

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Grau

Data

Full Resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Autor/a:

Tutor/a:

Any:

Titulació:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

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

Català:

Castellà:

Anglès

ÍNDIX

1. INTRODUCCIÓ	3
2. DESCRIPCIÓ DEL PROJECTE	4
2.1. Objectius i justificació	4
2.2. Format i metodologia	4
3. INVESTIGACIÓ DE MERCAT DELS <i>DATING SHOWS</i> TELEVISIUS	5
3.1. Inicis dels <i>dating shows</i>	5
3.2. Mercat internacional	6
3.3. Mercat europeu	7
3.4. Mercat espanyol	8
3.4.1. <i>Mujeres y Hombres y Viceversa</i>	8
3.4.2. <i>First Dates</i>	9
3.4.3. <i>Casados a Primera Vista</i>	9
3.5. Mercat regional espanyol	10
3.6. Històric a Espanya	11
3.6.1. <i>Granjero busca esposa</i>	11
3.6.2. <i>¿Quién quiere casarse con mi hijo?</i>	12
3.6.2.1. <i>¿Quién quiere casarse con mi madre?</i>	13
3.6.3. <i>Un príncipe para...</i>	13
3.6.3.1. <i>Un príncipe para tres princesas</i>	14
3.6.4. <i>Adán y Eva</i>	15
3.6.5. <i>Tú, yo y mi avatar</i>	15
3.6.6. <i>Hotel Romántico</i>	16
3.6.7. <i>Singles XD</i>	17
3.6.8. <i>All you need is love... O no</i>	17
3.7. Mapes de posicionament	19
3.7.1. <i>Dating shows</i> emesos en els últims 10 anys en cadenes generalistes a Espanya	19
3.7.2. <i>Dating shows</i> que s'emeten en l'actualitat en cadenes generalistes a Espanya	20
3.7.3. <i>Dating shows</i> emesos en els últims 10 anys en cadenes generalistes a Espanya que hagin classificat els concursants per tribus urbanes	21
3.7.4. <i>Dating shows</i> emesos en els últims 10 anys en cadenes generalistes a Espanya que tinguin en compte una prova de compatibilitat	22
4. PROPOSTA D'UN NOU PROGRAMA TELEVISIU: <i>CITA A PROVA</i>	23
4.1. Origen de l'idea	23

4.2. Format	24
4.3. Nom	24
4.4. Grafisme	24
4.4.1. Logotip	25
4.4.2. Careta d'entrada	25
4.4.3. Careta de sortida	26
4.4.4. Ràfega	27
4.4.5. <i>Chyrons</i>	28
4.5. Sinopsi	28
4.6. Públic objectiu d'audiència	28
4.7. Concursants	29
4.8. Equip	31
4.8.1. Presentadora	31
4.8.2. <i>Coach</i>	31
4.8.3. Equip tècnic	32
5. MECÀNICA DEL NOU PROGRAMA TELEVISIU: CITA A PROVA	33
5.1. Metodologia	33
5.2. Proves	34
5.3. Localització	35
5.4. Estructura del programa	36
6. PRODUCCIÓ	37
6.1. Pre-producció	37
6.2. Gravació	37
6.3. Postproducció	37
7. MATERIAL	37
8. PRESSUPOST	39
9. COMERCIALITZACIÓ	41
9.1. Fonts de finançament i patrocinadors	42
10. XARXES SOCIALS	42
11. CONCLUSIONS	43
12. BIBLIOGRAFIA	44
13. ANNEX	47

1. INTRODUCCIÓ

El projecte consisteix en la creació i posicionament d'un programa de televisió del gènere *dating show* amb l'intenció de presentar-lo a la societat espanyola i/o mundial. Es tracta d'un programa de cites amb el que es pretén entretenir i emocionar.

Partint de que el format televisiu de cites és una tendència a nivell internacional, s'han analitzat programes internacionals, europeus, nacionals i regionals per extreure les conclusions del que triomfa i del mercat que encara està per descobrir. L'objectiu és trobar un nínxol de mercat i crear un programa únic i que sigui tendència.

Segons les enquestes fetes per l'Irina Jamois al seu Treball de Fi de Grau¹ el 76% dels enquestats reconeixen haver vist com a mínim una vegada un *date show*. El que atrau al públic és que les emocions, no sempre bones, són reals i això agrada. "La gent necessita enamorar-se i per això es dona tanta importància a que la parella que busquem s'adapti als nostres gustos. L'amor a la televisió diverteix al mateix temps que emociona" explica Yolanda Martín Campayo, directora de *First Dates* a una entrevista a El Confidencial Digital².

La meua experiència personal com a col·laboradora en el magazine de Televisió Sant Cugat duent a terme tasques de redacció, edició i sortint en pantalla fent de tertuliana, m'ha motivat a fer aquesta proposta de *date show*. Actualment els *realities shows* i amb ells els *dating* són dels programes amb més audiència i més comentats a la xarxa. És innegable que són tendència i d'aquí sorgeix l'idea de trobar el nínxol de mercat que estigui buit i fer una proposta de programa.

¹ https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2017/180525/TFG_Jamois_Ruiz_Irina.pdf

² https://www.elconfidencialdigital.com/te_lo_aclaro/detras-exito-realities-citas_0_2936106386.html

2. DESCRIPCIÓ DEL PROJECTE

Cita a Prova és un *dating show* televisiu en el que vuit concursants que no es coneixen entre ells, hauran de sotmetre's a una prova en parella, per poder aconseguir una cita. Perquè l'amor no és com a les pel·lícules i perquè, segons Meetic³, el 58% dels solters confessen que si creuen en l'ànima bessona, les parelles es crearan a partir de les seves aficions o tribus urbanes en les que els mateixos concursants s'identifiquin.

2.1. Objectius i justificació

Els programes de cites a cegues i en general d'amor s'han convertit en tendència en els últims anys tant a nivell nacional com internacional. Són formats d'entreteniment que diverteixen i alhora emocionen. D'aquesta moda sorgeix la idea de fer una proposta de programa de *dating show* però l'objectiu de que les parelles no fracassin i que la cita no sigui tan formal com en un sopar. És per això que *Cita a Prova* és una proposta on es dóna més oportunitats a clixés o estereotips que en altres programes no tenen tanta representació i pretén que sigui més fàcil la compatibilitat amb les proves prèvies a la cita, dirigides per una *coach*.

Amb l'objectiu de que la parella tingui una cita i que aquesta no sigui per compromís, les parelles passaran diferents proves dirigides per un *coach*, psicòleg o terapeuta de parella.

El programa pretén entretenir i alhora formar parelles que realment tinguin futur. És per això la importància de les proves prèvies a la cita. Aquestes experimentacions seran preparades per la psicòloga Helena Galé, experta en relacions de parella, i amb les que permetrà que els concursants es coneguin una mica, abans de tenir la cita i poder veure si tenen compatibilitat o no i si, tot i el resultat, volen seguir coneixent-se en una cita.

2.2. Format i metodologia

La cita serà a peu dret, a la barra d'un bar. El fet de no ser un sopar, trobem que els participants es sentiran en un ambient més distès i informal, amb el que poden tenir més confiança amb l'altra persona i fins i tot passar menys vergonya ja que no hi hauria perill de situacions incòmodes amb el menjar.

³ <https://www.mejores-webs-parejas.es/2016/09/buscan-solteros-espanoles/>

Es tracta d'un *dating show* pensat per ser emès per una televisió generalista, compost per 13 episodis d'una hora cadascun, amb 15 minuts d'anuncis publicitaris. És un format pensat per emetre's en *prime time*.

3. INVESTIGACIÓ DE MERCAT DELS *DATING SHOWS* TELEVISIUS

3.1. Inicis dels *dating shows*

Els date shows no només triomfen a Espanya sinó que aquest format té molt èxit a molts altres països. El primer *date show* va néixer als Estats Units amb el programa *The Dating Game* estrenat per la cadena ABC⁴ l'any 1965. El format consistia en que una dona soltera havia de fer preguntes a tres homes als qui no veia. Havia de decidir finalment a qui preferia com a possible parella.



Font: www.retroland.com

Però els *date shows* han evolucionat. L'espectador vol sentir-se identificat amb els concursants i per potenciar aquesta proximitat, s'ha barrejat el format amb els *reality shows*. Segons el professor José Ignacio Varela de la Universitat de Mèxic, el primer reality show, i amb ell, els date show, va néixer als Estats Units l'any 1973⁵, amb el programa *An American Family* emès per la cadena americana PBS. Al *reality show* es mostrava la vida d'una família nord-americana les vint-i-quatre hores del dia. Tot i ser un *reality show*, terme que podríem dir que és pare dels *date shows*, es considera també *date show* perquè es va poder veure com el fill de la família es declarava homosexual i tenia cites, i com la mare, la senyora Lord, va demanar el divorci al seu

⁴ <https://www.rollingstone.com/culture/videos/flashback-serial-killer-appears-on-the-dating-game-w444215>

⁵ http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n24/24_jvarela.html#jv

marit. El programa va marcar una moda televisiva per la seva originalitat i la manera de mostrar la vida real.

A Espanya el primer *date show* va ser *Vivan los novios*, un programa emès els dissabtes per la tarda a la cadena Telecinco presentat per Andoni Ferreño. La primera emissió va ser l'any 1991 i va durar quatre anys en antena. La dinàmica del programa formular preguntes mútuament entre tres homes i tres dones. Finalment els concursants havien d'escollir a una persona del sexe oposat i guanyaven un viatge.



Font: www.ideal.es

3.2. Mercat internacional

Tot i que el gènere dels *date shows* va començar als Estats Units, Europa va fer lloc a les graelles per emetre programes del mateix format. Un exemple és el cas de *The Bachelor* i *The Bachelorette*. Tot i debutar a la cadena americana ABC al 2003, s'ha estès internacionalment en divuit països com ara Gran Bretanya (BBC Three, 2003), Austràlia (Network 10, 2013), Israel (Channel 10, 2009).



Font: www.inkasfilms.com

El programa tracta de que un solter o soltera, ha d'escollir a un participant entre un grup de 25 persones, al final de temporada. Durant els capítols, el solter o soltera va tenint cites amb la resta de concursants i ha d'anar eliminant-los de forma gradual. El

programa a Amèrica té una audiència de 10 milions d'espectadors⁶ de mitjana a cada temporada.

3.3. Mercat europeu

Mujeres y Hombres y Viceversa i *First Dates*, dos dels *date shows* emesos actualment a Espanya, també tenen la seva versió internacional. *Uomini e Donne* és la versió de *Mujeres y Hombres y Viceversa* a Itàlia. S'emet per Canale 5 des del 2002 i copia l'estructura del programa amb dos "tronistes", persones diferenciades per asseure's en un tro i que són concursants passius, i concursants que els han de conquistar. Ambdós programes són propietat de Mediaset.



Font: <https://twitter.com/uominiedonne>

L'altre cas és *First Dates*. De fet el programa espanyol és una versió del programa *First Dates* d'Anglaterra.



Font: www.thesun.co.uk

⁶http://web.archive.org/web/20070927011722/http://www.realitytvmagazine.com/blog/the_bachelor/index.html

Va emetre's per primera vegada l'any 2013 a Channel 4 i comparteix la metodologia amb el format espanyol de cites a cegues en un restaurant amb càmeres i micròfons. També s'emet a Austràlia o Irlanda.

3.4. Mercat espanyol

Els programes *date shows*, com ja s'ha dit anteriorment, formen part del gènere *reality show*. Un format que es caracteritza per mostrar la vida real d'uns concursants sense guió previ. A Espanya triomfen amb programes com *Gran Hermano* o *Supervivientes*, que tenen edició cada any des del 2000. I fins i tot *talents show* com ara *Operación Triunfo* i *Fama a bailar* volen apropar-se al format de *reality* creant un canal que emet gairebé les vint-i-quatre hores del dia. Aquests formats aconseguixen molt bones audiències, per exemple el retorn d'*Operación Triunfo* ha obtingut una mitjana de 17,4% de *share*, per la seva proximitat i interacció amb l'espectador.

Pel que fa als *date shows* emesos actualment a Espanya, són tres programes. *Mujeres y Hombres y Viceversa*, *First Dates* a Cuatro, i *Casados a Primera Vista* a Antena 3.

