010), juga un paper molt important en les telenovel·les i el contingut d’aquest format acostuma a tenir un final feliç, on la recompensa és l’amor i sempre acaba guanyant el bé sobre el mal. Normalment aquest tipus de ficció televisiva s’allunya de la quotidianitat que es veu en altres ficcions i representa una realitat idealitzada a través de personatges estereotipats, la qual no reflecteix la vida quotidiana de la majoria dels seus espectadors (Carrasco, 2010).

### **2.1.2. La telenovel·la a Espanya i a Catalunya**

La producció de les telenovel·les d’emissió diària són de les més exigents que existeixen, ja que són realitzades amb un pressupost molt limitat i han de treballar a un ritme molt accelerat perquè es puguin emetre el dia previst, tot i això, aquestes telenovel·les són un dels grans motors de la indústria televisiva d’Espanya (Cascajosa, 2018).

Chicharro (2011) explica les particularitats de la telenovel·la espanyola de la següent manera:

La telenovel·la de producció nacional adquireix entitat pròpia en la mesura en què crea les seves senyes d’identitat, que permeten diferenciar-la dels productes de fórmula oferts, especialment pels competidors llatinoamericans. Així, la introducció d’elements antropològics, etnogràfics i lingüístics suposen una adaptació de primera ordre. No obstant això, el model patirà un segon procés de particularització en la mesura en què, a través d’un discurs de major densitat axiològica, planteja línies argumentals, explicacions de la realitat espanyola del passat i el present, així com línies de futur convenients (p.206-207).

Com s’ha mencionat anteriorment, la telenovel·la de producció nacional agafa característiques pròpies de cada país productor i de la seva societat i cultura, per tal que

l'audiència es pugui sentir al màxim identificada amb les seves trames i els seus personatges, el qual es pot considerar una peça clau per la fidelització dels espectadors de sèries d'emissió diària com les telenovel·les.

### **2.1.2.1. Història i evolució de la telenovel·la a Espanya**

Els primers programes de ficció televisiva a Espanya, segons García (2002), són els dramàtics, dintre dels quals s'engloben diferents formats com el teleteatre, la telenovel·la i la telecomèdia. Aquests primers programes sorgeixen de les tècniques i els recursos que s'utilitzaven a la ficció radiofònica, que posteriorment, van començar a ser emesos en directe des d'un plató (García, 2002).

Fa molt temps que l'audiència espanyola es va trobar per primera vegada davant del format de telenovel·la. Segons Chicharro (2011), la primera emissió d'aquesta, va ser *Los ricos también lloran*, una ficció molt dramàtica i de clars orígens llatinoamericans. Tot i això, va aconseguir tenir un gran èxit sobre gran part de l'audiència (Chicharro, 2011). Abans de seguir, s'hauria de fer un recorregut històric del sector de la ficció televisiva a Espanya des dels anys cinquanta fins a l'any 2000. Aquest repàs es pot extreure del llibre de Mario García de Castro, *La ficción televisiva popular*.

Com bé explica García (2002) en el seu llibre, durant els anys cinquanta, el corrent dels serials es va consolidar a Espanya i l'any 1962 aquestes adaptacions seriades es van anomenar com les conegudes telenovel·les. Durant la primera etapa de la dècada dels seixanta, van néixer les primeres sèries amb textos originals (García, 2002).

El funcionament del *videotape* a Espanya en aquesta època, va fer que es pogués anar deixant de gravar els programes en directe (García, 2002). Per altra banda, l'aparició del color, la importació dels primers sistemes d'edició de vídeo, i el desenvolupament tecnològic de finals de la dècada dels seixanta, dóna la possibilitat de treure les càmeres fora del plató i, per tant, permet reflectir amb més fidelitat la realitat en la ficció (García, 2002).

Durant els anys setanta, amb la consolidació dels sistemes de gravació per blocs i la instauració del muntatge, es van anar deixant enrere els directes en la ficció (García, 2002), ja que es podia gravar amb blocs tots els plans i les diferents seqüències, per després muntar-ho a postproducció.

Arribats els anys vuitanta i amb ells el final del franquisme, els dramàtics havien sofert una forta decaiguda i la societat necessitava identificar-se amb els personatges i les situacions que es projectessin a la televisió (García, 2002). Això va fer que la televisió es decantés per imposar un major realisme en els seus productes, sobretot de ficció, com per exemple, *Verano Azul*, la qual va encertar de ple en el moment de la seva creació, sent l'origen de la ficció televisiva més realista, que explica els problemes actuals de la societat (García, 2002).

L'any 1985 es van començar a emetre telenovel·les diàries americanes a l'horari de la sobretaula a TVE, en veure el gran èxit que van tenir i l'alt consum de televisió que representaven les dones en aquest horari i al matí, es van dirigir aquests productes cap a aquella franja horària i es van multiplicar les importacions de totes les telenovel·les americanes diàries, és a dir, les *soap operas* abans esmentades, i els *culebrones* llatins (García, 2002).

Segons García (2002), la primera producció pròpia d'un canal generalista espanyol va ser l'any 1991, amb *La mujer prohibida*. L'any 1993 la moda de les telenovel·les de sobretaula va començar a minvar i els serials llatinoamericans van anar prenent el lloc a les franges horàries que eren pròpies de les telenovel·les americanes (García, 2002).

El 1995 va ser l'any de les sèries espanyoles, les quals, amb l'aparició dels serials diaris, es va convertir l'horari de la sobretaula i la tarda en un segon *prime time* (García, 2002). Durant aquesta dècada es va consolidar la indústria televisiva espanyola, la qual es considerava capaç de començar a produir i exportar les seves pròpies produccions, i no només limitar-se a importar les telenovel·les americanes i llatinoamericanes. (García, 2002).

Les emissions de produccions espanyoles, no es queden únicament considerades com *culebrones* històrics, sinó que conviuen i competeixen amb els formats llatinoamericans a la graella televisiva en horaris de sobretaula i matinals i amb adaptacions d'alguns d'aquests productes d'èxit importats (Chicharro, 2011).

Després d'explicar en l'apartat anterior, les característiques bàsiques i les diferències entre les *soap operas* americanes i les telenovel·les llatinoamericanes, es pot definir bé el format de la telenovel·la espanyola actual, la qual combina aspectes dels dos formats anteriors. La

sèrie *Amar en tiempos revueltos* (2005-2010) de TVE 1, barreja “les clausures pròpies de la telenovel·la, amb l’obertura i el volum d’episodis propi d’un serial o *soap opera* anglosaxó” (Chicharro, 2011, p.208).

### **2.1.2.2. Les telenovel·les catalanes**

Les cadenes autonòmiques són les primeres que comencen a fer produccions pròpies del format de telenovel·la, adaptat a la seva cultura i la seva societat (García, 2002). Com bé explica Carcellé (2014), a Catalunya, la primera telenovel·la diària de producció pròpia és la de *Poble Nou*, de TV3, l’any 1994 i el creador d’aquesta sèrie és el dramaturg Josep Maria Benet i Jornet, el qual va ser el pare de la telenovel·la de sobretaula a Catalunya. Després de l’èxit de *Poble Nou*, la seguirien moltes altres, com *Secrets de Família*, *Nissaga de Poder*, *Laberint d’Ombres*, *El Cor de la Ciutat*, *La Riera*, *Ventdelplà*, etc. (Carcellé, 2014). Actualment la telenovel·la diària de sobretaula de la Televisió de Catalunya i objecte d’estudi d’aquest projecte, és la sèrie *Com si fos ahir*.

### **2.1.2.3. Característiques i valors de les telenovel·les espanyoles i catalanes**

La quotidianitat i els continguts pròxims i de temàtica actual, són valors que defineixen l’estètica realista de les ficcions televisives espanyoles i catalanes, on es busca una connexió entre l’audiència i la ficció que s’emet per televisió (García, 2002). Segons Ortega (1999), és tan important el caràcter quotidià de les narratives, que fins i tot alguns guionistes consideren imprescindible que els personatges que apareixen a les telenovel·les siguin familiars i pròxims als espectadors per tal que aquests es puguin identificar amb ells i puguin entendre els seus comportaments. “Les telenovel·les són un gènere ideal per introduir nous valors i fer del públic persones més tolerants” (Ortega, 1999, p.70).

El gènere de la telenovel·la catalana ha anat evolucionant amb el temps, però hi ha aspectes que s’han mantingut fins ara en totes les produccions pròpies catalanes. L’aspecte que comparteixen aquestes ficcions és el sentimentalisme que caracteritza totes les històries narrades (Ortega, 1999). És cert que des d’un origen, els rols femenins estereotipats han estat un objecte clau per captar l’audiència a la qual anava dirigida aquest tipus de ficció seriada, però s’han anat modernitzant molts aspectes que anaven lligats a aquest format. Chicharro (2011) explica:

Les trames romàntiques tendeixen a diluir-se a favor d'històries més quotidianes, realistes i versàtils, molt esbiaixades cap a la representació d'alguns dels conflictes que s'escindeixen a les dones contemporànies. L'espai dins la llar perd cert pes estructural en relació amb l'espai laboral, en el que estan integrats, en variades posicions, el conjunt dels personatges femenins (p.208).

La telenovel·la catalana té diverses particularitats que serveixen per diferenciar-la i entendre-la dins del sector televisiu. Segons Chicharro (2011) les característiques específiques de les telenovel·les catalanes són les següents:

- Localitzacions del territori català.
- Utilització d'expressions humorístiques pròpies de la comunitat.
- Caràcter promocional de la regió dins de la narrativa.
- Participació d'actors populars catalans per tal de potenciar la indústria del territori.
- Tractament de conflictes socials i temes d'actualitat de Catalunya en les trames.
- Utilització de la llengua pròpia de la comunitat, el català.

En definitiva, les telenovel·les catalanes pretenen crear contingut que ajudi al desenvolupament social de les persones que viuen a Catalunya i potenciar tant la cultura, com la llengua de la comunitat.

### **2.1.3. *Com si fos ahir***

Durant molts anys, TV3 ha omplert l'horari de sobretaula de la seva graella amb una sèrie d'emissió diària. Actualment s'està emetent la telenovel·la diària *Com si fos ahir*, la qual és l'objecte d'estudi d'aquest projecte. Aquesta telesèrie va néixer l'any 2017, després que la seva predecessora, *La Riera*, acabés amb l'emissió de vuit temporades senceres. Dirigida per Sònia Sánchez i amb la idea original i argumental de la guionista Núria Furió, la telenovel·la ja porta més de 600 capítols emesos i, de moment, no està previst que tingui un final proper.

*Com si fos ahir*, tracta d'un grup de set amics de l'institut, els quals es retroben vint-i-cinc anys després per la mort d'un de la colla. A partir d'aquí, intenten reprendre el contacte i tornar a tenir l'amistat que havien perdut amb la distància.

Cada dia, de dilluns a divendres, a les quatre de la tarda, les històries d'aquests antics companys d'institut envaeixen les cases de tot Catalunya. Com explica Castellví (2017) en el seu article, Sonia Sánchez, directora de *Com si fos ahir*, assenyala que amb aquesta sèrie hi ha hagut un canvi en l'estil de les telenovel·les de la Televisió de Catalunya, ja que han passat de ser de caràcter costumista i amb plantejaments melodramàtics, per decantar-se més pel naturalisme i la dramèdia.

Tal com s'explica a la pàgina oficial de la sèrie de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (s.f.), la telenovel·la està situada a Barcelona, és a dir, se centra en un ambient urbà i pretén mostrar els problemes més quotidians que pot tenir qualsevol persona, de qualsevol nivell econòmic i social. El fet que intenti transmetre trames tan quotidianes, que expliquin el dia a dia de les persones que viuen a Catalunya, fa que es puguin incloure escenes més tràgiques i dramàtiques, però que a la vegada no s'hagin de descartar altres moments que aportin el toc humorístic comú en la vida real (CCMA, s.f.).

Aquest naturalisme i aquesta quotidianitat fa que el públic tingui una gran facilitat per identificar-se amb els seus personatges i les seves trames i, d'aquesta manera, pugui empatitzar i entengui fàcilment els comportaments i les situacions amb els que es troben els protagonistes.

## **2.2. Màrqueting cinematogràfic i Internet**

Com bé s'ha parlat en la introducció del treball, un dels objectius d'aquest projecte és la fidelització de l'audiència i la captació de nova. Aquest propòsit es vol aconseguir potenciant el màrqueting digital de la sèrie amb la publicació a les xarxes socials del contingut addicional creat a partir d'aquest projecte. És necessària una introducció al màrqueting cinematogràfic i la distribució d'aquest per Internet i les xarxes socials, ja que és el que la intenció d'aquest projecte.



En aquest apartat es fa una breu introducció al màrqueting cinematogràfic, ja que el tipus d'activitat que es porta a terme en aquest projecte té uns objectius similars als d'aquesta disciplina. Encara que es refereixi al món cinematogràfic, també es poden englobar dins d'aquest el màrqueting que s'acostuma a fer amb les sèries de ficció, i concretament en el cas d'aquest treball, en telenovel·les d'emissió diària.

El màrqueting cinematogràfic no es refereix únicament als anuncis, cartells o tràilers que es fan de les produccions de ficció, això és només una part visible d'aquest i realment influeix en tota la cadena de valor d'aquestes produccions (de Lucas, 2014). "Avui en dia, és una disciplina transversal a tot el procés de generació de valor d'una pel·lícula" (Herbera, Linares, 2015, p.7-8), és a dir, sense màrqueting, aquest sector tindria molta menys repercussió de la que té i els productes audiovisuals que ofereixen no tindrien el mateix èxit.

Quan es parla de pel·lícula en aquest context, com ja s'ha mencionat abans, també es pot referir a tot el que sigui un producte audiovisual de ficció, ja que no únicament fan servir aquestes estratègies de màrqueting en el cine, sinó també en produccions de menys envergadura o de diferents formats. Com bé diuen Herbera i Linares (2015) en el seu llibre sobre el màrqueting cinematogràfic, una de les coses més importants per la supervivència d'aquest gran sector és entendre les preferències i gustos dels espectadors, en quins canals i medis es troben aquests i quin és el contingut més adient per guanyar-se'ls.

El màrqueting aplicat a la indústria cinematogràfica, es podria considerar com un màrqueting de serveis, ja que, igual que aquest, el producte audiovisual que s'intenta vendre és quelcom intangible i abstracte (Linares, 2008). "L'objectiu del màrqueting és agafar aquell producte tangible en el qual es materialitza la idea creativa, i transformar-lo en un producte amb valor adicional: atractiu pel consumidor i financerament rendible per l'empresa que l'explota" (Herbera i Linares, 2015, p.7-8).

Per de Lucas (2014), la indústria cinematogràfica, es presenta com una oferta d'oci i de cultura, és això el que fa que no només competeixi amb altres productes audiovisuals del seu sector, sinó amb tota mena de productes i serveis que es considerin dins d'aquest tipus d'oferta. Per tant, l'objectiu principal del màrqueting cinematogràfic és aconseguir que el producte de ficció que s'ofereix acabi sent la primera opció d'oci i cultura per als espectadors, per davant de qualsevol altra oferta d'aquest àmbit (de Lucas, 2014).

Dit d'una altra manera, amb el màrqueting cinematogràfic el que s'ha d'aconseguir crear és el que tots els espectadors necessiten per decidir consumir aquell producte audiovisual abans que un altre, és a dir, finalment s'ha d'aconseguir l'expectació necessària pels espectadors perquè els faci decantar la balança cap al producte que s'està venent (Sánchez, 2015).

“L'entorn digital proporciona vies innovadores per captar nous públics i reforçar els llaços amb els ja existents” (Herrero i García, 2019, p.45). Aquesta visió d'utilitzar contingut addicional per a fidelitzar a l'audiència i captar-ne l'atenció de nova, és semblant a la que té el màrqueting cinematogràfic. El que s'intenta és crear un contingut extern a la sèrie per tal que els espectadors s'interessin per aquest i a continuació els generi interès per la sèrie en qüestió.

El canal al qual va dirigit el màrqueting és molt important, ja que s'ha de crear la campanya tenint en compte les possibilitats de cadascun. L'arribada d'Internet va modificar les relacions socials de tot el món. “Ja no som simples consumidors, no volem simplement veure una pel·lícula, ara busquem viure una experiència que duri molt més que una hora i mitja” (Bretones, 2013, p.18) L'Internet està caracteritzat per la seva gran rapidesa de transmissió d'informació i això ha fet que es revolucioni completament la comunicació (Salvador, 2013).

Actualment, el medi digital és una eina imprescindible on dirigir qualsevol campanya de comunicació (Salvador, 2013). Aquest medi és utilitzat diàriament pels espectadors i serveix per donar més realisme i permetre un major accés a l'audiència en els mons ficticials (Dena, 2009). Els productors també aprofiten l'Internet per tenir una comunicació més propera i directa amb els consumidors i, aquesta, permet crear un interès per part de l'audiència sobre el producte audiovisual promocionat (de Lucas, 2014).

### **2.2.1. Tipologia de màrqueting cinematogràfic**

És important veure el tipus de contingut addicional que s'acostuma a fer per les produccions de ficció, per intentar definir el format que ha de tenir el producte audiovisual que té com a finalitat crear aquest projecte. Segons Herbera i Linares (2015), hi ha tres tipus de medis per treballar les estratègies de màrqueting cinematogràfic, els medis directes, els indirectes i els personals.

- Els medis directes són els que s'utilitzen perquè el missatge que volen donar els emissors arribi directament als receptors finals, sense cap intermediari que pugui modificar-lo o alterar-lo (Herbera i Linares, 2015). En aquest cas és la productora qui decideix en quin moment i quin contingut es transmet.
- Els medis indirectes són els que la informació que arriba al receptor no és exactament la que voldria l'emissor, sinó que existeixen uns interlocutors que, abans que arribi la informació al receptor, recull la informació i la modifica, creant un nou missatge el qual serà l'únic que li arriba al receptor final (Herbera i Linares, 2015). Per tant, el missatge que arriba al receptor final no es pot controlar per la productora.
- Els medis personals són els missatges que difonen els mateixos espectadors, és a dir, és la pròpia opinió d'aquests, sobretot una vegada han visualitzat la peça audiovisual (Herbera i Linares, 2015).

Els medis directes i indirectes tenen una sèrie d'eines indispensables per tal de promocionar bé una producció de ficció, tot i que, en aquest treball només s'aprofundeix amb l'explicació de les eines directes, ja que l'única manera de tenir el control absolut del missatge que es vol enviar als espectadors és a partir d'aquestes eines.

### **2.2.1.1. Eines directes del màrqueting cinematogràfic**

Les eines directes “són aquelles els continguts de les quals s'elaboren amb l'objectiu de dirigir-se al consumidor final, el potencial espectador de la pel·lícula, i la seva principal missió és la de generar interès per veure el film” (Linares, 2008, p.155). Com que no hi ha interlocutors que agafin la informació i la modifiquin abans que arribi als receptors, sinó que arriba el missatge de l'emissor al receptor sense alteracions, l'èxit o el fracàs d'aquestes eines és exclusivament responsabilitat dels autors del producte en qüestió (Linares, 2008).

Hi ha una llarga llista d'eines directes que es poden utilitzar per promocionar bé les produccions de ficció. A continuació s'exposen uns quants exemples d'aquestes eines.

Unes de les eines directes més importants són el tràiler i el *teaser*. “El tràiler és un recurs de publicitat cinematogràfica en el que es genera una promesa narrativa amb la finalitat de

crear expectació i necessitat de consum de les audiències” (Cabral, 2012, p.66). Principalment serveix per donar a conèixer al públic l’existència d’una peça audiovisual i que aquesta ajudi a diferenciar-la de la resta d’ofertes del sector, segons una sèrie de característiques específiques que se li atribueixen (Dornaletche, 2007).

El *teaser*, en canvi, com bé diu Linares (2008), és un avançament de certa informació sobre la peça audiovisual que es promociona amb un propòsit clar, el de despertar l’interès de l’audiència. El seu objectiu, segons Dornaletche (2007), és mostrar quelcom interessant a l’espectador que resulti un problema, el qual no es pugui saber la solució sense veure el producte que es promociona.

Per altra banda també podem trobar eines pròpies del producte ofert, com per exemple, els crèdits inicials o finals i els GIF o memes (Herbera i Linares, 2015). Els crèdits inicials i finals, tal com exposa Linares (2008), són els que donen la informació de l’equip tècnic i els professionals que han participat en la producció de la peça audiovisual. En definitiva, “per una banda, li serveix a l’espectador per situar-se davant de la pel·lícula que va a veure i, per l’altra, crea una identitat visual que complementa a la pel·lícula” (Linares, 2008, p.162).

Els GIF i els memes, no tenen res a veure amb el desenvolupament visual del producte en si mateix, però són imatges i vídeos propis del film que tenen la capacitat de viralitzar-se a través de les xarxes socials molt fàcilment.

Per últim, l’eina directa del *making of*, la qual pel format, les característiques i els objectius que té, és la que s’assembla més al contingut addicional que es vol crear amb aquest projecte. Dornaletche (2007) considera el *making of* com un tipus de tràiler que s’assimila al format d’un reportatge de curta durada, d’entre quinze i vint-i-cinc minuts, en el que es mostren imatges de com es va fer un producte audiovisual en concret. “És una peça totalment independent del film, amb el seu propi equip de gravació, guió i planificació” (Herbera i Linares, 2015, p.47).

L’estructura que acostuma a tenir un *making of*, segons Herbera i Linares (2015), pot estar composta principalment per quatre elements bàsics:

1. Entrevistes amb l'equip tècnic i tots els professionals que participen en la producció del producte cinematogràfic.
2. Gravació d'imatges on es mostra tot el desenvolupament del rodatge i la producció.
3. Imatges pròpies del producte audiovisual en qüestió.
4. Banda sonora de la peça audiovisual.

El *making of* suposa un gran valor afegit per totes aquelles persones que volen endinsar-se més profundament en el món cinematogràfic (de Lucas, 2014). “L'èxit d'aquests vídeos és la prova de l'interès que desperta el cinema com a fàbrica de somnis” (Irisarri, 2013).

### **2.2.2. Xarxes socials i Instagram**

“La televisió ha trobat un inesperat aliat en un dels principals motors del desenvolupament d'Internet en els últims anys: les xarxes socials i les noves formes de comunicació derivades d'aquestes” (Sequera, 2013, p.3). Segons Segarra-Saavedra i Hidalgo-Mari (2019), el que s'intentava fer abans, era centrar-se en mostrar les característiques i les prestacions del producte o servei que s'anunciava, però amb aquestes noves formes de comunicació s'intenta focalitzar el missatge al voltant de l'espectador i les relacions emocionals que aquest pot tenir amb el producte o servei. Tot això és més fàcil gràcies a les noves eines i formes de comunicació que aporten les xarxes socials.

