

# Treball de Fi de Grau

## Títol

Tinder y las relaciones líquidas

## Autoria

Pau Mateos Sabaté

## Professorat tutor

Rosa Maria Quitlet

## Grau

Comunicació Audiovisual	<input type="checkbox"/>
Periodisme	<input checked="" type="checkbox"/>
Publicitat i Relacions Públiques	<input type="checkbox"/>

## Tipus de TFG

Projecte	<input checked="" type="checkbox"/>
Recerca	<input type="checkbox"/>

## Data

1 de juny de 2022

# Full resum del TFG

## Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	Tinder i les relacions líquides			
Castellà:	Tinder y las relaciones líquidas			
Anglès:	Tinder and the liquid relationships			
Autoria:	Pau Mateos Sabaté			
Professorat tutor:	Rosa Maria Quitllet			
Curs:	2021/22	Grau:	Comunicació Audiovisual	
			Periodisme	X
			Publicitat i Relacions Públiques	

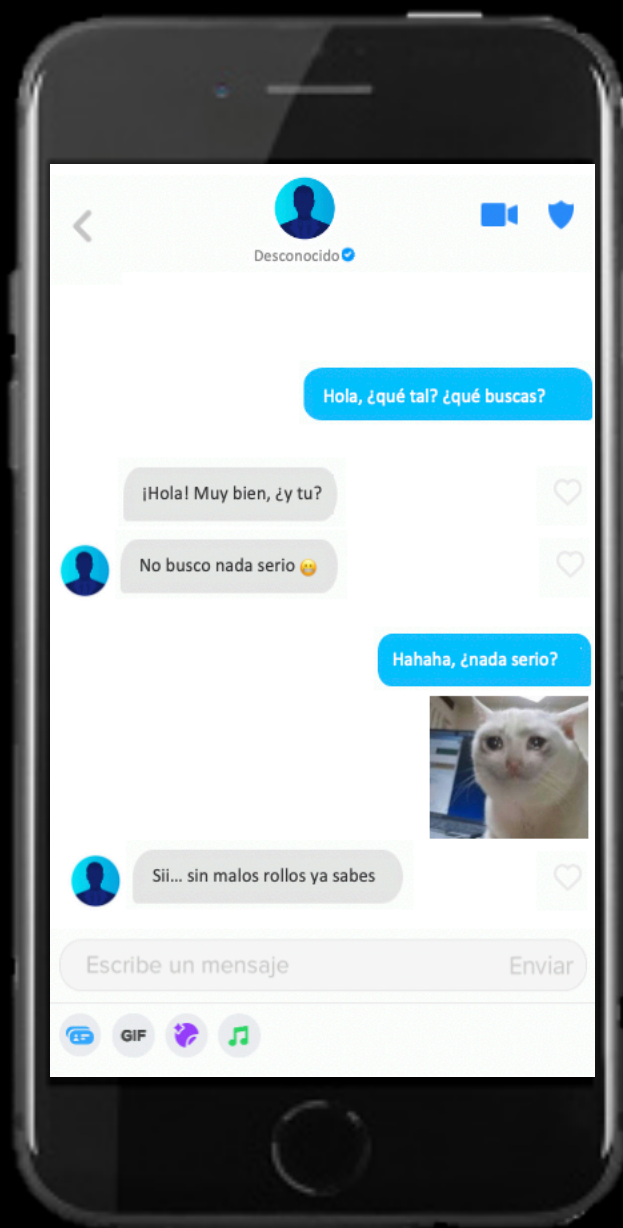
## Paraules clau (mínim 3)

Català:	relacions líquides / aplicacions / joves
Castellà:	relaciones líquidas / aplicaciones / jóvenes
Anglès:	liquid relationships / apps / young people

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

<b>Català:</b>	Projecte d'una serie documental de sis episodis on es profunditzarà, a través de sis testimonis reals, sobre les relacions líquides (les quals han crescut molt en els últims dos anys) i com afecten a curt i llarg plaç a les relacions interpersonals.
<b>Castellà:</b>	Proyecto de una serie documental de 6 episodios donde se profundizará, mediante 6 testimonios reales, sobre las relaciones líquidas (las cuáles han crecido mucho en los últimos 2 años) y cómo afectan a corto y largo plazo a las relaciones interpersonales.
<b>Anglès:</b>	Documentary series project of 6 episodes where, through 6 real testimonies, we will delve into liquid relationships (which have grown a lot in the last 2 years) and how they affect interpersonal relationships in a short and long term.

**¿HAS CONSEGUIDO SWIPEAR AL AMOR?**



# **tinder Y LAS RELACIONES LÍQUIDAS**

**¿CÓMO AFECTAN A CORTO Y LARGO PLAZO?**

Una serie documental de **PAU MATEOS SABATÉ**

## **Agradecimientos**

A Claudia, Sergio, Joel, Aurora, Adrià y René por ser la voz de este proyecto

A Rosa Quitllet, por guiarme y ayudarme

A mi mismo, por estar ahí, ser constante y sacar el proyecto adelante

Y a todos vosotros, que me hacéis sentir capaz de volar sin alas



# ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>1. Introducción</b>	<b>1</b>
1.1 Presentación y objetivos	2
1.2 Interés periodístico	4
1.3 Metodología	5
<b>2. Marco teórico</b>	<b>6</b>
2.1 El documental	7
2.1.1. Tipologías de documental	11
2.1.2. La serie documental	13
2.1.3. Los documentales en plataformas	14
2.2 Las relaciones líquidas	15
2.2.1 Definición	15
2.2.2 Tipologías de relaciones actuales	17
2.2.3 La aplicaciones de “ligue”	18
2.2.4 Las apps de “ligue” y las relaciones líquidas	21
2.2.5 Encuesta	22
2.3 Audiencia	26
2.3.1 La generación Y (Millennials)	26
2.3.2 La generación Z	27
2.4 Plataformas de distribución	29
2.5 Competencia	31
<b>3. Preproducción del proyecto</b>	<b>34</b>
3.1 Titulación	35
3.2 Sinopsis	35
3.3 Temática	36
3.4 Póster	36
3.5 Ficha técnica	38
3.6 Enfoque	39

3.7	Estética	41
3.8	Luz	42
3.9	Sonido	43
3.10	Fuentes	43
3.11	Localizaciones	46
3.12	Tipología de planos	48
3.13	Equipo humano	49
3.14	Equipamiento	50
	3.14.1. Equipamiento proyecto TFG	50
	3.14.2. Equipamiento proyecto productora	51
3.15	Presupuesto	52
3.16	Plan de producción	56
3.17	Guion técnico	57
<b>4.</b>	<b>Plan de distribución del proyecto</b>	<b>64</b>
4.1	Plan de social media	65
	4.1.1 Análisis de la situación (DAFO)	65
	4.1.2 Definición de objetivos	66
	4.1.3 Características demográficas	66
	4.1.4 Elección de los canales	67
	4.1.5 Público objetivo	68
	4.1.6 Definición de estrategias y acciones	69
4.2	El tráiler	72
4.3.	Campaña de promoción	74
	4.3.1 Campaña en redes	74
	4.3.2 Campaña en medios audiovisuales	75
	4.3.3 Campaña en medios escritos	75
	4.3.4 Plan de publicación	76
<b>5.</b>	<b>Bibliografía</b>	<b>78</b>

<b>6. Anexos</b>	<b>82</b>
6.1 Plantilla entrevistas	83
6.2 Plantilla encuesta	84
6.3 Entrevista Claudia	88
6.4 Entrevista Sergio	92
6.5 Entrevista Joel	96
6.6 Entrevista Aurora	100
6.7 Entrevista Adrià	104
6.8 Entrevista René	108

# INTRODUCCIÓN

# Presentación y objetivos

*Tinder y las relaciones líquidas* es una serie documental de 6 capítulos que aborda como afectan las conexiones creadas por apps de dating entre jóvenes a las relaciones interpersonales en la actualidad. En concreto, los seis capítulos tendrán una duración de entre 15 y 20 minutos cada uno, ya que el público al que va enfocado, los jóvenes entre 18 y 35 años, son grandes consumidores de los contenidos de consumo rápido. En cada uno de los capítulos habrá un testimonio protagonista, el cual nos explicará su experiencia con las apps de *dating* y como le han afectado las relaciones líquidas al desarrollo de sus relaciones interpersonales, tanto en el pasado como en el presente.

En el primer capítulo "CLAUDIA", la protagonista será Claudia, una joven lesbiana de 22 años que después de sufrir durante años por las relaciones líquidas consiguió a través de Tinder establecer una relación con su actual pareja Laura. Ambas tuvieron que superar muchos miedos y problemas de Claudia, derivadas de las relaciones líquidas que había tenido anteriormente. Además, a diferencia de los otros capítulos, este primer capítulo tendrá una breve introducción explicativa y didáctica sobre que son las relaciones líquidas y como afectan a las relaciones interpersonales en la actualidad.

El segundo capítulo "SERGIO" será protagonizado por Sergio, un chico gay de 23 años defensor de las relaciones líquidas. Este episodio será una contraposición al primero, ya que esta serie documental busca representar todas las realidades en la actualidad, tanto de los defensores de las relaciones líquidas como en los detractores. En este episodio profundizaremos sobre la experiencia de Sergio en las relaciones líquidas y el porqué las defiende y las practica.