3.4.1. *Mujeres y Hombres y Viceversa*

Mediaset va traslladar el passat mes de gener el programa de la cadena Telecinco a Cuatro canviant també l'horari d'emissió. L'espai presentat per Emma García pretén que dos persones, conegudes com a "tronistes", persones que se seuen en un tron, tenen el privilegi de conèixer a varis pretendents del sexe oposat. Compten amb assessors, normalment famosos com Alba Carrillo o Nagore Robles, que aconsellen i/o critiquen als participants.



Font: www.telecinco.es

S'emet en tira diària des de l'any 2006 i acabava a Telecinco amb una quota de pantalla del 10% en la franja horària del migdia, de 12:45h a 14:15h. Una audiència insuficient per Telecinco però suficient per Cuatro, ja que el programa emès prèviament és El Programa de Ana Rosa, que té una audiència que ronda el 14%. En canvi, l'audiència de sobretaula a Cuatro és de 5% de mitjana.³ Al fer el canvi de cadena i també d'horari les emissions han baixat, obtenint un 3,5% i 463.000 espectadors de mitjana, segons vertele.eldiario.es, ara en horari de sobre taula, de 15:45h a 17h.

3.4.2. *First Dates*

Ocupa el *prime time* de Cuatro. El format és una adaptació al programa britànic de Channel 4 anomenat igual, presentat per Carlos Sobera l'abril de 2016. *First Dates* presenta cinc parelles que tenen una cita a cegues. Durant el sopar s'hauran de conèixer i decidir si volen o no seguir coneixent l'altra persona. S'emet de dilluns a dissabte de 21:30h a 22:15h amb una audiència de 9,2% de quota mitjana (FormulaTV). Aquest format ha estat molt explotat per la cadena ja que en algunes ocasions i per augmentar les audiències, han fet programes especials amb famosos, *Famosos Dates* o *Menú Especial* amb ex-participants que tornen al programa en busca d'una nova oportunitat.



Font: www.cuatro.es

3.4.3. *Casados a Primera Vista*

És l'únic programa de cites que emet Antena 3. La dinàmica del format és que un grup d'homes i dones es posen en mans de psicòlegs i experts que, mitjançant tests i diferents proves, busquen trobar parella entre els candidats.

El programa proposa una parella per casar-se però ells no es veuran fins el dia del casament. La quarta temporada del programa es va estrenar al gener amb un 11,4% de quota de pantalla⁷, el més baix de totes les edicions. Tot i això, va liderar la seva franja d'emissió.



Font: <http://vertele.eldiario.es/>

3.5. Mercat regional espanyol

L'única cadena regional espanyola que té a la graella un programa de cites és Castilla La Mancha Televisión amb *En Compañía*. S'emet de dilluns a divendres a la franja de sobretaula, a les 15:45h. Presentat per Ramón García i Juncal Rivero es tracta d'un programa d'entreteniment que té com a objectiu "posar fi a la soledat de la gent gran", segons afirma la direcció del programa⁸.



Font: www.europapress.es

⁷ https://www.vanitatis.elconfidencial.com/television/audiencias/2018-01-12/audiencias-jueves-12-enero-casados-primera-vista-estreno-telecinco_1504935/

⁸ <http://www.cmmedia.es/programas/tv/en-compania/el-programa/>

Cada tarda tres persones donen a conèixer la seva història, mentre es publica un número de telèfon per si algun espectador està interessat en conèixer un dels concursants. Es tracta de gent de la tercera edat que han enviadat, que mai s'han casat o que simplement s'han separat i tenen ganes de refer les seves vides. El programa té una mitjana de 70.000 seguidors diaris i un 12,5% de *share*⁹.

3.6. Històric a Espanya

Tot i que actualment hi hagi en antena tres *dating show* a nivell estatal, han hagut altres programes de la mateixa tipologia en els últims deu anys. Alguns d'ells, com ara *Granjero busca esposa* o *¿Quién quiere casarse con mi hijo?*, no han deixat d'emetre's però durant l'anàlisi d'aquest treball no han estat en antena. D'altres, com *Un príncipe para...* ha estat versionat amb el programa *Un príncipe para tres princesas*. I fins i tot alguns *dating show* han fracassat i només han durat una temporada com *Tu, yo y mi Avatar* que ha estat l'última aposta de Mediaset emès a Cuatro l'any 2017.

3.6.1. *Granjero busca esposa* (2008 - actualitat)

Aquest programa va començar a la cadena Cuatro l'any 2008. Les quatre primeres temporades van ser presentades per la periodista Luján Argüelles i a partir de la cinquena, en porten sis fins el moment, per Carlos Lozano. El *dating show* mostra les aventures d'un grup de grangers que a més d'explicar-nos les seves vides al camp, coneixen i conviuen amb dones amb la finalitat de trobar l'amor amb una d'elles.



Font: www.elmundo.es

⁹ http://www.lacerca.com/noticias/castilla_la_mancha/media-television-autonomica-crecio-audiencia-2017-399731-1.html

El format original és *Farmer Wants a Wife* emès per la cadena anglesa ITV. Ambdós casos mostren en el primer episodi 10 grangers que presenten el seu entorn laboral. A la segona gala, els 6 grangers més sol·licitats per les pretendents coneixeran deu noies tot i que finalment només seran escollides cinc per continuar al concurs, fins l'últim programa en que el granger ha d'escollir a una candidata perquè sigui la seva parella.

L'última edició, presentada per Carlos Lozano que va acabar d'emetre's el mes de gener, va tenir dues grans diferències amb la resta de temporades. La sisena edició va ser gravada a casa del mateix Lozano i va comptar per primer cop amb un granger homosexual. Pel que fa a les audiències, les dues últimes temporades presentades per Carlos Lozano no han obtingut tant *share* com les presentades per Argüelles. La primera edició aconseguia 1.904.000 espectadors amb 10,7% de *share*. La segona, tercera i quarta edició seguia amb bons resultats tenint com a mínima audiència un 7,2% de *share* a la quarta edició. Les temporades amb Lozano, tenen més resultat de *share* però no d'espectadors. 1.146.000 i 908.000 respectivament. En definitiva, *Granjero busca esposa* no ha funcionat malament amb el canvi de presentador sinó que possiblement la disminució d'audiència sigui perquè hi ha més competència televisiva.

3.6.2. ¿Quién quiere casarse con mi hijo? (2012 – 2017)

El *dating show* presentat per Luján Argüelles s'emet a Cuatro des de 2012. El programa tracta de conquistar a un noi que té diferents pretendents. La diferència entre aquest i altres programes de cites és la presencia de la mare, és a dir la possible sogra. Així doncs els pretendents hauran de guanyar-se la mare dels protagonistes.



Font: www.formulatv.com

És una adaptació del format *Who wants to marry my son?* Que va començar a França, Bèlgica i Luxemburgo l'any 2012. A Espanya però, ha obtingut sempre més del 10% de *share* dades que asseguren que cada edició té bons perfils i polèmics, com també la seva postproducció que agrada molt als espectadors¹⁰.

3.6.2.1. ¿Quién quiere casarse con mi madre? (2013)

En aquest cas, el format de *¿Quién quiere casarse con mi hijo?* canvia els papers dels protagonistes. Ara seran les mares que busquen parella i els pretendents hauran de conquistar el cor de les mares, sense oblidar els fills. Presentat també per Luján Argüelles, el programa només ha tingut una temporada amb una audiència mitjana de 7,5% de *share* i 1.222.000 espectadors¹¹. *¿Quién quiere casarse con mi madre?* no va renovar per cap temporada més degut a les seves baixes audiències comparades amb les del seu predecessor *¿Quién quiere casarse con mi hijo?* que tenia una audiència de 10,3% de *share* de mitjana. Les raons podrien ser que es van emetre els dos formats seguits, primer sent protagonistes els fills i després les mares, i no es va deixar descansar a l'espectador. De totes maneres la productora Eyeworks España no ha volgut tornar a intentar a emetre el programa fins al moment.

3.6.3. Un príncipe para... (2013-2014)

Luján Argüelles torna a presentar un *dating show* a la cadena Cuatro. En aquest cas és *Un príncipe para Corina*, en el que un grup d'homes de diferents perfils han d'intentar conquistar el cor de la "princesa" Corina Randazzo en la primera edició, i Laura Parejo a la segona. Amb Randazzo com a protagonista les audiències van anar millorant des de l'inici de temporada fins a l'últim capítol en el que assolien 12,4% de *share* i 1.828.000 espectadors. La mitjana de la temporada va ser 9,3% de *share*¹².

A la segona temporada amb Laura Parejo de protagonista les audiències van disminuir notablement. El primer capítol assolía 7,4% de *share* i el penúltim i més baix, un 3%. Des de llavors, no s'ha tornat a fer cap edició més d'*Un príncipe para...* sinó que van voler evolucionar i fer tres conquestes alhora. La primera temporada amb Corina Randazzo com a protagonista va tenir bones audiències i de fet per això la productora va voler repetir el format amb una altra protagonista.

¹⁰<https://www.elespanol.com/bluper/noticias/edgard-carro-casado-manipula-realidad-montaje-quien-quiere-casarse-con-mi-hijo>

¹¹https://es.wikipedia.org/wiki/%C2%BFQui%C3%A9n_quiere_casarse_con_mi_madre%3F#Audiencia_media_de_todas_las_ediciones

¹² https://es.wikipedia.org/wiki/Un_pr%C3%ADncipe_para...#Audiencias_2

El que el programa tenia de diferent era la diferenciació per grups dels pretendents. És a dir, hi havia el grup dels *Nerds*, els guapos, els simpàtics i els únics. Amb aquesta classificació els nois es defensaven amb arguments ja que en tots els casos es sentien identificats amb el seu grup. Així doncs, la noia podia veure amb quin grup de nois tenia més afinitat tot i que al final la tria era individual.



Font: www.cuatro.es

3.6.3.1. *Un príncipe para tres princesas* (2013)

La tercera edició del programa *Un príncipe para...* es diu *Un príncipe para tres princesas* donant l'oportunitat així a que tres noies trobin el seu príncep a la vegada. Aquest nou format va millorar les audiències que amb Laura Parejo havien afluixat amb un 7,3% de mitjana de *share*. El primer i l'últim van ser els episodis més vistos.

En aquesta nova aposta són elles, les tres princeses les que es classifiquen segons clixés. La Marta, és la rossa tradicional. "Pija" i de poble. La Yiya, pèl-roja, exòtica i de ciutat. I per últim, la Rym. Morena, musulmana però molt moderna. Així doncs eren els nois que podien escollir amb quin prototip de noia volien tenir la cita.



Font: www.cuatro.es

3.6.4. *Adán y Eva* (2014-2015)

El programa presentat per Mónica Martínez és una adaptació del format holandès *Adan zoekt Eva* en el que un noi i una noia s'han de conèixer com a potencials parelles en una localització que pretén ser una illa deserta i en la que els concursants van completament nus. La primera temporada va assolir una audiència màxima de 3.788.00 espectadors¹³ en una de les seves emissions i Mediaset va decidir renovar el format amb una segona temporada al 2015. Aquesta, no va tenir males audiències però al no assolir les de la temporada anterior, van fer que Mediaset acabés cancel·lant el programa.



Font: www.cuatro.es

3.6.5. *Tú, yo y mi avatar* (2017)

Aquest *dating show* proposa una manera diferent de tenir les cites. I és que els candidats i pretendents no es coneixeran fins al final de la cita. Així doncs, en lloc dels pretendents tindrà la cita un avatar que actuaran com a robots. És a dir que el pretendent real i l'avatar es comunicaran a través d'una orellera i així l'avatar haurà d'actuar i respondre com el pretendent li diu. D'aquesta manera el físic queda en segon pla i el candidat haurà de guiar-se per la personalitat. Finalment, s'escull a un dels avatars i és quan candidat i pretendent es coneixen.

El format presentat també per Luján Argüelles va comptar amb celebritats, actors, ballarins... Per fer d'avatar. El dia de l'estrena de *Tu, yo y mi avatar* va assolir un 6,5%

¹³<http://www.formulatv.com/programas/adan-y-eva/>

de *share* ¹⁴ amb 1.080.000 espectadors. Tot i això, el segon capítol del *dating show* va baixar la xifra fins al 4,3%. Mediaset va decidir retirar el programa de la graella perquè competia amb *Casados a primera vista* i *Mi casa es la tuya*.