Un dels grans avantatges que han suposat les xarxes socials en el món del màrqueting cinematogràfic, és la possibilitat d'utilitzar-les sense la necessitat de destinar-hi un gran pressupost, és a dir, grans i petites produccions tenen les mateixes possibilitats d'utilitzar les eines que s'ofereixen a les xarxes socials, ja que es pot crear una bona campanya sense la necessitat de fer grans inversions (Bretones, 2013). El fet que no es necessiti un pressupost elevat, fa que aquestes campanyes hagin de potenciar al màxim la seva part creativa per tal de captar l'interès del públic.

Per Crespo (2013), la clau de l'èxit d'una campanya dirigida a les xarxes socials és crear contingut que es pugui compartir, que la informació que es comparteixi desperti l'interès de l'espectador cap al producte audiovisual i que no deixi de ser entretingut pel consumidor.

Actualment està clar que les xarxes socials han vingut per quedar-se. Segons l'informe digital de l'any 2020 de *Hootsuite* i *We Are Social* (2020), existeixen 3,8 bilions d'usuaris actius a les xarxes socials, un 49% del total de la població mundial. A Espanya hi viuen 46,75 milions de persones, el 62% de la població, és a dir, 29 milions d'espanyols, utilitza alguna de les xarxes socials existents. Aquestes grans xifres donen un nivell d'importància molt alt a aquest tipus de canals.

En el cas de la ficció televisiva, les xarxes socials són alguns dels objectes culturals que han transformat completament la manera en la que l'audiència mira la televisió, ja que són medis que ofereixen contingut addicional de la ficció en qüestió (Quintas-Froufe i González-Neira, 2014). Aquest nou contingut que s'ofereix relacionat amb la sèrie, serveix per potenciar l'originalitat d'aquesta i així s'atribueix un valor més actiu a l'audiència (Barrientos-Bueno, 2013). També és una manera de reforçar l'interès dels espectadors sobre el programa que segueixen per televisió i permet a la ficció televisiva connectar amb l'audiència més enllà de la seva pantalla principal. (Cortés-Gómez i Martínez-Borda i de la Fuente, 2016).

El canal al qual va dirigit el producte audiovisual que es crea en aquest projecte és la popular xarxa social d'Instagram. "Instagram és una xarxa social eminentment visual i, com a tal, els continguts que més capten l'atenció dels usuaris són aquells que, a través d'una experiència gràfica, connecten amb l'emoció del públic" (Navío-Navarro, 2021, p.251). Instagram no permet compartir directament en el seu perfil el contingut d'altres usuaris, però les interaccions que es poden mesurar públicament en aquesta xarxa social són els *likes* i els comentaris, els quals defineixen l'eficàcia de les publicacions. (Navío-Navarro, 2021).

Actualment, Instagram s'ha convertit en la xarxa social de moda, sense cap mena de dubte. Dels 29 milions d'espanyols que utilitzen xarxes socials, un 65% fan ús de la plataforma d'Instagram i una campanya publicitària a la xarxa en qüestió, té un abast màxim de 16 milions de persones (*Hootsuite* i *We Are Social*, 2020). Això fa que tot el contingut que es publiqui a la plataforma tingui la possibilitat de generar un gran impacte social.

### 2.2.2.1. Instagram TV (IGTV)

L'any 2018, Instagram va afegir una nova eina a la seva plataforma, l'IGTV o Instagram TV, el que vindria a representar la seva pròpia televisió. Amb aquesta nova eina, la xarxa social d'Instagram, intentava donar-li més importància al contingut audiovisual i oferia als usuaris una relació similar a la televisió clàssica gràcies a la publicació de vídeos que tenen la possibilitat de durar fins a una hora (La importància del contenido audiovisual en Instagram, ¿lo tienes en cuenta?, 2019).

Els avantatges que té IGTV són, bàsicament, que permeten penjar contingut audiovisual de llarga durada, com ja s'ha dit anteriorment, la publicació d'aquests vídeos en format vertical i amb una millor qualitat. Aquesta eina de l'aplicació d'Instagram s'està utilitzant per començar a provar de fer sèries de ficció emeses exclusivament per aquesta plataforma.

Per Francés (2020), els principals beneficis que té la utilització d'Instagram TV són els següents:

- Possibilitat d'impacte visual en l'usuari per aconseguir el seu interès.
- Possibilitat d'interacció amb els usuaris que permet estar més connectat a ells.
- Comunicació amb els usuaris a través d'un canal propi.
- Presència diària en la vida dels usuaris.

Alguns dels exemples de productes audiovisuals que serien adients per publicar a IGTV són els *making of*, els *teasers* o tràilers dels nous productes, entrevistes amb persones relacionades amb el producte o sobre algun tema que es tracta en el producte, sessions de preguntes i respostes amb personatges coneguts pels seguidors i històries al voltant del producte (Francés, 2020). Tots aquests tipus de contingut addicional també són els característics dels medis directes del màrqueting cinematogràfic.

### 3. Anàlisi de referents

Com qualsevol peça audiovisual, aquest projecte necessita una sèrie de referents que es puguin utilitzar d'inspiració per dissenyar el producte audiovisual que es vol crear. L'anàlisi dels referents que es fa en aquest apartat, són els que l'autora del treball ha considerat més importants i coherents en relació amb el projecte en qüestió. Aquestes referències es divideixen en dos blocs diferents, els quals són referents de contingut i referents de format.

#### 3.1. Referents de contingut

Els referents de contingut van relacionats amb el tema en què es basa el projecte, és a dir, en les quatre problemàtiques socials en les quals se centren les càpsules. Aquestes problemàtiques socials actuals són, concretament, l'esquizofrènia, el VIH, el poliamor i les relacions de violència. Per tal de veure com es pot tractar cada temàtica escollida i com s'haurien d'enfocar els continguts de cada càpsula, s'ha buscat un referent per cada problemàtica, per tant, hi ha quatre referents temàtics.

##### 3.1.1. Documental *Di\_capacitados*

El primer referent és el documental *Di\_capacitados* (2015), el qual dura aproximadament una hora i parla sobre la malaltia de l'esquizofrènia amb testimonis que la pateixen de primera mà. Pretén mostrar tota la desinformació i el desconeixement que hi ha entorn aquesta malaltia dins la societat actual. A part dels testimonis que pateixen la malaltia, també hi ha intervencions de diferents professionals, com poden ser psicòlegs, que donen més informació experta en la problemàtica.

Durant el documental, es pretén mostrar que són persones normals i poden tenir una vida normal, l'única diferència és que tenen una malaltia mental crònica, la qual els obliga a haver-se de medicar diàriament durant tota la seva vida, per tal que els símptomes d'aquesta no els afecti al seu dia a dia. Però el fet que tinguin una malaltia mental no implica que se'ls hagi d'apartar de la societat, ni hagin de deixar de tenir les mateixes oportunitats que la resta de persones.



El pitjor enemic que tenen les persones que pateixen esquizofrènia és la por i el desconeixement que hi ha per part de la societat. Aquesta desinformació fa que les persones que pateixen aquesta malaltia mental se sentin incompreses i apartades de la societat, ja que moltes persones els rebutgen i els hi tenen fins i tot por.

El que es podria agafar de referència pel tractament de l'esquizofrènia pel projecte, és la intenció de revertir la imatge que té la societat de les persones que pateixen aquesta malaltia i d'aquesta manera desestigmatitzar-la i donar-los més inclusivitat dins la societat. El que no està previst en el projecte és posar testimonis reals i directes que pateixin les problemàtiques socials plantejades com es veu en aquest documental, però sí que hi ha la intervenció dels experts i és útil per veure com aquests tracten la temàtica i de quina manera es pot aportar la seva visió en les càpsules.

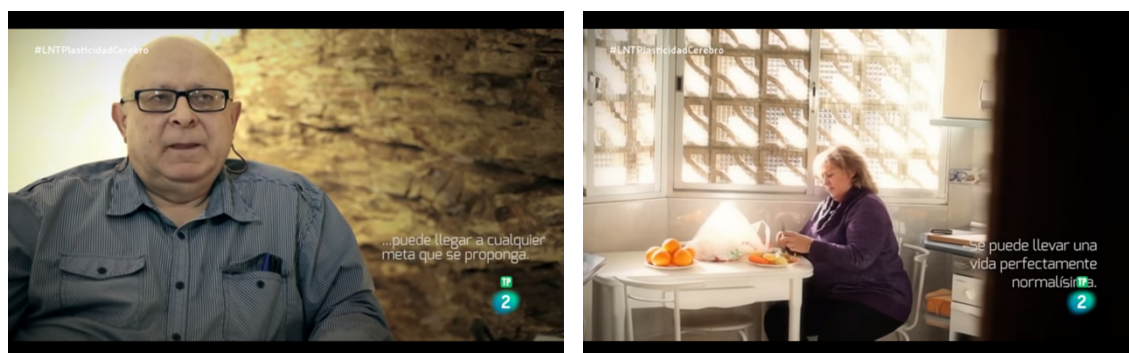


Figura 3.1. Fotogrames documental *Di\_capacitados* (Martínez, 2015)

### 3.1.2. Programa *Eso no se pregunta: VIH*

El programa *Eso no se pregunta: VIH* (2020) és un dels capítols del programa *Eso no se pregunta* de TeleMadrid, el qual es basa en mostrar col·lectius marginats per la societat que responen a preguntes anònimes que els fan els seguidors, les quals es responen per tal de posar fi a la discriminació i els prejudicis que hi ha al voltant d'aquests col·lectius. El capítol en qüestió, té una durada d'uns quaranta minuts i consisteix en conscienciar a la societat i desestigmatitzar a les persones que tenen VIH, a través d'una sèrie de preguntes anònimes que fa el públic als participants del programa, els quals són testimonis que ho pateixen en primera persona.

La idea del documental és el que es vol transmetre exactament amb la càpsula dedicada al VIH, és a dir, es vol conscienciar a la societat sobre les persones amb VIH i, sobretot, es

vol acabar amb l'estigma social i normalitzar la malaltia, donant molta més informació que la que tenen les persones que no la pateixen actualment, per acabar amb el desconeixement, els prejudicis i el rebuig per part de la societat que sempre acompanyen al VIH i a les persones que el tenen.

La manera en què el programa transmet tota la informació sobre aquesta malaltia, és una molt bona opció per tal de trencar amb els prejudicis i els estigmes que pateixen actualment els integrants d'aquest col·lectiu, ja que utilitzen les preguntes de persones desinformades sobre el tema, és a dir, preguntes que es fa la societat en general i que per tant, són moltes de les informacions errònies que tenen les persones que no pertanyen a aquest col·lectiu i que fan que es jutgi freqüentment de manera equivocada per culpa del desconeixement. Aquest mètode és una forma de saber sobre quins punts s'ha de profunditzar i s'ha de donar més informació de la que té actualment la societat, per tal que aquesta pugui crear una pròpia opinió fonamentada sobre les persones que tenen el VIH.

És interessant tenir en compte pel projecte, el fet que es pugui fer participar el públic per saber quina informació realment és necessària transmetre sobre la problemàtica tractada en cada cas, això podria servir a l'hora de preparar el contingut de les càpsules en general per investigar quina informació es necessita aconseguir de les entrevistes amb els professionals.

El to despreocupat i sense dramatisme amb el qual es tracten els temes en aquest programa és l'adient per les càpsules d'Instagram del projecte. Encara que es tractin temes delicats i d'una gran importància social, es vol treure una mica de dramatisme al contingut per tal de poder restar-li gravetat i normalitzar més la situació.

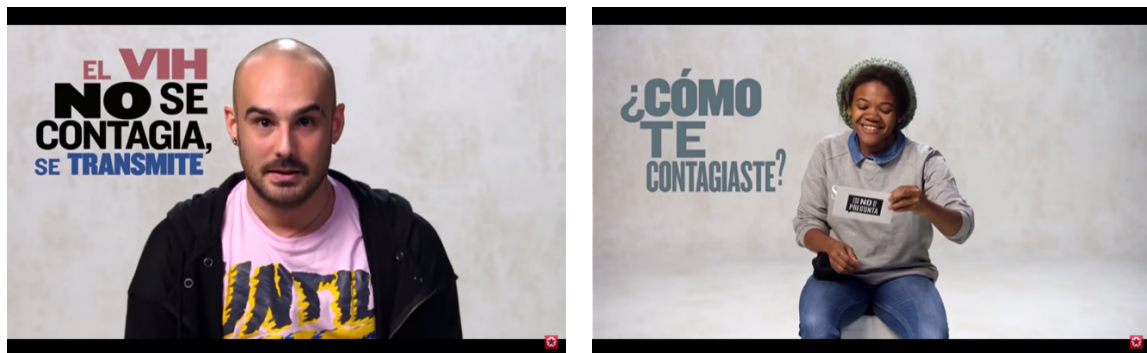


Figura 3.2. Fotogrames programa *Eso no se pregunta: VIH* (Telemadrid, 2020)

### **3.1.3. Charla de queridas: EL POLIAMOR Y LOS CELOS**

El vídeo *Charla de Queridas: EL POLIAMOR Y LOS CELOS* (2019) és un capítol de la secció de *Charla de Queridas* del canal de Youtube de Luc Loren. La secció de *Charla de Queridas* consisteix en realitzar diferents entrevistes informals a persones que representen minories o realitats incompreses o desconegudes per la societat. El seu objectiu sempre és el d'aprendre tot el possible de les temàtiques tractades a partir de la conversa distesa amb les persones entrevistades.

El capítol té una durada d'uns trenta-sis minuts i se centra concretament en l'entrevista que fa *The Tripletz* a la Noemi Casquet sobre el poliamor i la gelosia. El que realment volen aconseguir és que amb tota la informació que es transmet durant l'entrevista, s'acabi amb el gran desconeixement que existeix en la societat, que les persones que ho miren es puguin crear una pròpia opinió lliure de prejudicis i d'aquesta manera es pugui realitzar un debat respectuós sobre el tema tractat.

En aquest cas apareixen els entrevistadors i l'entrevistada en el mateix lloc i amb una situació desinformal per tal de fer més propera la situació que s'ensenya, però no és rellevant pel nostre projecte, ja que no ha d'aparèixer cap entrevistador, perquè no consisteix en fer una entrevista, sinó en informar sobre el tema a partir d'experts i que els actors donin la seva opinió sobre les trames i les problemàtiques que tenen els seus personatges de manera independent.

El que més es vol destacar per agafar de referència del vídeo és la naturalitat amb què es tracta el tema, la llibertat d'expressió que pretén reivindicar i la manera en què es parla sobre el tema, sense tabús i intentant trencar amb tots els prejudicis que envolten el poliamor i les persones que el practiquen.

La intencionalitat que té de normalitzar el concepte amb la conversa sense filtres amb l'entrevistada és interessant per implementar-ho amb el llenguatge que es vol utilitzar en les càpsules. Al ser un contingut per les xarxes socials i voler captar nova audiència a partir d'aquestes, és important donar un toc juvenil i trencador amb el tractament d'aquestes temàtiques i la manera en què ho fa la secció de *Charla de Queridas* d'aquest canal de Youtube és una bona opció per fer-ho.



Figura 3.3. Fotogrames vídeo *Charla de Queridas: EL POLIAMOR Y LOS CELOS* (The Tripletz, 2019)

### 3.1.4. *Relaciones tóxicas – ABC Psicólogos*

*Relaciones tóxicas* (2014) és un vídeo del canal de Youtube de ABC Psicólogos, un canal que se centra en tractar la problemàtica de les relacions tòxiques i els trencaments de parelles, a través d'un equip de psicòlegs especialitzats en aquest àmbit específic. Aquest vídeo en concret, és una explicació del que vol dir estar en una relació tòxica, intenta donar suficient informació a l'espectador per a poder identificar si està dins d'una relació tòxica o no i de quina manera en pot sortir.

El que és interessant d'aquest vídeo, és la manera amb la qual tracta el tema en qüestió. El punt de vista de l'especialista que dona informació i consells per adonar-te que estàs en una situació en la qual necessites ajuda i de la qual has de sortir. El contingut del vídeo proporciona eines per identificar el problema i posar-hi solució.

El fet que el vídeo se centri en intentar donar la informació necessària perquè les persones que es poden trobar en una situació similar, se n'adonin i acceptin que necessiten sortir-ne i fer quelcom al respecte, podria servir per donar un enfocament diferent a la càpsula que tracta la problemàtica de les relacions de violència.

Un dels aspectes que són més rellevants pel producte audiovisual que es vol crear és la intervenció d'especialistes que parlin sobre el tema a tractar. En aquest vídeo es pot veure clarament un professional de la temàtica, en aquest cas concret, les relacions tòxiques, que transmet un discurs a l'espectador per tal que aquest es pugui sentir identificat amb la situació si és el seu cas i anima a buscar ajuda per superar-ho. Això és exactament el que es vol intentar amb la càpsula sobre les relacions de violència.

Un altre detall que és interessant pel projecte és que l'especialista parla directament a la càmera, de manera pròxima i creant una confiança entre l'espectador i ell, cosa que aconsegueix captar més fàcilment l'atenció d'aquest i que d'aquesta manera es transmeti millor el missatge i el discurs que intenta donar el professional. Aquesta característica es podria utilitzar en el moment en què els especialistes parlen sobre les problemàtiques socials dirigint-se directament a càmera, com si estiguessin explicant-li tot en privat a l'espectador que hi ha darrere la pantalla.



Figura 3.4. Fotograma vídeo *Relaciones tóxicas* (ABC Psicólogos, 2014)

## 3.2. Referents de format

Els referents de format són els referents que s'han trobat segons el canal al qual va dirigit, en aquest cas a la plataforma d'Instagram, concretament a l'apartat d'Instagram TV (IGTV). S'han buscat dins la xarxa social d'Instagram diversos perfils de sèries de ficció que utilitzin l'eina d'Instagram per oferir contingut adicional semblant al que es pretén crear amb aquest projecte, que d'alguna manera intenti fer una aportació social a l'audiència, és a dir, que a partir de la temàtica o les trames de la sèrie s'intenti profunditzar i donar un valor afegit a aquest contingut. També s'afegeix un referent de contingut adicional procedent de la mateixa telenovel·la *Com si fos ahir*, per intentar seguir una mica el mateix estil i la mateixa línia a l'hora de fer les peces audiovisuals per la sèrie.

### 3.2.1 Instagram *Sex Education*

*Sex Education* (2019) és una sèrie de ficció que es basa en l'ensenyament de la sexualitat en l'etapa de l'adolescència. Tracta el tema amb una naturalitat i una simplicitat amb la qual

els espectadors no estan acostumats i amb això intenta trencar amb els prejudicis i que es tracti tot el que engloba el concepte de sexualitat amb respecte i amb un toc d'humor.

És un Instagram molt actiu, el qual fan sortir molt als actors fent contingut addicional per enriquir la sèrie i fer que la comunitat de fans tingui més estímuls per esperar amb ganes la següent temporada i no perdi l'interès per aquesta. Aquest aspecte és important a tenir en compte com a concepte per fidelitzar més l'audiència de la telenovel·la, ja que si es proporciona més contingut relacionat amb els actors protagonistes i les trames emeses, s'aconsegueix que l'espectador tingui una via més de connexió amb la sèrie.

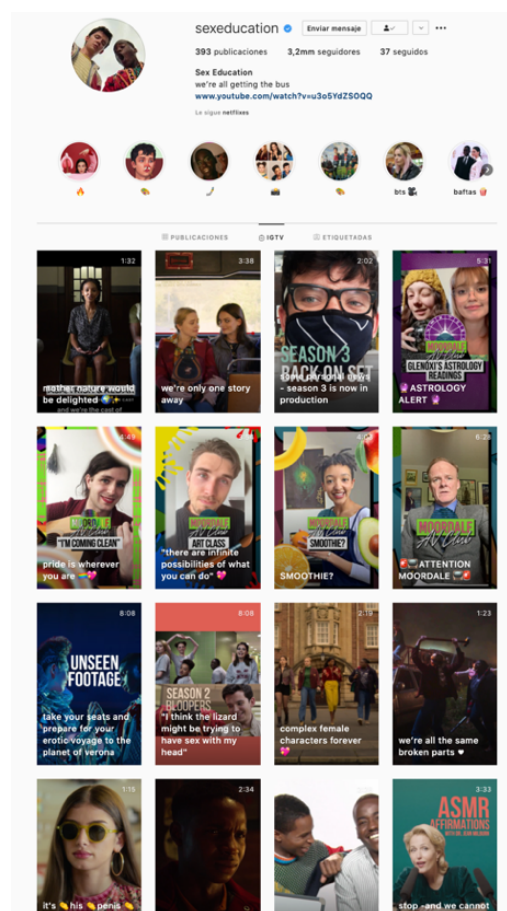


Figura 3.5. Instagram *Sex Education*. Font: Instagram @sexeducation.

Hi ha un vídeo a l'IGTV del compte oficial de la sèrie, el qual es basa en un vídeo de curta durada dedicat a com cuidar el nostre món i la naturalesa. Tres protagonistes de la sèrie mantenen una breu conversa a distància amb el senyor David Attenborough, un naturalista molt famós per ser un dels pioners dels documentals de naturalesa.

D'aquest vídeo, el que més crida l'atenció, a part de la funció socialitzadora que té, és el format que utilitzen en el moment en el qual els actors li fan una pregunta a la persona externa i es veuen els dos amb la pantalla partida, un a dalt i l'altre a baix, simulant com si estiguessin junts físicament. És interessant el fet que surti una persona a dalt i una persona a baix, que es parteixi el vídeo en dos, en el cas de les càpsules del projecte, es podria fer una conversa entre els actors i l'especialista de la temàtica. Anar variant i canviant a pantalla completa.