El tercer capítulo llamado "AURORA", tendrá de protagonista a Aurora, una chica heterosexual de 22 años con una gran experiencia en Tinder y las apps de *dating*. En este episodio profundizaremos sobre la dificultad de establecer vínculos en estas aplicaciones, ya que pese que Aurora ha intentado establecer conexiones fructíferas con los hombres de estas aplicaciones no ha tenido mucha suerte. Veremos como afecta a una persona la constante ruptura de vínculos.

En el cuarto capítulo "JOEL", el protagonista será Joel, un joven bisexual de 23 años que no busca una relación romántica estable con alguien, pero si que le gustaría poder crear vínculos con otras personas en este tipo de aplicaciones y hacer amigos. En este episodio profundizaremos sobre la dificultad de crear vínculos de amistad en las aplicaciones de *dating*, ya que los vínculos románticos no son los únicos que pueden crearse al conocer gente por internet. Veremos como afectan las relaciones líquidas a la hora de buscar nuevas amistades.

El quinto capítulo “ADRI” será protagonizado por Adrián, un joven gay de 20 años que ha intentado buscar el amor en este tipo de aplicaciones pero no ha conseguido encontrar un vínculo lo suficientemente fuerte como para dar ese paso. Adrián prefiere tomarse su tiempo a la hora de conocer a alguien, ya que es más lento a la hora de tener sentimientos, se denomina “de la vieja escuela” a la hora de crear conexiones. Veremos como las relaciones líquidas afectan a una persona a la que le cuesta desarrollar sus sentimientos fácilmente y si las aplicaciones de *dating* son las más recomendables para estos casos.

Finalmente, el sexto y último capítulo “RENÉ” tendrá de protagonista a René, un chico transexual de 20 años que no solo ha tenido que luchar con los prejuicios de su género, sino también con la dificultad de sentirse comprendido y establecer vínculos a través de estas aplicaciones. En este capítulo profundizaremos sobre su experiencia personal en estas aplicaciones cuando se mostraba mujer y como han cambiado ahora estas aplicaciones al ser el mismo y mostrarse como hombre. ¿Habrán sido más difícil establecer vínculos fuertes ahora que se ha podido mostrar tal y como es?

El conjunto de capítulos se caracteriza por la multiperspectiva, ya que el grupo de jóvenes escogido es una representación de la sociedad y sus distintas formas. Cada uno tiene una perspectiva distinta y su vivencia ha sido diferente, ya sea por su condición, sus objetivos o su forma de establecer conexiones. Es esencial dar importancia al testimonio de cada uno y no “contaminarlo” con ningún otro. ¿Quién puede explicar mejor como afectan las relaciones líquidas a corto y largo plazo que las propias personas que han utilizado estas aplicaciones?

Esta serie documental tiene como objetivo exponer la realidad de las relaciones interpersonales hoy en día y como las aplicaciones de *dating*, las cuales son las herramientas para construir relaciones líquidas, afectan en la actualidad. Por tanto, las fuentes que se utilizarán serán únicamente los testimonios de los propios protagonistas, ya que se busca establecer un entorno íntimo y que cada episodio sea como una charla con un amigo, para conectar mejor con el público objetivo y hacer llegar el mensaje. Los jóvenes de hoy en día conectan mucho más con el contenido audiovisual, por lo que cuidar y dar importancia a cada uno de estos testimonios será esencial.

Las relaciones interpersonales han cambiado a lo largo de los años y se han ido adaptando a la estructura social que existía en cada momento. En un entorno digital estas relaciones también han evolucionado y cambiado respecto a hace años. Las nuevas generaciones, con estilos de vida y objetivos muy distintos a los de las anteriores se comunican de forma distinta y crean vínculos distintos. En esta serie documental veremos como la individualidad de las personas es lo primordial y que más que relaciones se crean conexiones, para poder acabarlas en cualquier momento.

# Interés periodístico

Con la pandemia y la digitalización, las relaciones interpersonales han cambiado mucho los últimos dos años. Según la base de datos de SMARTME ANALYTICS, la utilización de Tinder durante la pandemia creció en un 94% entre los jóvenes de entre 18 y 35 años. Por tanto, el tema de la serie documental tiene un gran interés periodístico al tratar una temática actual y que afecta a tanta gente.

“Es complicado recuperar la confianza cuando estás recibiendo mensajes constantes de miedo y alerta.

Tu cuerpo siente que existe un enemigo invisible, y aunque tu cabeza quiere controlar ese miedo,  
tu cerebro reptiliano te indica que existe un peligro”

Ana Sánchez-Anegón, terapeuta. EL PAÍS. 2020.

Está claro que la pandemia ha afectado a la forma de relacionarnos. El constante miedo y alerta que los medios compartían han afectado a la confianza de la población en todos sus ámbitos y le han creado una nueva inseguridad. Con las restricciones la socialización en persona se erradicó por completo, por lo que las nuevas tecnologías y las apps de *dating* cogieron una gran importancia y se convirtieron en las herramientas que usaban los jóvenes para comunicarse.

Después de las restricciones estas costumbres se quedaron presentes, y pese a que volvimos a poder volver tener contactos con personas en la vida real nos quedaron varias secuelas. Así pues, en la época post-covid, las relaciones líquidas han aumentado considerablemente y el miedo a establecer relaciones duraderas está más presente en la sociedad (*Así ha cambiado la Covid-19 las relaciones y las actitudes sociales*. CARMONA, ROCIO. EL PAÍS. 2020).

En 2009, los autores Tuñez y Guevara establecen nueve criterios de noticiabilidad, los cuales determinan el grado de importancia de cualquier contenido periodístico. Los nueve criterios son: el nivel jerárquico, la cantidad de personas implicadas, la proyección y consecuencias, la novedad, la actualidad, la relevancia para el lector, la frecuencia, el conflicto y la proximidad geográfica.

La serie documental *Tinder y las relaciones líquidas* cumple varios de estos puntos noticiables, por lo que podemos concluir que tiene un gran interés periodístico en la actualidad. La temática de la serie documental afecta a una gran parte de la sociedad y tiene una gran importancia, ya que las relaciones interpersonales son la base de esta sociedad. Además de ser un tema actual, también tiene una gran relevancia y ocurre con bastante frecuencia. Finalmente, es una temática que genera cierto conflicto y es polémica, ya que pese a que muchos ven las relaciones líquidas como algo negativo, algunos han encontrado esta forma de relacionarse perfecta para poder cubrir sus necesidades sin tener que poner en riesgo su bienestar.

# Metodología

El proyecto consiste en la preproducción de una serie documental de seis capítulos titulada *Tinder y las relaciones líquidas*. Para poder realizar el proyecto con la máxima información posible ha sido necesario indagar en el origen del concepto y como afecta a la sociedad en la actualidad, por lo que se ha realizado una labor de documentación previa. Además, ya que el proyecto incluye la creación de una serie documental, también era importante investigar sobre este concepto, su origen y estructura.

Una vez realizada la investigación previa, para confirmar estos datos se ha realizado una encuesta propia al público objetivo del proyecto, no solo para tener unos datos más cercanos y actuales, sino también para saber el interés sobre el tema, cual es su conocimiento y que intereses tienen. Es importante conectar con la audiencia, así que la realización de esta encuesta era imprescindible para poder adaptar la serie documental a las necesidades del público objetivo.

Después de este bloque más teórico, era necesario centrarse en el proyecto y poder establecer unas estrategias de preproducción y difusión. Para ello era importante conocer las plataformas de distribución actuales y la competencia directa del proyecto. Es imprescindible poder conectar con la audiencia y ver cual es la competencia para diferenciar el proyecto de los demás y marcar una diferencia.

La preproducción de la serie documental ha sido la parte más personal del proyecto, ya que ha sido la forma de plasmar todo el conocimiento adquirido en un proyecto de creación propia, con el toque artístico propio y personal. Para ello se ha elaborado un dossier con la sinopsis, titulación y justificación, temática, póster y ficha técnica. Además, también se han añadido las características técnicas: enfoque, estética, luz, sonido, fuentes, localizaciones, equipamiento, etc. Finalmente, ha sido necesaria la propuesta de un guion técnico del primer episodio de la serie documental para poder poner establecer de forma práctica la estructura y estilo del documental. Es importante crear el guion técnico del primer episodio, ya que es el más importante para que den luz verde al proyecto y poder desarrollar el resto de la serie documental.

Finalmente, era necesario crear un plan de distribución y promoción del proyecto. Ya que va a enfocado a un público joven, las redes sociales serán un punto importante de la promoción de la serie documental. El análisis de la audiencia objetiva era imprescindible para crear la estrategia específica que mejor funcione a la hora de la promoción y la distribución.

Así pues, una vez realizado todo esto tenemos la preproducción de la serie documental *Tinder y las relaciones líquidas* listo para poder enviar a cualquier productora y venderlo para que den presupuesto, luz verde y poder desarrollar el resto de capítulos a partir de la muestra de guion técnico del primero.



# MARCO TEÓRICO

# El documental

La palabra documental, como su nombre indica, tiene relación con la palabra documento, no solo en el nombre si no también en su significado. Un documental es una tipología de programa o cinta de tipo cinematográfico que “representa de carácter informativo, cultural y didáctico un acontecimiento, suceso, experimento o escenas tomadas en la realidad” (*Definición y etimología de documental*. Bogotá: E-Cultura Group). Por tanto, el documental es un género cinematográfico, pero a la vez también se puede dar en piezas de carácter informativo.