Font: www.cuatro.es

3.6.6. *Hotel Romántico* (2017)

L'última proposta de programa de cites que va fer RTVE és *Hotel Romántico*. Amb la finalitat de trobar parella, un grup de 12 homes i 12 dones d'entre 55 i 73 anys, van viatjar a Suïssa on van conèixer dues a terme diverses activitats i accions de la vida quotidiana per comprovar si els concursants són o no compatibles. El programa va ser dirigit per Roberto Leal acompanyat, en un segon pla per Reichel Delgado i Elías Torrecillas i emès els divendres al vespre en *prime time*. Van assolir un 7,3% de quota de pantalla amb 878.000 espectadors al primer programa, però al tercer les audiències van disminuir fins al 4,9%¹⁵. Va ser doncs a partir dels baixos resultats d'audiència que TVE va passar a emetre el programa en *late night*. Només va durar una temporada.



Font: www.rtve.es

¹⁴ <http://www.lavanguardia.com/television/20170123/413622137983/cuatro-retira-tu-yo-y-mi-avatar-audiencia.html>

¹⁵ <https://www.lespanol.com/bluper/noticias/rtve-asume-fracaso-hotel-romantico-traslada-late-night>

3.6.7. *Singles XD* (2017)

El passat mes de desembre la cadena Cuatro estrenava el programa *Singles XD* amb Núria Roca al capdavant substituint *Dani y Flo*. El *dating show*, que era en rigorós directe per treure profit de les xarxes socials, va ser un fracàs. I és que el format no tenia res de nou. Es basava en un apartament amb 5 nois joves que havien de conèixer a pretendents i eren els companys de pis qui escollien si volien o no la cita. Aquesta metodologia recorda molt a *Mujeres y Hombres y Viceversa* i per tant, el format “tronista” i pretendents ja existeix. Si el programa dirigit per Emma Garcia, també a Mediaset, no s'estigués emetent, potser *Singles XD* hagués tingut més èxit. Tres setmanes després de la seva estrena, Mediaset decidia prescindir del programa en la graella. El 27 de desembre van obtenir un 1% de quota¹⁶, la pitjor audiència de Cuatro en horari de tarda. L'últim programa va assolir un 1,5% de *share*.



Font: www.telecinco.es

3.6.8. *All you need is love... O no* (2017)

L'última aposta de Telecinco amb Risto Mejide de presentador va ser *All you need is love... O no*. El programa es pot considerar de cites, ja que podies trobar parella, però també de rancor. Irene Junquera va recórrer la península en una caravana proposant preguntes com: creus en l'amor per tota la vida? Confies cegament en la teva parella? Que li diries al teu ex? Així doncs, la gent explicava la seva història a la caravana. Des de plató, Mejide acompanyat de l'humorista David Guapo i la periodista América Valenzuela, comentaven i debatien les històries de la gent. El programa comptava també amb convidats estrella, com ara David Bustamante, Antonia Dell'Ate o Pepe

¹⁶ https://www.vanitatis.elconfidencial.com/television/programas-tv/2017-12-29/nuria-roca-programa-cuatro-trabajo-cancelacion-singles-cancelan-fracaso_1499338/

Navarro que se sotmetien a una entrevista dirigida per Risto Mejide, sempre enfocada en l'amor i el desamor. El primer programa va assolir un 14,1% de *share*¹⁷, convertint-se en la màxima audiència del format. Les audiències van anar disminuint fins arribar a un 9,7% de quota.

El passat mes de juliol va acabar la primera temporada amb 13 capítols i ni la productora ni l'emissora han parlat de la seva continuïtat.

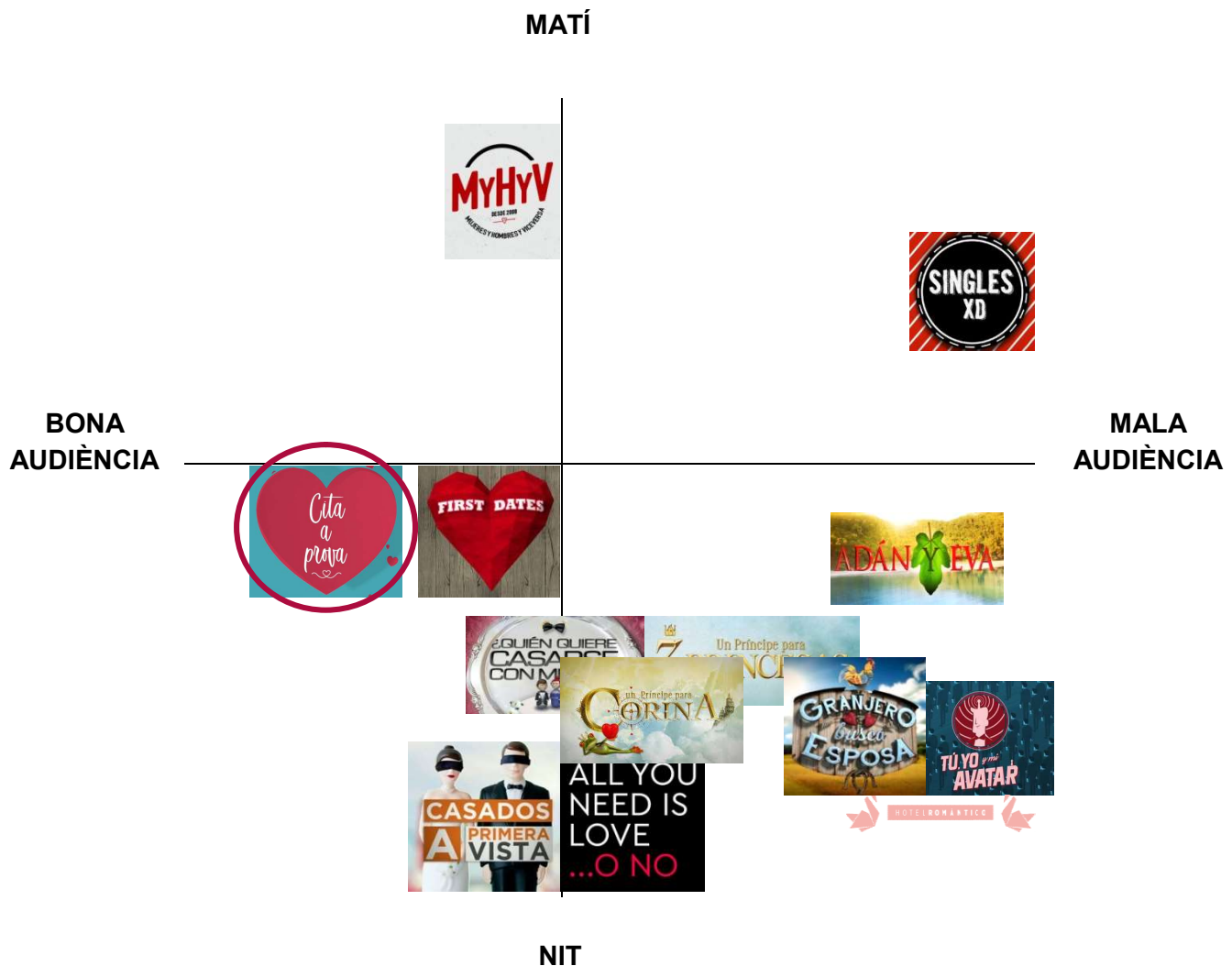


Font: www.formulatv.com

¹⁷ <http://www.formulatv.com/noticias/70346/balance-all-you-need-is-love-primera-temporada-discreta/>

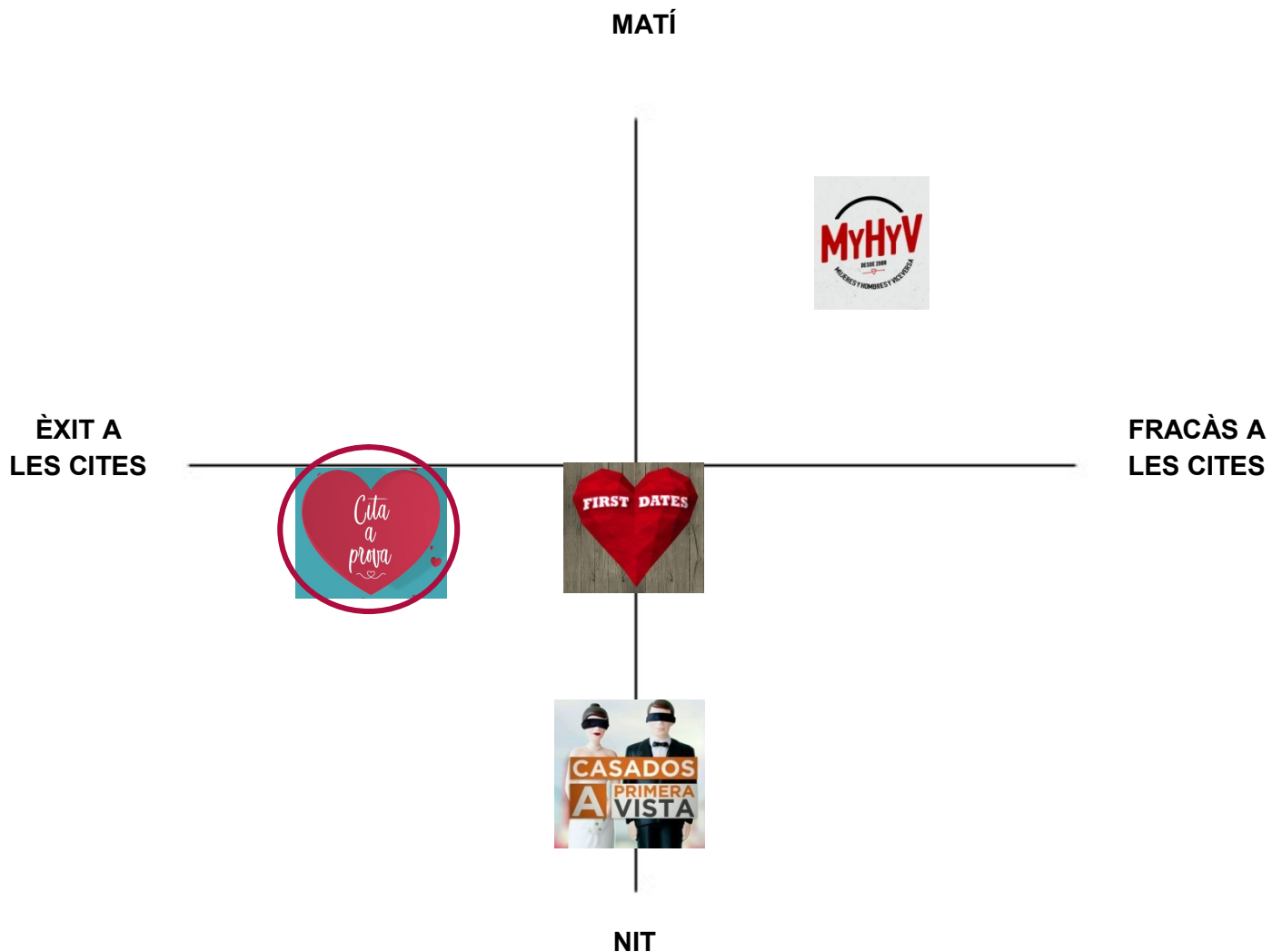
3.7. Mapes de posicionament

3.7.1. *Dating shows* emesos en els últims 10 anys en cadenes generalistes a Espanya:



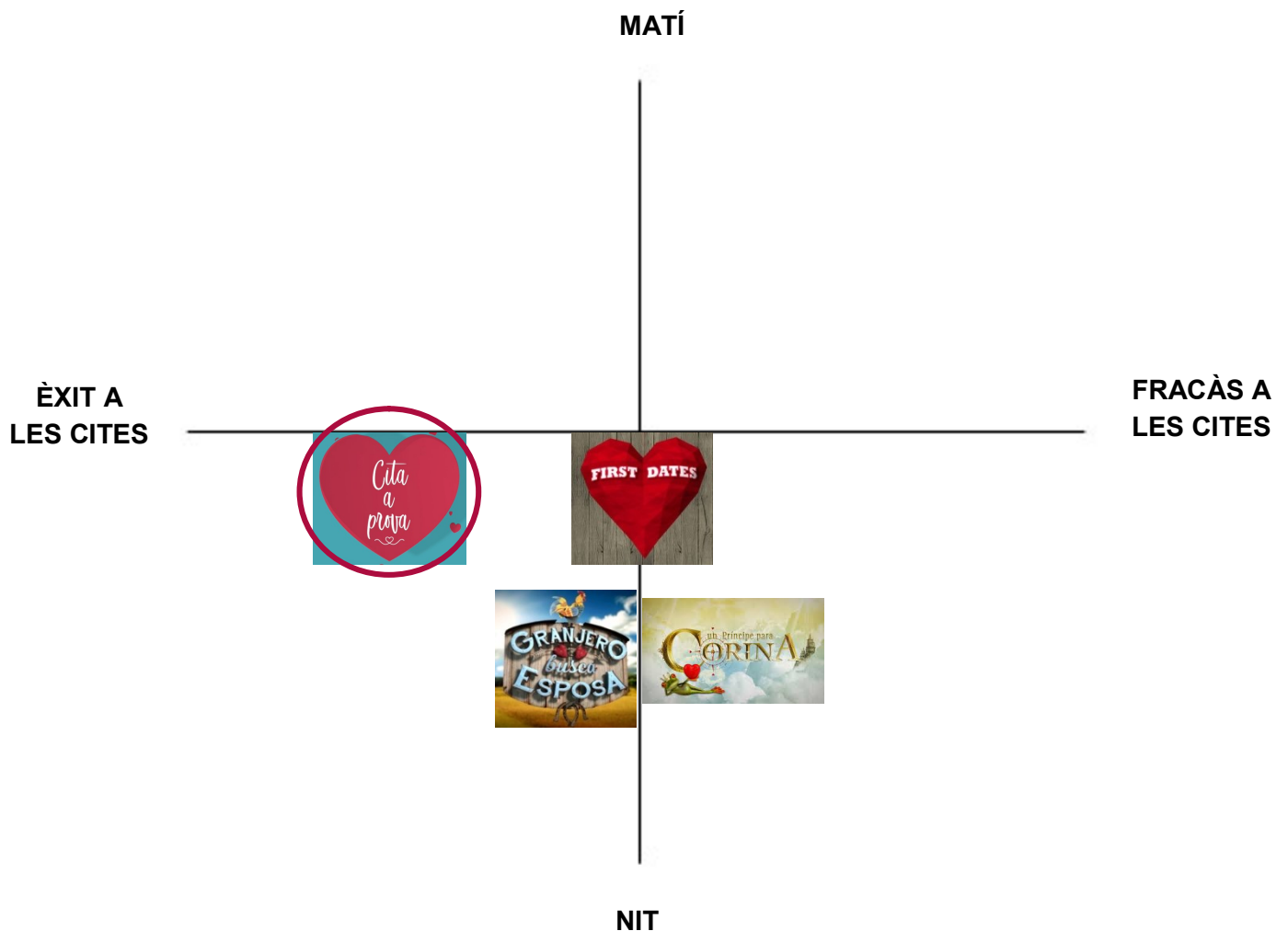
L'anàlisi d'aquest mapa de posicionament mostra tots els *dating shows* emesos en els últims 10 anys en cadenes generalistes d'Espanya i estan classificats segons el seu horari i la seva audiència. Entenent que els valors bona i mala audiència són segons la mitjana del programa i la seva franja horària. Per tant, es pot observar que els programes que es troben més a prop del valor "bona audiència" són *Mujeres y Hombres y Viceversa*, amb una mitjana de 3,5% de *share* que està prou bé per la franja horària de sobretaula, *First Dates*, que obté un 9,2% de quota de pantalla en *prime time*, *Casados a Primera Vista*, que ocupant el *late night* té un 11,4% de *share*. Justament són aquests els tres únics programes que actualment es troben a la graella televisiva espanyola.

3.7.2. *Dating shows* que s'emeten en l'actualitat en cadenes generalistes a Espanya:



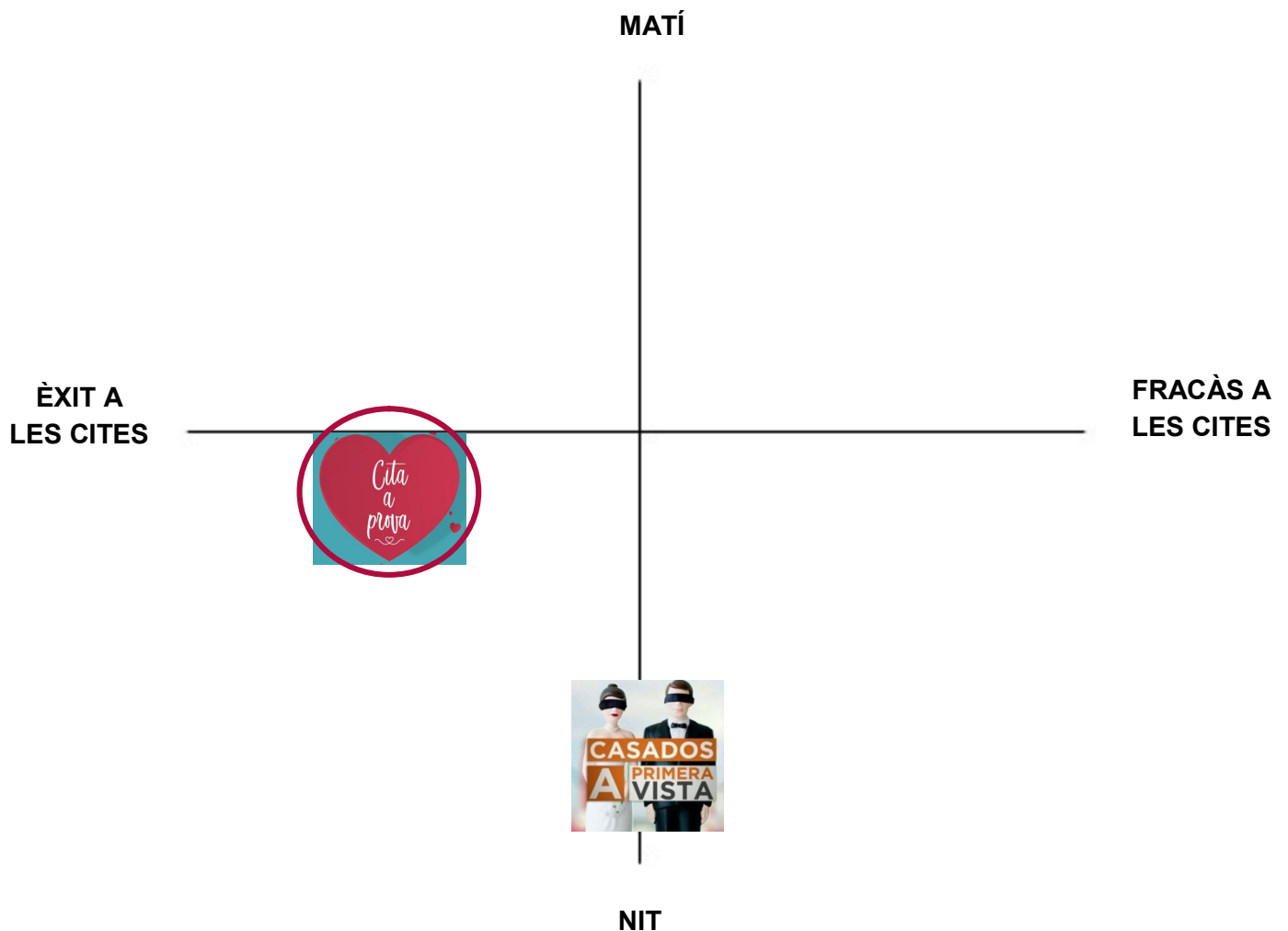
En aquest mapa s'hi mostra els programes que s'emeten actualment segons la seva franja horària i l'èxit que tenen les seves cites. *First Dates* és un format que s'emet cada dia i es veuen tant bons com mals resultats a les cites. En canvi, *Mujeres y Hombres y Viceversa* tot i ser un programa emès diàriament, té una història. És a dir, l'important de cada programa no és si una cita va bé o no ja que en aquest cas els concursants tenen molt més temps per conèixer la persona. Per tant, s'ha valorat les parelles que es formen dins el programa i que han durat com a mínim un any. Actualment només duren tres parelles de totes les que s'han creat. En quant a *Casados a Primera Vista* es posiciona a un punt mig ja que en aquesta última temporada 4 de les 6 parelles proposades han estat exitoses. Tot i això, la temporada anterior, no va tenir bons resultats. Només dues de les 6 parelles proposades van decidir començar una història d'amor fora del programa.

3.7.3. *Dating shows* emesos en els últims 10 anys en cadenes generalistes a Espanya que hagin classificat els concursants per tribus urbanes:



El fet de que els concursants estiguin classificats segons tribus urbanes s'ha trobat en molt pocs programes. Com bé mostra el mapa *Un príncipe para...* dividia els pretendents en 4 clitxés socials. Tot i això, les cites van fracassar ja que les parelles no han durat ni un mes de relació. *Granjero busca esposa* seria un altre exemple de classificació per tribus. El que passa que només hi havia una ja que tant el granjer com les aspirants a ser esposes havien de tenir en comú la vida al camp, o estar disposat a viure-hi. Per últim també s'ha destacat *First Dates* ja que en algún cas creen parelles amb els mateixos gustos. Tot i això, no sempre és així ja que el que té en compte aquest programa és el *show* i a vegades ajunten a persones que són pols oposats.

3.7.4. *Dating shows* emesos en els últims 10 anys en cadenes generalistes a Espanya que tinguin en compte una prova de compatibilitat:



En aquest mapa de posicionament es pot observar que l'únic programa que dur a terme una prova de compatibilitat i en mostra els resultats és *Casados a Primera Vista*. Per formar les futures parelles que es casaran, els concursants omplen uns tests amb la finalitat de que els psicòlegs del programa puguin formar les parelles segons la seva compatibilitat. Tot i això, els psicotècnics no tenen massa importància com a contingut del programa. Els dos aspirants no es coneixeran fins el dia del casament i els resultats de la compatibilitat es veuen a partir de la convivència. Així doncs, la parella no disposa de ningú que els pugui ajudar a gestionar millor la relació.

4. PROPOSTA D'UN NOU *DATING SHOW* TELEVISIU: *CITA A PROVA*

4.1. Origen de l'idea

Després de veure la situació actual dels *date shows* tant a Espanya com a nivell internacional, es pot afirmar que és un gènere molt fàcil d'identificar però que alhora és molt versàtil. És un fet que aquests programes, tinguin una audiència més alta o més baixa, té un públic fidel i que s'entreté. A partir dels mapes de posicionament mostrats anteriorment, s'ha trobat un nínxol de mercat. Un buit en els *dating show* que portarà el programa a l'èxit.

La classificació dels concursants per tribus urbanes es va veure a *Un príncipe para Corina*. El programa va assolir un 9,4% de *share* de mitjana en la temporada motiu pel qual la mateixa productora va decidir fer una temporada més amb Laura, en comptes de Corina. La distinció dels concursants va ser un fet que va agradar molt ja que mai s'havia vist. Tot i això, només hi havia 4 tribus urbanes. És per això que a *Cita a Prova* s'ha volgut explotar el format proposant 10 tribus en un principi, amb la possibilitat d'afegir-ne d'altres sobre la marxa en cas que dos aspirants s'identifiquin amb la mateixa tribu.

Per altra banda la participació de la *coach* i les proves de compatibilitat, no s'han vist mai en un *dating show*. Es podria dir que el més semblant a la figura de l'Helena Galé a *Cita a Prova* era Sonia Cervantes al programa *Hermano Mayor*. En cap cas en un programa de cites. El format que es trobaria més a prop seria *Casados a Primera Vista* ja que els concursants completen uns tests que els defineixen i els psicòlegs del programa creen les parelles amb l'intenció de que siguin compatibles.

Així doncs i amb l'objectiu de que els concursants trobin l'amor en un ambient en el que es sentin còmodes, i amb algú afí a ells, la proposta de *Cita a Prova* serà més eficaç que les que hi ha actualment al mercat gràcies a la distribució de les parelles segons les tribus urbanes amb les que s'identifiquen i amb les proves guiades per la *coach*. Es pretén doncs que les cites no fracassin ni es tinguin per compromís. És per això que després de la prova de compatibilitat els concursants podran decidir si volen tenir una cita amb l'altra persona, o no.

La cita serà a peu dret, a la barra d'un bar. Serà la mateixa localització on hauran fet les proves anteriorment, de manera que es pretén crear un ambient distès i informal de la cita i evitar els moments incòmodes que podrien haver en un sopar. En qualsevol cas, la cita no serà el més important de *Cita a Prova*. Així doncs, el programa només destinarà 10 minuts a mostrar les cites.