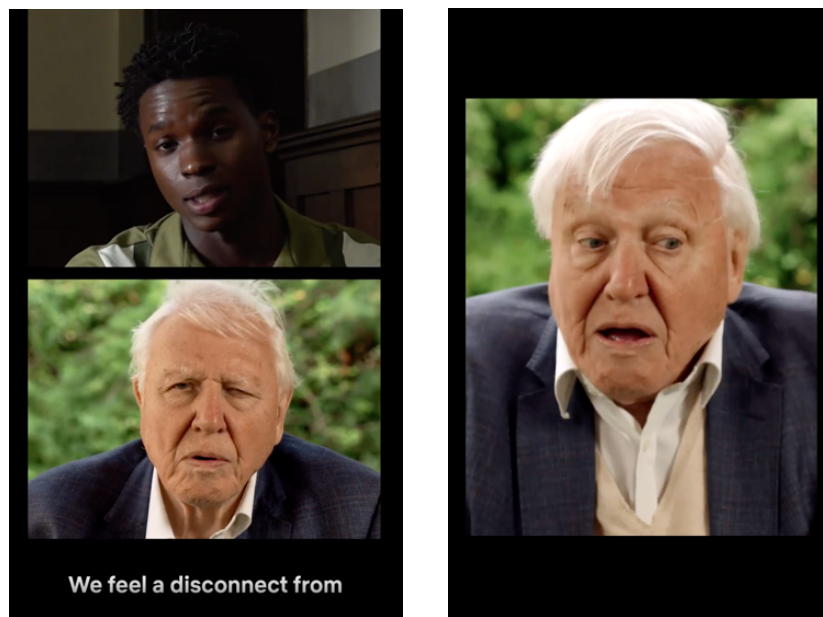


Figura 3.6. Fotograma vídeo IGTV *Sex Education*. Font: Instagram @sexeducation

### 3.2.2. Instagram *Merlí Sapere Aude*

El referent de format següent és el contingut dirigit a la plataforma d'Instagram del perfil oficial de la sèrie de ficció televisiva *Merlí Sapere Aude* (2019), dirigida per Mena Fité. Aquesta sèrie és un *spin-off* de la sèrie original de TV3, *Merlí*. Explica l'etapa universitària a la Facultat de Filosofia d'un dels personatges protagonistes d'aquesta sèrie original, el Pol.

Aquesta sèrie ha potenciat molt des del principi el seu perfil d'Instagram, ja que el seu públic acostuma a ser jove i, per tant, és important aprofitar aquest canal de distribució de contingut que et permet tenir un impacte social considerable, sense la necessitat d'una gran

inversió. La sèrie ha sabut aprofitar les possibilitats que dona l'eina d'IGTV per tal de penjar contingut addicional que enriqueixi l'experiència de l'espectador.

El contingut que apareix a la plataforma es tracta d'un tràiler i una secció titulada *Cómo se hizo 'Merlí Sapere Aude'* que consta de quatre capítols, d'entre dos i quatre minuts cadascun. En cada capítol es tracta un tema en concret. Els dos primers temes presenten els personatges i la realització de la sèrie i els dos últims mostren els dos aspectes més rellevants de les trames de la sèrie, la sexualitat i la maduresa. Aquests dos últims capítols són molt semblants al que es pretén fer amb les càpsules del projecte, ja que es basen en temes socials importants que tracten a la sèrie, on els actors parlen sobre aquests i sobre les actituds i comportaments que tenen els seus personatges en les trames que apareixen aquestes temàtiques.

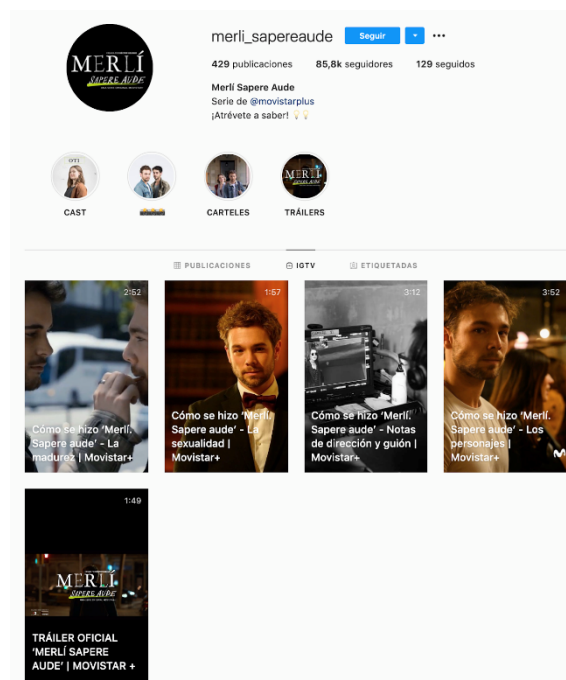


Figura 3.7. Instagram *Merlí Sapere Aude*. Font: Instagram @merli\_sapereaude

Aquest producte és un referent important pel projecte, ja que la idea de penjar contingut addicional per enriquir les trames de la sèrie és el mateix que es pretén amb les càpsules que es volen crear. La intenció és crear una secció a Instagram TV, on es tractin diverses



temàtiques tractades a trames diferents de la telenovel·la, tal com es fa a l'Instagram de *Merli Sapere Aude*.

Tots els vídeos segueixen la mateixa estructura i format, és a dir, intercalen els plans d'entrevistes amb actors i professionals de l'equip amb imatges d'escenes pròpies de la sèrie i imatges que mostren el darrere de les càmeres. L'estructura i el format que es vol seguir amb les peces audiovisuals, són molt semblants al contingut addicional de *Merli Sapere Aude*, ja que també es pretenen intercalar imatges de la sèrie i intervencions dels actors comentant-les.

Les úniques diferències són que en comptes de parlar amb professionals de l'equip de producció de la sèrie com fan aquí, es vol introduir intervencions d'especialistes de les temàtiques escollides externs a la sèrie i que en el cas de les càpsules del projecte no s'afegeixen imatges que mostren el darrere de les càmeres.

### **3.2.3. Com si fos un making 2**

El vídeo *Com si fos un making 2* és un *making of* de la segona temporada de la telenovel·la diària *Com si fos ahir* de TV3. És un producte addicional de la sèrie d'uns trenta minuts de durada, el qual intercala algunes escenes de la sèrie i el *making of* d'aquestes, amb entrevistes als protagonistes de la telenovel·la i a alguns dels seus fans.

El fet d'anar variant el contingut del vídeo amb escenes de la sèrie, imatges del *making of* d'aquestes escenes, les intervencions dels actors i dels fans, és una dinàmica semblant a la que es vol seguir amb aquest projecte. És semblant ja que es volen anar intercalant escenes de la sèrie representatives de les trames escollides amb imatges dels actors parlant sobre aquestes trames i, en canvi d'incloure intervencions dels fans de la sèrie, es pretén incloure intervencions de professionals dels temes que es tracten en cada càpsula per tal de donar un valor afegit al contingut.

Igual que en el *making of* de *Com si fos ahir*, en el producte audiovisual del projecte que es vol fer, les escenes que es mostren de la sèrie, són el fil conductor del que després les persones entrevistades parlen. No són escenes molt llargues per tal que l'espectador no perdi l'interès pel que realment es vol ensenyar en el vídeo, simplement serveixen d'ajuda per enfocar l'atenció en els temes importants que es volen tractar a les entrevistes.

Quan entrevisten als protagonistes ho fan als platós de la sèrie donant visibilitat al que hi ha darrere les càmeres, és a dir, mostrant els micròfons, els decorats i intentant no fer plans tancats per tal de mostrar al màxim la realitat dels rodatges. D'aquesta manera acostes molt més a l'audiència a tot el que hi ha darrere les càmeres i que no es veu per televisió. A part, també afavoreix el fet que els personatges deixin d'actuar i els vegin com persones reals i pròximes, allunyades del paper que sempre estan representant. Un detall interessant és que el decorat en el qual surten tots els actors, són els decorats on ells normalment apareixen més, sigui la seva casa o la seva feina, per tal d'identificar-los ràpidament i d'aquesta manera integrar millor els decorats en la narrativa del producte que s'està creant.



Figura 3.8. Fotogrames vídeo *Com si fos un making 2* (CCMA, 2019)

Les intervencions que fan els actors són parlant sobre els seus personatges, però donant el punt de vista des de fora, és a dir, com ho viuen ells personalment, sense actuar. Aquest punt de vista extern dels actors de la sèrie és la que es vol utilitzar a les càpsules dirigides a Instagram que vol crear aquest projecte, ja que és interessant saber la pròpia opinió dels actors com a persones sobre els papers que han interpretat i sobre les trames que els seus personatges tenen a la telenovel·la.



## 4. Objectius i abast

### 4.1. Objectius principals

- Desestigmatitzar problemàtiques socials que pateixen certs col·lectius de la societat actual mitjançant el tractament de trames originals d'una telenovel·la diària.
- Crear continguts addicionals a través d'Instagram per tal de fidelitzar a l'audiència i captar-ne de nova.

### 4.2. Objectius secundaris

- Idear contingut addicional de la telenovel·la *Com si fos ahir* que tinguin capacitat de combinar la divulgació amb l'entreteniment.
- Crear quatre peces audiovisuals que siguin capaces de mantenir l'interès de l'espectador.
- Optimitzar la preproducció perquè es puguin produir les càpsules amb el mínim temps i cost possible.
- Visibilitzar i normalitzar problemàtiques socials actuals a partir de la creació de contingut addicional d'una telenovel·la diària.
- Donar valor afegit al missatge i les trames de la sèrie a través de la intervenció d'experts.
- Potenciar el poder socialitzador i la capacitat d'influenciar que tenen les ficcions seriades televisives.
- Incrementar l'impacte social que tenen les sèries televisives a través de la creació de contingut addicional sobre aquestes dirigit a la xarxa social d'Instagram.
- Explotar una xarxa social poc utilitzada per la cadena de televisió per tal de crear nous continguts de la sèrie.

- Oferir contingut addicional per millorar el màrqueting audiovisual d'una telenovel·la diària.

### **4.3. Abast**

Un cop realitzat el guionatge i la preproducció del producte audiovisual relacionat amb la sèrie de TV3, *Com si fos ahir*, l'estat final del projecte, ha de ser el d'una producció completament preparada per la seva possible immediata realització. Arribats en aquest punt, es pretén crear una proposta que englobi tot el contingut generat al llarg del projecte, per tal que sigui presentada a la direcció de la telenovel·la en qüestió i es pugui tirar endavant el projecte iniciat en aquest treball en un futur pròxim, és a dir, produir el contingut addicional de la sèrie i difondre'l a través del canal oficial d'Instagram de la telenovel·la *Com si fos ahir*.

## 5. Metodologia i flux de treball

El projecte es basa en el guionatge i la reproducció de quatre càpsules audiovisuals, de contingut addicional, per la xarxa social d'Instagram, de la telenovel·la diària de TV3, *Com si fos ahir*. Aquest contingut anirà relacionat amb quatre problemàtiques socials actuals que es mostren a través de les trames de la telenovel·la.

### 5.1. Documentació i recerca prèvia

Per poder portar a terme el projecte, s'ha d'haver fet una recerca prèvia del tema a tractar. Per tant, s'ha de realitzar una bona documentació, per tal de saber bé en quin sector es mou la investigació, és a dir, estudiar a fons el format de la telenovel·la, sobretot a Catalunya, ja que és on se centra el nostre objecte d'estudi.

Per altra banda, també s'ha de buscar informació sobre el poder i l'impacte social que tenen les ficcions seriades televisives i com aquest incrementa amb la utilització de les xarxes socials. S'ha de parlar de la plataforma d'Instagram i, concretament, d'Instagram TV, el qual és el canal que s'utilitza per difondre el contingut. D'aquesta manera es poden definir bé quines característiques i quin format donar al producte audiovisual que té com a finalitat crear aquest projecte.

Per últim, però no menys important, també s'ha d'investigar sobre les problemàtiques escollides que es tracten a les trames de la sèrie, per tal de tenir una mica més d'informació sobre els temes i d'aquesta manera poder tractar els problemes amb coneixements per tal que es pugui obtenir l'impacte desitjat a l'audiència amb les càpsules. Això permet saber com tractar el tema i com enfocar-lo en el moment de fer les entrevistes i guionitzar les càpsules. Aquest últim punt és molt important, perquè d'aquí s'ha de tenir clar quins especialistes són els adequats per donar informació professional sobre el tema i, també ha de quedar clar quins són els conceptes rellevants i com es pot enfocar cada càpsula per donar contingut interessant, de qualitat, útil i que desperti l'atenció de l'audiència.

Després de fer la recerca prèvia de tota la informació necessària per considerar que s'està ben documentat per tractar la temàtica escollida amb prou coneixements, s'ha de fer una bona investigació per escollir quins referents s'agafen, tant de temàtica com de format, perquè serveixin d'inspiració del producte que es vol crear.

## **5.2. Guionatge i preproducció**

En aquest projecte, el departament de preproducció i el de guionatge han d'anar de la mà durant tot el procés de creació del guió, és a dir, no intervé primer un i després l'altre, sinó que, a mesura que el departament de guió avança, preproducció ha d'intervenir per proporcionar-li el material i els contactes que es demanin per tenir accés a la informació necessària per a la realització del guió.

La intenció del projecte és, al final de tot, deixar el guió i la preproducció a tal punt, que només faci falta dir acció i gravar-ho tot per produir el producte audiovisual.

### **5.2.1. Guionatge**

El departament de guió es basa en l'elaboració del guió detallat i precís de les quatre càpsules audiovisuals. Resumidament, la feina d'aquest departament consisteix en escollir les problemàtiques a tractar en les quatre càpsules, la ideació d'aquestes, una tria d'imatges de la sèrie per incloure-les a les càpsules, la selecció dels actors i actrius que intervenen a les càpsules, la selecció del càsting final dels especialistes per tal de fer les preentrevistes gravades i, posteriorment, transcriure-les per tal de poder elaborar els guions de les càpsules de manera detallada.

#### **5.2.1.1. Selecció de problemàtiques i tria d'imatges**

Un cop definit bé l'objectiu del treball, el primer que s'ha de fer és un visionat general de la penúltima i l'última temporada de la telenovel·la *Com si fos ahir*, per tal de detectar quines quatre trames són les que tenen les problemàtiques socials més rellevants i quines encaixen més per ser tractades en les quatre càpsules audiovisuals. És a dir, amb el visionat de la sèrie s'ha d'escollir quatre problemàtiques que apareguin cadascuna a diferents trames, perquè aquestes siguin el tema a tractar de cada càpsula.

Les quatre problemàtiques escollides són les següents:

- L'esquizofrènia, una malaltia mental crònica que altera la percepció de la realitat de la persona que la pateix i pot provocar trastorns en el pensament i el comportament de la persona. Aquesta càpsula se centra en la trama de l'Anna i el Juli, dos personatges de la sèrie *Com si fos ahir* de TV3. L'Anna està coneixent al Juli i li està agradant, però hi ha comportaments d'ell que no entén i li demana explicacions. En Juli s'obre a l'Anna i li explica el seu problema, té esquizofrènia i tenia por d'explicar-li per si canviava l'opinió que tenia d'ell i el deixava, com ja li ha passat altres vegades. L'Anna veu la part més difícil d'estar amb una persona amb esquizofrènia, però intenta ajudar-lo amb tot el que pot.
- El VIH, és a dir, el Virus de la Immunodeficiència Humana, és un virus que ataca al sistema immunitari del cos, el qual si no es tracta bé, en la seva fase avançada, pot derivar a la malaltia de la SIDA, és a dir, el Síndrome d'Immunodeficiència Adquirida. Actualment aquest virus no té cura, tot i que seguint el tractament adequat regularment, el virus es pot controlar i evitar que arribi a desenvolupar-se la malaltia de la SIDA. La càpsula se centra en la trama de l'Andreu, un dels protagonistes de la sèrie *Com si fos ahir*. L'Andreu s'embolica amb la Mercè, una dona que coneix una nit a un bar, dies després aquesta li comunica que té el VIH. L'Andreu es fa les proves i dona positiu. La seva reacció al principi no és bona, té por de com reaccionarà la gent quan ho sàpiguen i no vol sentir-se rebutjat, però després s'adona que prenent la medicació necessària, pot portar una vida completament normal.
- El poliamor, un tipus de relació no monògama on no necessàriament ha d'haver-hi exclusivitat sexo-afectiva amb la parella, és a dir, les relacions amoroses de tres o més persones a la vegada, en la qual tots els participants en són conscients i estan d'acord. La càpsula se centra en la trama d'en Quim, la Cati i la Xesca, tres personatges de la telenovel·la *Com si fos ahir*. El Quim i la Cati estan passant una crisi en el seu matrimoni, però apareix a les seves vides la Xesca, la qual fa reviure l'amor i la passió entre aquests i decideixen tenir una relació de tres persones. El problema ve quan el seu fill, el Marc, s'assabenta i es posiciona totalment en contra d'aquesta relació. La reacció del Marc, representa el rebuig que té la societat cap a les persones que decideixen tenir relacions no monògames, com és el poliamor. Tot i aquest rebuig per part del seu fill, el



Quim i la Cati decideixen tirar endavant amb el que realment senten, pensant únicament en la seva felicitat, la qual no hauria de perjudicar a ningú.

- Les relacions de violència, és a dir, les relacions sentimentals en les quals un membre de la parella exerceix algun tipus de maltractament sobre l'altre, ja sigui físic o psicològic. La càpsula se centra en la trama de la Gemma i l'Eudald, dos personatges de la sèrie *Com si fos ahir*. La Gemma i l'Eudald comencen una relació sentimental, però la desconfiança de l'Eudald cap a la Gemma hi és present des del principi i cada vegada augmenta més. L'Eudald comença a tenir uns comportaments i una actitud controladora que fa estar cada vegada més malament a la Gemma, les mentides són presents a la relació freqüentment. La situació va empitjorant i l'Eudald, fora de control durant més d'una discussió, acaba agredint a la Gemma, la qual a poc a poc es va anul·lant com a persona i en comptes de posar punt final a la història, es culpa de tot el que està passant i vol seguir amb ell. Fins a un moment en què l'Eudald li explica que està amb una altra persona i fa sentir que tot el que ha passat és culpa de la Gemma. La Gemma amb tot el que ha viscut, no pot més i intenta suïcidar-se.

Una vegada escollits els quatre temes més importants a tractar en aquest projecte, a partir de la informació recollida en la fase de documentació i recerca, s'ha de definir bé de quina manera es vol tractar cada problemàtica i quina informació i quines explicacions es volen donar sobre aquesta a partir de les imatges de les trames de la sèrie, dels actors que apareixen en aquestes i dels especialistes que es considerin adequats per les temàtiques tractades. Això permetrà saber quantes i quines persones són les que es necessiten per cada càpsula, per tal que el departament de preproducció pugui començar a intentar contactar amb totes elles.

Per començar el guionatge de les càpsules, s'ha de fer una tria dels capítols i escenes importants en la representació de les problemàtiques en qüestió, ja que aquestes imatges escollides de la sèrie, són les que s'inclouen a les càpsules. Ha de ser un recull d'imatges de la telenovel·la amb les quals l'espectador sigui capaç d'entendre la trama i el problema social que es vol tractar, tot i que no ha de ser una explicació detallada de la trama, sinó que s'ha de tenir en compte que molts dels usuaris ja saben de què tracta. A partir d'aquí, es pot començar amb l'elaboració dels guions de les càpsules, intercalant les imatges

seleccionades amb altres intervencions d'actors i definint els moments en què poden intervenir els professionals que s'entrevisten a continuació.

### **5.2.1.2. Selecció d'actors i especialistes i preentrevistes amb especialistes**

Després d'escollir les problemàtiques a tractar, començar a idear el contingut, el format de les càpsules i fer una tria d'imatges de les trames de la sèrie, s'ha de decidir el càsting final que es necessita per fer cada càpsula, tant d'actors com d'especialistes, per tal que el departament de preproducció pugui avançar i es posi en contacte amb tots els professionals necessaris. Es fa una selecció final dels protagonistes que participen en cada càpsula de cada trama i, per altra banda, es contacta amb tots els especialistes via e-mail i es concreta un horari per cada preentrevista.

Quan el càsting final està confirmat i els especialistes amb els quals s'ha contactat han acceptat la participació en el projecte, es fa una preentrevista amb cadascú d'ells amb videotrucada gravada a través de la plataforma *Zoom*, per poder transcriure diversos fragments, estructurar bé les entrevistes finals que seran part del contingut del producte i així, després, treure tota la informació necessària per fer un bon guionatge, detallat i ben pautat, de les petites càpsules que es volen crear.

### **5.2.1.3. Elaboració dels guions finals**

Cada càpsula té una durada aproximada d'uns deu minuts, ja que pel tipus de canal al qual van dirigides, és a dir, per Instagram, han de ser peces audiovisuals lleugeres i fàcils de veure perquè tinguin èxit. Si es fa un contingut massa llarg, els usuaris que té aquesta plataforma perden l'interès i no s'aconsegueix captar la seva atenció fins al final.

Les càpsules segueixen el mateix estil que el contingut addicional que s'ha fet fins ara a la sèrie *Com si fos ahir* de TV3, concretament s'ha agafat de referència el vídeo *Com si fos un making 2*, un tipus de *making of* on es barregen imatges de la sèrie, del darrere les càmeres i intervencions d'actors i altres persones relacionades amb la sèrie, en aquest cas els fans, que parlen sobre les trames de la temporada de l'any 2019. Les càpsules que es fan en aquest projecte es basen en intercalar imatges d'escenes de la sèrie *Com si fos ahir* on es desenvolupen les trames que tracten cada temàtica, amb intervencions breus dels actors protagonistes de les trames i combinat amb intervencions d'entrevistes a especialistes de

cada temàtica. Finalment, amb tota la feina mencionada anteriorment, es pot començar amb l'elaboració dels guions finals.

### **5.2.2. Preproducció**

A part de la documentació i la recerca prèvia, el primer que s'ha de fer per poder fer bé el treball i saber cap a quin públic específic dirigir aquest contingut, és una anàlisi de l'audiència de la sèrie *Com si fos ahir*. Per tant, s'ha contactat amb TV3 per tal d'aconseguir aquestes dades d'audiència oficials. Aquestes dades s'utilitzen per a saber a quin públic objectiu va dirigit el producte audiovisual que es vol crear, és a dir, a quina audiència ja existent volem fidelitzar i a quina audiència nova volem captar. Per interpretar bé aquestes dades i poder fer una bona anàlisi, es fa una videotrucada amb un especialista de TV3, el qual facilita aquestes dades oficials de la sèrie i dóna un cop de mà amb la interpretació d'aquestes segons les necessitats del projecte.

Seguidament, per tal que el departament de guionatge pugui continuar amb l'elaboració del guió de les càpsules, és necessari que el departament de preproducció contacti amb tots els especialistes escollits per confirmar la participació d'aquests en el projecte. Una vegada confirmada la participació de tots, es concreta una data amb cadascú per fer una preentrevista a través de la plataforma Zoom, la qual és gravada per poder-la transcriure posteriorment i utilitzar la informació d'aquesta per l'elaboració dels guions finals de les càpsules.

Una vegada acabat el guionatge de totes les càpsules, des del departament de preproducció s'ha de desglossar els quatre guions finals per tal de veure les necessitats que té cada càpsula. Una vegada identificades totes les necessitats, s'han de mirar d'aconseguir, és a dir, s'han de buscar les localitzacions, el material i l'equip tècnic per gravar, etc. Un dels apartats més importants és acabar de concretar amb els professionals entrevistats el seu paper dins la producció del producte i que aquests acceptin, seguint tots els aspectes legals que es requereixen per una producció com aquesta. Per últim, s'ha de fer un pla de rodatge per tal d'organitzar el rodatge de les quatre càpsules tenint en compte al màxim les preferències i les possibilitats que tenen tots els professionals implicats en la gravació i intentant optimitzar al màxim el temps i els recursos dels quals es disposa.