Etimológicamente, el término documental “está formada con raíces latinas y significa "relativo a lo probado usando escritos importantes". Sus componentes léxicos son: docere (enseñar), -mentum (sufijo que indica resultado), más el sufijo -al (relativo a)” (*Definición y etimología de documental*. Bogotá: E-Cultura Group). Por tanto, esta palabra está compuesta por el sustantivo “documento” y el sufijo “al” que indica la misma relación con la palabra documento, ya que esta guarda a la vez una gran relación con el significado de la palabra documental.

El autor Bienvenido León también muestra la relación de la palabra “documental” con “documento” en su obra *El documental de divulgación científica* (1999, pág. 59). En este, León expresa que “*documentaire* tiene su raíz en documento, que a su vez proviene del latín *documentum*”.

La definición de documental según The Oxford English Documentary de Josh Horden (1972) es “basado en hechos, realista; aplicado especialmente a una película o a un trabajo literario, etc. Basado en hechos o circunstancias reales y con un primer objetivo de conocimiento o registro”. En la lengua castellana, el Diccionario de la Real Academia (1826) define el término como “dícese de las películas cinematográficas que representan, con propósito meramente informativo, hechos, escenas, experimentos, etc., tomados de la realidad”. Por tanto, queda bastante clara la relación entre el término “documental” y “documento”, ya que ambas parten de un origen similar pero, claro está, cada una con matices distintos.

Tal y como comenta Bill Nichols (2001) en su libro *Introduction to Documentary*, el origen del documental va ligado al origen del cine en 1895 en París, con los hermanos Lumière, los cuales organizaron el primer pase cinematográfico de la historia. El cine tiene vocación documental, pero no se desarrolla de forma más completa hasta 1920-1930 con Robert Flaherty, Dziga Vertov o John Grierson.

Podemos empezar a hablar de documental en el momento en el que se combinan estos elementos definitorios (Nichols, Bill. 2001. *Introduction to Documentary*):

- Documentación → voluntad de retratar la realidad lo más fiel posible.
- Experimentación formal → no solo se valora lo que se explica, sino también como se explica.
- Estructura narrativa del relato → el modelo formal que se escoge para trasladar el relato.

Estos tres elementos son los que al final construyen el término “documental” tal y como lo conocemos hoy en día, ya que el documental tiene que representar la realidad sobre algún tema, con una narrativa de relato bien construida y con una forma de relato que aporta más información visual que un documento escrito. Es justo en esto último en lo que destaca el “documental” por encima del “documento” y en lo que se tiene que cuidar más a la hora de construirlo; la información visual.

El autor John Grierson es el primero que utiliza la palabra documental, era un crítico, pero además también productor de cine. Argumenta que “el documental no es más que el tratamiento creativo de la realidad. De esta forma, el montaje de secuencias debe incluir no sólo la descripción y el ritmo, sino el comentario y el diálogo”. Habla de un tratamiento creativo de la realidad, pero a su vez, también hace una definición bastante general del tema.

Años después de Grierson, Bill Nichols intenta hacer una definición más completa de documental y dice que “los documentales hablan sobre situaciones y sucesos que implican personas reales que se presentan encarnándose a sí mismas. El punto de vista del director da forma a la historia, sin recurrir a las alegorías propias de la ficción” (La representación de la realidad. 1997. Bill Nichols. pág. 14). Con esto, Nichols se quiere referir a que cuando hay una cámara delante las personas actúan de una forma distinta, por lo que el punto de vista de dirección es clave para estructurar esa visión de la realidad.

El primer documental del que se tiene constancia es *Nanuk, el esquimal* en 1922 de Robert Flaherty. Según el propio Flaherty (1922. *How I filmed “Nanook of the North.”* World's Work, 1922, 632) este documental “documenta un año en la vida de Nanook, un esquimal (inuit) y su familia. Describe el comercio, la caza, la pesca y las migraciones de un grupo apenas tocado por la tecnología industrial”. *Nanook of the North* fue ampliamente exhibido y elogiado como el primer documental antropológico de larga duración en la historia cinematográfica. Fue una iniciativa que a nivel tecnológico suponía un gran esfuerzo, ya que el lugar de rodaje tenía unas características muy extremas, debido a las bajas temperaturas y el terreno.

El documental *Nanuk, el esquimal* pretendía acercar a los espectadores de todo el mundo a una realidad que la mayoría de la población no conocía. Pero el propio director comenta que pidió a la tribu que se vistiera y utilizara las armas tradicionales, por lo que algunos se preguntan hasta que punto representaba la realidad y hasta donde existía una construcción narrativa que buscara la empatía del espectador para acercarlo y hacer que conociera otras culturas (*Does it matter if Nanook of the North isn't exactly true to life?*. Tristan Ettleman. 2019).

A partir de aquí, el cine como artefacto narrativo tardará unos años más en evolucionar, comenzando con el cinematógrafo de los hermanos Lumière. En el sector cinematográfico había una obsesión para mostrar la realidad, uno de los motivos por los que nace el documental (Nichols, Bill. 2001. *Introduction to Documentary*).

Dentro de los géneros cinematográficos el género del documental se diferencia bastante del resto, ya que al ser de carácter informativo y realista, también tiene varios puntos en común con un reportaje periodístico. Pero vista la etimología, las distintas definiciones y la evolución histórica el origen de este género podemos diferenciarlo del reportaje.

Está claro que el reportaje y el documental tienen algunas características comunes, pero claro está que pese a sus similitudes también tienen numerosas diferencias. Los dos géneros comparten una misma escala de planos, ambos requieren una investigación y preparación que por lo general deriva en una entrevista y, además, los dos buscan la forma de narrar o informar un hecho, ya sea en base a entrevistas, material de archivo o mediante la recreación de los sucesos. (*¿Sabes la diferencia entre documental y reportaje?*. 2021. Euroinnova Business School.)

Entrando en las diferencias entre ambos géneros podemos considerar el reportaje como un género periodístico, ya que su fin es informar, en base a un hecho noticioso de interés público, sobre un hecho o acontecimiento, siempre desde la forma más objetiva posible. En cambio, por definición el documental es un género cinematográfico, así que su intención no es solo informar, sino que también tiene una función cognitiva. El documental puede ser subjetivo y emplear una gran cantidad de recursos artísticos.

Además, el reportaje al tratarse de un género periodístico siempre tendrá en mente un tema actual, lo que no quiere decir que no se pueda hablar del pasado, pero siempre ese pasado tendrá alguna relevancia y conexión con algún hecho actual. Mientras, el documental puede tener la licencia de hablar de un tema no tan actual, hacerlo de forma más íntima y con una estructura mucho más libre, ya que no tiene que seguir la estructura informativa de un texto escrito, sino que puede presentar los hechos de una forma mucho más didáctica y libre.

El género del documental tiene unas características bastante similares a las de algunos géneros cinematográficos, pero también a algún género periodístico. Según *Lifeder*, una de las webs de cultura cinematográfica más leídas en España y que está escrita por psicólogos, filósofos y licenciados en literatura, el género documental tiene 10 características propias que lo diferencian. Este artículo agrupa las 10 características del género documental que son más comunes entre los estudios de los expertos en el tema.

1. Consiste en un registro de hechos reales

Es la característica principal de este género, ya que se representa un reflejo de la realidad, por lo que en su mayoría estará basado en hechos reales. Es el polo opuesto al género de la ficción y fantasía, pese a que no se tenga que explicar 100% la realidad, pero sí que se presentan los hechos de forma fidedigna.

2. Está basado en información verificable

La base de un documental es la información que se recopila sobre un tema de interés, la cual puede consistir en cualquier tipología de registro audiovisual. Esta información debe estar verificada y ser bastante detallada, para poder construir bien los hechos.

3. Refleja el punto de vista del autor

El autor juega un importante papel en el punto de vista del documental, ya que pese a tratar temas reales es inevitable la presencia de la opinión del autor en la forma en la que se narra y el punto de vista que se escoge para tratar los hechos.

4. Su fin es educativo y busca generar un efecto en la audiencia

El principal objetivo de un documental es mostrar la realidad de alguna situación/persona, por lo que lo que se busca es educar a la audiencia y buscar algún efecto sobre estos, hacerles reflexionar. Algunos documentales, por ejemplo, buscan concienciar sobre la LGTB fobia o sobre el machismo, temas de gran interés hoy en día y una de las grandes problemáticas en la actualidad.

5. Emplea imágenes y grabaciones de la realidad

En la mayor parte de documentales se hace uso de material original sobre los hechos que se explican, ya sean imágenes de archivo o grabaciones. También se usa la grabación de entrevistas o directamente de los hechos acontecidos. En algunos casos, si no hay mucho material, también se pueden utilizar interpretaciones de eventos acontecidos para poder ilustrar mejor la historia.

#### 6. La narrativa sigue un orden lógico

El documental no es simplemente una recopilación y presentación de datos y hechos reales, ya que también se incorpora la interpretación del autor y el objetivo que quiere conseguir. Por tanto, la secuencia de imágenes y videos sigue un orden muy preciso definido por el director. Generalmente esta estructura se divide en: planteamiento inicial, nudo y desenlace, aunque también puede seguir un orden anacrónico.

#### 7. Suele combinar testimonios con narración

Prácticamente en la mayoría de géneros del documental se incluye la narración de testimonios, ya sea a través de entrevistas o de una voz en off narrando algunos de los hechos acontecidos. Por tanto, el testimonio de los protagonistas es un elemento muy importante.

#### 8. Trata de ser objetivo, pero suele ser subjetivo

Pese a que presentan unos hechos reales, es habitual que la visión del autor se vea reflejada a la hora de contar estos hechos, por lo que pese a que se intenten narrar los hechos de forma objetiva, es muy probable que se acabe haciendo desde un punto de vista un tanto subjetivo, ya que el director quiere transmitir un mensaje en concreto.