4.2. Format

Títol: *Cita a Prova*

Gènere: *Dating show*

Capítols: 13

Horari d'emissió: Diumenge de 21:50h a 22:50h

Duració: 60 min, dels quals 15 minuts publicitaris

Cadena: Generalista d'àmbit nacional

Emissió: En diferit

4.3. Nom

El programa pretén dir-se *Cita a Prova*. L'elecció d'aquest nom és degut a la importància de la prova prèvia a la cita guiada per la *coach* Helena Galé, ja que llavors els concursants tindran l'opció d'escollir si volen o no tenir la cita amb l'altre concursant. Alhora la paraula "prova" té un doble sentit. "Prova" no només és el repte que ha de superar la parella sinó que vol dir que la cita està en joc.

4.4. Grafisme

Cita a Prova és un *show* de cites i per tant un programa on es busca l'amor. És per això que a l'hora de buscar i escollir la tipografia principal del programa s'intentava que fos una lletra simple però que transmetés romanticisme. Segons Paola Pérez¹⁸, consultora creativa de negocis, amb una lletra més aviat arrodonida i lligada es transmet elegància i proximitat al mateix temps que tradició per la similitud amb la història.

La tipografia utilitzada és Awesome Birds, escollida mitjançant la pàgina web www.dafont.com. S'ha utilitzat per fer el logotip, la careta d'entrada, la careta de sortida i els *chyrons*.

Cita a prova

¹⁸ <http://paoperez.com/tipografias-personalidad-transmite/>

4.4.1. Logotip

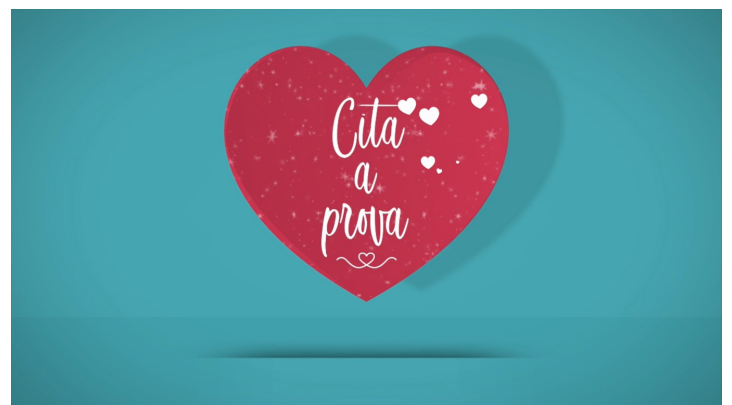
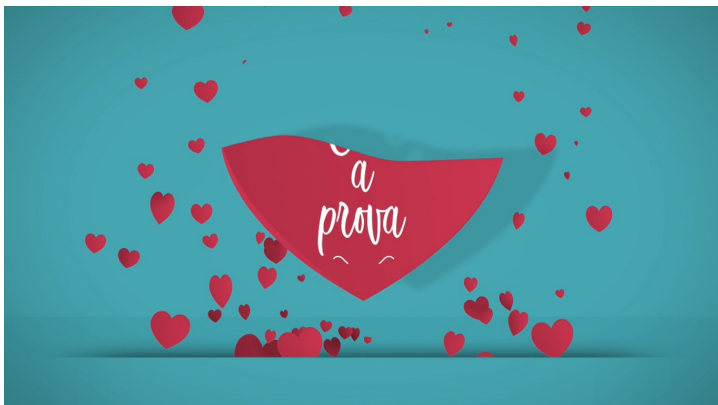
El logotip s'ha creat pensant en l'intenció del programa; un programa d'amor. Els colors i la forma del cor s'han escollit per ser adequats amb l'estil que proposa *Cita a Prova*. Al centre del cor, un cor opac de color magenta, hi apareix el nom del programa, *Cita a Prova*, en color blanc i amb la tipografia escollida. El format pretén ser distès, àgil i dinàmic i ha estat a partir d'aquí que s'ha creat la careta d'entrada i la careta de sortida. Sota el nom del programa unes llaçades fan un nus amb forma de cor. El fons és de color blau, l'altre color de la gama cromàtica del programa.



4.4.2. Careta d'entrada

La careta d'entrada és l'element d'identitat visual del programa en que consta específicament el logotip de *Cita a Prova*. És la revelació del títol i el mateix logotip i representa el que significa el programa. Un programa d'amor, d'aquí l'aparició del cor, en la que es pretén que les cites dels concursants siguin un èxit i trobin la seva ànima bessona. És per això que mentre es construeix el cor principal on hi apareix el nom del programa, al voltant floten altres cors més petits, i quan s'ha creat el cor sencer, apareixen espurnes que simbolitzen l'èxit o la perfecció. Sota el nom del programa neixen dos llaçades que fan un nus entre elles creant un cor. Finalment uns cors blancs, surten del cor principal amb l'intenció de mostrar que triomfa l'amor.

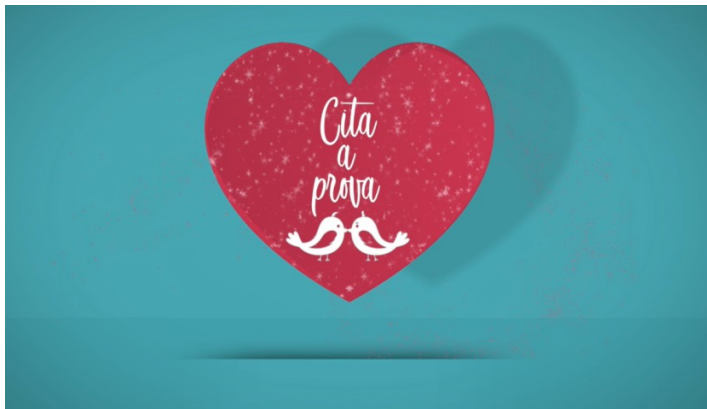
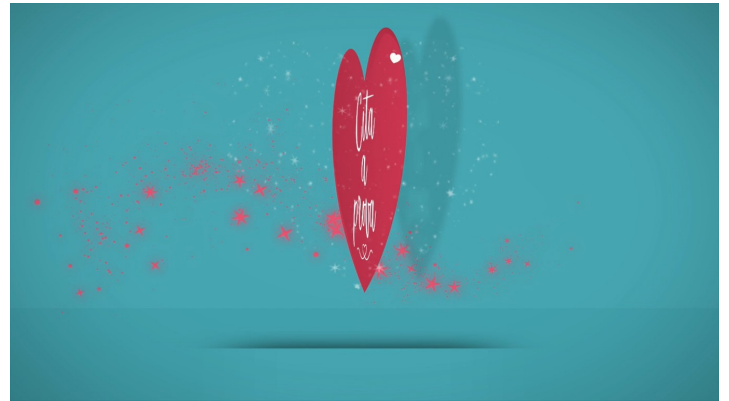
Aquesta careta té una duració de deu segons. Va acompanyada de la melodia instrumental de la cançó “Tu” de la cantant Dàmaris Gelabert. El motiu de l’elecció ha estat perquè es tracta d’una cançó animada, que dona peu a passar una bona estona i transmet bon rotllo.



4.4.3. Careta de sortida

Per fer la careta de sortida s’ha agafat la d’entrada i s’ha modificat a partir del fotograma en que es troba el cor principal sencer amb el nom del programa i les espurnes. S’han afegit unes altres guspies, en aquest cas del mateix color magenta del cor gran, que fan fer un moviment de 180 graus al cor i es canvia la llaçada blanca en forma de cor, per dos ocells que es fan un petó en representació de l’amor.

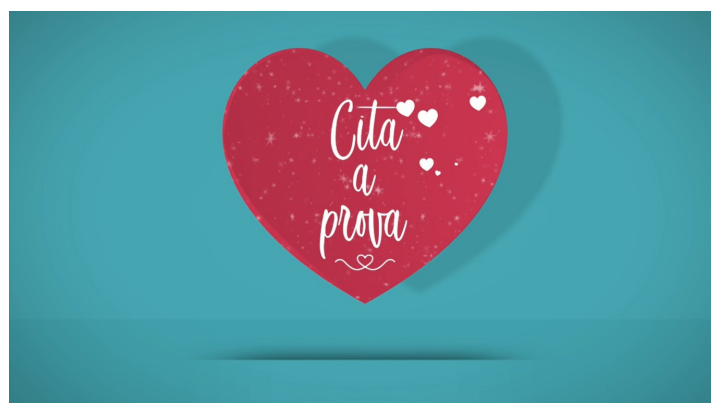
La careta de sortida té una duració de 5 segons. També l'acompanya un fragment de la part instrumental de la cançó "Tu" de Dàmaris Gelabert.



4.4.4. Ràfega

Les ràfegues es mostraran al tornar de publicitat. S'han creat per donar dinamisme i fluïdesa al programa. Tot i això, una ràfega és senzilla i amb pocs moviments. En aquest cas té una durada de 3 segons i s'ha creat a partir de la careta d'entrada.

La ràfega es tracta dels fotogrames de la careta d'entrada en que surten espurnes i cors blancs del cor magenta principal, un cop ha estat complet.



4.4.5. Chyrons

Per fer el *chyron* no s'ha utilitzat el logotip però sí la gama cromàtica. La raó ha estat perquè no es vegi massa atapeït de la tipografia. Així doncs, sí apareix el cor magenta, però no el nom del programa dins. La tipografia només apareixerà en el nom del concursant, de la presentadora o la *coach*.



4.5. Sinopsi

Creació d'un *dating show* televisiu: *Cita a Prova*. En cada programa, vuit concursants dividits per parelles segons la tribu urbana en que es sentin representats, es sotmetran a una prova de compatibilitat amb l'objectiu de trobar la seva ànima bessona. Segons els seus valors i/o fites a la vida hauran de sotmetre's a una prova guiada per la *coach* Helena Galé per saber si són compatibles. Tot i el resultat, els components de la parella hauran de decidir si volen tenir una cita, o no. Per aconseguir un ambient distès i informal, la cita serà a la barra d'un bar i a peu dret, amb la finalitat de que sorgeixi l'èxit entre la parella.

Els trets diferencials d'altres *dating show* són la classificació dels concursants per tribus urbanes i el test dirigit per la *coach*.

4.6. Públic objectiu d'audiència

Basant-nos en l'audiència de programes similars al proposat, que s'emeten en la mateixa franja horària i que són del mateix gènere televisiu, es considera que el públic objectiu el formen persones d'entre 13 y 65 anys. Tot i això, cal dir que el *target* de concursants pel programa no és el mateix ja que s'ha de tenir 18 anys mínim per poder participar a *Cita a Prova*. Així doncs és un programa dirigit a tots els públics ja que els menors de 13 anys es considera que no estaran davant la pantalla quan s'emeti el programa.

Cita a Prova és un programa de cites que pretén entretenir al públic i que a l'hora es sentin identificats amb els concursants, ja sigui per les seves aficions o pels valors que tenen i el que esperen rebre de les seves possibles parelles.

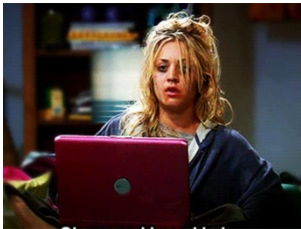
4.7. Concursants

En cada programa hi participaran vuit concursants de caràcter anònim i que no es coneixen entre ells. Seran escollits mitjançant un càsting obert per tothom major de 18 anys que vulgui participar-hi. A l'hora d'apuntar-se els concursants hauran d'identificar-se amb una de les tribus urbanes que proposa el programa. En tot cas, cal dir que la producció de *Cita a Prova* està oberta a noves propostes de tribus urbanes o noves etiquetes ja que el programa té lloc per a tothom.

Des de producció i amb l'ajuda de la psicòloga Helena Galé es seleccionaran aquells aspirants que puguin aportar més contingut al programa. Es buscaran persones amb perfils diferents. És a dir, parelles de diferents edats, amb l'orientació sexual que sigui, de diferent procedència, capacitat econòmica, ideologia, etc. amb la finalitat de que hi hagi tant diversitat de clixés com de perfils.