En resum, s'ha de fer un bon guionatge de totes les càpsules i una planificació exhaustiva de tot el sistema de producció que se seguirà, perquè finalment es pugui presentar la proposta a la Televisió de Catalunya i amb la preproducció i els guions realitzats en el projecte, estigui tot preparat per poder-ho produir.

### 5.3. Eines

Són poques les eines que es faran servir per executar les diferents tasques. Un dels instruments que s'utilitzaran més en el moment de realitzar el guionatge final és el programa *Microsoft Office Word*, ja que s'ha de fer un guionatge detallat de cada càpsula. Al no ser un guió de ficció on tot el que es diu ha d'estar guionitzat i tot el que fan els personatges que participen ha d'estar previst, sinó totalment al contrari, no és necessari seguir l'estil d'un guió de ficció, com es faria amb un programa com el *Celtx*, ja que moltes de les participacions que fan els actors i els especialistes són improvisades.

En un guió com el que es fa en aquest projecte, el qual és semblant al d'un documental, el que s'ha fet és establir un fil conductor per guiar d'alguna manera com es vol enfocar cada temàtica i cada intervenció, però en cap cas es guionitzen literalment les paraules dels participants, ja que el que és interessant és la informació que poden aportar ells mateixos. Per tot això no és necessari el *Celtx* i es pot fer amb *Microsoft Office Word*.

Per altra banda, com s'ha dit anteriorment, el programa *Zoom* permetrà un primer contacte amb els entrevistats a través d'una videotrucada que evitarà el contacte amb ells, en moments tan difícils com els que hi ha durant la pandèmia. Aquest programa permet gravar les videotrucades sense complicacions i amb bona qualitat.

Un altre programa de *Microsoft Office* que es necessita per fer aquest projecte és l'*Excel*, ja que durant la preproducció s'ha de fer un bon pla de rodatge que organitzi bé els dies de gravació.



## 6. Anàlisi i resultats

### 6.1. Anàlisi de l'audiència de la telenovel·la *Com si fos ahir*

Per tal de saber a quin públic objectiu s'ha de dirigir el contingut addicional que es crea en aquest projecte, és important fer una breu anàlisi de l'audiència de la telenovel·la *Com si fos ahir* de TV3. Aquesta anàlisi serveix per identificar quin tipus d'audiència ja té la telenovel·la, per tal de saber quina és l'audiència que s'ha de fidelitzar amb el producte que es crea i, per altra banda, permet identificar el nou públic que s'ha d'intentar captar.

A partir de les dades oficials que proporciona la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, es pot analitzar una taula d'audiència de la telenovel·la *Com si fos ahir*, dividida per franges d'edat i per gènere. Així doncs, s'utilitzen aquestes dues variables per a definir el públic al qual va dirigit el contingut addicional.

	Tram d'edat - gènere	Audiència mitjana (en milers)	Quota% (share)	Audiència acumulada - han connectat mínim 1 minut (en milers)
Temporada 20/21	Ind. 4+ (inv)	260	16,0	3146
	Ind. 4-12	2	5,6	117
	Ind. 13-24	4	6,3	278
	Ind. 25-44	31	14,2	827
	Ind. 45-64	68	11,0	1061
	65-74 (inv)	86	26,7	472
	75+ (inv)	69	18,8	391
	Hombres 16+	98	14,1	1339
	Mujeres 16+	158	18,0	1614

Taula 6.2. Taula d'audiència de *Com si fos ahir* per franges d'edat i gènere.

Font: Departament d'audiència de TV3

La sèrie *Com si fos ahir*, té una audiència mitjana d'unes dues-centes seixanta mil persones per temporada. D'aquestes, vuitanta-sis mil són persones d'entre seixanta-cinc i setanta-quatre anys, les quals són la franja d'edat més representativa de l'audiència de la telenovel·la. Com bé es pot observar a la taula, la franja d'edat on la sèrie té més audiència és, com ja s'ha dit, dels seixanta-cinc als setanta-quatre anys, seguida de les persones de més de setanta-cinc anys i de la franja d'edat d'entre quaranta-cinc i seixanta-quatre anys.

Aquests valors són molt significatius respecte als valors que representa l'audiència de menys de vint-i-cinc anys, que únicament hi ha trenta-set mil persones, és a dir, el 14% aproximadament.

A la taula també es poden apreciar els valors de l'altra variable que s'ha considerat important, és a dir, la del gènere dels espectadors de la sèrie. Hi ha una clara diferència entre l'audiència femenina i la masculina, la qual 158 mil persones que veuen la sèrie, que representa un 60,77% per cent de l'audiència, és de gènere femení de més de setze anys, mentre el 37,69% de l'audiència restant és de gènere masculí de més de setze anys.

Després d'analitzar les dades, es pot veure com és un producte més consumit per l'audiència femenina, però l'audiència masculina també és una part representativa d'aquesta. Com que no hi ha una diferència preocupant entre l'audiència femenina i masculina de la sèrie, s'arriba a la conclusió que aquesta variable no és determinant a l'hora de canviar l'enfocament del contingut addicional que es crea amb aquest projecte.

Al ser un producte creat per transmetre'l a través de l'aplicació d'Instagram, el públic al qual es pot arribar és més jove que el que normalment mira la sèrie a través de la televisió. Segons l'anàlisi de We Are Social i Hootsuite (2021), la franja d'edat que té més audiència a la xarxa social d'Instagram actualment és la franja d'entre vint-i-cinc i trenta-quatre anys, seguida de la franja de divuit a vint-i-quatre. Tot i que els usuaris d'entre vint-i-cinc i trenta-quatre anys són els que tenen més audiència en aquesta xarxa social, la franja de divuit a vint-i-quatre anys són l'audiència més activa i amb més interacció.

En resum, l'audiència ja existent de la telenovel·la i que, per tant, caldria fidelitzar amb el producte audiovisual que es crea seria de la franja d'edat dels quaranta-cinc anys fins a més de setanta-cinc anys. En canvi, la nova audiència que la plataforma d'Instagram permet captar, és la franja més activa de la xarxa social d'entre divuit i trenta-quatre anys, la qual és menys representativa de l'audiència de la sèrie i és més difícil arribar a través de la televisió.

## 6.2. Guionatge

### 6.2.1. Selecció problemàtiques socials

Després de fer una visió general de les últimes dues temporades de la telenovel·la, s'han escollit quatre temàtiques socials per tractar a quatre càpsules diferents dirigides a l'Instagram oficial de la sèrie *Com si fos ahir* de TV3. A l'hora d'escollir les quatre temàtiques socials, el que s'ha intentat és que siguin temes que tinguin una rellevància social i sobre els quals la societat ha creat estigmes i prejudicis. D'aquesta manera es pot aconseguir que les càpsules serveixin, no únicament per entretenir a l'espectador, sinó per intentar conscienciar, formar i educar als espectadors sobre les problemàtiques socials que existeixen al voltant dels temes escollits. Els quatre temes escollits són l'esquizofrènia, el VIH, el poliamor i les relacions de violència.

Una de les quatre temàtiques escollides que es tracten a la telenovel·la *Com si fos ahir* és l'esquizofrènia. Aquesta malaltia mental està molt estigmatitzada i la societat té molt poca informació veraç sobre ella. Amb aquesta trama el que es pretén aconseguir és entendre la situació en què es troben moltes persones que pateixen aquesta malaltia mental, a les quals sempre les persegueixen prejudicis i estigmes que condicionen completament la seva vida.

Moltes vegades les representacions que es fan a la ficció i la informació que es dona sobre la malaltia als mitjans de comunicació, fan que es tingui una imatge equivocada de les persones que pateixen esquizofrènia, ja que normalment es presenta com una persona que no té autocontrol, agressiva i perillosa, sense donar la suficient informació per saber que, una persona amb esquizofrènia, pot tenir una vida normal, com qualsevol altre. L'única diferència és que s'ha de prendre la medicació regularment durant tota la vida i anar a teràpia. La càpsula pretén desestigmatitzar la malaltia mental de l'esquizofrènia i que, d'aquesta manera, les persones que la pateixen puguin tenir més inclusió social.

Una altra de les temàtiques escollides és el VIH. És un virus que normalment es transmet a través de relacions sexuals vaginals o anals i a través de xeringues o altres elements per la injecció de drogues. Això ha fet que sempre hi hagi prejudicis i discriminació contra les persones que tenen el VIH, ja que és un virus que s'associa al col·lectiu LGTBI i a persones amb drogodependència.



Hi ha un rebuig social cap a les persones que tenen aquest virus, ja que la societat no és conscient que una persona amb VIH que segueix rigorosament el tractament, no pot transmetre el virus, ja que la càrrega viral és indetectable i això permet a la persona tenir una vida completament normal. Tenir VIH no significa morir de VIH i això és el que es vol intentar transmetre amb la càpsula per Instagram. Es pretén acabar amb el desconeixement, els prejudicis i el rebuig per part de la societat que sempre acompanyen al VIH i a les persones que el pateixen.

Un altre dels quatre temes que s'han escollit és el poliamor. La societat actual està educada a partir de la monogàmia i el que surt fora de les normes d'aquesta, és criticat i jutjat. Això suposa un problema per les persones que practiquen el poliamor, ja que no es poden expressar lliurement sense sentir-se jutjats socialment. La representació del poliamor cada vegada més freqüent en la ficció pot ajudar a normalitzar que és possible estimar a més d'una persona a la vegada, encara que moltes persones no ho comparteixin.

Aquesta càpsula parla del poliamor amb una gran naturalitat i d'aquesta manera, intenta trencar amb els prejudicis i fer entendre a la societat que l'amor no té límits, ni fronteres i que pel fet que una persona entengui l'amor fora de la monogàmia que segueix una part de la societat, no s'ha de jutjar a ningú per escollir com estimar i a qui estimar. La càpsula del poliamor és una manera de reivindicar-se per tal de normalitzar les relacions no convencionals.

Per últim, també s'ha escollit el tema de les relacions de violència. Aquesta problemàtica social la pateixen actualment moltes més persones de les que ho saben, ja que el problema que tenen aquestes relacions és que de vegades és difícil d'identificar la violència, ja que va apareixent a poc a poc i va augmentant gradualment, per tant, per la víctima és difícil adonar-se del que està passant i més si l'agressor la manipula perquè s'acabi culpabilitzant.

Moltes vegades les víctimes d'aquest tipus de relacions no s'atreveixen a fer el pas per trencar-les, ja que tenen por o pensen que la violència anirà a pitjor. Amb aquesta càpsula el que s'intenta és donar eines per identificar si algú es troba en la mateixa situació i fer obrir els ulls a les persones que estan dins d'aquestes relacions, per tal que demanin ajuda i puguin sortir-ne el més ràpid possible.

### 6.2.2. Ideació de les càpsules

Les quatre càpsules per Instagram són quatre peces audiovisuals i, com ja s'ha dit anteriorment, tenen una durada aproximada d'uns deu minuts. S'alternen i combinen diferents vídeos, els quals poden ser els que s'exposen a continuació:

- Talls d'escenes de la sèrie que representin moments importants a tractar sobre la temàtica de cada càpsula.
- Talls d'entrevistes als actors protagonistes de les trames.
- Talls d'entrevistes a especialistes de cada temàtica.

El títol de cada càpsula es basa en utilitzar la primera part del nom de la sèrie *Com si fos ahir*, igual que ja s'ha fet anteriorment amb el contingut addicional produït per la pròpia sèrie, per exemple el *making of* anomenat *Com si fos un making 2*. Juguen amb les paraules "com si fos" i afegeixen al darrere el que representa el vídeo en qüestió. En el cas de les càpsules d'aquest projecte, s'agafen les mateixes paraules al davant i a darrere s'afegeix el tema que tracta cada trama de cada càpsula. Les quatre càpsules s'han anomenat de la següent manera: *Com si fos esquizofrènia*, *Com si fos VIH*, *Com si fos poliamor* i *Com si fos una relació de violència*.

Cada càpsula té diversos recursos audiovisuals per tal de fer la peça més dinàmica i entretinguda. Aquests recursos es van utilitzant al llarg de les càpsules, sense seguir una mateixa pauta en totes elles, sinó que quan és adient pel contingut de la càpsula, s'utilitza un o un altre.

Un dels recursos amb els quals comença cada càpsula és la introducció a la trama amb vint segons d'un muntatge musical amb imatges de la sèrie, les quals representen moments clau de la trama que es tracta a la càpsula. Sobre d'aquest muntatge musical se sent la sintonia de la sèrie *Com si fos ahir* per tal d'ubicar a l'espectador i que aquest identifiqui que les peces són continguts addicionals de la sèrie en qüestió. Al final d'aquest muntatge musical apareix el títol de cada càpsula, esmentat anteriorment, per saber quina temàtica es tracta en cadascuna.

Un altre recurs que s'utilitza en algun moment és el de sobreposar la veu en off d'un entrevistat per sobre d'alguna imatge de les escenes de la sèrie, la qual parla sobre el que es veu a la imatge.

Els talls dels actors entrevistats poden sortir sols en un pla mitjà que els enfoqui únicament a ells o amb una curta conversa entre ells, els quals es veuen dins del mateix pla, el qual és més general i es veu bé tot el darrere les càmeres. Per altra banda, els plans dels especialistes entrevistats són plans mitjos, més tancats i surt cada especialista sol.

En alguna ocasió es fa servir el recurs visual de la pantalla partida, per crear una breu conversa entre els actors i l'especialista, on el pla de l'actor o els actors es veu a la part de dalt i el de l'especialista a la part de baix de la pantalla. Això es fa servir per crear alguna una connexió entre els actors i els especialistes, els quals parlen sobre el mateix tema, però no estan físicament junts i, d'aquesta manera, es poden preguntar coses i respondre algunes qüestions que tinguin entre ells.

### **6.2.3. Tria d'imatges de les escenes**

Per fer la tria d'imatges de les escenes que s'inclouen a les càpsules, s'ha fet una recerca dels episodis on es desenvolupa cada trama i a continuació s'han escollit les escenes més representatives de cadascuna. Una vegada escollides les escenes, s'han triat els segons més rellevants de cada escena, intentant que fossin tan curtes com sigui possible per adaptar la càpsula a deu minuts, tal com estava establert. La primera tria ha sigut molt més extensa que la final, ja que fins que no s'ha començat a fer el guionatge final combinat amb les intervencions dels actors i els especialistes, no s'ha vist quines eren les escenes que funcionaven a la càpsula i quines quedaven fora. Finalment també s'ha fet una tria de quatre talls de cinc segons, de diferents escenes de cada trama que representen el resum d'imatges que introdueix cada temàtica.

A l'hora d'escollir els talls de les escenes que s'inclouen a les peces audiovisuals, s'ha tingut en compte que va dirigit a un públic que ja coneix les trames, és a dir, no són usuaris que no coneixen la història, sinó que únicament s'ha de recordar el moment en el qual es vol posar èmfasi, no s'ha de fer un resum detallat de la trama. Els trossos de les escenes que s'han escollit són els estrictament necessaris per a posar en context sobre la temàtica que es tracta a cada càpsula i guiar el contingut que es tracta en cada moment, és a dir, serveixen per introduir de què han de parlar a continuació els actors i els especialistes amb les seves intervencions.

La tria final de les escenes que s'han inclòs a la càpsula de l'esquizofrènia, comença des de l'episodi 668 i fins a l'actualitat, ja que és una trama molt recent i encara no s'ha tancat. Per tant, s'ha anat fent un seguiment dels nous capítols que s'emeten diàriament, per tal d'identificar quines escenes són les més rellevants per representar-ho bé en un resum audiovisual. La tria consta de dotze talls d'escenes extrets de sis episodis diferents de la sèrie on es desenvolupa la trama que tracta aquesta temàtica. Amb tots aquests talls es mostra com el Juli amaga la malaltia a l'Anna, com li explica finalment el que li passa, la primera reacció de l'Anna en saber-ho tot, el brot psicòtic que té el Juli amb l'Anna i com aquesta porta la situació.

La tria final de les escenes que s'han inclòs a la càpsula del VIH, comença des de l'episodi 496 fins al 544 i consta de dotze talls d'escenes extretes de deu episodis diferents de la sèrie, en els quals es desenvolupa la trama del VIH. Es fa una tria de les escenes més representatives per tal de mostrar el màxim de punts de vista possibles que apareixen a través dels diferents personatges que intervenen. Amb els talls finals que s'han escollit es mostra com l'Andreu rep la notícia que té VIH, la fase de negació de l'Andreu, els prejudicis que té la Gemma i la mare de l'Andreu amb el VIH, la por que té la Pili d'estar amb l'Andreu quan sap que té el VIH i la desinformació que existeix sobre el VIH i la SIDA.

La tria final de les escenes que s'inclouen a la càpsula dedicada al poliamor, comença des de l'episodi 477 fins al 542 i consta de dotze talls de deu episodis diferents de la sèrie, en els quals es desenvolupa la trama relacionada amb el poliamor. Es fa un recorregut de tota la història que han viscut aquests tres personatges junts, incloent-hi els moments en què, per culpa de la societat i els seus prejudicis, els protagonistes dubten diverses vegades de si deixar-se portar o tallar el que tenen per por al que pensin i diguin els altres. Amb aquests talls es veu com el matrimoni decideix provar el poliamor, els dubtes que tenen i com afecten la tercera persona, les inseguretats que apareixen al principi i la importància de la comunicació, el rebuig per part del Marc amb la relació no monògama que tenen els seus pares i els prejudicis que té la societat sobre el poliamor.

Per últim, la tria final de les escenes que s'inclouen en la càpsula de la relació de violència, comença des de l'episodi 539 fins al 607 i consta de disset talls de deu episodis diferents de la sèrie, en els quals es desenvolupa la trama relacionada amb la relació de violència.

Aquestes imatges són un recull d'escenes que mostren cronològicament com va empitjorant la relació entre els dos personatges fins al final, el qual si es busca ajuda a temps, no s'hauria d'arribar.

Tot aquest procés de la tria d'imatges de les escenes representatives ha sigut una feina molt lenta. Hauria sigut més fàcil si s'hagués tingut algun tipus d'ajuda d'un professional de la telenovel·la que conegués bé les trames, per indicar quins són els moments més rellevants de cadascuna i, d'aquesta manera, estalviar el temps de visionat de les últimes dues temporades d'una sèrie que s'emet diàriament, quelcom que fa que no siguin pocs els episodis emesos per temporades.

#### **6.2.4. Selecció actors i especialistes entrevistats**

Com ja s'ha dit anteriorment, a les càpsules d'Instagram s'afegeixen intervencions dels actors protagonistes de les trames. Per triar els actors que apareixen a les càpsules s'han mirat totes les escenes que s'han escollit per afegir als guions finals i s'han escollit els personatges que es consideren més importants perquè donin la seva opinió sobre la trama que han representat i donin explicacions sobre les actituds i els comportaments dels seus personatges.

Els actors que apareixen a la càpsula dedicada a l'esquizofrènia són l'Àngela Cervantes i l'Aleix Melé, que actuen com l'Anna i el Juli, els quals tenen una relació que es veu afectada per l'esquizofrènia que pateix el Juli. Els actors que apareixen fent intervencions a la temàtica del VIH són el Marc Cartes com a Andreu, el protagonista de la trama que té el VIH, l'Àlicia González Laá que actua com a Eva, l'amiga de l'Andreu que li fa costat en tot moment, l'Àurea Márquez, que fa de Gemma, amb la qual l'Andreu té un fill i, per últim, l'Ester Cort, que actua com a Pili, la parella de l'Andreu.

Els actors que apareixen a la càpsula del poliamor són el Jordi Rico i l'Olalla Moreno, actuant com a Quim i Cati, el matrimoni que decideix començar una relació de tres amb la Xesca, representat per la Núria Gago. Per últim, l'actor Marco H. Medina, que actua com a Marc, el fill del Quim i la Cati, el qual s'oposa completament a la relació de tres que tenen els seus pares. Per últim, els actors que intervenen a la càpsula de la relació de violència són l'Àurea Márquez i el Joan Carreras, els quals actuen com a Gemma i Eudald i tenen una relació una mica complicada que no té un bon final.

A les càpsules també s'inclouen intervencions d'especialistes de cada temàtica que parlin sobre aquesta donant un punt de vista professional. En cada càpsula únicament s'inclouen intervencions d'un especialista. S'han buscat experts que no només siguin molt entesos en la matèria, sinó que comuniquin bé, perquè interessa que siguin persones que, més enllà que tinguin molts coneixements, siguin bons comunicadors i capaços d'expressar-se bé en pantalla. És necessari que parlin bé i que tinguin un to una mica més informal pel canal al qual va dirigit i per l'objectiu final de les càpsules, ja que no només és formar i conscienciar sobre les temàtiques escollides, sinó que a l'hora es busca entretenir a l'espectador. Tots els especialistes que s'han escollit són dones expertes en cada temàtica.

L'especialista que es necessita per la peça audiovisual de l'esquizofrènia és una persona que tingui els coneixements necessaris per donar més informació experta sobre aquesta malaltia mental i d'aquesta manera intentar trencar amb els estigmes que la persegueixen. L'especialista escollida és la Laia Villalta, metgessa especialista en Psiquiatria via MIR a l'Hospital de la Santa Creu i Sant Pau de Barcelona. Psicoterapeuta Familiar Sistèmica i amb un doctorat amb menció internacional a la Universitat de Barcelona. Té formació en psiquiatria infanto-juvenil a Imperial College i Kings College de Londres i és Secretaria General de la Junta Directiva de l'*Asociación Española de Psiquiatria del Niño y del Adolescente* (AEPNYA).

L'especialista que es busca per tractar bé la problemàtica de la càpsula del VIH és una persona que sigui experta el VIH i que sigui capaç de donar totes les informacions verídiques dels avenços que hi ha actualment amb la malaltia i d'aquesta manera es pugui normalitzar i deixar de jutjar a les persones que el pateixen. L'especialista escollida és la Marta Villar, psicòloga i sexòloga feminista, tècnica de projectes a Stop Sida, és a dir, coordinadors de protegessex-trans, coordinadora del grup de salut sexual de dones LBT i teràpia individual a persones amb el VIH.

L'especialista que s'ha buscat per la càpsula del poliamor és una persona del sector de la psicologia i la sexologia, per tal que domini la temàtica que es tracta. És important que sigui una persona liberal i amb capacitat de transmetre els valors socials adients. L'especialista escollida és la Marina Vivó, psicòloga i psicoterapeuta, teràpia individual, de parella i sexòloga.

Per últim, l'especialista que es necessita per la càpsula de la relació de violència és una psicòloga que sigui capaç de donar informació i eines útils per tal d'identificar la problemàtica que s'està tractant i que l'audiència pugui reconèixer si està dins d'una relació de violència o si coneix a algú que hi estigui. L'especialista escollida és la Sílvia Armas, psicòloga general sanitària i experta en estudis de gènere i violència de gènere.