#### 9. La credibilidad es clave para su éxito

Es muy importante el uso de fuentes fidedignas y de calidad, además de una forma clara y eficiente de transmitir el mensaje. Si no hay credibilidad en los hechos que se narran, será difícil provocar algún cambio en el pensamiento de la audiencia.

#### 10. Es más profundo que un reportaje

El documental puede profundizar mucho más que el reportaje, ya que suele tener una investigación previa bastante exigente y rigurosa, además que al tener más libertad a la hora de contar los hechos, también pueden investigar las raíces del suceso y dar una información más completa.

## Tipologías de documental

Bill Nichols teoriza sobre el documental en su libro *Introduction to documentary*, en el cual establece una lista de los diferentes tipos de documentales en base a sus características, objetivos y formato. Con esta clasificación pretende ayudar a analizar el rol del cineasta y de la obra acabada. La clasificación de géneros de documental de Nichols es una de las más utilizadas aún en la actualidad.

Según Nichols existen 6 tipos de documental:

- Expositivo
- Observacional
- Participativo
- Poético
- Reflexivo
- Performativo

Nichols justifica que es necesaria esta división por géneros, ya que “cada documental tiene su propia voz distintiva. Como toda voz que habla, cada voz cinematográfica tiene un estilo o identidad propia que actúa como una firma o huella dactilar. Da fe de la individualidad del cineasta o director o, a veces, del poder determinante de un patrocinador o una organización controladora” (Nichols, Bill 2001. Introduction to Documentary. Pág. 99). Por tanto, esta clasificación es necesaria para poder desarrollar y abordar correctamente todas las temáticas del género.

El documental expositivo tiene una clara voluntad pedagógica y se podría decir que es el género que más características comparte con el reportaje. Es el tipo de pieza audiovisual a la que la mayoría del público asocia el término documental, ya que hace un gran uso de material de archivo, entrevista y la voz en off de un narrador. Normalmente está pensado para informar sobre un lugar, hecho o personaje que el público no conoce lo suficiente, por lo que busca un cierto impacto.

El documental observacional, en cambio, enfatiza la vida cotidiana de los sujetos o los espacios observados e intenta que la cámara pase desapercibida. Tiene la intención de pretender que las cámaras no están, por lo que los sujetos no interactúan con los cineastas, simplemente actúan como lo harían en un día normal de sus vidas y las cámaras lo gravan.

Por otra parte, el documental participativo, también conocido como documental interactivo, al contrario que el documental observacional, le da importancia a la interacción del cineasta con el sujeto y incluso se convierte en un personaje más. Es una forma de documentar mucho más informal, por lo que surgen conversaciones muchas veces bastante improvisadas.

En la rama más artística se encuentra el documental poético es un género mucho más abstracto, que nace con las vanguardias y invita a la reflexión sobre varios aspectos al espectador. Tiene una estructura mucha más libre y menos convencional, ya que también busca crear un cierto impacto en el espectador.

El documental reflexivo enfatiza la implicación personal del cineasta en la historia que presenta, sacrificando por tanto la objetividad para una voluntad más evocadora y afectiva. Está pensado para hablar de cómo hablamos del mundo y busca encontrar una perspectiva totalmente distinta.

Finalmente, el documental performativo también enfatiza la implicación del cineasta en la historia que presenta y sacrifica la objetividad, pero en este caso con un toque más autobiográfico en contraposición con el reflexivo.

## La serie documental

No existe una definición exacta de lo que es una serie documental, ya que es un término bastante amplio y que puede tener bastante libertad creativa a la hora de ejecutarse. Por tanto, al final podemos determinar que una serie documental es un conjunto de documentales de una misma temática o con algún eje en común que los relacione.

El género del documental ha sido considerado durante mucho tiempo como “aburrido”, relegado al ámbito educativo y con poco éxito en vías de explotación cinematográfica, con excepciones, por lo que era difícil conseguir presupuestos similares a los de los largometrajes cinematográficos. Entre los grandes éxitos del género podemos encontrar *Bowling for Columbine*, donde se investigan los hechos acontecidos durante un tiroteo en un instituto estadounidense y se indaga en la polémica sobre el uso de armas en el país, el cual consigue una recaudación de 60 millones de dólares, con un presupuesto de tan solo 4 (datos de boxofficemojo, IMBD PRO).

Este género ha resurgido en los últimos años con la nueva apuesta de las principales productoras y plataformas de streaming, las cuales han conseguido afianzarlo como uno de los contenidos audiovisuales más consumidos por la audiencia general.

En 2019 Netflix apuesta fuerte por el género y estrena *Nuestro Planeta*, una serie documental de 8 episodios en que se muestra la belleza natural del planeta y cómo el cambio climático afecta a todos los seres vivos, desde el remoto desierto ártico hasta las selvas de América del Sur, narrado por David Attenborough. El documental, según cifras que el propio Netflix publica en sus redes, consigue congrega más de 33 millones de espectadores en su primer mes en la plataforma, un éxito rotundo.



# Los documentales en plataformas

Desde hace ya unos años los documentales se han convertido en uno de los géneros con mayor éxito en las plataformas de *streaming*, lo que ha provocado que su producción haya ido creciendo exponencialmente, sobretodo gracias al formato dividido en capítulos que atrapa al espectador desde un primer momento. Este formato es clave para su éxito, ya que al estar dividido en capítulos de menor duración que un largometraje, entra dentro de las opciones de “consumo rápido” que tanto triunfan en la actualidad. Además, la enorme variedad de formatos se convierte en uno de sus grandes puntos fuertes, ya que prácticamente hay para todos los gustos.

En la sociedad actual, en que la mayor parte de la población se pasa de un lado para el otro todo el día, los formatos por episodios de corta duración, como las series y los documentales por capítulos son unos grandes aliados para el espectador medio. Estas opciones de “consumo rápido” son las que más triunfan en la actualidad y el género del documental ha sabido encontrar su nicho de mercado con las series documentales, consiguiendo adaptarse a las necesidades del espectador actual.

Los dos géneros con más éxito son los relacionados con el mundo de las celebridades y sobre asesinatos y crímenes (*El auge del documental: el formato que triunfa entre la audiencia*”. Patricia Concejo. 2021. Nokton Magazine). En el primer caso, podemos seguir la trayectoria y vida de artistas y deportistas entre otros, como Avicci, Blackpink, Lady Gaga o Taylor Swiwt. En este tipo de formato normalmente se explica la vida o la trayectoria profesional del protagonista, con intervenciones y entrevistas de su círculo cercano, lo que permite acercar la celebridad a sus fans de una forma más íntima y personal.

Tal y como se explica en el artículo de Concejo, “la flexibilidad del formato permite que crear distintas variantes de estos documentales sobre personajes célebres”. Por ejemplo, podemos seguir a la cantante Amaia en la producción de su gira en Una vuelta al sol (2020) o conocer los entresijos de lo que le sucedió a la princesa Diana en Diana: in her own words (2017). Por tanto, es un género con muchas posibilidades y bastante flexible.

En el caso de los documentales sobre asesinatos y crímenes, el éxito radica en la calidad de la información que proporcionan este tipo de producciones, ya que acceden a entrevistas, documentos, archivos y grabaciones que permiten que el espectador se sumerja completamente en el caso que rodea la historia y resolver el misterio que envuelve. Entre los documentales de este tipo más vistos en España tenemos la docuserie Misterios sin resolver (2020) o la serie documental sobre El Caso Alásser (2020), que según Netflix han sido éxitos de audiencias, permaneciendo semanas entre el contenido más visto de la plataforma de streaming.

# Las relaciones líquidas

El término de las relaciones líquidas proviene del concepto amor líquido, un concepto creado por el sociólogo polaco Zygmunt Bauman en su obra *Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos* en 2005. Este concepto se crea para describir el tipo de relaciones interpersonales que se desarrollan en la posmodernidad. Según Bauman “las relaciones interpersonales en la actualidad están caracterizadas por la falta de solidez, calidez y por una tendencia a ser cada vez más fugaces, superficiales, etéreas y con menor compromiso” (*Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. BAUMAN, ZYGMUNT. 2005). Este concepto no solo se debe relacionar con las relaciones románticas, sino que debe referirse a todos los tipos de relaciones interpersonales y de “amor al prójimo”.

Bauman considera que uno de los principales motivos por los que aparecen este tipo de relaciones es la tendencia al individualismo derivada de las sociedades capitalistas. La generalización de la ideología consumista provoca la mercantilización de varios ámbitos de la vida, por lo que las personas empiezan a verse como “mercancías para satisfacer alguna necesidad” y el amor, por tanto, se convierte en una suerte de consumo mutuo. Los vínculos afectivos se ven como una hipoteca y la idea del matrimonio católico es inasumible para una sociedad que tiende a pensar en el presente.

“Uno pide menos, se conforma con menos y, por lo tanto, hay una hipoteca menor para pagar, y el plazo del pago es menos desalentador”

BAUMAN, ZYGMUT (2005)

Siguiendo con la conexión entre la sociedad capitalista y los vínculos interpersonales, Bauman compara en su libro *Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos* en 2005 el amor con una hipoteca. En este caso comenta que la sociedad actual tiende a implicarse en menor medida en sus relaciones interpersonales, ya que “la hipoteca será menor a pagar”. Las relaciones por internet se convierten en el modelo que se exporta al resto de relaciones interpersonales en la vida real. “Más que relaciones se buscan conexiones” (Bauman, 2005), ya que en una conexión no necesita tanta implicación ni profundidad, por lo que cada persona puede decidir cuando termina esa conexión y “pulsar la tecla suprimir”.