La classificació principal de tribus urbanes que proposa *Cita a Prova* és la següent

Tribu urbana	Descripció	Fotografia
Gamers	Jugadors de videojocs	
Esportistes	Persones que fan esport	
Moters	Aficionats a les motos i al mode de vida que dona lloc al vehicle	

Artistes	Persones que practiquen una de les belles arts	
Heavies	Seguidors de la modalitat musical heavy metal o que porta indumentària pròpia del moviment.	
Serièfils	Persones molt aficionades a les sèries	
“Pijos”	Persones que vesteixen, es comporten o parlen de manera que manifesten una bona posició social i econòmica	
Hipsters	Persones joves de classe mitja que viuen a la ciutat i es manifesten interessats per qüestions que no són moda, perquè representen l'anti-moda	
Hippies	Persona que es sent identificat amb el moviment viscut als anys 60 a EUA, caracteritzat pel seu inconformisme i pacifisme.	
Inclassificable	Insòlit, que no admet classificació	

4.8. Equip

4.8.1. Presentadora

La figura de la presentadora és molt important ja que serà qui guiarà i conduirà tot el programa. Representa la neutralitat entre els concursants i serà doncs qui els rebi abans de fer les proves de compatibilitat amb la *coach*. S'encarregarà de donar-los confiança i transmetre'ls tranquil·litat. A més es dirigirà a l'audiència fent les seves previsions i animant al públic a fer les seves aportacions a les xarxes socials.

Tot i que la competència directa del programa sigui *First dates*, i en aquest cas sigui un home qui el presenta, en la majoria de *dating shows* qui condueix el programa és una dona. Així doncs, la presentadora proposada pel programa és la Marta Valls.

Aquesta jove periodista treballa actualment a *El Pis TV Show*, el magazine de Televisió Sant Cugat. Es especialista en *realities show* i la premsa del cor. A més és una noia divertida i espontània. Per tant, gràcies als seus coneixements i actitud, és la presentadora proposada per *Cita a Prova*.



Font: www.tvsantcugat.cat

4.8.2. Coach

Helena Galé serà la *coach* que dirigirà les proves a les que es sotmetran els concursants. La presencia d'una terapeuta de parella és imprescindible perquè

sorgeixi l'èxit en les parelles i per això la psicòloga Galé és clau en el programa. Ella és psicòloga especialitzada en sexologia clínica i psicoteràpia. La seva feina gira al voltant de la salut sexual i emocional. Treballa a l'Institut d'Estudis de la Sexualitat i la Parella, a Assessories de Salut de la Generalitat de Catalunya i fent tallers d'educació afectiva i sexual per a totes les edats.



Font: www.psicologiaisexualitat.com/

4.8.3. Equip tècnic

Càrrec	Descripció
Redacció	Un equip d'unes 5 persones gestionaran els continguts del programa en quant a les proves
Realització i edició	Un equip de 15 professionals duran a terme les tasques d'edició i mescla de vídeos i de realitzar els grafismes
Producció	Un equip d'unes 10 persones gestionaran el càsting i la logística
Càmeres i so	Un equip d'unes 10 persones treballaran en conjunt per realitzar un programa, en quant a so i imatge
Psicòlegs	Un equip de 5 psicòlegs amb l'Helena Galé al capdavant formarà les parelles i organitzaran les proves de compatibilitat

5. Mecànica del programa

5.1. Metodologia

Amb una base de dades de les peticions arribades, i un cop ja els aspirants s'han identificat a ells mateixos en una tribu urbana, l'equip de redacció i els psicòlegs del programa formaran les parelles respectant sempre que formin part de la mateixa tribu. La raó per la qual la redacció del programa formarà les parelles és la d'escollir els aspirants que poden aportar més contingut televisivament. Un cop creades les parelles es citarà als concursants per gravar el programa.

A l'inici de *Cita a Prova* es mostraran imatges amb la finalitat d'enganxar a l'espectador i crear un bon esquer perquè es quedin a veure'l. La presentadora presentarà els dos concursants que tindran uns moments per fer-se alguna pregunta. A continuació es sotmetran a la prova dirigida per la *coach*. La finalitat de la prova no és si la superen o no, és saber si són compatibles o si les actituds dels concursants convencen respectivament per voler seguir coneixent-se. Així doncs, decidiran si volen tenir la cita o no. En cas afirmatiu, es mostrarà com les parelles es coneixen a la barra d'un bar. Finalment, com estarà gravat amb dies d'antel·lació, l'episodi acabarà emetent fotos de la parella durant la cita i amb un breu resum de si s'han seguit coneixent o no fora del programa i per tant si ha prosperat o no la relació.

5.2. Proves

Les proves que duren a terme els concursants pretenen mostrar la compatibilitat que hi ha entre la parella. Un grup de 5 psicòlegs especialistes en relacions de parella amb l'Helena Galé al capdavant que serà la denominada *coach* del programa, proposaran les parelles amb l'objectiu de que els concursants trobin la seva ànima bessona.

A partir d'aquí i segons els valors i metes que els concursants vulguin aconseguir a la vida, crearan unes proves de compatibilitat per trobar l'èxit en la parella.

Així doncs i gràcies a una entrevista feta a l'Helena Galé, s'han extret 5 proves pilot.

- Defectes: Els dos concursants tindran en les seves tauletes varies propostes de defectes. Hauran de seleccionar individualment quin o quins dels defectes mostrats no acceptarien en una relació de parella. Els resultats es mostraran a la pissarra digital i amb l'ajuda de l'Helena l'altre concursant haurà de dir quin dels defectes té. Per tant, si hi ha algun defecte que l'altre no toleraria, ja hi ha discrepàncies.

- D'aquí 10 anys: Per saber si els projectes de vida d'ambdós concursants són compatibles, la prova proposa fer un exercici d'imaginació de veure's a un mateix d'aquí a 10 anys. La *coach* faria un petit discurs perquè els participants es posin en context i visualitzin a qui tenen al costat, on viuen, com van vestits... Així doncs es farà una valoració dels projectes de vida que els dos concursants tenen.
- Etiquetes: Per la gent que es defineix infidel de per si o per la gent que no toleraria una infidelitat es proposa l'exercici de les etiquetes. Cada concursant ha de donar un percentatge a cada etiqueta segons el que es sent; infidel, fidel, poliamorós, *swinger*... A partir de les etiquetes es podrà veure quina és la intenció de cadascú. Un cop definits, els concursants veuran si són compatibles o no.
- Relacions anteriors: Què és el que t'havia enamorat de les teves parelles anteriors? Si som positius, sempre hi ha coses bones per dir dels demès. En algun moment has estat enamorat per molt que una relació pugui acabar malament. Però per això mateix, moltes vegades el que ens enamora és el que ens allunya. Per exemple, que el típic "malote i chulito" ens agradi perquè ens aporta bogeria i ens sembla atractiu, a la llarga ens pot portar problemes. Fer una reflexió amb l'ajuda de l'Helena Galé farà valorar el que les persones ens poden aportar.
- Animals: Moltes vegades, i inconscientment, busquem a una parella que sigui com algun familiar. Un altre exercici que es proposa és identificar cada familiar amb un animal mitjançant les tauletes. Es mostraran a la pissarra per veure les similituds que hi ha, o no, entre els familiars i el que es busca en una parella.

5.3. Localització

El rodatge serà en un plató ambientat en un bar. És per això la importància de la barra del bar, els tamborets i la cristalleria per crear un bar el més real possible. La finalitat de muntar aquesta localització és que els concursants es sentin còmodes i que hi hagi un ambient distès i menys formal que una cita a un restaurant. La intenció és que la parella faci la prova i tingui la cita al mateix lloc.

És cert però, que durant la prova hi tindrà protagonisme una pissarra digital que formarà part del muntatge del plató. També hi haurà un sofà per utilitzar tant per a les proves, en cas que sigui necessari, o per la cita, quan els concursants vulguin.

5.4. Estructura del programa

El quadre següent detalla l'escala de temps d'un capítol de *Cita a Prova*:

HORA	DURACIÓ	CONTINGUT	ÀUDIO
21:50:00	10 seg	Careta d'entrada	
	1:30	Esquer	Veu presentadora
21:51:40	4 min	PUBLICITAT	
		Salutació i presentació concursants	Veu presentadora
		Tribu urbana 1 - Prova	
		Tribu urbana 2 - Prova	
		Tribu urbana 3 - Prova	
		Tribu urbana 4 - Prova	
		Esquer	
22:20:00	1 min	PUBLICITAT	
22:21:00	3 seg	Ràfega	
22:21:03		Consell presentadora	Veu presentadora
		Tribu urbana 2 - Prova	
		Tribu urbana 1 - Prova	
		Tribu urbana 4 - Prova	
		Tribu urbana 3 - Prova	
		Esquer	Veu presentadora
22:30:00	10 min	PUBLICITAT	
22:40:00	3 seg	Ràfega	
22:40:03		Tribu urbana 3 - Cita	
		Tribu urbana 2 - Cita	
		Tribu urbana 1 - Cita	
		Tribu urbana 4 - Cita	
		Comiat	Veu presentadora
22:49:55	5 seg	Careta sortida	

6. Producció

6.1. Pre-producció

Un cop definida la localització, tenint el plató muntat, l'equip i els permisos a punt, els psicòlegs i redactors es reuniran per crear les parelles segons les tribus urbanes en que es sent representat cada aspirant que s'ha presentat al càsting. Per inscriure's ho han de fer a través de la pàgina web del programa on hauran d'enviar un *videobook* perquè l'equip pugui valorar si encaixen amb les necessitats del projecte.

L'equip de producció es posarà en contacte amb els aspirants i els citarà un dia i a un lloc, encara per identificar ja que el projecte de moment és una proposta.

El dia de la gravació, un cotxe de la productora del programa anirà a buscar als aspirants a l'estació, aeroport o el lloc on sigui per dur-los a plató. Allà se'ls repassarà el maquillatge perquè es vegin els rostres compactes i sense llums.

6.2. Gravació

Cita a Prova consta de 13 programes a priori. Així doncs la gravació es farà en 13 dies diferents. En cada episodi es mostraran 4 tribus urbanes, per tant es gravaran un total de 52 parelles.

Caldrà gravar també els consells de la presentadora que ocupen 1 minut segons l'escaleta.

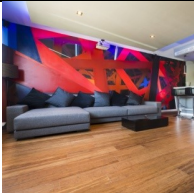
6.3. Postproducció

Després d'haver gravat les 4 parelles d'un episodi, amb la seva presentació, prova i, en cas que es vulgui, la cita, l'equip de postproducció durà a terme el muntatge perquè cada episodi duri 45 minuts, ja que hi haurà 15 minuts de publicitat.

7. Material

Com s'ha explicat anteriorment la localització simularà la barra d'un bar. Hi haurà un cocteler que servirà de debò les begudes als concursants, així doncs és necessària cristalleria i begudes. A més, per fer les proves amb la *coach* caldran suports digitals com ara una pissarra digital. Hi haurà també una zona amb un sofà per si fes falta, tant a la cita com durant la prova.