### **6.3. Preproducció**

Per fer la preproducció de les càpsules s'ha realitzat el desglossament dels guions per tal de saber totes les necessitats que té cadascuna. Sobretot s'han de definir bé les localitzacions que s'utilitzen per a cada entrevista i el material i l'equip tècnic necessari per gravar. El material i l'equip tècnic i les localitzacions, al ser una producció pròpia per fer contingut adicional oficial de la sèrie *Com si fos ahir* de TV3, els proporciona la Televisió de Catalunya.

#### **6.3.1. Localitzacions**

Per escollir les localitzacions on es graven les entrevistes dels actors s'ha seguit el mateix estil que el vídeo *Com si fos un making 2* de la sèrie *Com si fos ahir*. Els actors estan asseguts en uns tamborets alts en els seus respectius decorats habituals dels platós de la telenovel·la. Es fa un pla general obert per tal de mostrar més el darrere les càmeres, és a dir, es veuen bé els decorats, les llums, els micròfons i tot el que normalment no es veu en els enquadraments que s'emeten per televisió. Es poden intercalar plans generals dels actors en el decorat i plans mitjos dels actors perquè es vegi millor la cara, les expressions i s'aconsegueixi una mica més de proximitat amb l'audiència.

Els platós on hi ha els decorats de la sèrie *Com si fos ahir*, els quals s'utilitzen per a les entrevistes amb els actors, són el plató 1 i el plató 2 de l'Edifici Il·lumina de TV3, ubicat a Esplugues de Llobregat, al carrer de Gaspar Fàbregas i Roses, 81. Aquí és on es roden la majoria d'escenes de la telenovel·la quan no es tracta d'exteriors.

El decorat on apareixen els actors de la càpsula de l'esquizofrènia, els quals són l'Àngela Cervantes i l'Aleix Melé, està ubicat al plató 2 de la sèrie, exactament és el que representa casa l'Anna. En la càpsula del VIH, el Marc Cartes, la Alícia González Laá, l'Àurea

Márquez i l'Ester Cort surten al decorat de casa l'Andreu, ubicat al plató 2 on es roda la sèrie, que és on habitualment es tracta la trama del VIH. El Jordi Rico, l'Olalla Moreno, la Núria Gago i el Marco H. Medina, fan les seves intervencions de la càpsula del poliamor, al plató 1 on es roda la telenovel·la, concretament en el decorat que representa casa el Quim i la Cati, on habitualment es tracta la trama del poliamor. Per últim, a la càpsula de dedicada a les relacions de violència, el decorat on apareixen l'Àurea Márquez i el Joan Carreras és casa la Gemma, ubicat al plató 1 on es roda la telenovel·la, on acostuma a desenvolupar-se la trama de la relació de violència.

Per altra banda, les entrevistes amb els especialistes es fan amb un fons blanc a darrere i amb un pla mitjà molt més tancat. No es deixa veure el darrere les càmeres, ja que no és necessari que la seva identitat es vegi fora de la ficció. Al ser una producció per la mateixa sèrie, es grava en un plató de TV3.

### **6.3.2. Pla de rodatge**

El pla de rodatge indica com s'organitza el rodatge per tal de portar a terme el guió amb la màxima eficiència possible. L'organització d'aquest pla de rodatge s'ha fet pensant en el mínim pressupost possible i intentant optimitzar al màxim els recursos i el temps del qual es disposa.

Al tenir quatre càpsules diferents el primer que s'ha mirat és quantes persones s'han d'entrevistar en total i són setze persones, quatre especialistes i dotze actors. La primera jornada s'ha decidit dedicar-la a la gravació de les entrevistes a les especialistes, ja que és important saber què explicaran per després tenir-ho en compte en el moment d'intentar enllaçar aquestes intervencions amb les dels actors i, d'aquesta manera, fer que els actors puguin mantenir algun tipus de conversa amb les especialistes.

Les entrevistes amb les especialistes es fan durant tot un dia sencer, dues especialistes al matí de 10:00 a 14:00 i, dues a la tarda, de 16:00 a 20:00. Com que l'espai que s'utilitza és un plató de TV3 neutre amb un fons blanc, no es necessita que els platós de la sèrie estiguin buits, per tant, l'horari no està restringit al de la gravació de la telenovel·la *Com si fos ahir*. Per cada especialista es considera necessari dues hores de gravació, ja que es conta una hora per preparar el set, amb la il·luminació i els plans corresponents i aproximadament una hora per fer l'entrevista.



Per altra banda, les entrevistes als actors es divideix en tres jornades més, ja que l'horari de rodatge d'aquestes s'ha d'adaptar a l'horari de gravació dels platós de la telenovel·la *Com si fos ahir*, el qual és durant tot el matí fins a les 15:00 del migdia. Per tant, l'horari de gravació de les entrevistes als actors no pot començar fins a les 16:00 de la tarda i hauria d'acabar a les 20:00 del vespre, per tal de no afectar els actors que tinguin alguna obra de teatre.

Les intervencions dels actors són més breus que les de les especialistes, per tant, s'ha considerat que amb una tarda es poden entrevistar quatre actors diferents. Hi ha dues càpsules que tenen la intervenció de quatre actors diferents cadascuna i les altres dues, dos actors cadascuna, per tant, les càpsules que tenen quatre actors, les quals són la del poliamor i la del VIH, ocupen una jornada sencera cadascuna i les dues càpsules que tenen únicament dos actors per entrevistar, les quals són la de la relació de violència i la de l'esquizofrènia, s'han ajuntat en una única jornada.

Hi ha casos en què alguns dels actors poden fer l'entrevista a la vegada perquè tenen alguna intervenció junts i això fa que es pugui optimitzar el temps a l'hora de fer les entrevistes. Les jornades dos i tres es graven cadascuna en un únic plató i això disminueix el temps de gravació perquè no s'ha de canviar de set. L'única jornada en què es grava en dos platós diferents és l'última, la qual es dediquen dues hores en un plató amb dos actors de la mateixa trama junts i dues hores més a l'altre plató amb dos actors, també de la mateixa trama.

D'aquesta manera, en total s'han definit quatre jornades diferents per tenir totes les entrevistes dels especialistes i els actors fetes.

## 7. Conclusions

El gran poder socialitzador que té la televisió és innegable, aquesta sempre ha tingut un paper fonamental en la formació de l'opinió pública i en la transmissió de valors a la societat. Aquest gran poder el podem veure reflectit en les ficcions seriades televisives, ja que al ser un contingut audiovisual que s'emet regularment, genera un vincle entre els personatges i l'espectador molt intens. El vincle en qüestió, augmenta quan es tracta de telenovel·les d'emissió diària, ja que els personatges que apareixen en aquesta, acompanyen diàriament a l'audiència, d'aquesta manera l'espectador empatitza amb més facilitat amb les històries que viuen els personatges de la sèrie.

L'aparició d'Internet i les xarxes socials han revolucionat el món televisiu. Les noves plataformes digitals han provocat un canvi dràstic en el consum del contingut televisiu. Avui en dia, aquestes plataformes digitals presenten la possibilitat d'arribar a un gran nombre de consumidors, sobretot centrat en les noves generacions, un públic molt més difícil de captar a través de la televisió tradicional. Davant d'aquest fet, moltes productores i cadenes televisives s'han hagut d'adaptar a aquest nou paradigma, reinventant-se i augmentant la creativitat, per tal de captar l'interès de l'audiència, cada vegada més exigent. En el cas de les ficcions seriades, les plataformes digitals han permès produir i divulgar contingut addicional que permet donar un valor afegit a les produccions i d'aquesta manera diferenciar-se de les altres.

L'ús de les xarxes socials en el món de la ficció televisiva ha potenciat el gran poder que té sobre els seus espectadors i ha aconseguit un major impacte social dels seus continguts en l'audiència. Les sèries, a part d'entretenir, tenen la possibilitat de formar amb el tractament de temàtiques socials en les seves trames, això fa que l'espectador, sense adonar-se, se li estigui transmetent un missatge de conscienciació sobre un tema específic que interioritza inconscientment.

El tractament de temes socials en les telenovel·les diàries, com ho és la sèrie *Com si fos ahir* de TV3, la qual ha sigut l'objecte d'estudi d'aquest treball, és una manera de visibilitzar problemàtiques que encara segueixen considerades com temes tabú i de les quals s'ha donat molt poca informació fins al moment. Aquesta desinformació fa que sovint hi hagi una percepció errònia sobre molts aspectes d'aquests problemes, fet que deriva a la

creació d'una opinió general en la societat que afecta negativament en aquells que pateixen les problemàtiques en qüestió.

Un dels objectius principals del treball s'ha basat en desestigmatitzar problemàtiques socials que pateixen certs col·lectius de la societat actual, mitjançant el tractament de trames originals d'una telenovel·la diària. Per tal d'aconseguir aquest objectiu, s'ha elaborat el guió i la preproducció de quatre peces audiovisuals de la sèrie *Com si fos ahir* de TV3. Del guió i la preproducció d'aquestes quatre peces audiovisuals, sorgeix l'altre objectiu principal que és el de crear contingut adicional dirigit a l'Instagram oficial de la sèrie, per tal de fidelitzar a l'audiència ja existent i captar-ne de nova.

Utilitzant les trames de la sèrie *Com si fos ahir* de TV3, s'aprofita l'entreteniment que generen als espectadors per fer servir el poder que té la televisió i les xarxes socials sobre les audiències i, d'aquesta manera, aconseguir conscienciar a la societat sobre problemes reals, que possiblement moltes persones no tenen presents en el seu dia a dia i que veuen molt llunyans.

També intenta fer veure als espectadors que hi ha moltes persones que els hi passa el mateix, més de les que s'imaginarien i, en el cas que se sentin identificats amb la problemàtica, que sàpiguen, que no estan sols i que es pot fer quelcom al respecte. Amb la introducció d'una visió professional amb especialistes sobre els temes a tractar, es dona un valor afegit al producte, el qual ofereix informació i opinions d'experts per tal de divulgar informació verídica i conscienciar a la societat sobre les problemàtiques reals que existeixen.

Un cop finalitzat el projecte, es pot realitzar una valoració general de la metodologia utilitzada per tal de definir tots aquells procediments que han permès obtenir els resultats desitjats. A la vegada, aquesta valoració retrospectiva ens permet localitzar aquelles metodologies que per contra, no han donat fruit als resultats esperats.

A termes generals, la metodologia utilitzada durant el projecte, ha permès obtenir els objectius principals presentats en l'inici del treball. El fet de desglossar el projecte en tres grans apartats, recerca prèvia, guionatge i preproducció ha facilitat l'organització de totes les tasques i subapartats. Aquest desglossament ha permès tenir una organització que no

només ha optimitzat la metodologia de treball sinó que també ha fet possible seguir diversos processos a partir dels quals s'han intentat obtenir els principals objectius.

Arran de la pandèmia produïda per la malaltia de la COVID-19, el món sencer i tota la societat s'ha vist immersa sota una situació d'excepcionalitat des de principis de l'any 2020 fins a encara actualment. Aquest fet ha suposat una dificultat afegida per la realització del treball en qüestió, ja que ha limitat en gran manera el contacte i la participació de persones externes al projecte. Tot i això, s'ha intentat en tot moment, que la problemàtica no afectés en els resultats desitjats. És per això que s'ha optat per la utilització de vies de comunicació *online* en totes aquelles tasques que requereixen interaccions amb persones externes al projecte, com han sigut les preentrevistes amb els especialistes i la recollida i anàlisi de les dades d'audiència de la sèrie, els quals s'han realitzat a través de videotrucades. Per contra, en una situació com la que es tenia anteriorment a la COVID-19, possiblement, TV3 hauria proporcionat més ajuda per tal que el projecte tirés endavant.

Un dels aspectes que haurien sigut interessants a incloure al projecte, són les intervencions dels actors protagonistes de cada trama. Al no tenir permís per part de TV3 de realitzar juntament el contingut addicional, ha fet impossible la participació directa dels actors en el projecte a través de preentrevistes. Aquesta intervenció hauria enriquit molt els resultats finals dels productes audiovisuals, ja que hauria sigut un guionatge una mica més detallat que el que s'ha presentat.

Tot i aquestes dificultats afegides, s'ha pogut tirar endavant el projecte i s'han aconseguit els objectius establerts des del principi. La sèrie escollida ha permès una bona realització del treball, ja que s'han pogut triar quatre temàtiques socials de gran rellevància que han fet possible produir continguts que a la vegada d'entretenir, són capaços de transmetre un missatge de conscienciació a l'audiència. Per aquesta raó es pot confirmar el gran poder que tenen sobre la societat les ficcions seriades televisives i les xarxes socials. També cal destacar que aquest contingut dirigit a les xarxes socials, permet captar l'atenció de nova audiència i fidelitzar la ja existent.

El projecte presentat deixa les portes obertes a TV3, per la producció del contingut addicional ideat en aquest. En un futur, a partir dels guions i la preproducció que s'ha realitzat, es pot portar a terme el projecte i per tal que, una vegada produït, es difongui a través del perfil oficial d'Instagram de la sèrie *Com si fos ahir* de TV3.



## 8. Referències

### 8.1. Bibliografia

- Barrientos-Bueno, M. (novembre 2013). La aplicación de segunda pantalla como marco colaborativo y participativo de la audiencia: Más Isabel (TVE). *II Congreso Internacional Educación Mediática y Competencia Digital*, 183-197.  
<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/38343/52.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bretones, G. (2013). Cómo el marketing online puede salvar al cine español. *Academia: Revista del Cine Español* (201), 18-19. <https://www.academiadecine.com/wp-content/uploads/2013/06/aca201web.pdf>
- Cabral, R. (2012). El tráiler cinematográfico y la representación social del imaginario ecologista: La metàfora poètica como estratègia creativa. (Tesi doctoral, Universitat Jaume I, Castellón). <http://hdl.handle.net/10803/80645>
- Carrasco, A. (2010). Teleseries: géneros y formatos. *Miguel Hernández Communication Journal* (9), 174-200. [https://mhcommunicationsjournal.wordpress.com/2010/07/20/angel\\_carrasco/#more-378](https://mhcommunicationsjournal.wordpress.com/2010/07/20/angel_carrasco/#more-378)
- Chicharro, M. (2011). Historia de la telenovela en España: aprendizaje, ensayo y apropiación de un género. *Comunicación y Sociedad* (1), 189-216.  
<https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/23811/1/CHICHARRO%20MERAYO.pdf>
- Cortés-Gómez, S. i Martínez-Borda, R. i de la Fuente, J. (2016). Contribución de las Redes Sociales a la creación de narratives transmedia a partir de las series de ficción en Televisión. *Comunicación y Hombre*, (12), 153-176.  
<https://www.redalyc.org/pdf/1294/129446703008.pdf>
- Crespo, I. (2013). No es promocionar, es contar historias. *Academia: Revista del Cine Español* (201), 20-21. <https://www.academiadecine.com/wp-content/uploads/2013/06/aca201web.pdf>

- de Lucas, D. (2014). *El Márketing Cinematográfico* (Treball de fi de Grau, Universidad Pontificia Comillas ICAI-ICADE, Madrid). <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/281/TFG000328.pdf?sequence=1>
- Dena, C. (2009). *Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments*. (Tesi doctoral, University of Sydney, Australia). [https://ciret-transdisciplinarity.org/biblio/biblio\\_pdf/Christy\\_DeanTransm.pdf](https://ciret-transdisciplinarity.org/biblio/biblio_pdf/Christy_DeanTransm.pdf)
- Dornateche, J. (2007). Definición y naturaleza del tráiler cinematográfico. *Pensar la Publicidad, I* (2), 99-116. <https://core.ac.uk/download/pdf/38818479.pdf>
- García, M. (2002). *La ficción televisiva popular: Una evolución de las series de televisión en España*. Gedisa.
- Gordillo, I. (2009). *Hipertelevisión: géneros y formatos*. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/55168.pdf>
- Herbera, J. i Linares, R. (2015). *Marketing cinematográfico: Cómo promocionar una película en el entorno digital*. UOC.
- Herrero, M. i García A. (2019). Facebook Live y la televisión social: el uso del streaming en Antena 3 y laSexta. *Vivat Academia: Revista de Comunicación*, (146), 43-70. <http://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/1108/1447>
- Igartua, J. J., i Vega, J. (2014). Ficción televisiva y comunicación para la salud. *Revista de Estudios de Juventud*, (106), 15-29. <http://www.injuve.es/sites/default/files/2014/47/publicaciones/1%20Ficci%C3%B3n%20televisiva%20y%20edu-entretenimiento.pdf>
- Linares, R. (2008). *El uso del marketing cinematográfico en la industria del cine español*. (Tesi doctoral, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid). <https://burjcdigital.urjc.es/bitstream/handle/10115/5025/marketingcine.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Navío-Navarro, M. (2021). Contenidos eficientes en redes sociales: La promoción de series de Netflix. *Index Comunicació*, (11), 239-270.  
<https://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/781/1005>
- Ortega, M. (1999). Les telenovel·les catalanes: entre el serial i el relat de costums. *Centre d'Estudis Demogràfics* (23), 59-72. <https://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n23/02112175n23p59.pdf>
- Quintas-Froufe, N. i González-Neira, A. (2014). Audiencias activas: Participación de la audiència social en la televisión. *Comunicar*, (43), 83-90.
- Salvador, A. (2013). Cine i Medios Sociales: Reinventando el Marketing Promocional. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 24, 104-116. [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_CDMU.2013.v24.46285](http://dx.doi.org/10.5209/rev_CDMU.2013.v24.46285)
- Segarra\_Saavedra, J. i Hidalgo-Marí, T. (2018). Influencers, moda femenina e Instagram: el poder de prescripción en la era 2.0. *Revista Mediterránea de Comunicación*, (9), 313-325.  
[https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/72039/6/ReMedCom\\_09\\_01\\_21.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/72039/6/ReMedCom_09_01_21.pdf)
- Sequera, R. (2013). Televisión y Redes Sociales: nuevo paradigma en la promoción de contenidos televisivos. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, (22).  
<https://www.redalyc.org/pdf/168/16832253021.pdf>

## 8.2. Webgrafia

- ABC Psicólogos. (2014). Relaciones tóxicas. [Vídeo].  
<https://www.youtube.com/watch?v=mdrQNSYF9nA>
- Carcellé, R. (2014). *Reportatge: 20 anys de telenovel·les catalanes*. [13 de desembre del 2020]. <https://www.andorradifusio.ad/programes/estira-llengua/20gen14/reportatge-20-anys-de-telenovelles-catalanes>
- Cascajosa, C. (2018). *Televisión y vida cotidiana: cuando las series son 'La luz de mis días'*. [Consulta: 27 de desembre de



2020]. <https://fuera series.com/television-y-vida-cotidiana-las-series-diarias-en-espana-709a026516be>

- Castellví, A. (2017, setembre 10). ‘Com si fos ahir’, una telenovel·la de persones normals. *Diari ARA*. 2 de gener de 2021. [https://www.ara.cat/media/fos-ahir-telenovella-persones-normals\\_1\\_1057717.html](https://www.ara.cat/media/fos-ahir-telenovella-persones-normals_1_1057717.html)
- CCMA (28 de juliol de 2019). *Com si fos un making 2* [Video]. <https://www.ccma.cat/tv3/alcanta/programa/com-si-fos-un-making-2/video/5892347/>
- CCMA (Productor). (2017). *Com si fos ahir* [Sèrie de televisió]. Barcelona: CCMA. <https://www.ccma.cat/tv3/com-si-fos-ahir/>
- CCMA (s.f.). *Com si fos ahir*. [Consulta: 2 de gener de 2021]. <https://www.ccma.cat/tv3/com-si-fos-ahir/programa/>
- Francés, J. (Abril 7, 2020). Instagram TV (IGTV): qué es y cómo implementarlo en tu estrategia de marketing. *Inboundcycle*. [Consulta: 6 de maig de 2021]. <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/instagram-tv-igtv-que-es-como-implementarlo-estrategia-de-marketing>
- Hootsuite i We Are Social. (2020). *The Global State of Digital 2020*. [Consulta: 2 de gener de 2021]. <https://hootsuite.com/es/pages/digital-2020>
- Hootsuite i We Are Social. (2021). *Digital 2021: Global Overview Report*. [Consulta: 20 de juny de 2021]. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
- Irisarri, T. (2013). *Vender cine: El Making of (2). Contenidos y uso en televisión y DVD*. [Consultat: 28 de desembre de 2020]. <https://filasiete.com/articulos/marketing-cinematografico/vender-cine-el-making-of-ii-contenidos-y-uso-en-television-y-dvd/>
- La importancia del contenido audiovisual en Instagram, ¿lo tienes en cuenta?. (Octubre 29, 2019). *Kuombo*. [Consulta: 6 de maig de 2021]. <https://kuombo.com/contenido-audiovisual-instagram/>

- Loren, L. (2019). *Charla de Queridas: EL POLIAMOR Y LOS CELOS – The Tripletz & Noemi Casquet*. [Vídeo].  
[https://www.youtube.com/watch?v=54a\\_LPujTyo&t=993s](https://www.youtube.com/watch?v=54a_LPujTyo&t=993s)
- Martínez, P. (2015). Documental #di\_capacitados . [Vídeo].  
<https://www.youtube.com/watch?v=Fkos-VCRpv0>
- Merlí Sapere Aude [@merli\_sapereaude]. (s. f.) IGTV [Perfil d'Instagram]. Instagram. [Consulta: 8 d'abril de 2021].  
[https://www.instagram.com/merli\\_sapereaude/channel/](https://www.instagram.com/merli_sapereaude/channel/)
- Sánchez, S. (2015, desembre 31). Cuando un 'like' vale más que un Goya. [elDiario.es](http://elDiario.es). 27 de desembre de 2020.  
[https://www.eldiario.es/canariasahora/cultura/like-vale-goya\\_1\\_2272303.html](https://www.eldiario.es/canariasahora/cultura/like-vale-goya_1_2272303.html)
- Sex Education [@sexeducation]. (s. f.) IGTV [Perfil d'Instagram]. Instagram. [Consulta: 8 d'abril de 2021]. <https://www.instagram.com/sexeducation/channel/>
- Telemadrid. (2020). *Eso no se pregunta: VIH*. [Vídeo].  
<https://www.youtube.com/watch?v=XJgkw7JEhJQ&t=626s>



## 9. Estudi de viabilitat

### 9.1. Pla de treball i cronograma

Per poder fer una bona planificació del treball, s'ha fet un cronograma que mostra totes les fases i processos que s'han de dur a terme durant el transcurs del projecte.