“Las relaciones virtuales están provistas de las teclas suprimir y spam que protegen de las pesadas consecuencias (sobre todo, la pérdida de tiempo) de la interacción en profundidad.”

44 cartas desde el mundo líquido. BAUMAN, ZYGMUT. 2011

Una de las mayores problemáticas que comenta Bauman es el del individualismo exagerado, donde el secreto es no cerrar la puerta a las demás relaciones, ya que estas se consideran conexiones que pueden desconectarse en cualquier momento. Además, esta tendencia al individualismo hace ver las relaciones fuertes como un peligro para los valores de la autonomía personal.

El posmodernismo del que habla Bauman es producto de las relaciones capitalistas actuales, donde no hay nada seguro, por lo que la incertidumbre acaba por dominar nuestras vidas. En esta estructura es constante la falta de pertenencia, que trae como consecuencia al hedonismo, dando protagonismo a la satisfacción inmediata y al narcisismo.

El amor se ha vuelto líquido, fluye y cambia constantemente, se toman caminos inesperados, de la misma forma que cambia el individuo en la sociedad actual. Las relaciones interpersonales son un reflejo de la sociedad actual, por lo que las relaciones líquidas muestran la debilidad de la estructura actual donde reina el cambio constante y la inseguridad.

“Ya nada es sólido como lo fue en el pasado”

*44 cartas desde el mundo líquido.* BAUMAN, ZYGMUT. 2011

Bauman, por tanto, concluye que el amor actual es un amor individualista, ya que las personas no quieren establecer vínculos fuertes o compromisos porque solo buscan poder satisfacer sus necesidades hasta ser capaces de concretarlas. Esto conecta directamente con las relaciones virtuales mediante redes sociales o aplicaciones, ya que son muy rápidas y sin compromiso, sin la dedicación que implica una relación afectiva real. Con la suma de estas relaciones inestables, el ser humano desarrolla una inseguridad personal, lo que le genera insatisfacción y incertidumbre y por tanto el propio ser humano se ve menos capaz de mantener una relación y prosperar y apuesta por la libertad.

El concepto de Bauman ha tenido sus detractores, como el autor Enrique Gil Calvo, el cual en su artículo *“Retrato intelectual del ensayista líquido”* publicado en El País en 2007 dice que la teoría de Bauman simplemente recicla otras teorías y que no crea nada nuevo. Además, uno de los puntos que se encontraba más en contra era que históricamente las mujeres buscaban algo más sólido que los hombres, y que Bauman no trataba esta diferencia de género en su teoría. Afortunadamente, el tiempo le ha dado la razón, ya que pese a que el sistema patriarcal ha provocado que durante años la mujer no pueda tener este sentimiento de libertad, el cual también influía en sus relaciones interpersonales, en la actualidad las mujeres pueden ser más libres y, por tanto, seguir el individualismo que considera Bauman.

# Tipologías de relaciones actuales

De igual forma que en otros sectores, la pandemia ha acelerado la digitalización de muchos procesos económicos y sociales. Las relaciones interpersonales no iban a ser distintas en este proceso, por lo que el uso de aplicaciones de citas como Tinder se ha disparado desde la pandemia, ya que era una de las pocas herramientas para conocer gente nueva con las limitaciones que había en las relaciones sociales por las restricciones debidas a la crisis sanitaria. Esta tendencia y crecimiento de las “apps de ligue” ha afectado a las relaciones interpersonales, las cuales se basan en un nuevo principio: la ilusión de abundancia, convirtiendo el proceso en una clase de fast food o supermercado sentimental” (*Relaciones modernas, fast food sentimental e ilusión de abundancia*. Redacción. Blog de bienestar. 2021).

“Vivimos en la época del fast-food sentimental. Las comunicaciones a distancia mediante mensajes de redes sociales son algunas de la nuevas fórmulas compensatorias. Pero no olvidemos que la nutrición afectiva que recibimos a través del contacto cercano y directo es insustituible.”

*Dime como te relacionas y te diré quien eres.* PALMERO, PABLO. 2010

Detrás de una pantalla es mucho más cómodo y menos arriesgado conocer y hablar con otras personas, ya que el daño que puede provocar una reacción negativa de la otra persona o rechazo es mucho menor que si ese encuentro se hubiera producido en persona. Este tipo de relaciones on-line se han potenciado con la pandemia, pero era una tendencia que ya llevaba mucho tiempo creciendo. Tal y como comenta Palmero, estas interacciones nos “compensan” de alguna forma, pero al final, si solo nos nutrimos de este tipo de relaciones nos acabará faltando algo, ya que el contacto cercano es insustituible.

Las aplicaciones están diseñadas de tal forma que ves un gran número de personas, por los perfiles de las personas son como productos que podrías comprar, de ahí nace el término de “supermercado sentimental”. Además, no solo los demás se convierten en productos, sino que también tu mismo te acabas convirtiendo en un producto de consumo.

A partir de este “supermercado sentimental” o “fast food sentimental” nace el término de la ilusión de la abundancia, ya que lleva a pensar a los usuarios que disponen de mucha elección, por tanto, pueden ser muy selectivos y rechazar a personas que no cumplen en un principio todos sus requisitos. El problema es que quizás hay personas que pasan ese primer filtro, pero que después, al no cumplir del todo los criterios del usuario, es rechazado por este y refuerza su convicción de popularidad y de idealizar el hecho de encontrar una persona ideal que no existe.

Los principales criterios que utilizan los usuarios de estas aplicaciones para filtrar a los demás usuarios son las fotos y los intereses. El problema con las fotos es que, además de ser superficiales, no son realistas, ya que los planos y los filtros pueden engañar mucho. Es evidente que es normal usar algunos filtros a la hora de relacionarse con los demás, pero estas aplicaciones exageran mucho más este filtraje y se acaban excluyendo posibles conexiones por factores realmente superficiales y poco importantes.

## Las aplicaciones de “ligue”

Estas aplicaciones nacieron tienen su origen en el otoño de 1965, cuando la temporada de casamiento estaba en pleno apogeo, dos estudiantes de Harvard utilizando un ordenador IBM 1401 crean el primer servicio de búsqueda de pareja. Estos dos hombres crearon una encuesta de 75 preguntas para que los solteros la rellenaran con sus gustos y preferencias y junto a una tarifa de 3 dólares, recibían a cambio una lista de las coincidencias con las respuestas entre otros solteros que habían realizado la encuesta.

Con los años, la tecnología se desarrolla y el acceso a los ordenadores y a internet se dispara, sobretodo entre 1980 y el 2000. Todo esto provoca que en 1995 se cree Match.com, el primer servicio web de citas en línea del mundo. (*Love at First Swipe: The Evolution of Online Dating*. KUEFLER, KAYLA. Stylight. 2021).

*“el 70% de la población estadounidense está activo en las redes sociales y un 25% del país está en línea constantemente”*

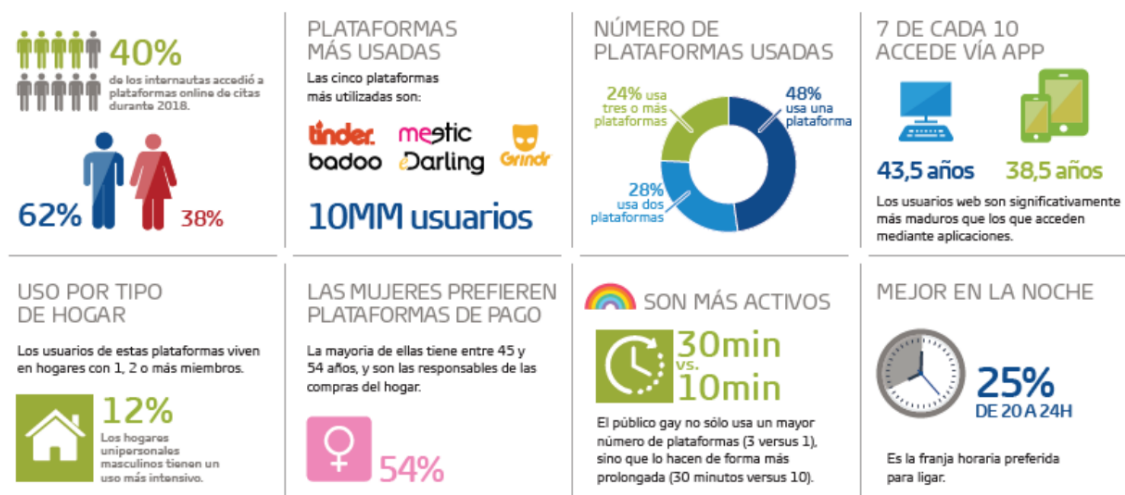
Pew Research Center. 2005.

Cuando en 2004 se fundó Facebook, uniéndose así a MySpace (2003) y en el final de la década a Twitter y Instagram, según el Pew Research Center, el 70% de la población estadounidense estaba activa en las redes sociales y un 25% del país está en línea constantemente. En 2012 nace Tinder, que aprovechando el éxito de las redes sociales y combinando la estructura de las aplicaciones de citas consigue un éxito arrollador entre los estadounidenses.