És per això que per dur a terme la prova i la cita en el mateix lloc caldrà comptar amb els següents materials:

Material	Descripció	Fotografia d'exemple	Unitats
Barra	Barra de bar alta on es durà a terme tant l'exercici amb la <i>coach</i> com la cita		1
Cadires	Tamborets alts per estar còmodes a la barra		4
Cristalleria	Gots, copes, tasses... El que faci falta perquè els concursants puguin prendre alguna cosa		50
Ampolles d'alcohol	Ampolles de tot tipus d'alcohol al servei dels concursants		15
Làmpada	Làmpada de sostre per il·luminar		3
Tiradors de cervesa	Tiradors de cervesa a disposició dels concursants		5
Sofà	Sofà per si es necessita per fer la prova o si els concursants volen asseure-s'hi		1
Pissarra electrònica	Pissarra digital per mostrar les proves		1
Tauleta	Tauletes pels dos concursants per escriure el que els digui la <i>coach</i> durant la prova		2

8. Pressupost:

ITEM	UNITATS	HORES	VALOR UNITARI	SUBTOTAL
Pre-producció				
Pre-producció	10	8	15,00	1200,00
Redactors	5	8	15,00	600,00
Oficina	5	6	10,00	300,00
			SUBTOTAL SECCIÓ 2100,00	
Producció				
Productor executiu	1	5	100,00	500,00
Productor	1	6	50,00	300,00
Realitzador/Director	1	6	30,00	180,00
Assistent de Realització	1	6	20,00	120,00
Assistent de Producció	1	6	20,00	120,00
			SUBTOTAL SECCIÓ 1220,00	
Càmeres				
Càmeres	3	6	15,00	270,00
Assistent de càmera	1	6	12,00	72,00
Operador de vídeo	1	6	15,00	90,00
			SUBTOTAL SECCIÓ 432,00	
Il·luminació				
Director d'il·luminació	1	7	20,00	140,00
Gaffer/ Reflectorista	2	6	15,00	180,00
			SUBTOTAL SECCIÓ 320,00	
So				
Sonetista	2	7	15,00	210,00
Operador d'àudio	2	7	15,00	210,00
Microfonista	1	6	15,00	90,00
			SUBTOTAL SECCIÓ 510,00	
Escenografia				
Escenògraf	1	6	15,00	90,00
Director d'art	1	6	20,00	120,00
Assistent d'art	1	6	12,00	72,00
			SUBTOTAL SECCIÓ 282,00	
Grafisme				
Dissenyador gràfic	2	6	20,00	240,00
Efectes visuals	2	6	15,00	180,00
			SUBTOTAL SECCIÓ 420,00	
Maquillatge, perruqueria i vestuari				
Maquillador	2	6	15,00	180,00
Perruquer/estètica	2	6	15,00	180,00
Dissenyador de vestuari	1	6	15,00	90,00
Assistent de Vestuari	1	6	12,00	72,00
			SUBTOTAL SECCIÓ 522,00	

ITEM	UNITATS	HORES	VALOR UNITARI	SUBTOTAL
Coctelers				
Cocteler	1	4	75,00	300,00
			SUBTOTAL SECCIÓ 300,00	
Psicòlegs				
Helena Galé	1	6	200,00	1200,00
Psicòlegs	4	4	100,00	1600,00
			SUBTOTAL SECCIÓ 2800,00	
Presentadora				
Marta Valls	1	6	300,00	1800,00
			SUBTOTAL SECCIÓ 1800,00	

ITEM	UNITATS	HORES	VALOR UNITARI	SUBTOTAL
Plató, attrezzo i vestuari				
Plató	1	6	1000,00	6000,00
Construcció	6	6	25,00	900,00
Attrezzo	1	1	500,00	500,00
Vestuari	9	1	250,00	2250,00
			SUBTOTAL SECCIÓ 9650,00	

ITEM	UNITATS	HORES	VALOR UNITARI	SUBTOTAL
Despeses de producció				
Permisos	5	1	20,00	100,00
Transport	9	1	15,00	135,00
Alimentació	9	1	20,00	180,00
Hostalatge	8	1	75,00	600,00
Varis	1	1	150,00	150,00
			SUBTOTAL SECCIÓ 1165,00	

ITEM	UNITATS	HORES	VALOR UNITARI	SUBTOTAL
Lloguer d'equipament				
Càmeres	4	6	100,00	2400,00
Il·luminació	8	6	15,00	720,00
So	6	6	10,00	360,00
Equips especials	3	6	70,00	1260,00
Transport d'equips	10	4	10,00	400,00
			SUBTOTAL SECCIÓ 5140,00	

ITEM	UNITATS	HORES	VALOR UNITARI	SUBTOTAL
Edició i Postproducció				
Personal d'edició i postproducció	6	8	15,00	720,00
Efectes especials	3	8	15,00	360,00
Protocols	1	6	25,00	150,00
Maeter	1	6	25,00	150,00
			SUBTOTAL SECCIÓ 1380,00	

ITEM	UNITATS	HORES	VALOR UNITARI	SUBTOTAL
Administració				
Telefonia fixa i fax	2	4	100,00	800,00
Telefonia mòbil	2	4	150,00	1200,00
Papereria	2	4	100,00	800,00
Missatgeria	2	4	100,00	800,00
Administració	5	6	250,00	7500,00
			SUBTOTAL SECCIÓ 11100,00	

ITEM	UNITATS	HORES	VALOR UNITARI	SUBTOTAL
Assegurances				
Assegurança equipament	10	1	100,00	1000,00
Assegurança personal	80	1	100,00	800,00
Assegurança de responsabilitat civil	1	1	5000,00	5000,00
			SUBTOTAL SECCIÓ 6800,00	

ITEM	UNITATS	HORES	VALOR UNITARI	SUBTOTAL
Altres				
Imprevistos 10% (45941,00)	1	1	4594,00	4594,00
			SUBTOTAL SECCIÓ 4594,00	

TOTAL FINAL PER PROGRAMA	50535,00
---------------------------------	-----------------

9. Comercialització

Cita a Prova és un *dating show* televisiu pensat per ser emès a una cadena generalista a nivell estatal o autonòmic. En aquest cas el projecte es presenta en català, però es podria traduir a qualsevol altre idioma amb la finalitat d'emmotllar-se a la cadena que estigués interessada, ja sigui una cadena pública com privada. El programa pretén emetre's en diumenge en *prime time*. L'audiència mitjana dels diumenges del mes de

maig de 2018 en aquesta franja horària ha estat de 7,5% ¹⁹de *share*. Els programes més vistos en diumenge en aquest mateix horari han estat *Chester*, *Objetivo Ana Pastor* i *Salvados*. Un diumenge cadascun ha liderat la franja. Per tant, amb *Cita a Prova* es vol aconseguir superar aquest 7,5% de quota de pantalla.

9.1. Fonts de finançament i patrocinadors

En referència a les fonts de finançament de les que es podria alimentar el programa es consideren patrocinadors, per associar la marca o producte amb un programa. Per la seva responsabilitat corporativa, hauria de ser una empresa que s'identifiqués amb els valors del programa. Un programa plural, amb lloc per tothom. També es podria comptar com a finançament el *product placement*, el que vindria a ser l'inserció estratègica de productes comercials amb finalitats publicitàries. És a dir, en aquest cas, un possible patrocinador podria ser una empresa de vins o licors, ja que els concursants podrien prendre una copa del seu producte. O que la presentadora i/o la *coach* duguessin roba d'alguna marca.

10. Xarxes Socials

Per aconseguir atraure més espectadors el programa serà interactiu a través de les xarxes socials. A partir dels comptes d'Instagram, Twitter i Facebook, es pretén fer participar a l'espectador mitjançant posts i/o enquestes en les s'espera una resposta i crear així una comunicació bidireccional. Cada episodi tindrà el seu *hashtag* incrustat amb el que s'identificarà cada capítol i així serà més fàcil seguir el contingut del programa i opinar. Serà #CAP1, #CAP2... I així successivament segons el número de capítol.

A través de la pàgina web, derivada del web de l'emissora per la qual s'emetrà el programa, els aspirants podran inscriure's al càsting. Allà també hi trobaran material inèdit, com ara consells de la psicòloga Helena Galé. Gràcies a les xarxes socials es difondrà també aquest contingut. S'hi podrà recuperar també els programes a la carta.

Per promocionar el programa els dies previs a l'emissió, s'emetrà un *teaser* amb imatges del que succeirà el proper programa. S'emetrà tant a la mateixa emissora com a través de les xarxes socials. D'aquesta manera es busca crear expectació i que el vídeo serveixi d'esquer per atraure l'audiència.

¹⁹ <http://www.formulatv.com/audiencias/2018-05-06/>

11. CONCLUSIONS

Un cop s'ha analitzat el mercat actual dels *dating shows* a nivell internacional, europeu, espanyol i autonòmic, la conclusió que s'extreu és que és un format amb molt d'èxit i versàtil ja que tenen un públic fidel i per això la majoria d'ells aconseguixen molt bones audiències.

Aquest treball es va començar amb el propòsit de crear un nou *dating show*; únic i que tingués un esquer que mai s'hagués vist. A partir dels buits que hi havia al mercat actual i dels que havia hagut en els *dating shows* dels últims deu anys a Espanya s'ha creat *Cita a Prova*. Aquest programa de cites es diferencia de la resta per tenir una classificació dels seus concursants. Amb la finalitat de que els participants trobin la seva ànima bessona, *Cita a Prova* proposa que a l'hora de fer el càsting ells mateixos es classifiquin en una tribu urbana. Així doncs dues persones amb les mateixes aficions tenen més opcions a sentir-se còmodes i a tenir afinitats en quant a una relació de parella. Per si fos poc, i amb la determinació que les cites tot i això no fracassin, una *coach* els farà una prova de compatibilitat a partir dels seus valors i fites a la vida. Tot i el resultat de la prova, els concursants podran decidir si volen tenir una cita o no. En cas que vulguin, i afavorint sempre a que sorgeixi l'amor entre la parella, la cita serà a la mateixa localització de la prova. Un bar. Un lloc còmode, informal i tranquil en la que els concursants puguin sentir-se en confiança. Tots aquests factors que mai s'han vist en un programa fan pensar que en conjunt serà un format que serà un èxit. Per ser un format únic, per la figura de la *coach* i perquè dóna visibilitat i suport a clixés o tribus urbanes molt estereotipades.

La valoració personal que faig d'aquest treball és que n'he tret molt profit. M'encanta la televisió i gràcies a que tenia una mica d'experiència en el sector vaig decidir a crear el meu propi *reality*. Així doncs amb aquest projecte he pogut conèixer la televisió encara més en profunditat i gaudir mentre feia el treball. He gaudit buscant la informació, buscant raons a les baixes audiències i als programes que han fracassat. He après a no caure en el parany del que ja existia i a trobar el buit i la diferenciació per crear un programa únic. I he sigut conscient de l'esforç humà i econòmic que comporta un programa de televisió.

Estic molt orgullosa del treball que he dut a terme durant tots aquests mesos i de l'ajuda que m'ha brindat el meu tutor, Mariano Castellblanque. Amb la visió publicitària que m'ha transmès crec que la meua proposta té moltes possibilitats de ser un èxit.

12. BIBLIOGRAFIA

¿Qué buscan en una pareja los solteros españoles?, Mejores-webs-parejas.es (2016) [consulta: 8 diciembre 2017]. Disponible en: <https://www.mejores-webs-parejas.es/2016/09/buscan-solteros-espanoles/>

Errores que un hombre no debe cometer en 'apps' para ligar, El Pais (2017) [consulta: 8 diciembre 2017]. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2015/06/09/icon/1433868287_360367.html

¿En qué se fijan las chicas para dar un like a alguien en Tinder?, Vice (2017) [consulta: 9 diciembre 2017]. Disponible en: <https://www.vice.com/es/article/7b3ew9/chicas-match-en-tinder>

Las 500 citas de 'First Dates', El Periodico (2017) [consulta: 9 diciembre 2017]. Disponible en: <http://www.elperiodico.com/es/tele/20171204/500-cenas-first-dates-6471275>

'MyHyV' tiene los días contados, El Español (2017) [consulta: 15 gener 2018]. Disponible en: <http://bluper.elespanol.com/noticias/mujeres-hombres-viceversa-dias-contados-agoniza-audiencia-cuatro>

'First Dates', Formula TV (2018) [consulta: 15 gener 2018]. Disponible en: <http://www.formulatv.com/programas/primeras-citas-a-ciegas/>

Menú especial en 'First Dates', Cuatro.com (2017) [consulta: 15 gener 2018]. Disponible en: https://www.cuatro.com/firstdates/promos/Menu-Especial-oportunidades-First-Dates_0_2249100328.html

Audicencias noviembre 2017, Formula TV (2017) [consulta: 15 gener 2018]. Disponible en: <http://www.formulatv.com/audiencias/2017-11-23/franjas/>

Audencias octubre 2017, Vanitatis (2017) [consulta: 15 gener 2018]. Disponible en: https://www.vanitatis.elconfidencial.com/television/programas-tv/2017-10-06/first-dates-audencias-el-intermedio-hormiguero-ven-cenar-conmigo_1456537/

Programación de televisión, Diez Minutos (2017) [consulta: 18 gener 2018]. Disponible en: [http://teleprograma.diezminutos.es/programacion-tv/\(canal\)/CUATRO/\(dia\)/sabado](http://teleprograma.diezminutos.es/programacion-tv/(canal)/CUATRO/(dia)/sabado)

Audiencia 'Casados A Primera Vista', Vanitatis (2017) [consulta: 18 gener 2018]. Disponible en: https://www.vanitatis.elconfidencial.com/television/audiencias/2018-01-12/audiencias-jueves-12-enero-casados-primera-vista-estreno-telecinco_1504935/

¿Qué hay detrás del éxito de los programas de citas?, El confidencial (2017) [consulta: 12 febrer 2018]. Disponible en:

https://www.elconfidencialdigital.com/te_lo_aclaro/detras-exito-realities-citas_0_2936106386.html

‘En compañía’, Castilla-La Mancha Televisión (2017) [consulta: 13 febrer 2018].