Tal com es pot veure a continuació, el cronograma està dividit en dues parts. La primera, la qual detalla explícitament tots els procediments que se segueixen durant la realització del treball i, la segona, marcada en color vermell, la qual fa un resum del treball acadèmic i de les dates d'entregues més importants d'aquest.

A termes generals, es podria considerar que el període de realització d'aquest projecte va des de principis d'octubre de 2020, fins a mitjans de juny, que és quan s'entrega el treball final. Durant aquest procés es podrien diferenciar tres fases diferents, les quals són les següents:

- **Documentació i cerca:** Aquesta fase és el procés d'investigació i recerca prèvia que permet recollir tota la informació necessària per a una bona realització del projecte en qüestió. Va començar la primera setmana d'octubre de 2020 i acaba a principis de maig de 2021.
- **Guionatge:** És la part que ha d'anar més al dia, ja que és de la que depèn més la reproducció, sense els guions no es poden saber les necessitats que té la realització del producte audiovisual i si no se sap amb suficient antelació, hi ha la possibilitat de no arribar a temps. Aquí és on es guionitzen detalladament totes les càpsules. Aquesta fase va des de finals de febrer de 2021, fins a l'última setmana de maig de 2021.
- **Preproducció:** Aquesta fase és la que dura més de totes, ja que depèn d'altres factors perquè pugui avançar, concretament de la feina de guionatge, ja que sense els guions no pot començar a fer la seva segona part del procés, igual que sense la documentació prèvia no pot començar a contactar amb els professionals que es necessiten. És l'etapa on s'ha de deixar tot a punt per si l'endemà mateix es volgués anar a gravar. Aquesta fase dura des de finals de gener de 2021, fins a la segona setmana de juny del 2021.

TASCA	Octubre				Novembre				Desembre				Gener				Febrer				Març				Abril				Maig				Juny				Juliol			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>DOCUMENTACIÓ I RECERCA</b>	[Colorat]																																							
Marc teòric	[Colorat]																																							
Problemàtiques socials escollides	[Colorat]																																							
<b>PREPRODUCCIÓ</b>	[Colorat]																																							
Contacte amb TV3	[Colorat]																																							
Planificació del projecte	[Colorat]																																							
Recollida dades audiència	[Colorat]																																							
Anàlisi de l'audiència	[Colorat]																																							
Preparació càsting	[Colorat]																																							
<b>GUIONATGE</b>	[Colorat]																																							
Escollir problemàtiques	[Colorat]																																							
Ideació de les càpsules	[Colorat]																																							
Tria d'imatges	[Colorat]																																							
Selecció casting final	[Colorat]																																							
Preentrevistes gravades	[Colorat]																																							
Transcripció preentrevistes	[Colorat]																																							
Elaboració guions càpsules	[Colorat]																																							
Desglossament guions	[Colorat]																																							
Localitzacions	[Colorat]																																							
Equip tècnic	[Colorat]																																							
Vestuari i atrezzo	[Colorat]																																							
Permis rodatge	[Colorat]																																							
Pla de rodatge	[Colorat]																																							
<b>TREBALL DE FINAL DE GRAU</b>	[Colorat]																																							
Avantprojecte	[Colorat]																																							
Entrega avantprojecte	[Colorat]																																							
Memòria TFG	[Colorat]																																							
Entrega memòria intermitja	[Colorat]																																							
Entrega memòria final	[Colorat]																																							
Preparació defensa TFG	[Colorat]																																							
Defensa TFG	[Colorat]																																							

Taula 9.3. Cronograma del projecte. Font: Elaboració pròpia.

Normalment la part de guionatge estaria inclosa dins de la preproducció del producte, però al ser diferents departaments i al tenir tanta importància en el projecte tant una fase com l'altra, s'ha decidit separar-ho en el cronograma de manera que es pugui diferenciar més la feina en cada moment del procés.

Com es pot veure al cronograma, totes aquestes fases del procés, encara que estiguin ordenades cronològicament, hi ha moments en què se superposen entre si, ja que mentre es fa quelcom d'una fase, es pot anar avançant amb una altra, com també hi ha moments que una activitat depèn d'alguna d'una altra fase i, per tant, s'han de sobreposar.

En resum, les tres fases han d'anar de la mà durant tot el procés de realització d'aquest projecte per tal que tot funcioni correctament i es pugui tirar endavant.

## 9.2. Anàlisi de la viabilitat tècnica i econòmica

En aquest apartat es pretén fer una aproximació al pressupost que suposaria la realització d'aquest projecte en un àmbit professional. S'adjunten tots els recursos necessaris a tenir en compte a l'hora de comprovar la viabilitat econòmica del projecte. S'ha comptabilitzat cada

concepte segons la necessitat temporal que exigeix el cronograma que s'ha mostrat anteriorment.

Per començar, per fer una bona documentació prèvia és necessària bibliografia de pagament, és a dir, llibres que s'han de comprar per tal de poder extreure tota la informació important pel projecte.

Parlant dels recursos tècnics i els softwares que es necessiten per fer el treball és imprescindible un ordinador amb accés a internet i un telèfon amb connexió per facilitar tota la feina de la productora i la guionista. Cal tenir en compte la quantitat de material i fitxers que es creen per fer tot el projecte i s'ha de tenir una còpia en un disc dur per assegurar no perdre tota la feina feta fins al moment.

És important tenir el *Pack de Microsoft Office*, el qual et permet elaborar tots els documents necessaris pel treball. Els programes que s'utilitzen en aquest projecte són, per una banda, el *Microsoft Office Word*, per elaborar tota la memòria i, sobretot, els guions finals de les càpsules i, el *Microsoft Office Excel*, per poder fer el pla de rodatge que permet organitzar les jornades de gravació de les entrevistes i altres taules necessàries com és el cronograma o el pressupost del projecte. Per altra banda, també s'utilitza el *Zoom*, el qual és un programa de videotrucades gratuït que permet fer les preentrevistes amb els professionals escollits i gravar-les per després transcriure-les.

Com ja s'ha mencionat anteriorment, el personal indispensable per l'execució d'aquest projecte són una guionista que s'encarregui de l'elaboració dels guions i una productora que s'ocupi de tota la reproducció del producte audiovisual. Contant que són dues persones a l'equip, s'ha de comptabilitzar la mobilitat per les dues. Per últim, també s'ha de registrar la propietat intel·lectual del treball.

CONCEPTE	COST
<b>DOCUMENTACIÓ</b>	
Bibliografia de pagament	13,98 €
<b>RECURSOS TÈCNICS I SOFTWARE</b>	
MacBook Pro 13" Retina 2015	839,00 €
Toshiba (disc dur 2TB)	66,09 €
Accés a Internet + Telefonía	550,00 €
Pack Microsoft Office	49,99 €
Programa Zoom	0,00 €
<b>PERSONAL</b>	
Sou guionista	1.594,45 €
Sou productora	3.953,85 €
<b>MOBILITAT</b>	
Gasolina transport	50,00 €
<b>ASPECTES LEGALS</b>	
Propietat intel·lectual	13,46 €
<b>COST TOTAL</b>	<b>7.130,82 €</b>
<b>COST TOTAL REAL</b>	<b>102,43 €</b>

Taula 9.4. Pressupost del projecte. Font: Elaboració pròpia.

Una vegada realitzat l'estudi de la viabilitat econòmica que defineix el projecte, el cost total d'aquest és de 7.130,82€, tot i que aquesta aproximació és hipotètica, ja que gairebé tots els recursos que es presenten en el pressupost, realment són d'aportació pròpia de la creadora del treball i del guionatge i la reproducció també s'encarrega ella mateixa.

Això fa que el pressupost real es redueixi de manera considerada, quedant únicament la bibliografia de pagament, el *Pack de Microsoft Office*, la gasolina del transport per una única persona, si és necessari, i la propietat intel·lectual, és a dir, el pressupost real del projecte seria 102,43€, un preu molt més assequible donada la situació

### 9.3. Aspectes legals

Els aspectes legals a tenir en compte per aquest projecte són escassos. Al ser un projecte que no necessita la intervenció de la producció de la telenovel·la, on s'utilitzen únicament imatges que ja s'han emès, per tant són públiques, no és necessari demanar permís per fer els productes audiovisuals, únicament s'hauria de demanar en el cas que finalment es volgués fer efectiva la participació dels actors protagonistes de les trames escollides. Però

s'ha decidit no realitzar preentrevistes per les intervencions dels actors per la dificultat prèvia amb l'accés a permisos de TV3.

Per tant, com ja s'ha dit anteriorment, no cal demanar els drets d'autor de la sèrie quan és només per fins acadèmics, ja que les imatges que s'utilitzen són públiques i ja han estat emeses amb antelació. L'únic contacte que es té amb TV3 és per demanar les dades d'audiència de la sèrie, les quals són públiques i qualsevol persona les pot demanar i utilitzar.

Al ser una proposta de guionatge i preproducció d'unes peces audiovisuals, les quals faltaran realitzar, sempre queda a disposició de l'empresa pública de TV3, l'opció de tirar endavant el projecte i d'aquesta manera fer efectiva la preproducció ja dissenyada amb antelació, producte que aniria destinat exclusivament al perfil oficial d'Instagram de la sèrie en qüestió.

Una vegada acabat el projecte i, sempre que TV3 no decideixi tirar-lo endavant, aquest es porta al Registre de la Propietat Intel·lectual, per tal que l'autoria del treball passi a ser exclusiva de la creadora d'aquest i, per tant, el projecte final no pugui ser modificat en cap cas sense el seu consentiment.

Un altre aspecte legal indispensable són els consentiments, contractes de cessió de drets i la llei de protecció de dades de tots els entrevistats i participants del projecte, ja que es fan unes preentrevistes, les quals es graven i posteriorment es transcriuen per tal de poder elaborar bé el guionatge de totes les càpsules i d'aquesta manera preparar bé les entrevistes posteriors.

Durant la fase de documentació i recerca prèvia d'aquest treball, s'han utilitzat moltes fonts d'informació, les quals únicament necessiten una bona referència i citació en el treball per poder-les utilitzar, ja que no són necessaris els drets d'autor sempre que la informació s'utilitzi per fins de recerca i acadèmics com és aquest cas.





## 10. Annexos

### 10.1. Exemple de transcripció d'entrevista

#### Transcripció entrevista Sílvia Armas

##### *Com si fos una relació de violència*

- **Quina diferència hi ha entre una relació tòxica i una relació de violència?**

Cal diferenciar entre el que és una relació tòxica o disfuncional i una relació de violència. A les relacions disfuncionals hi ha una simetria de posicions, de rols. Hi ha un patiment per les dues parts i es caracteritza perquè hi ha hagut una pèrdua gradual de l'afecte entre els dos. Les conductes disfuncionals (insults, retrets, humiliacions...) són mútues. En canvi, una relació de violència es caracteritza perquè hi ha asimetria, una de les parts ocupa una posició de dominació i de poder. El patiment recau en la persona que ocupa la posició de submissió i l'objectiu de l'agressor sempre serà mantenir aquest poder a partir de la violència. La violència és l'eina. A més, sempre apareixerà un sentiment de por.

- **Com es pot detectar que una persona es troba en una relació de violència?**

Si ens centrem en la víctima jo crec que sobretot per l'aïllament social que es va donant a poc a poc. Veure canvis d'actitud o que la seva vida gira entorn de la parella, a les necessitats i als desitjos d'aquesta. També si veiem que la persona comença a tenir sentiments de baixa autoestima o una excessiva autocrítica negativa. Si observem que en la persona s'instal·la un estil de pensament on es tendeix a dubtar de si mateixa, i a autocríticar-se per tot. Com si tot fos culpa d'ella.

- **Com es comporta normalment un maltractador?**

Podem identificar diferents tipus de maltractadors, i tots utilitzaran uns mecanismes diferents. A més, el que caracteritza la violència de gènere és que aquesta és flexible en el mètode, és mutable. Depenent del nivell de control que vulgui l'agressor sobre víctima pot utilitzar uns mecanismes o uns altres per aconseguir el seu objectiu. Si hagués de dir unes característiques generals, serien les següents: engany per assegurar-se la confiança de la víctima. L'agressor mostra una part molt intensa i atractiva d'ell mateix per assegurar-se la

confiança de la víctima, la qual creurà que tot el que fa és per un amor molt intens. Després hi ha un debilitament, confusió, anul·lació i culpabilització de la víctima. A la vegada l'agressor anirà atrapant a la dona creant vincles amb ella que l'uneixin amb ell com pot ser: anar a viure junts, tenir fills, casar-se, migrar a un altre país, etc. Per últim, tenim la dominació i recrudiment de la violència en si.

Tipus d'agressors:

1. Cíclic: poden sentir-se a estones abandonats per coses insignificants, però a la vegada angoixats i absorbits per la mateixa relació, sentint que la dona els vol dirigir la vida. Hi ha una ambivalència entre l'abandó i l'apropament. Per ells el focus del problema està en la distància emocional. Solen ser violents només en els límits de la relació. Són dramàtics i passionals.
2. Hipercontrolador: No són gens dramàtics ni passionals, són sensats i racionals. La violència que exerceixen se centra més a suprimir el suport emocional cap a la seva parella, relacionant-se des de la fredor. Sembla que estiuin distanciats de les seves emocions i de les reaccions emocionals de les seves parelles.
3. Psicopàtic: és el més greu de tots i solen tenir un recorregut delictiu (que no necessàriament té perquè ser marginal). Aquests se solen mostrar d'una forma molt seductora i encantadora de portes enfora, però realment hi ha en ells una completa insensibilitat vers els altres. Saben com reproduir i simular les relacions socials correctes i desitjables. La seva violència és controlada, és pensada i organitzada i l'exerceixen més des de la manipulació afectiva i el que seria el "gaslighting".

- **Per què les persones que estan en una relació de violència normalment no s'adonen i intenten defensar i justificar el comportament del maltractador?**

Aquí ja entren factors socials i psicològics. Primer de tot que en l'àmbit social certs tipus de violència o de situacions dins de la parella estan molt normalitzades i es camuflen sota l'argument de la passió i l'enamorament. Com per exemple, els "forcejeos" o els gelos com a sinònims d'amor. L'ideal de l'amor romàntic que tenim interioritzat fa molt difícil que es vegi la violència sobretot en el seu inici. Per altra banda, a les dones sempre se'ns ha inculcat la idea que l'amor ha de ser l'eix vertebrador de la nostra vida, trobar la nostra mitja taronja, evocar-nos a ella i formar una família. Quan aquests projectes que ens han inculcat

de petita es veuen "frustrats" generalment apareixen sentiments de desesperança i fracàs personal i social. Per aquest motiu es tendeix a lluitar per la parella encara que aquesta sigui violenta. Sense deixar de banda que a les dones també se'ns ha relegat a l'àmbit de les cures, som les cuidadores per excel·lència de la resta de la humanitat. Per tant, també som les responsables de cuidar l'estat de la parella i fer que aquesta vagi bé.

En l'àmbit psicològic apareixen molts factors, ja que la violència no apareix de cop i de forma abrupta, sinó de forma progressiva i va augmentant a poc a poc en intensitat i en freqüència, passant desapercibuda als ulls de la víctima. De la mateixa manera la víctima a poc a poc, va patint un deteriorament psíquic i físic i arriba un punt que és tant el punt d'ansietat i de por al que està sotmesa que moltes de les funcions cognitives no són capaces de respondre davant d'aquesta situació. A més, el que caracteritza la violència de gènere i la fa diferent d'altres tipus de violència és que és imprevisible, és intermitent entre el bon tracte i el maltractament, apareix davant de situacions insignificants i injustificades. Tot això fa que la víctima al final acabi aprenent que la violència és incontrolable, i la manté immòbil dins de la relació perquè no veu cap alternativa.

Finalment, s'afegeixen aspectes com: dependència econòmica, no tenir feina, presència de fills, confusió, falta de suport social, por a les conseqüències producte de les amenaces, poca confiança en el sistema judicial, no saber on anar, creences religioses, etc.

**- Per què la víctima d'una relació de violència es culpabilitza del que li passa?**

Realment és un mecanisme de defensa davant de la violència viscuda. La dona necessita autoculpar-se del que està passant amb l'objectiu d'intentar disminuir la violència que s'exerceix sobre ella. S'activa el sentiment de culpa per ajudar-la a no "transgredir certes normes" imposades per part de l'agressor com si fos una cosa que depengués d'ella mateixa. A més, els éssers humans necessitem buscar explicacions causals a el que passa al nostre voltant per poder entendre-ho. Quan tu estàs dins d'una situació tan disfuncional com aquesta, el més adaptatiu és pensar que la causa del que ha passat ets tu per poder-ho entendre i modificar.

**- Quines conseqüències té normalment estar dins d'una relació de violència?**

Les principals conseqüències són depressió i Trastorn per Estrès Post Traumàtic. Però també apareixen molts altres estralls en l'àmbit psicològic com és la baixa autoestima, autocrítica negativa, sensació de no tenir cap mena de control sobre què es fa, desesperança, ansietat, ideació i temptatives de suïcidi, consum de substàncies, dissociació, aïllament, problemes de son, etc. → Moltes d'elles suposen mecanismes de defensa per poder sobreviure dins de la relació i suportar el dolor, com per exemple la dissociació o el consum de drogues.

- **Per què no s'acostuma a demanar ajuda quan estàs en una relació així? Perquè no es talla fàcilment una relació així?**

Quan la persona s'ha adonat de què realment està en una relació de violència, els estralls que ha deixat aquesta sobre el cos i la salut mental de la víctima són tan grans que se'ls hi fa impossible respondre. A més, hi ha un sentiment de veritable terror a deixar la relació i que l'agressor pugui fer alguna cosa pitjor. A diferència del que pensem la violència no s'acaba quan es deixa la relació, sinó que el fet de deixar-la per moltes dones es converteix en un factor de risc per la seva vida, ja que aquesta augmenta. Augmenta l'assetjament i les amenaces per part de l'agressor, i en el cas que hi hagi fills la instrumentalització d'aquests.

- **Existeix una dependència de la víctima amb el maltractador?**

Sí, podríem dir que hi ha una dependència en molts sentits: emocional, instrumental, econòmica, etc. Però també crec que aquesta dependència està molt alimentada per l'ideal de l'amor romàntic del qual parlàvem abans i pels rols de gènere associats a les dones, sobretot pel que fa al de les cures. I sempre em pregunto en aquests casos, ¿realment hi ha una dependència emocional o és que ens han ensenyat que les dones hem de ser i estar pels altres?

- **Has de ser dèbil per permetre que el maltractador t'enfonsi o li pot passar a qualsevol persona?**

Li pot passar a qualsevol persona per diversos motius, però els principals són que 1) les pròpies característiques del cicle de la violència la fa invisible als ulls i va penetrant a poc a poc, 2) la falta d'educació en poder detectar aquestes situacions i en no normalitzar-les com si fossin manifestacions pròpies d'amor i de passió. Si bé és cert que a tothom li pot

passar, aquelles persones amb unes característiques més vulnerables (discapacitat intel·lectual, pobresa, situació d'irregularitat, falta de suport social, etc.) poden estar més exposades a patir aquests tipus de violències, ja que els agressors s'aprofiten d'aquestes característiques prèvies.

- **Normalment és més freqüent trobar aquestes situacions amb l'home maltractador i la dona víctima, però hi ha casos en el que és al revés no?**

El maltractament dins de la parella i els seus mecanismes es poden donar de forma bidireccional. Tot i això, el model patriarcal ha creat unes estructures jeràrquiques de dominació i poder de l'home sobre la dona a tots els nivells: social, familiar, econòmic, jurídic, etc. És a dir, vivim en una societat on els valors masculins predominen sobre els femenins. Per tant, quan és l'home el que maltracta està emparat per tot aquest model jeràrquic, del qual pot fer ús i aprofitar-se per justificar la seva violència. La dona no. Per altra banda, les conseqüències psicològiques justament per la socialització diferencial no són les mateixes. Per aquest motiu, quan és la dona la que rep la violència parlem de violència de gènere i quan és l'home, de violència domèstica. No es pot conceptualitzar de la mateixa forma dues problemàtiques que, tot i aparentment ser iguals, tenen nuclis i arrels diferents.

- **Quan es parla de maltractament, no només es considera el maltractament físic, sinó també el maltractament psicològic no?**

Sí que és cert que sempre s'ha dit que el maltractament psicològic pot tenir unes pitjors conseqüències en la salut mental de les persones. No obstant això, en el maltractament físic la violència psicològica també està present de forma intrínseca. Per tant, aquella persona ja no solament estarà vivint una sola tipologia de violència, sinó dues o més. Hi ha una doble vulneració dels seus drets humans, com a mínim. També se li ha de sumar les conseqüències que la violència física pot deixar en les funcions cognitives a causa dels cops reiterats a la zona de la cara i el cap. Per aquest motiu, i això ja és una opinió personal, crec que quan hi ha violència física els estralls a llarg termini en la salut mental de les víctimes poden ser més devastadors.

## **10.2. Guió final *Com si fos esquizofrènia***

### **COM SI FOS ESQUIZOFRÈNIA**

SINTONIA SÈRIE *COM SI FOS AHIR*

#### **MUNTATGE MUSICAL INTRODUCCIÓ A LA TRAMA:**

Imatge del Juli prenent-se les pastilles d'amagat (Ep. 668 – TC 31:03 a 31:08)

Imatge de l'Anna i el Juli fent-se una abraçada (Ep. 673 – TC 35:05 a 35:10)

Imatge del Juli obsessionat amb un cas a casa seva (Ep. 702 – TC 10:09 a 10:14)

Imatge del moment en què el Juli s'exalta amb l'Anna (Ep. 702 – TC 19:07 a 19:12)

**TÍTOL:** COM SI FOS ESQUIZOFRÈNIA

#### **TALL 1 ENTREVISTA LAIA VILLALTA (Metgessa especialista en Psiquiatria via MIR a Hospital de la Santa Creu i Sant Pau de Barcelona):**

L'esquizofrènia és un trastorn mental que es caracteritza per tenir dos tipus de símptomes. Uns d'ells els hi diem els símptomes positius o productius, en el sentit que el cervell d'alguna manera el que fa és augmentar la seva productivitat, creant alteracions perceptives que fan que la persona vegi, senti o percebi el món que l'envolta d'una manera allunyada de la realitat. Els altres símptomes de l'esquizofrènia els hi diem negatius o deficitaris, que vindrien a ser una manca d'alguna cosa a nivell cognitiu i afectiu.

#### **CONVERSA ENTRE ÀNGELA CERVANTES (actriu que interpreta el personatge de l'Anna, la parella del Juli), ALEIX MELÉ (actor que interpreta el personatge del Juli, un noi amb esquizofrènia) I LAIA VILLALTA EN PANTALLA PARTIDA:**

L'ÀNGELA CERVANTES i l'ALEIX MELÉ parlen sobre la importància de la representació de l'esquizofrènia en la ficció televisiva i li pregunten a l'especialista sobre això.