Desde su lanzamiento en 2012, Tinder ha conseguido más de 50 millones de usuarios en 190 países, y es que “los millenials pasan un promedio de 10 horas a la semana en aplicaciones de citas y la cantidad de personas que usan tecnología de citas se ha triplicado desde 2013”. (*Love at First Swipe: The Evolution of Online Dating*. KUEFLER, KAYLA. Stylight. 2021).

Por tanto, las aplicaciones de citas han llegado para quedarse, influyendo así en las relaciones interpersonales de forma permanente. Las formas de comunicarse han cambiado, así que las formas de relacionarse también deben adaptarse a las nuevas tecnologías y evolucionar.

Según recoge el estudio realizado por GfK en 2020, las herramientas de *dating* más usadas en España son: Tinder, Badoo, Meetic, Grindr y Edarling. Si reducimos esta selección al público joven nos quedarían: Tinder, Badoo, Grindr y Lovoo. En total todos estos servicios congregaron más de 10 millones de personas en España en 2019, siendo una de las principales opciones de comunicación.



Fuente: estudio sobre los hábitos de uso de internautas en páginas de citas, mayores de 18 años, en España, gracias a los datos obtenidos a través de un panel de navegación online de GfK.

www.gfk.com/es

© GfK 2019

Badoo y Tinder son las aplicaciones que cuentan con un mayor número de usuarios. Las dos aplicaciones tienen unos criterios bastante similares, el 65% aproximadamente son hombres y un público que por lo general reside en hogares unipersonales y que se conectan a través de la aplicación. La principal diferencia viene en la edad, ya que Tinder es la opción más predilecta de los jóvenes, un 55% de los usuarios de la aplicación son menores de 35 años.

Edarling y Meetic, ambas de pago, congregan a un público más mayor de entre 45 y 54 años y generalmente femenino. Ambas aplicaciones se centran en la creación de relaciones más profundas que el resto, asegurando una calidad mayor a las gratuitas. Eso sí, estas dos aplicaciones son prácticamente invisibles para los jóvenes, por lo que no nos centraremos mucho en ellas.

En cuanto a Grindr, plataforma dirigida al público homosexual en España también dispone de un perfil bastante joven, ya que el 44% de los usuarios tiene menos de 35 años. Esta aplicación es distinta a las demás, ya que en esta en su gran mayoría se buscan relaciones sexuales sin conexiones de ningún tipo más allá del ámbito sexual. Lovoo, por su parte, tiene una estructura mucho más similar a la de Badoo y Tinder, va dirigida a un público joven, sin ser tan superficial como Grindr, eso sí, con menos usuarios.

Las 4 apps de *dating* más usadas en España y en las que, por tanto, haremos un análisis más profundo son (por orden de más a menos): Tinder, Badoo, Grindr y Lovoo.

La aplicación de Tinder según Apptopia, la cual recoge datos sobre aplicaciones móviles y dispositivos, consiguió más de 67 millones de descargas globalmente en 2021, lo que la convierte como la app de *dating* más descargada en el planeta. Las principales características de esta aplicación que la distinguen un poco de su competencia son:

- Solo puedes hablar con gente con la que hayas hecho *match* (los dos usuarios se hayan dado *like* a sus perfiles).
- Permite verificar que la persona que está utilizando el perfil es la de las fotografías mediante un mecanismo de verificación de datos para que la app sea más segura.
- Además de la verificación del perfil, Tinder también permite que los usuarios conecten su Instagram para poder verificar la identidad del usuario también.
- En 2019 Tinder incluyó la *Tinder's Swipe Night*, un videojuego donde el usuario elige su propia aventura y que luego podrá comentar esas mismas decisiones con los demás usuarios de la aplicación.

Así pues, Tinder ha sabido marcar la diferencia con sus competidores más directos y por eso sigue siendo la aplicación de *dating* más descargada en el planeta. Uno de los principales problemas de hablar con desconocidos por Internet era asegurarse y verificar la identidad del otro usuario, por lo que Tinder ha sido muy inteligente al incluir estas verificaciones para que el usuario no tenga que hacerlo por si mismo y se pronuncie más esta inseguridad que ha existido siempre de las apps de *dating*.

En segundo lugar, y con bastante diferencia, podemos encontrar la app de Badoo, con más de 35 millones de descargas en 2021. Pese a tener características similares a Tinder, Badoo no ha apostado tanto por la seguridad de sus usuarios. La red social fue creada en 2006 por un empresario ruso Andrey Andreev, con la intención de aprovechar la oportunidad de mercado que iban a suponer las aplicaciones de *dating*. Al contrario que Tinder, Badoo te da la posibilidad de hablar con cualquier persona, sin ser necesaria la realización de un *match* previo. Esto también tiene su parte positiva, ya que el método de Tinder es más superficial, en cambio, en esta aplicación puedes entablar conversaciones con personas que a lo mejor en un principio no eran tu prototipo ideal pero conectas vía texto. La privacidad es uno de los problemas de esta aplicación, ya que no solo no permite verificar a los usuarios, si no que también fue valorada como una de las aplicaciones con menos protección de privacidad por un estudio de El País en 2014.

La aplicación de Grindr es una aplicación de citas en línea destinada a hombres *gays* y bisexuales. En 2021 consiguió más de 12 millones de descargas globalmente, una cifra bastante destacable para ser una aplicación LGBTQ+. Grindr nace en 2009 creada por Joel Simkhai, un empresario israelí. De las aplicaciones nombradas anteriormente Grindr es la considerada como la aplicación más insegura, ya que no solo no tiene verificación de los usuarios, sino que al permitir usuarios sin fotografía es mucho más fácil falsificar el perfil de usuario. Además, en la actualidad, esta aplicación más que para tener citas se usa para tener encuentros sexuales con desconocidos, lo que hace que su seguridad aún esté más en tela de juicio. En 2020 incluyeron la posibilidad de poder conectar el Instagram del usuario, pero más allá de eso no tiene ninguna otra herramienta de verificación. Uno de sus puntos fuertes es que te aparecen los usuarios según la distancia geográfica en la que se encuentren, por lo que es muy fácil conseguir conocer usuarios que se encuentren cerca de ti.

Finalmente, la app de Lovoo fue fundada en 2011 en Alemania y cuenta con más de 13,5 millones de descargas. Al ser una aplicación creada en Europa tiene una fuerte relevancia en el continente pero no así fuera de él. En España es la quinta aplicación de *dating* más descargada por jóvenes. Su funcionamiento es similar al de Badoo y Tinder, siendo una mezcla de las dos aplicaciones. A diferencia de Badoo, Lovoo permite la creación de informes de experiencias con los usuarios que permiten la detección de perfiles falsos, además de poder verificar más los usuarios que la utilizan.

Es importante la sensación de seguridad que ofrezca la aplicación a la hora de conocer gente, ya que el mundo de las aplicaciones de *dating* siempre se ha considerado bastante peligroso, por lo que la estrategia de Tinder en priorizar la verificación de los usuarios y su seguridad es muy inteligente, y así se nota en sus cifras, siendo la aplicación de *dating* más descargada globalmente en 2021 y reconocida prácticamente por todo el mundo.

## Las apps de “ligue” y las relaciones líquidas

Las redes sociales y aplicaciones de *dating* generan comunidades donde las identidades de los usuarios son frágiles y permeables. Para Bauman, “los diálogos que se producen en las redes sociales se transformarían en un lugar o zona de encierro de los usuarios para reflejarse a sí mismos” (*Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. BAUMAN, ZYGMUNT. 2005). La red si que va a ayudar al usuario a disminuir la sensación de soledad, pero eso no significará que tenga una mayor sociabilidad, en el sentido de crear relaciones o conexiones duraderas. Además, en relación al amor líquido, para ser felices, debemos tener en cuenta dos valores imprescindibles: libertad y seguridad de manera equilibrada, ya que la seguridad sin libertad es esclavitud, pero la libertad sin seguridad es un caos total.



Tal y como expresa Bauman en sus ensayos, las relaciones líquidas están a la orden del día, y las nuevas tecnologías se han adaptado a ello con las *apps de dating*, por lo que Tinder y demás aplicaciones son las herramientas principales que derivan a este tipo de relaciones en la actualidad y estar interconectadas. Relacionarse vía redes sociales había sido común desde la existencia de estas, pero estas aplicaciones para conocer personas van mucho más allá, ya que busca la creación de vínculos entre desconocidos.

Desde la pandemia, debido a una gran ola de soledad y falta de relaciones interpersonales, las apps de *dating* tuvieron su momento más álgido y ya se han afianzado como la segunda forma más común de conocer personas en todo el mundo, tal y como asegura la misma empresa de Tinder en sus redes sociales. Estas aplicaciones, en su mayoría, favorecen la creación e vínculos frágiles y fomentan las relaciones líquidas. Pese a todo esto, los usuarios tienen opiniones bastantes diferenciadas, ya que existe el eterno debate entre si las relaciones líquidas son perjudiciales o no y si se pueden crear verdaderos vínculos en este tipo de aplicaciones.

## Encuesta

La encuesta se ha realizado, una vez se ha llevado a cabo la investigación previa, a 100 personas de entre 18 y 35 años, las cuales son el público objetivo del documental para confirmar los datos recogidos. La encuesta no tendrá unos valores representativos, ya que no se ha hecho ningún estudio, por lo que simplemente nos servirán como una muestra para tener unos datos más cercanos y actuales, además de para saber el interés sobre el tema, cual es su conocimiento y que intereses tienen. Es importante conectar con la audiencia, así que la realización de esta encuesta es imprescindible para poder adaptar la serie documental a las necesidades del público objetivo.