Disponible en: <http://www.cmmedia.es/programas/tv/en-compania/el-programa/>

La dura realidad: Usos y Gratificaciones aplicada a los Reality Shows, Razón y palabra (2017) [consulta: 13 febrer 2018]. Disponible en:

http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n24/24_jvarela.html#jv

Audiencias noviembre, Vanitatis (2017) [consulta: 22 febrer 2018]. Disponible en:

https://www.vanitatis.elconfidencial.com/television/audiencias/2017-11-21/audiencias-20-noviembre-exito-ot17-operacion-triunfo-lqsa-telecinco_1480981/

‘The Dating Game’, Rolling Stone (2015) [consulta: 22 febrer 2018]. Disponible en:

<https://www.rollingstone.com/culture/videos/flashback-serial-killer-appears-on-the-dating-game-w444215>

Crecen las audiencias medias de CMM, La Cerca (2017) [consulta: 22 febrer 2018].

Disponible en: http://www.lacerca.com/noticias/castilla_la_mancha/media-television-autonomica-crecio-audiencia-2017-399731-1.html

‘The bachelorette’, ABC (2017) [consulta: 24 març 2018]. Disponible en:

<http://abc.go.com/shows/the-bachelorette>

‘The bachelor’, Reality TV Magazine (2016) [consulta: 24 març 2018]. Disponible en:

http://web.archive.org/web/20070927011722/http://www.realitytvmagazine.com/blog/the_bachelor/index.html

Tribus urbanas, Todas las tribus urbanas (2015) [consulta: 24 març 2018]. Disponible

en: <https://todas-las-tribus-urbanas.blogspot.com/p/inicio.html>

Gamer, Gamerdic (2018) [consulta: 24 març 2018]. Disponible en:

<http://www.gamerdic.es/termino/gamer>

Carlos Lozano presume de éxitos en Sálvame Deluxe, Formula TV (2018) [consulta:

24 març 2018]. Disponible en: <http://www.formulatv.com/noticias/76760/carlos-lozano-sabado-deluxe-granjero-busca-esposa-presume-exito-datos/>

‘¿Quién quiere casarse con mi hijo?’, Formula TV (2015) [consulta: 24 març 2018].
Disponible en: <http://www.formulatv.com/programas/quien-quiere-casarse-con-mi-hijo/>

¿Manipulación en QQCCMH?, El Español (2016) [consulta: 24 març 2018]. Disponible
en: <https://www.elespanol.com/bluper/noticias/edgard-carro-casado-manipula-realidad-montaje-quien-quiere-casarse-con-mi-hijo>

‘¿Quién quiere casarse con mi madre?’, Wikipedia (2015) [consulta: 25 març 2018].
Disponible en:
[https://es.wikipedia.org/wiki/%C2%BFQui%C3%A9n quiere casarse con mi madre%3F#Audiencia media de todas las ediciones](https://es.wikipedia.org/wiki/%C2%BFQui%C3%A9n_quiere_casarse_con_mi_madre%3F#Audiencia_media_de_todas_las_ediciones)

‘Adán y Eva’, Formula TV (2015) [consulta: 25 març 2018]. Disponible en:
<http://www.formulatv.com/programas/adan-y-eva/>

‘Un príncipe para...’, Wikipedia (2017) [consulta: 25 març 2018]. Disponible en:
[https://es.wikipedia.org/wiki/Un_pr%C3%ADncipe para...#Audiencias 2](https://es.wikipedia.org/wiki/Un_pr%C3%ADncipe_para...#Audiencias_2)

Cuatro retira de la parrilla ‘Tú, yo y mi avatar’, La Vanguardia (2017) [consulta: 8 abril 2018]. Disponible en:
<http://www.lavanguardia.com/television/20170123/413622137983/cuatro-retira-tu-yo-y-mi-avatar-audiencia.html>

Lo que transmiten las tipografías, Pao Pérez (2016) [consulta: 8 abril 2018]. Disponible
en: <http://www.lavanguardia.com/television/20170123/413622137983/cuatro-retira-tu-yo-y-mi-avatar-audiencia.html>

La meva feina, Psicologia i sexualitat (2018) [consulta: 8 abril 2018]. Disponible en:
<https://www.psicologiaisexualitat.com/la-meva-feina/educaci%C3%B3-afectiva-i-sexual/>

TVE estrena Hotel Romántico, Formula TV (2017) [consulta: 16 abril 2018]. Disponible
en: <http://www.formulatv.com/noticias/69734/tve-estrena-hotel-romantico-nuevo-programa-amor-tve/>

Nuria Roca estrena ‘Singles XD’ en Cuatro, Vanitatis (2017) [consulta: 8 abril 2018].
Disponible en: https://www.vanitatis.elconfidencial.com/television/programas-tv/2017-12-13/singles-xd-cuatro-nuria-roca-programa-estreno-myhyv-critica-opinion_1491824/

'Singles XD' no convence en su entreno por las tardes de Cuatro, Formula TV (2017)
[consulta: 16 abril 2018]. Disponible en:
<http://www.formulatv.com/noticias/74913/singles-xd-no-convence-estreno-tarde-cuatro/>

Nuria Roca se queda sin trabajo con la cancelación de 'Singles XD', Vanitatis (2018)
[consulta: 16 abril 2018]. Disponible en:
https://www.vanitatis.elconfidencial.com/television/programas-tv/2017-12-29/nuria-roca-programa-cuatro-trabajo-cancelacion-singles-cancelan-fracaso_1499338/

'All you need is love... O no', Formula TV (2018) [consulta: 16 abril 2018]. Disponible en: <http://www.formulatv.com/noticias/70346/balance-all-you-need-is-love-primera-temporada-discreta/>

13. ANNEX

Entrevista a Helena Galé

Tenint en compte els casos reals que la psicòloga i terapeuta Helena Galé es troba a la seva consulta, s'han proposat quatre idees de proves per fer al programa *Cita a Prova*.

Després de posar-la en context del projecte que es proposa, se li demana que a partir dels casos més freqüents que ella es troba a la seva consulta com a terapeuta de parella, puguem crear les proves que s'inclouran a Cita a Prova.

- Què és o quin és el tema que provoca més enfrontaments en les parelles que venen a la teva consulta?

- Doncs a mi moltes persones em venen a la consulta amb la frase “el que no estic disposat a aguantar”. És a dir, la teva parella pot tenir defectes i de fet en té, i a vegades els hem de suportar. Però en alguns casos, aquests defectes van en contra dels teus valors. Això és quelcom que a la fase de l'enamorament no ho acabo de veure, però quan es passa aquest efecte realment va en contra meu. Per exemple: imaginem-nos que la nostra parella és súper desenganxat de la família, mai va als dinars familiars... I potser per a mi és el més important del planeta. Al principi, aquesta parella em pot semblar molt “guay” i súper bohemí però amb el temps em genera molts problemes. Perquè potser per a mi el dia de Nadal m'encanta passar-lo amb la meva família i la meva parella m'està dient que això no li agrada. I serà motiu d'enfadar-se. Perquè no són discussions per qui no frega els plats...

- Llavors quin exercici fas amb els pacients perquè tolerin els defectes de la parella?

- Una de les proves pot ser que els dos concursants escriguin quins defectes dels altres no acceptarien en una relació de parella. Apareixerien varies opcions perquè normalment a la gent no se li acudeixen exemples, però podria ser: no obsessió per la neteja, que sigui racista,... Llavors a partir de les coses que en principi diuen que no tolerarien, amb la meva ajuda els aniria posant en context i l'altre concursant haurà de dir quins considera defectes seus. Per tant, si hi ha algun defecte que l'altre no toleraria... Ja hem trobat una discrepància.

- Un exemple que a mi em ve al cap després de veure molts programes de cita és que un dels motius perquè fracassen les cites són els fills.

- Jo el que em trobo moltes vegades són diferències en els projectes de vida. A mi em pot agradar molt algú i hauríem de coincidir una mica. Amb exemples, tenir fills, viure a la ciutat o a un poble, a Espanya o fora, casar-se o no... Això és bàsic. És cert que la gent pot anar canviant, però molta gent ho deixa clar des del principi i no val el "ja ho canviarà". Això no és una tonteria.

Amb el tema fills, que també em trobo molt, s'ha de ser molt sensat. A vegades m'he trobat amb gent que es dedica a cuidar nens i li encanten, però no volen tenir fills. Quina responsabilitat! Què bé! Què sensat dir-ho! Llavors un exercici que es podria fer al programa és que els concursants es relaxin i jo els diria: Imagina't que estàs a una habitació i hi ha un calendari. I de cop i volta, els fulls del calendari van passant i ja no estem al 2018 si no que estem al 2028. Llavors, has de mirar que hi ha al teu voltant. Han passat deu anys, que hi ha a l'habitació? Amb qui estàs? Com vas vestit? Que veus per fora? I això tan simple, és curiós, però ajuda a visualitzar. M'he vist amb una parella, amb fills, al camp... O al revés! Amb els col·legues, viatjant... Llavors, els faria fer una valoració dels projectes de vida que els dos concursants tenen.

- I les infidelitats?

- També em trobo amb infidelitats, sí. Però és que potser la gent no és que sigui infidel i no ho pugui remeiar. Hi ha altres opcions. Potser podrien provar amb una relació oberta. I que més important que el respecte. És fantàstic que les dues persones de la parella estiguin d'acord en enrotllar-se amb altres persones. Tan de bo passés més. El que passa que la gent trenca els compromisos i el respecte, i a més dóna superioritat. Perquè a l'hora de discutir, l'infidel tindrà al cap el pensament de que ell va guanyant ja que té o ha tingut altres relacions. Quan potser si s'ho proposessin, alguns estarien d'acord en tenir una relació oberta. I llavors estem en igualtat. Així que s'ha de distingir. Perquè si algú diu que vol estar amb varies persones, no és infidel, potser és poliamorós, de relacions obertes, ... Hi ha moltes etiquetes noves que ens permeten definir-nos. Llavors a partir d'una foto que vaig fer amb un esquema de "Què ets?" podríem saber que senten. Estaria molt bé que cada persona donés un percentatge al que atribuir a cada etiqueta. Així també aprendríem!

- Et trobes també amb la típica frase de "no em porto bé amb la meva sogra"?

- Sí, una altra cosa que també porta problemes és la família d'origen. Cadascú ve d'un mini-món i t'has d'acoplar o buscar la manera de fer una barreja amb l'altre món. I això és molt important tenir-ho en compte. Al principi pot semblar que ens adaptarem un dia o un altre, però porta molts molts molts problemes perquè pensem que "la meva

família és la normal". I no tothom és prou empàtic per saber adaptar-se a l'altra família. Aquí he tingut a gent que m'ha dit "a mi m'han pegat lo normal". Què vol dir que t'han pegat lo normal? Pegar no és normal. O "els meus pares es discuteixen lo normal". Hi ha pares que no discuteixen, o que ni es parlen! I llavors, sense voler, quan som adults repetim molt, però moltíssim, el que hem vist a casa. Si no ho hem treballat o no hem posat límits, és bastant habitual repetir hàbits. Llavors, el que no podem fer en enfrontar-nos amb l'altra família, ni jutjar. Perquè al final cada casa és com és. I a programes com *First Dates* veig molt que la gent va i diu "jo vull un noi alt, moreno, amb els ulls de color de mel...". Clar, així segur que no troben parella. Per tant crec que per no fixar-nos en el físic tant i valorar com és la persona, s'ha de saber el que es vol i el que no. I un exercici que faig molt és saber que t'havia enamorat de les anteriors relacions. Sempre en positiu, perquè per molt que hagi acabat molt malament una relació, en algun moment t'havies enamorat. Perquè moltes vegades passa que el que t'enamora és el que al final t'allunya. Per exemple, que a mi m'agradi molt el típic "malote, chulito" que m'aporta bogeria i em sembla súper atractiu, al final només em porta problemes perquè consumeix drogues... O al revés, noies que els ha enamorat el típic noi romàntic, tendre... I després s'avorreixen. Llavors s'ha de valorar perquè qui ha canviat ha estat la noia, en aquest cas, no ell. Per això és important preguntar que et va enamorar, perquè l'altre sigui conscient de que li agrada i si s'ho poden donar.

És molt fort veure també que inconscientment busquem a una parella que sigui com algun familiar. I d'aquí un altre exercici en que els concursants tenen molts animals de joguina, i han d'identificar a cada familiar amb un d'ells. I és curiós com a vegades em posen el mateix animal pels pares que per la parella. O amb adjectius.