LAIA VILLALTA: Sí, està clar que la ficció televisiva té un paper molt important en la concepció de l'opinió pública. Cada vegada hi ha més contingut audiovisual com poden ser pel·lícules o sèries en les quals hi surten persones que estiguin afectades per aquest trastorn i això, si està ben tractat, també pot ajudar a psicoeducar a la societat amb relació als

síntomes que poden haver-hi o dels tipus de vida que poden tenir les persones amb aquest trastorn.

### **ESCENA 1 (Ep. 668 – TC 31:00 a 31:15)**

El Juli aprofita que l'Anna va al lavabo per prendre's una pastilla sense que l'Anna ho vegi. Amaga alguna cosa que no vol que sàpiga l'Anna.

**SOBRE LES IMATGES DE L'ESCENA 1 TALL 1 ENTREVISTA ALEIX MELÉ**  
**EN OFF:** Explica per què el Juli s'amaga i no explica a l'Anna que té esquizofrènia.

### **TALL 2 ENTREVISTA LAIA VILLALTA:**

Pot ser que tinguin por a dir-ho pel propi rebuig que puguin rebre per part de la gent al saber que tenen aquest trastorn. Això és una cosa que es treballa en l'àmbit terapèutic, de vegades se'ls ajuda a comunicar-ho a les persones que realment volen explicar-ho, per acotar bé la informació que els hi aplica i desmentir i treure idees que no els hi apliqui amb ells i que altra gent pugui tenir.

### **ESCENA 2 (Ep. 673 – TC 30:47 a 31:11)**

El Juli li diu a l'Anna que té esquizofrènia i l'Anna li diu que no sap què li vol dir amb això, però que ell no està boig. El Juli li diu que la malaltia es va fer present fa sis anys amb un brot psicòtic.

### **TALL 3 ENTREVISTA LAIA VILLALTA:**

No és necessari que les persones que tenen esquizofrènia informin que tenen la malaltia. Tothom té dret a preservar la seva intimitat i guardar-se la informació sobre la seva pròpia salut i això aplica a qualsevol classe de malaltia, per tant, l'esquizofrènia com qualsevol altra malaltia. Tot això sempre que la persona estigui sota totes les seves capacitats per decidir sobre si mateix.

**TALL 2 ENTREVISTA ALEIX MELÉ:** Explica per què el Juli finalment decideix explicar-li a l'Anna que té esquizofrènia.



**ESCENA 3 (Ep. 673 – TC 32:16 a 32:58)**

El Juli li explica a l'Anna com va començar la seva malaltia i com va ser el brot psicòtic que va patir.

**TALL 4 ENTREVISTA LAIA VILLALTA:**

És un trastorn que pot tenir graus d'intensitat molt diferent, també pot tenir una evolució al llarg del temps molt diferents. Hi ha persones que poden tenir molts episodis de símptomes productius i d'altres que en poden tenir un i prou a la seva vida i no tenir-ne cap més. Per tant, hi ha molts nivells diferents de gravetat i de tipus d'evolucions que pugui tenir aquest trastorn al llarg del temps.

**ESCENA 4 (Ep. 673 – TC 33:39 a 34:13)**

El Juli li explica a l'Anna que va estar ingressat durant tres mesos a psiquiatria pel brot psicòtic. L'Anna li diu que li hauria d'haver explicat abans i el Juli li diu que no, perquè hauria marxat corrents com li ha passat altres vegades.

**TALL 5 ENTREVISTA LAIA VILLALTA:**

Una de les coses que menys es coneix d'aquest trastorn és que existeixen fàrmacs molt efectius per controlar els símptomes sobretot productius, els quals fan que aquests símptomes desapareguin del tot en molts casos, per tant la persona pugui fer una vida absolutament normal com qualsevol altra. En els casos en què els símptomes no es poden eliminar del tot, també hi ha moltes teràpies que ajuden que les persones els puguin compensar o puguin viure bé tot i tenir-los.

**ESCENA 5 (Ep. 675 – TC 29:05 a 29:34)**

L'Anna no vol dormir amb el Juli després de saber que té esquizofrènia. Li diu que necessita pair-ho, ja que és una notícia molt forta per ella. El Juli es molesta una mica, però li dona el seu espai i l'entén.

**TALL 1 ENTREVISTA ÀNGELA CERVANTES:** Explica per què l'Anna ha canviat d'actitud després de saber que el Juli té esquizofrènia.

**TALL 6 ENTREVISTA LAIA VILLALTA:**

Les persones amb esquizofrènia no són més perilloses que altres persones que no tenen esquizofrènia, no s'ha de generalitzar. Hi ha certs símptomes, sobretot els productius, que poden portar a la persona que té esquizofrènia en un moment determinat i si no es tracta bé farmacològicament a estar fora de la realitat, i en aquest moment pot actuar d'una manera perillosa o agressiva, però això no aplica a totes les persones amb esquizofrènia i ni molt menys a la majoria del temps al llarg de la seva vida, per tant serien circumstàncies concretes.

**ESCENA 6 (Ep. 681 – TC 14:32 a 14:56)**

El Juli s'enfada amb l'Anna perquè li ha explicat al Marc que té esquizofrènia, l'Anna li diu que parlar-ne ajuda a normalitzar i visibilitzar la malaltia, però en Juli li diu que en un món ideal seria així, però en la societat en la qual viuen una persona amb esquizofrènia deixa de ser una persona normal i passa a ser únicament un malalt.

**CONVERSA ENTRE ÀNGELA CERVANTES I ALEIX MELÉ:** Parlen sobre si l'Anna tenia dret a explicar-li al Marc el problema de salut mental que té el Juli.

**TALL 7 ENTREVISTA LAIA VILLALTA:**

Molt probablement al llarg de la seva vida les persones que tenen esquizofrènia se senten alguna vegada discriminades. El diagnòstic costa molt de compartir en l'àmbit social per les persones que el pateixen, és una informació privada i personal que cada pacient tria què vol fer amb ella. És una pena que no es pugui dir amb més naturalitat i això és degut a que va associat a totes aquestes altres idees i prejudicis sobre què és el que pot comportar aquesta malaltia.

**ESCENA 7 (Ep. 702 – TC 18:47 a 19:13)**

L'Anna, a mitja crisi del Juli, intenta fer-li veure que tot el que pensa no és real i que tot està dins del seu cap. Quan l'Anna s'intenta apropar, el Juli s'exalta i es tanca corrents a l'habitació.

**CONVERSA ENTRE ÀNGELA CERVANTES I ALEIX MELÉ:** Parlen sobre si l'Anna ha actuat bé davant del brot psicòtic que ha patit el Juli.

**CONVERSA ENTRE ÀNGELA CERVANTES, ALEIX MELÉ I LAIA VILLALTA EN PANTALLA PARTIDA:**

L'ÀNGELA CERVANTES i l'ALEIX MELÉ li pregunten a l'especialista per què la societat associa sempre l'agressivitat amb les persones amb esquizofrènia.

LAIA VILLALTA: La gent associa l'esquizofrènia amb l'agressivitat segurament, en part, pel fet que les persones amb aquest trastorn puguin tenir episodis d'aquest tipus i aquesta informació s'hagi escampat a través dels mitjans de comunicació o s'hagin fet pel·lícules on surten persones amb esquizofrènia sent agressives. Això fa que la gent tingui un concepte esbiaixat de la malaltia i es pensi que aquests episodis apliquen sempre i a tothom que pateix aquest trastorn.

**ESCENA 8 (Ep. 704 – TC 24:48 a 25:12)**

L'Anna li explica a l'Ivan com ha sigut el brot psicòtic que ha tingut el Juli. Li confessa que no sap si podrà estar tota la vida amb un malalt.

**SOBRE LES IMATGES DE L'ESCENA 8 TALL 2 ENTREVISTA ÀNGELA CERVANTES EN OFF:** Parla sobre si creu que l'Anna és prou forta i madura per poder afrontar els problemes que el Juli pot tenir per la seva malaltia.

**TALL 8 ENTREVISTA LAIA VILLALTA:**

Des que van començar a existir tractaments eficaços, l'estigma social i els prejudicis que hi ha sobre aquesta malaltia han millorat molt i això fa que cada vegada hi hagi més informació sobre l'esquizofrènia i aquests prejudicis hagin disminuït molt.

**DE FONS SINTONIA SÈRIE COM SI FOS AHIR**

**CONVERSA ENTRE ÀNGELA CERVANTES I ALEIX MELÉ:** Expliquen què esperen del tractament de l'esquizofrènia a la sèrie i per què els hi agradaria que servís la seva participació en la representació d'aquesta malaltia mental.

**TALL 8 ENTREVISTA LAIA VILLALTA:**

Crec que s'arribarà al moment en el qual la gent estigui molt més informada i pugui ser molt més crítica amb la informació que rebi o casos que conegui de persones que puguin

patir la malaltia. Per tant, al tenir la informació necessària no esbiaixada, pugui tenir més acurada i contextualitzada la realitat. No crec que es tardi molt en el nostre context, ja que, per sort, ja estem en aquesta direcció.

## **TÍTOLS DE CRÈDIT FINALS**

FI SINTONIA SÈRIE *COM SI FOS AHIR*

### **10.3. Guió final *Com si fos VIH***

#### **COM SI FOS VIH**

SINTONIA SÈRIE *COM SI FOS AHIR*

#### **MUNTATGE MUSICAL INTRODUCCIÓ A LA TRAMA:**

Imatge de l'Andreu quan la Mercè li diu per telèfon que té VIH (Ep. 496 – TC 30:40 a 30:45)

Imatge de l'Andreu quan li diuen que és positiu en VIH i l'Eva l'abraça (Ep. 514 – TC 27:36 a 27:41)

Imatge de l'Andreu prenent-se les pastilles per primera vegada amb la Pili (Ep. 516 – TC 28:08 a 28:13)

Imatge de l'Andreu exaltat per la visita de la Mercè (Ep. 537 – TC 29:34 a 29:39)

**TÍTOL:** COM SI FOS VIH

#### **TALL 1 ENTREVISTA MARTA VILLAR (Psicòloga i sexòloga feminista i tècnica de projectes a Stop Sida):**

El VIH és el Virus de la Immunodeficiència Humana que a hores d'ara és una infecció crònica. Aquest virus afecta les cèl·lules del sistema immunitari del cos i això fa que el cos es debiliti. Avui en dia, amb la medicació, una persona que té VIH pot tenir un nombre de defenses com una persona sense VIH i, per tant, tenir una vida amb normalitat, sense obviar tot l'estigma que hi ha al voltant i tots els problemes emocionals que això comporta.

**ESCENA 1 (Ep. 496 – TC 30:31 a 31:55) (24 SEGONS)**

L'Andreu rep una trucada de la Mercè, una dona amb la qual es va embolicar, per explicar-li que ha donat positiu en VIH i que potser li ha passat a ell.

**SOBRE LES IMATGES DE L'ESCENA 1 TALL 2 ENTREVISTA MARTA VILLAR EN OFF:**

El principal problema és que pots tenir VIH i no adonar-te. Si a hores d'ara totes les persones amb VIH tinguessin accés a la medicació, el VIH es podria acabar.

**TALL 1 ENTREVISTA MARC CARTES (actor que interpreta el personatge de l'Andreu, un home que agafa el VIH):** Parla sobre com afecta l'Andreu la notícia que li ha donat la Mercè per telèfon i a partir d'aquí, de quina manera s'ho prendrà.

**TALL 3 ENTREVISTA MARTA VILLAR:**

Nosaltres no parlem de col·lectius de risc, ja que perquè es produeixi una infecció el que s'ha de donar és una pràctica de risc sexual, les quals les poden tenir persones heterosexuales, transsexuals, homosexuals...

**ESCENA 2 (Ep. 497 – TC 31:21 a 31:57)**

La Mercè es presenta sense avisar a casa l'Andreu preocupada per si ja ha anat al metge. L'Andreu li diu que ja hi anirà, traient-li ferro a l'assumpte, però la Mercè insisteix que hi ha d'anar el més aviat possible. L'Andreu s'exalta i li diu que no vol parlar d'aquest tema, està en fase de negació.

**CONVERSA ENTRE MARC CARTES I MARTA VILLAR EN PANTALLA PARTIDA:**

El MARC CARTES explica per què l'Andreu s'intenta autoconvèncer a ell mateix que no té el VIH i li parla d'aquesta manera a la Mercè. Li pregunta a l'especialista sobre els símptomes que tenen les persones que agafen el VIH.

MARTA VILLAR: El VIH no té per què tenir símptomes, pot haver-hi el que es coneix com a primoinfecció, que pot passar al cap de dues setmanes d'infectar-te, que s'assembla a una grip, però també pot no passar. Al moment en què es comencen a prendre la medicació

poden haver-hi efectes secundaris i en el cas que arribi a fase SIDA poden haver-hi el que se'n diuen les malalties oportunistes.

### **ESCENA 3 (Ep. 502 – TC 03:30 a 04:13)**

L'Eva intenta convèncer a l'Andreu que el primer que ha de fer és fer-se la prova. L'Andreu admet que no es vol fer la prova perquè té por de perdre a la Pili. L'Eva li intenta fer veure que el més important ara mateix és la seva salut i que després ja es preocuparà per tota la resta.

**TALL 2 ENTREVISTA MARC CARTES:** Explica per què l'Andreu no li fa cas a l'Eva quan li diu que el primer que ha de fer és anar a fer-se la prova.

### **TALL 4 ENTREVISTA MARTA VILLAR:**

De vegades, et pots trobar amb una persona que es negui a fer-se la prova per por o que ho sàpiga, però no estigui preparada per prendre la medicació, perquè psicològicament també, confirmar que la persona és positiva o començar a prendre la medicació és assumir que hi ha un problema de veritat.

### **ESCENA 4 (Ep. 514 – TC 27:01 a 27:45)**

A l'Andreu li donen els resultats de l'anàlisi i és positiu en VIH. L'Eva s'enfonsa amb la notícia i l'Andreu la tranquil·litza.

**TALL 1 ENTREVISTA ALÍCIA GONZÁLEZ LAÁ (actriu que interpreta el personatge de l'Eva, la millor amiga de l'Andreu):** Explica per què l'Eva s'enfonsa quan finalment l'Andreu li confirma que té el VIH.

### **TALL 5 ENTREVISTA MARTA VILLAR:**

Una de les coses que sempre dic quan dono un positiu és: Et moriràs amb VIH, però no et moriràs de VIH. Això es diu perquè la persona no es quedi amb aquest missatge de sentència de mort.

### **ESCENA 5 (Ep. 517 – TC 29:29 a 30:08)**

L'Andreu li explica a la Gemma que té el VIH, la Gemma li pregunta d'on ho ha agafat, li fa una esbrancada per no haver-se posat preservatiu i li pregunta si a la feina ho saben i si

pot treballar d'infermer tenint el VIH. L'Andreu s'enfada molt amb la Gemma per la reacció que ha tingut.

**TALL 1 ENTREVISTA ÀUREA MÁRQUEZ (actriu que interpreta el personatge de la Gemma, l'exparella de l'Andreu i mare del seu fill):** Explica per què la Gemma té aquesta reacció al saber que l'Andreu ha agafat el VIH.

**TALL 6 ENTREVISTA MARTA VILLAR:**

Els actes discriminatoris vénen de l'estigmatització que hi ha amb relació al VIH. Hi ha una por generalitzada quan la persona que té VIH coneix a algú, té dubtes sobre si ha d'explicar-ho o no al seu entorn... Hi ha una por al rebuig social sobretot. Però no hi ha cap obligació d'explicar-ho, tothom té dret a preservar la informació de la seva salut.

**ESCENA 6 (Ep. 524 – TC 30:48 a 31:12)**

La Pili li confessa a l'Andreu que té por de fer l'amor amb ell i que la contagi i que té por de tenir una parella amb VIH.

**TALL 7 ENTREVISTA MARTA VILLAR:**

Avui en dia, amb el tractament antiretroviral, la càrrega del virus es manté molt baixa i d'aquesta manera les defenses poden pujar. És molt important saber que una persona amb tractament i amb una càrrega viral indetectable no pot transmetre VIH, encara que no faci servir preservatiu.

**CONVERSA ENTRE MARC CARTES I ESTER CORT (actriu que interpreta el personatge de la Pili, la parella actual de l'Andreu):** Parlen sobre els prejudicis i les pors que envolten a les persones que tenen VIH.

**TALL 8 ENTREVISTA MARTA VILLAR:**

Indetectable no vol dir que no es detecti, perquè si no parlàriem de curació i encara no estem en aquest punt, però vol dir que és intransmissible. Quan parlem de vida normal, no s'ha d'obviar tota la part emocional, la qual t'acompanyarà des del moment del diagnòstic. Físicament no hi ha cap problema, de fet les persones amb VIH també poden tenir descendència sense risc pels fills, ni per les parelles sexuals.

**ESCENA 7 (Ep. 531 – TC 15:30 a 16:05)**

En Quim angoixat per les pastilles que va trobar al Burger del VIH va a parlar amb l'Eva. L'Eva li explica que són unes pastilles per tractar el virus VIH que serveixen perquè no es desenvolupi la malaltia de la Sida. El Quim representa la ignorància de les persones envers aquesta malaltia, ja que es pensen que VIH i Sida és el mateix i si tens VIH pots fer una vida normal i si fas el tractament adequat no se t'ha de desenvolupar mai la malaltia de la Sida.

**CONVERSA ENTRE ALÍCIA GONZÁLEZ LAÁ I MARTA VILLAR EN PANTALLA PARTIDA:**

L'ALÍCIA GONZÁLEZ LAÁ parla sobre la ignorància que té la societat amb relació al VIH i la Sida. Li pregunta a l'especialista si el VIH i la Sida és el mateix.

MARTA VILLAR: La Sida és una fase avançada del VIH que es pot donar quan una persona amb VIH no fa tractament. En aquest estat com que el cos està molt dèbil, qualsevol infecció o malaltia extra pot fer que la persona mori. En països com Espanya, una persona amb VIH no arribarà mai a fase Sida si està amb tractament i encara que hi hagi tractament poden passar molts anys abans que la persona arribi a la fase de Sida.

**ESCENA 8 (Ep. 544 – TC 30:09 a 30:48)**

La mare de l'Andreu, la Joana, ataca a l'Andreu per tenir el VIH. Li diu que és un ingenu i un egoista per no haver pres precaucions i fer patir a tota la família.

**DE FONTS SINTONIA SÈRIE *COM SI FOS AHIR***

**TALL 3 ENTREVISTA MARC CARTES:** Parla sobre el comportament que té la mare de l'Andreu amb ell. També explica perquè li agradaria que servís la seva participació en la representació del VIH a la sèrie.

**TALL 9 ENTREVISTA MARTA VILLAR:**

És una de les poques malalties que en poc temps ha evolucionat moltíssim. Crec que sí que arribarà algun dia en el qual la societat no tingui prejudicis amb les persones que tenen VIH, però no sé si jo ho veuré.



## **TÍTOLS DE CRÈDIT FINALS**

FI SINTONIA SÈRIE *COM SI FOS AHIR*

### **10.4. Guió final *Com si fos poliamor***

#### **COM SI FOS POLIAMOR**

SINTONIA SÈRIE *COM SI FOS AHIR*

#### **MUNTATGE MUSICAL INTRODUCCIÓ A LA TRAMA:**

Imatge del Quim i la Xesca fent-se un petó mentre la Cati els mira i després s'uneix a ells (Ep. 508 – TC 28:28 a 28:33)

Imatge del Quim, la Cati i la Xesca fent-se petons els tres (Ep. 504 – TC 33:40 a 33:45)

Imatge del Quim i el Marc barallant-se davant la Xesca (Ep. 526 – TC 19:41 a 19:46)

Imatge del Quim, la Cati i la Xesca fent-se una abraçada (Ep. 542 – TC 32:07 a 32:12)

**TÍTOL:** COM SI FOS POLIAMOR

#### **TALL 1 ENTREVISTA MARINA VIVÓ (Psicòloga i psicoterapeuta, terapeuta individual, de parella i sexòloga):**

El poliamor és una manera, que ara mateix encara és no normativa, d'entendre les relacions sexo-afectives. Les relacions poliamoroses s'entén que de la mateixa manera que joestic amb la meva parella, estic amb altres persones, és a dir, tinc aquesta relació afectiva a més de la sexual. Per què diem no normativa? Perquè la norma és la monogàmia.

#### **ESCENA 1 (Ep. 477 – TC 31:08 a 31:44)**

La Cati li diu al Quim que no vol perdre'l, però no vol tornar a tenir sexe, li dóna carta lliure per fer-ho amb qui vulgui, per salvar el seu matrimoni.

**TALL 2 ENTREVISTA MARINA VIVÓ:**

Hi ha vegades que aquesta decisió d'obrir la relació o tenir una relació poliàmora no sorgeix tant d'un problema, sinó més per una inquietud per una part o per les dues parts de la relació.

**TALL 1 ENTREVISTA OLALLA MORENO (actriu que interpreta el personatge de la Cati, muller del Quim, parella de la Xesca i mare del Marc) :** Explica quins són els motius que porten a la Cati a prendre la decisió d'obrir la relació que té amb el Quim.

**TALL 3 ENTREVISTA MARINA VIVÓ:**

La diferència que hi ha amb les relacions obertes és que, en aquestes es pacta que quan es tenen relacions amb altres persones són de caràcter sexual, però sense intenció que hi hagi una afectivitat pel mig.

**ESCENA 2 (Ep. 500 – TC 30:49 a 31:15)**

La Cati li confessa al Quim que li agradaria fer un trio amb la Xesca. El Quim, sobtat, accepta la proposta de la Cati.

**TALL 2 ENTREVISTA OLALLA MORENO:** Explica què ha sentit perquè la Cati decideixi proposar-li al Quim de fer un trio amb la Xesca.

**TALL 4 ENTREVISTA MARINA VIVÓ:**

Una triella es considera una relació no normativa, encara que entre aquestes persones puguin tenir una monogàmia a tres, és a dir, que només tinguin una relació entre aquestes tres persones. En les relacions poliàmores, aquestes tres persones poden tenir vincles oberts amb altres persones també.

**ESCENA 3 (Ep. 509 – TC 26:33 a 27:10)**

Després que el Quim i la Cati atabalin a la Xesca amb els seus dubtes, ella els agafa per parlar-ne els tres. La Xesca els hi deixa clar que el que no vol ser és una solució als seus problemes de parella.

**CONVERSA ENTRE NÚRIA GAGO (actriu que interpreta el personatge de la Xesca, la tercera persona en la relació del Quim i la Cati) I MARINA VIVÓ EN PANTALLA PARTIDA:**

La NÚRIA GAGO explica com se sent la Xesca en aquesta relació de tres. Li pregunta a l'especialista si està bé que la Xesca sigui una solució als problemes que té el matrimoni.