La encuesta ha sido respondido por un público mayormente de entre 18-22 años (54%) y 23-35 años (46%), formado por hombres (51%) y mujeres (49%), tanto bisexuales (37%), como heterosexuales (35%) y gays (26%). Por tanto, ha existido una gran diversidad de voto, lo que permite conocer mejor los resultados generales de todos estos colectivos y géneros.

Para empezar la encuesta, era necesario poder establecer el conocimiento de la sociedad sobre la temática escogida, además de, posteriormente, su opinión al respecto, para hacernos una idea de lo que piensa el público objetivo sobre este tipo de relaciones. Es por eso, que la primera pregunta y la segunda van relacionadas; la primera pregunta si saben que son las relaciones líquidas y la segunda, una vez explicado el término, les pregunta si creen que tienen un impacto positivo o negativo en las relaciones interpersonales entre la población.

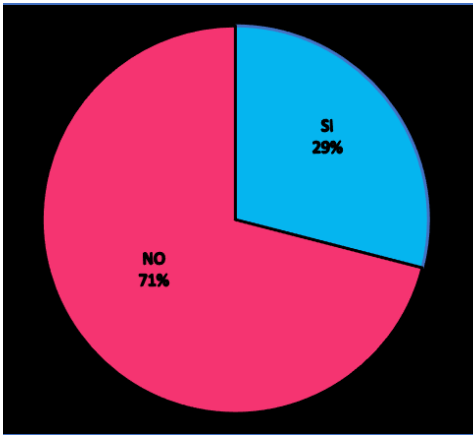


Gráfico respuesta Pregunta 1. Elaboración propia

El resultado a la primera pregunta: ¿Sabes que son las relaciones líquidas?, tiene una respuesta mayoritariamente clara. El 71% de los encuestados no sabe que son este tipo de relaciones, pese a que estas se encuentran ante nosotros constantemente. Es por eso que la serie documental es tan importante, para dar a conocer la temática y poder concienciar a la sociedad.

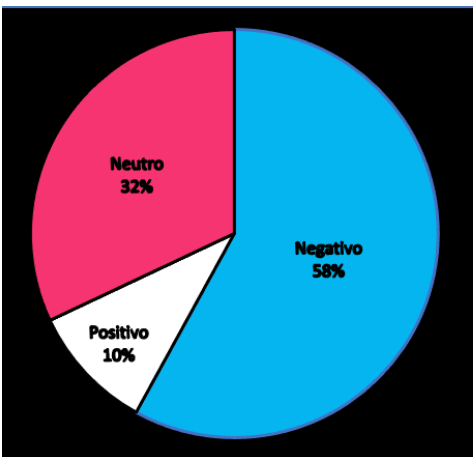


Gráfico respuesta Pregunta 2. Elaboración propia

El resultado a la segunda pregunta: ¿Qué impacto crees que tienen las relaciones líquidas en las relaciones interpersonales?, tiene una respuesta mayoritariamente clara otra vez, ya que el 90% de los encuestados cree que tienen un impacto negativo (58%) o neutro (32%) en las relaciones interpersonales, mientras que solo el 10% cree que tienen un impacto positivo. Esto se puede deber a la superficialidad que suponen este tipo de relaciones.

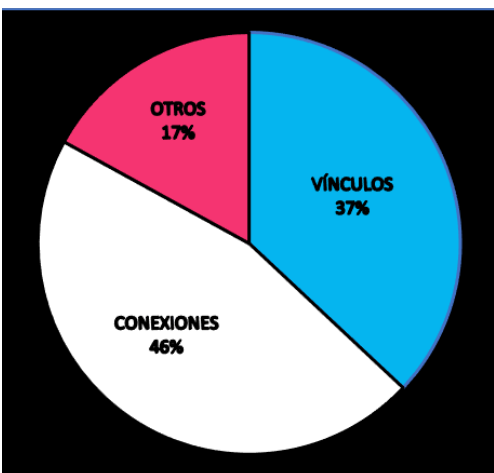


Gráfico respuesta Pregunta 4. Elaboración propia

La cuarta pregunta: Cuando usas estas aplicaciones, ¿buscas crear vínculos sólidos o simples conexiones?, está bastante igualada, aunque la opción mayoritaria ha sido con un 46% que buscan simples conexiones sin importancia. Las aplicaciones de *dating* son la principal herramienta para crear este tipo de relaciones, por lo que el resultado va acorde a lo que se esperaba. Aún así, un 37% busca crear vínculos duraderos, por lo que la respuesta ha estado igualada.

La tercera pregunta está relacionada con las aplicaciones que usan los usuarios. La gran vencedora ha sido Tinder con un 86%, seguida de Grindr (37%), Badoo (33%) y, a mayor distancia Lovoo (19%) y Bumble (18%). Cabe destacar también que un 10% reconoce no haber usado ningún tipo de aplicación de *dating*. El éxito de Tinder es arrollador, siendo la aplicación más usada con diferencia. El 37% de Grindr también tiene mucho mérito, ya que es una aplicación únicamente exclusiva para el colectivo gay, por lo que un uso tan elevado significa un gran éxito en el colectivo.

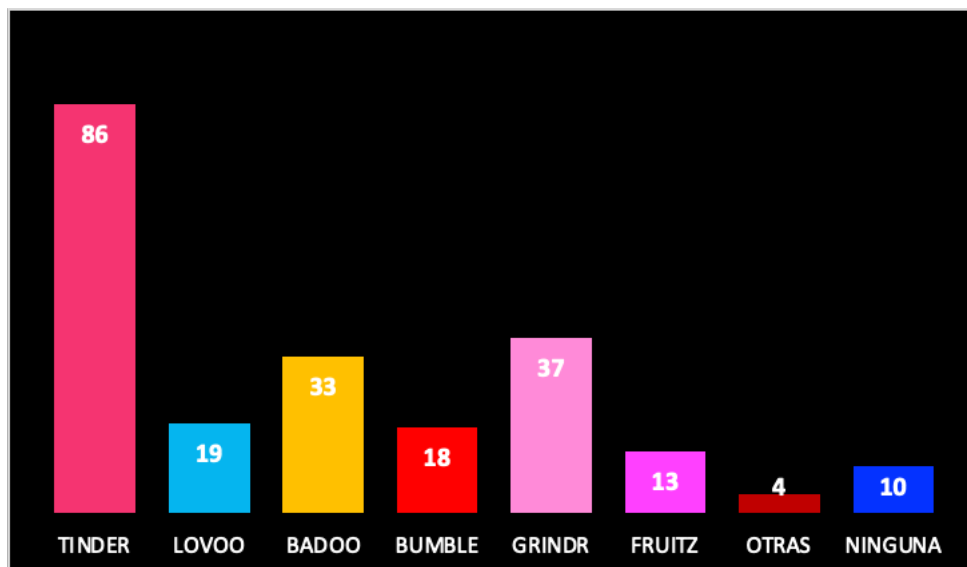


Gráfico respuesta Pregunta 3. Elaboración propia

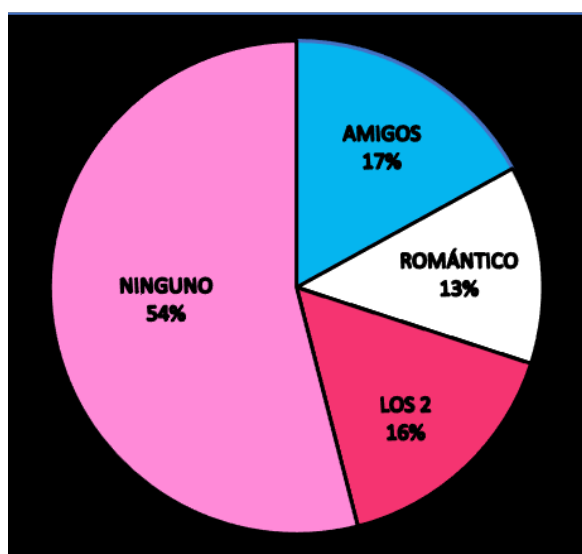


Gráfico respuesta Pregunta 5. Elaboración propia

La quinta pregunta: ¿Has conseguido crear vínculos sólidos con este tipo de aplicaciones?, tiene un resultado bastante evidente: Ninguno, con un 54%. Esta respuesta sigue la temática de la serie documental y de las relaciones líquidas, además de afirmar la idea de que no se realizan muchos vínculos fuertes en estas aplicaciones. De hecho, la opción menos votada (13%) es la de haber creado un vínculo romántico, lo cual sorprende, ya que es una app de *dating*.

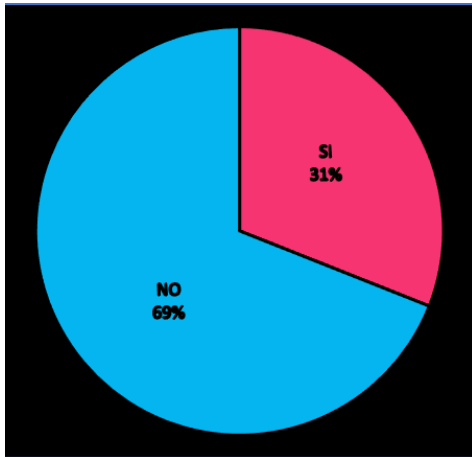


Gráfico respuesta Pregunta 6. Elaboración propia

La sexta pregunta: ¿Consideras que estas aplicaciones son buenas herramientas para establecer conexiones fuertes?, tiene una respuesta bastante evidente, ya que un 69% de los votos han respondido que no, frente al 31% que ha votado que si. Al final, este tipo de aplicaciones están destinadas a crear conexiones poco duraderas, por lo que las propias respuestas de los usuarios reafirman esta misma idea.