MARINA VIVÓ: Si l'origen d'obrir la parella és una crisi, la crisi no està tractada o hi ha alguna dificultat, la dificultat no s'està treballant, no s'està enfrontant i el que s'està fent és pujar la complexitat. Amb aquesta situació el que s'està fent és no solucionar un punt i afegir-ne dos. La tercera persona acaba tapant els problemes que hi ha a la relació i no és just per aquesta, ja que se l'està utilitzant en certa manera.

**ESCENA 4 (Ep. 518 – TC 33:24 a 34:01)**

La Cati i la Xesca surten de festa fins tard i el Quim es posa gelós. Comencen les desconfiances, parlen i decideixen marcar unes pautes que han de complir perquè tothom estigui tranquil.

**TALL 1 ENTREVISTA JORDI RICO (actor que interpreta el personatge del Quim, marit de la Cati, parella de la Xesca i pare del Marc):** Explica per quines raons el Quim es posa gelós quan la Cati i la Xesca surten soles i què li fa por.

**TALL 5 ENTREVISTA MARINA VIVÓ:**

Tot el que surti de la certesa i del marc de seguretat en els humans ens genera por. Sortir de la monogàmia genera por perquè pensem que la nostra parella triarà a l'altre persona abans que a mi, que noestic prou valorada en aquesta relació, perquè tinc por a la pèrdua, a què aquests vincles em facin mal, també hi ha la pressió social de ser malvist per estar en aquests sistemes... Sobretot el que genera més dificultats són els temes de la gelosia i la gelosia és la por a la pèrdua del vincle bàsicament.

**CONVERSA ENTRE JORDI RICO, OLALLA MORENO I NÚRIA GAGO:** Parlen sobre la importància de pactar unes normes en la relació a tres que tenen el Quim, la Cati i la Xesca perquè tot vagi bé entre ells.

**TALL 6 ENTREVISTA MARINA VIVÓ:**

Pactar unes normes és molt important, però també encara més establir un marc sobre què és el que es vol realment, una relació oberta, una relació poliàmora... Les relacions poliàmores sobretot es basen en la comunicació, però sobretot en un establiment molt clar que cada persona pugui dir el que necessita tant de la relació com de l'altra persona. Moltes vegades les dificultats vénen dels malentesos o que està passant una cosa en un marc clar i una persona després no està tan còmode i s'ha de restablir tot això. Els pactes que es decideixen en aquestes relacions són modificables i poden anar canviant amb el temps depenen de les necessitats de cadascú.

**ESCENA 5 (Ep. 523 – TC 29:36 a 30:29)**

El Marc s'assabenta de la relació a tres que tenen el Quim i la Cati amb la Xesca i s'enfada molt. El Quim i la Cati havien quedat a casa el Marc i l'Anna per sopar, quan arriben es troben al Marc molt enfadat i ells li donen explicacions sobre el que els hi està passant. El Marc no ho accepta i els fa fora de casa seva.

**CONVERSA ENTRE MARCO H. MEDINA (actor que interpreta el personatge del Marc, fill del Quim i la Cati) I MARINA VIVÓ EN PANTALLA PARTIDA:**

El MARCO H. MEDINA explica per què el Marc té aquesta reacció d'assabentar-se de la relació a tres que tenen els seus pares amb la Xesca. Li pregunta a l'especialista perquè creu que el Marc no accepta aquests comportaments dels seus pares.

MARINA VIVÓ: Jo crec que és una reacció de negació, de sorpresa i de xoc perquè li han canviat completament el panorama, el concepte de família i de parella que es pensava que eren els seus pares. Hi ha una reacció de decepció perquè són el seu model de família, són els seus referents i és com li havien venut fins ara.

**TALL 7 ENTREVISTA MARINA VIVÓ:**

En la nostra societat, la nostra norma de les relacions és la monògama. Fins i tot ens pensem que les persones som monògames per defecte. Tot l'imaginari, totes les construccions i tots els aprenentatges que fem sobre com són les relacions en general són dintre del marc de la monogàmia. Tot el que surt fora d'això xoca perquè contrasta amb el que tenim com a norma.

**ESCENA 6 (Ep. 526 – TC 07:18 a 07:34)**

El Marc i l'Anna intenten entendre la relació de tres que tenen els pares del Marc, però no poden. Surten tots els prejudicis que hi ha entorn d'aquest tipus de relacions poliamoroses.

**ESCENA 7 (Ep. 526 – TC 08:07 a 08:53)**

El Marc i l'Anna critiquen al Quim i la Cati per la relació a tres que tenen amb la Xesca. El Marc li posa les culpes del que està passant entre els seus pares al Quim.

**TALL 8 ENTREVISTA MARINA VIVÓ:**

Normalment acostumem a ser molt més injustos amb els nostres propis pares o amb la nostra família. El que és interessant és veure si no fossin els seus pares els que li expliquessin i fossin uns amics seus, quina reacció i quina opinió tindria al respecte. Es barreja el contrast que són els seus pares amb què es ve d'un marc molt normatiu i monògam i també les idees absolutament errònies sobre què és el poliamor i les relacions obertes.

**TALL 1 ENTREVISTA MARCO H. MEDINA:** Dóna la seva opinió sobre si creu que està ben representada la gent jove actual a la sèrie amb la conversa que tenen el Marc i l'Anna sobre la relació poliamorosa dels pares del Marc.

**TALL 9 ENTREVISTA MARINA VIVÓ:**

Tot el que es diu són tot el catàleg de prejudicis i estereotips en negatiu que té la societat sobre les relacions poliamoroses i les relacions obertes.

**ESCENA 8 (Ep. 532 – TC 21:12 a 21:58)**

La Cati i la Xesca discuteixen perquè la Xesca sent que s'avergonyeixen d'ella amb la mentida que li han dit al Marc. La Xesca n'està farta d'aguantar que el fill del Quim i la Cati la tracti d'aquesta manera.

**TALL 10 ENTREVISTA MARINA VIVÓ:**

Les relacions poliamoroses no estan normalitzades perquè no es consideren normatives, no estan en igualtat amb les altres. Ho estaran el dia que tan considerem normatiu estar en monogàmia com estar en una relació poliamorosa. El dia en què puguem dir "mira Avia, et

presento els meus nòvios” o en el sopar de Nadal et diguin “va, porta les teves parelles”, aquí estarà normalitzat, i jo crec que encara falta, sobretot per poder treure la penalització moral.

DE FONS SINTONIA SÈRIE *COM SI FOS AHIR*

**CONVERSA ENTRE JORDI RICO, OLALLA MORENO I NÚRIA GAGO EN PANTALLA PARTIDA:** Parlen sobre per què volen que serveixi el tractament del poliamor a la telenovel·la i perquè els agradaria que servís la seva participació en la trama.

**TALL 11 ENTREVISTA MARINA VIVÓ:**

Jo crec que no arribaré a veure el moment en el qual es normalitzin completament les relacions poliamoroses, però espero que s'arribi algun dia. S'ha d'intentar veure com una cosa tan normal o normatiu com la monogàmia. Traient-li el judici moral, veure-ho com una manera més de relacionar-se, que sigui una opció més en igualtat a la monogàmia.

**TÍTOL CRÈDITS FINALS**

FI SINTONIA SÈRIE *COM SI FOS AHIR*

## **10.5. Guió final *Com si fos una relació de violència***

### **COM SI FOS UNA RELACIÓ DE VIOLÈNCIA**

SINTONIA SÈRIE *COM SI FOS AHIR*

**MUNTATGE MUSICAL INTRODUCCIÓ A LA TRAMA:**

Imatge de l'Eudald tirant a terra a la Gemma (Ep. 560 – TC 27:34 a 27:39)

Imatge de la Gemma plorant amb la Sílvia (Ep. 593 – TC 34:25 a 34:30)

Imatge de l'Eudald donant una bufetada a la Gemma (Ep. 591 – TC 31:49 a 31:54)

Imatge de la Gemma plorant al cotxe (Ep. 607 – TC 32:54 a 32:59)

## **TÍTOL: COM SI FOS UNA RELACIÓ DE VIOLÈNCIA**

### **TALL 1 ENTREVISTA SÍLVIA ARMAS (Psicòloga especialitzada en gènere i violència de gènere):**

Una relació de violència es caracteritza perquè hi ha asimetria, una de les parts ocupa una posició de dominació i de poder. El patiment recau en la persona que ocupa la posició de submissió i l'objectiu de l'agressor sempre serà mantenir aquest poder a partir de la violència. La violència és l'eina. A més, sempre apareixerà un sentiment de por.

### **CONVERSA ENTRE ÀUREA MÁRQUEZ (actriu que interpreta la Gemma, la víctima de la relació de violència), JOAN CARRERAS (actor que interpreta l'Eudald, l'agressor de la relació de violència) I SÍLVIA ARMAS EN PANTALLA PARTIDA:**

L'ÀUREA MÁRQUEZ i el JOAN CARRERAS expliquen com definirien la relació de la Gemma i l'Eudald. Els dos coincideixen que la consideren una relació tòxica i li pregunten a l'especialista sobre la seva opinió al respecte.

SÍLVIA ARMAS: Cal diferenciar entre el que és una relació tòxica o disfuncional i una relació de violència. En les relacions disfuncionals hi ha una simetria de posicions, de rol. Hi ha un patiment per les dues parts i es caracteritza perquè hi ha hagut una pèrdua gradual de l'afecte entre els dos. Els insults, retrets, humiliacions són mutus. Aquest no és el cas de l'Eudald i la Gemma, ja que l'Eudald ocupa la posició de dominació i de poder i la Gemma el de submissió.

### **ESCENA 1 (Ep. 539 – TC 29:12 a 30:00)**

La Gemma creu que l'Eudald l'ha seguit i discuteixen perquè la Gemma li diu que té un problema de confiança amb ella. L'Eudald s'enfada perquè la Gemma l'acusa d'haver-la seguit.

**CONVERSA ENTRE ÀUREA MÁRQUEZ I JOAN CARRERAS:** Parlen sobre les actituds controladores que té l'Eudald amb la Gemma.

### **TALL 2 ENTREVISTA SÍLVIA ARMAS:**

Quan parlem de maltractament no únicament fem referència al maltractament físic, sinó també al psicològic, el qual és més difícil de detectar, però és igual d'important. En l'àmbit

psicològic apareixen molts factors, ja que la violència no apareix de cop sinó de forma progressiva i va augmentant a poc a poc en intensitat i en freqüència, passant desapercebut als ulls de la víctima.

### **ESCENA 2 (Ep. 552 – TC 31:50 a 32:35)**

La Gemma i l'Eudald tenen una conversa. La Gemma li diu que ho han d'intentar i que han de tenir confiança l'un amb l'altre, però que no pot tolerar més comportaments controladors. L'Eudald li dóna la raó i li promet que no tornarà a passar.

**TALL 1 ENTREVISTA ÀUREA MÁRQUEZ:** Parla sobre si creu que la Gemma s'adona de la situació que està començant a viure amb la seva relació amb l'Eudald.

### **TALL 3 ENTREVISTA SÍLVIA ARMAS:**

Socialment, certs tipus de violència o de situacions dins de la parella estan molt normalitzades i es camuflen sota l'argument de la passió i l'enamorament. A les dones sempre se'ns ha inculcat la idea que l'amor ha de ser l'eix vertebrador de la nostra vida, trobar la nostra mitja taronja, evocar-nos a ella i formar una família. Quan aquests projectes que ens han inculcat de petita es veuen "frustrats" generalment apareixen sentiments de desesperança i fracàs personal i social. Per aquest motiu es tendeix a lluitar per la parella encara que aquesta sigui violenta.

### **ESCENA 3 (Ep. 560 – TC 26:34 a 27:01)**

L'Eudald s'adona que la Gemma i l'Andreu parlaven d'ell a la festa i s'enfada molt amb la Gemma perquè va explicant els seus problemes a tothom.

### **ESCENA 4 (Ep. 560 – TC 27:28 a 27:45)**

La Gemma i l'Eudald tenen una discussió forta i l'Eudald arriba a posar-se una mica violent. Tira a la Gemma a terra, però a l'acte li demana perdó preocupat.

**TALL 1 ENTREVISTA JOAN CARRERAS:** Dóna la seva opinió sobre si l'actitud que té l'Eudald és justificada o no.



#### **TALL 4 ENTREVISTA SÍLVIA ARMAS:**

El que caracteritza la violència de gènere i la fa diferent d'altres tipus de violència és que és imprevisible, és intermitent entre el bon tracte i el maltractament, apareix davant de situacions insignificants i injustificades.

#### **ESCENA 5 (Ep. 563 – TC 28:39 a 29:03)**

L'Eudald li proposa de fer una teràpia de parella a la Gemma per arreglar la seva crisi. La Gemma es nega, ja que diu que el problema el té ell i no ella.

**TALL 2 ENTREVISTA ÀUREA MÁRQUEZ:** Explica per què la Gemma li permet tot el que li fa l'Eudald.

#### **TALL 5 ENTREVISTA SÍLVIA ARMAS:**

Depenen del nivell de control que vulgui l'agressor sobre la víctima, pot utilitzar uns mecanismes o uns altres per aconseguir el seu objectiu. Si hagués de dir unes característiques generals, serien l'engany per assegurar-se la confiança de la víctima, que l'agressor mostri una part molt intensa i vistosa d'ell mateix perquè la víctima cregui que tot el que fa és per un amor molt intens.

#### **ESCENA 6 (Ep. 567 – TC 29:00 a 29:21)**

La Gemma, enfonsada pels problemes que té la seva germana, truca a l'Eudald per demanar-li que torni i dir-li que el necessita, que se sent molt sola i que el necessita al seu costat.

#### **CONVERSA ENTRE ÀUREA MÁRQUEZ I SÍLVIA ARMAS EN PANTALLA PARTIDA:**

L'ÀUREA MÁRQUEZ explica per què la Gemma creu que necessita a l'Eudald en un moment difícil de la seva vida encara que li hagi fet tot el que li ha fet. Li pregunta a l'especialista si és normal que existeixi aquesta dependència cap a l'agressor.

SÍLVIA ARMAS: Podríem dir que normalment sí que existeix una dependència emocional de la víctima per l'agressor, però també crec que aquesta dependència està molt alimentada per l'ideal de l'amor romàntic que la societat té interioritzat, el qual fa molt difícil que es vegi la violència sobretot en el seu inici.

**ESCENA 7 (Ep. 568 – TC 21:19 a 22:00)**

La Gemma enfonsada li explica al Miquel la situació en la qual es troba la seva relació amb l'Eudald i li diu que de vegades li té por. El Miquel li diu que si no té una relació sana i que si té por d'ell, l'ha de deixar. La Gemma li diu que no és tan fàcil com sembla.

**ESCENA 8 (Ep. 591 – TC 12:13 a 12:33)**

La Gemma està pensativa al llit d'una habitació d'hotel quan de sobte arriba l'Eudald.

**SOBRE LES IMATGES DE L'ESCENA 8 TALL 3 ENTREVISTA ÀUREA MÁRQUEZ EN OFF:** Explica per què la Gemma no és capaç de deixar la relació si n'és conscient del que està passant.

**TALL 6 ENTREVISTA SÍLVIA ARMAS:**

Quan la persona s'adona que realment està en una relació de violència, els estralls que ha deixat aquesta sobre el cos i la salut mental de la víctima són tan grans que se'ls hi fa impossible respondre. A més hi ha un sentiment de veritable terror a deixar la relació i que l'agressor pugui fer alguna cosa pitjor. Tot això fa que la víctima al final acabi aprenent que la violència és incontrolable i la manté immòbil dins de la relació perquè no veu cap altra alternativa.

**ESCENA 9 (Ep. 573 – TC 30:40 a 31:03)**

L'Eudald manipula a la Gemma responsabilitzant-la de la seva crisi de parella. La Gemma es culpabilitza de tot i li diu que intentarà canviar perquè les coses entre ells vagin bé.

**TALL 7 ENTREVISTA SÍLVIA ARMAS:**

Els éssers humans necessitem buscar explicacions causals a allò que passa al nostre voltant per poder entendre-ho. Quan s'està dins d'una situació tan disfuncional com aquesta, el més adaptatiu és pensar que la causa del que ha passat ets tu per poder-ho entendre i modificar.

**TALL 2 ENTREVISTA JOAN CARRERAS:** Dóna la seva opinió sobre si l'Eudald realment creu que la culpa la té la Gemma o n'és conscient que està manipulant-la perquè es culpabilitzi i d'aquesta manera tenir el poder.

### **TALL 8 ENTREVISTA SÍLVIA ARMAS:**

Una manera de detectar que una persona està dins d'una relació de violència és quan observem que en la persona s'instal·la un estil de pensament on es tendeix a dubtar de si mateixa i a autocríticar-se per tot, com si tot fos culpa d'ella.

### **ESCENA 10 (Ep. 591 – TC 14:21 a 14:43)**

Després que la Gemma s'assabenti d'una altra mentida de l'Eudald, explota. Està farta de les mentides i la gelosia de l'Eudald, tenen una discussió i la Gemma li diu que tallen per sempre.

**TALL 4 ENTREVISTA ÀUREA MÁRQUEZ:** Explica per què la Gemma finalment decideix posar punt final a la relació amb l'Eudald.

### **ESCENA 11 (Ep. 591 – TC 31:30 a 32:07)**

La Gemma torna a l'hotel i es troba a l'Eudald al terra del lavabo plorant. Quan la Gemma torna a l'hotel es troba a l'Eudald destrossat, aquest li suplica que el perdoni, però la Gemma decideix marxar, mentre es fa la maleta ràpidament, l'Eudald s'exalta i li demana que pari per parlar-ne. Intenta agafar a la Gemma i la Gemma es resisteix, en aquest moment li deixa anar una bufetada. L'Eudald li demana perdó a l'acte i la Gemma el fa fora a crits.

### **TALL 9 ENTREVISTA SÍLVIA ARMAS:**

La víctima d'aquesta violència a poc a poc, va patint un deteriorament psíquic i físic i arriba a un punt que és tan elevat el nivell d'ansietat i de por al que està sotmesa la víctima que moltes de les funcions cognitives no són capaces de respondre davant d'aquesta situació.

### **ESCENA 12 (Ep. 593 – TC 33:55 a 34:23)**

La Gemma destrossada li explica a la Sílvia que l'Eudald un dia la va pegar i es culpabilitza de tot el que ha passat. La Sílvia intenta fer-li veure que la culpa només és de l'Eudald.

**TALL 10 ENTREVISTA SÍLVIA ARMAS:**

Un dels mecanismes que tenen els agressors normalment són el debilitament, la confusió, l'anul·lació i la culpabilització de la víctima.

**CONVERSA ENTRE ÀUREA MÁRQUEZ I SÍLVIA ARMAS EN PANTALLA PARTIDA:**

L'ÀUREA MÁRQUEZ Explica per què després de com l'ha tractat l'Eudald, es culpabilitza de tot el que ha passat. Li pregunta a l'especialista per quina raó les víctimes de la violència en una relació es culpabilitzen a elles mateixes.

SÍLVIA ARMAS: Culpabilitzar-se del que passa és un mecanisme de defensa davant de la violència viscuda. La dona necessita autoculpar-se del que està passant amb l'objectiu d'intentar disminuir la violència que s'exerceix sobre ella.

**ESCENA 13 (Ep. 607 – TC 33:55h a 34:03)**

La Gemma destrossada s'intenta acabar amb la seva vida amb un accident de cotxe després de tot el que ha passat amb l'Eudald.

**TALL 5 ENTREVISTA ÀUREA MÁRQUEZ:** Explica el perquè la Gemma, que és una dona forta, s'ha deixat tractar d'aquesta manera fins a arribar a aquest punt.

**TALL 11 ENTREVISTA SÍLVIA ARMAS:**

Les relacions de violència poden tenir moltes conseqüències, sobretot en l'àmbit psicològic, com podrien ser la depressió, el TEPT, la baixa autoestima, autocrítica negativa, desesperança, ansietat, consum de substàncies, temptatives de suïcidi... Moltes d'elles suposen mecanismes de defensa per poder sobreviure dins de la relació i suportar el dolor.

**TÍTOL CRÈDITS FINALS**

FI SINTONIA SÈRIE *COM SI FOS AHIR*

## 10.6. Pla de rodatge

### PLA DE RODATGE

JORNADA 1				
HORA	CÀPSULA	TIPUS DE CONTINGUT	LOCALITZACIÓ	PERSONATGES
10:00 - 12:00	Com si fos una relació de violència	Entrevista	PLATÓ TV3	Sílvia Armas
12:00 - 14:00	Com si fos esquizofrènia	Entrevista	PLATÓ TV3	Laia Villalta
DINAR				
16:00 - 18:00	Com si fos poliamor	Entrevista	PLATÓ TV3	Marina Vivó
18:00 - 20:00	Com si fos VIH	Entrevista	PLATÓ TV3	Marta Villar
JORNADA 2				
HORA	CÀPSULA	TIPUS DE CONTINGUT	LOCALITZACIÓ	PERSONATGES
16:00 - 19:00	Com si fos poliamor	Entrevista	PLATÓ 1 - CASA QUIM I CATI	Olalla Moreno, Jordi Rico i Núria Gago
19:00 - 20:00	Com si fos poliamor	Entrevista	PLATÓ 1 - CASA QUIM I CATI	Marco H. Medina
JORNADA 3				
HORA	CÀPSULA	TIPUS DE CONTINGUT	LOCALITZACIÓ	PERSONATGES
16:00 - 18:00	Com si fos VIH	Entrevista	PLATÓ 2 - CASA ANDREU	Marc Cartes i Ester Cort
18:00 - 19:00	Com si fos VIH	Entrevista	PLATÓ 2 - CASA ANDREU	Alicia González Laá
19:00 - 19:30	Com si fos VIH	Entrevista	PLATÓ 2 - CASA ANDREU	Àurea Márquez
19:30 - 20:30	Totes	Plans recurs	PLATÓ 1 i 2	-
JORNADA 4				
HORA	CÀPSULA	TIPUS DE CONTINGUT	LOCALITZACIÓ	PERSONATGES
16:00 - 18:00	Com si fos una relació de violència	Entrevista	PLATÓ 1 - CASA GEMMA	Àurea Márquez i Joan Carreras
18:00 - 20:00	Com si fos esquizofrènia	Entrevista	PLATÓ 2 - CASA ANNA	Àngela Cervantes i Aleix Melé

Taula 10.1. Pla de rodatge de les càpsules. Font: Elaboració pròpia.



Fundació TecnoCampus  
Mataró-Maresme  
Avinguda d'Ernest Lluch, 32  
08302 Mataró (Barcelona)  
Tel. 93 169 65 01  
[www.tecnocampus.cat](http://www.tecnocampus.cat)



*Centres universitaris adscrits a la*