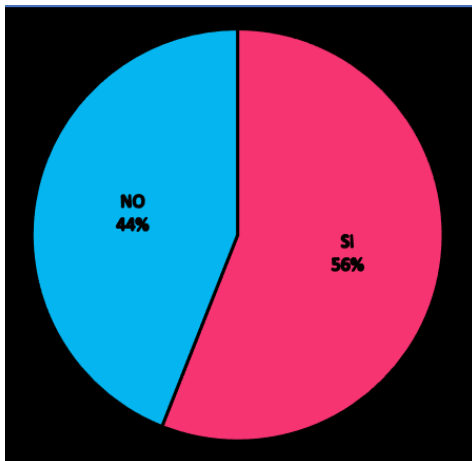


Gráfico respuesta Pregunta 7. Elaboración propia

La séptima pregunta: ¿Alguna vez te has sentido mal usando estas aplicaciones?, no acaba de tener una respuesta muy concluyente. La mayor parte, un 56% afirma que si, apelando a la superficialidad de estas aplicaciones, frente a un 44% que vota que no, afirmando estar seguro de sus cualidades y nadie les va a hacer pensar lo contrario. Al final, estas apps exigen un cierto grado de salud mental para disfrutar su uso.

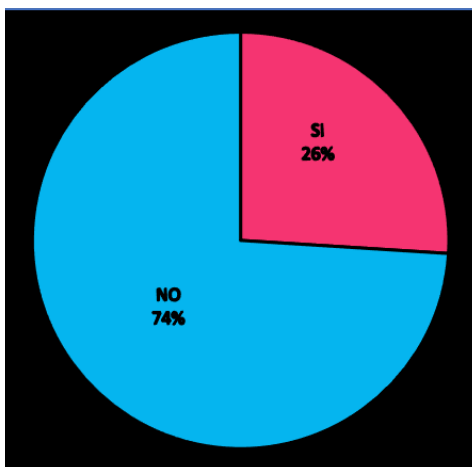


Gráfico respuesta Pregunta 8. Elaboración propia

Finalmente, la última pregunta: ¿Te arrepientes de haberte instalado las aplicaciones de dating?, tiene una respuesta contundente, no, con un 74%. La mayoría de las respuestas justifican que aunque haya cosas que no les hayan gustado o hecho sentir mal, eso les ha hecho abrir un camino de fortaleza personal para quererse más a si mismos. Todos destacan lo mismo, la sinceridad y claridad es lo más importante en estos casos.

# Audiencia

La serie documental *Tinder y las relaciones líquidas* va dirigido a un público joven, que es el cual utiliza este tipo de aplicaciones. Tal y como analiza GFK el público joven que utiliza estas aplicaciones se encuentra entre los 18 y 35 años. Este rango de edad se encuentra entre dos generaciones diferentes: la Generación Z y la Generación Y, también conocida como los Millennials (Instituto Economía Digital, 2017).

## La generación Y (Millennials)

Tal y como se explica en el informe del Instituto Economía Digital (2017), la generación Y o de los Millennials está compuesta por aquellas personas que nacieron entre 1980 y el 2000, es decir, que tienen entre 22 y 42 años en 2022. Los más mayores de esta generación no nacieron en un mundo digital, pero si que han vivido la transformación hasta este en una edad temprana hasta llegar en la actualidad, donde se han adaptado perfectamente a las tecnologías y a la nueva forma de comunicación.

Esta generación ha sufrido de lleno la última crisis económica, lo que ha llevado a que haya un boom de emprendimiento y creación de *startups*. Además, “a diferencia de las generaciones anteriores, el mundo, con motivo de la crisis económica, les exige una mayor preparación para optar a un puesto de trabajo, donde cada vez la competencia se hace mayor” (*De la generación ‘baby boomer’ a la ‘posmilenial’: 50 años de cambio*. Iberdrola. 2017).

Según el estudio del Instituto Economía Digital (2017), las características principales son:

- Valoran las experiencias por encima de cualquier objeto material.
- Prefieren trabajar en lo que les apasiona y les motiva, aunque esto les pueda suponer una mayor inestabilidad económica, ya que la salud mental es muy importante.
- Viven bastante el momento, más que pensar en el futuro y lo que les deparará.
- Están bastante comprometidos socialmente
- Son ávidos por compartir en redes sociales momentos de su vida y les encanta ser los primeros en compartir en redes sociales, productos, espacios o conceptos novedosos. Además les encanta el humor, la ironía y la sorpresa.
- No entienden el mundo online y el offline como dos universos separados, sino que los perciben como una misma realidad integrada.

Los Millennials se caracterizan, entre otras cosas, por una demanda de inmediatez y transparencia hacia las marcas y la publicidad en general. A través de las redes sociales, una de las principales formas de comunicación que utilizan, cuestionan y critican todo lo que no esté acorde con sus ideales y forma de ver las cosas, para forzar esta transparencia que buscan.

“Los Millennials consumen contenido de manera muy diversa y además fragmentada, ya que tienen la capacidad de saltar de una actividad a otra con gran facilidad” (*De la generación 'baby boomer' a la 'posmilenial': 50 años de cambio*. Iberdrola. 2017). Pese a ello, también son muy fieles a las plataformas o proveedores de contenido que les den una buena experiencia y el contenido se adapte a sus gustos y intereses, como Netflix, Spotify o Instagram.

Tal y como se explica en el Estudio General de Medios (EGM) de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) en 2020, el 95'9% de los Millennials usan las redes sociales y las redes sociales más usadas (por orden) son: Facebook, Youtube, Instagram y Twitter. En cuanto al consumo de la televisión, el 80% de los Millennials mira la televisión, aunque el tiempo que pasan delante de este medio es muy inferior al de las generaciones más mayores.

## La generación Z

Tal y como se explica en el informe del Instituto Economía Digital (2017), la generación Z está compuesta por aquellas personas que nacieron entre 2001 y el 2011, es decir, que tienen entre 11 y 22 años en 2022. Esta generación es conocida como nativos digitales, ya que desde muy pequeños han vivido y interactuado con las nuevas tecnologías, los dispositivos e internet. Se estima que las personas de la generación Z corresponden al 23,7 % de la población mundial. (Número de personas por generación en el mundo. Pies en el mapa).

Esta generación han crecido durante la última crisis económica, además de varios desastres globales y una pandemia, por lo que según el informe del Instituto Economía Digital (2017) “son más realistas, responsables y precavidos en lo referente al consumo”. Las características principales de esta generación según el mismo informe publicado en 2017 son:

- Son la generación más diversa y multicultural, ya que piensan globalmente sin estar restringidos por su ubicación.
- Es una generación abierta y respetuosa con la diversidad, por lo que son los grandes impulsores del debate en torno al género y grandes defensores de la libertad sexual.

- Prefieren comunicarse mediante imágenes, emoticonos y memes, ya que son muy visuales.
- Son multitarea y multi pantalla, por lo que pueden consumir varios contenidos a la vez y utilizando varias herramientas distintas.
- El dispositivo más utilizado es el móvil y Snapchat, Youtube e Instagram, son sus redes sociales preferidas. Por esto mismo son muy influenciables a *celebrities*.
- Les gusta descubrir la información por ellos mismos, son muy habilidosos encontrando respuestas en Internet. Consumen dos veces más contenido en video que otras generaciones.
- Son muy impacientes, ya que al ser nativos digitales están acostumbrado a obtener las respuestas a gran velocidad.

La generación Z fragmenta su tiempo en las redes sociales, compartiendo cada tipo de contenido en un canal social particular, mediante toques rápidos o micro interacciones, que duran solo unos pocos segundos. Es por eso que la Generación Z revisa sus redes sociales con una media de 100 veces por día.

Tal y como aparece reflejado en el informe *Generation Z – The Newest Generation* realizado por Response Media en 2020, la Generación Z usa diferentes plataformas para diferentes actividades; en Instagram muestran sus aspiraciones personales, en Snapchat comparten momentos de la vida real, en Twitter reciben las noticias y en Facebook obtienen información. Además, su formato preferido para consumir contenido es el video streaming, “el 79% de los adolescentes tiene una cuenta de YouTube y pasan el mismo tiempo delante de la televisión que viendo Netflix” (*Generation Z – The Newest Generation*. RESPONSE MEDIA. 2020).

Tal y como se explica en el Estudio General de Medios (EGM) de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) en 2020, el 97'2% de los Generación Z usan las redes sociales y las redes sociales más usadas (por orden) son: Youtube, Instagram y Twitter. En cuanto al consumo de la televisión, el 77'1% de los Generación Z mira la televisión, un dato inferior al de la Generación Y, ya que las nuevas generaciones prefieren el entretenimiento en plataformas y internet.

Tras observar los datos de ambas generaciones, podemos concluir que la sociedad está sufriendo un proceso de cambio importante en cuanto a costumbres y forma de vida. Una de los datos más destacables es la transición a internet y a las plataformas de contenido, que con cada generación acentúan y potencian más su uso, dejando de lado medios de entretenimiento tan básicos como el televisor. En ambos casos vemos que las dos generaciones se caracterizan por contactos rápidos con las plataformas de contenido, por lo que entretenimientos como la televisión pierden fuerza ante la inmediatez y la rapidez de las plataformas online como Prime Video, Netflix o HBO.

# Plataformas de distribución

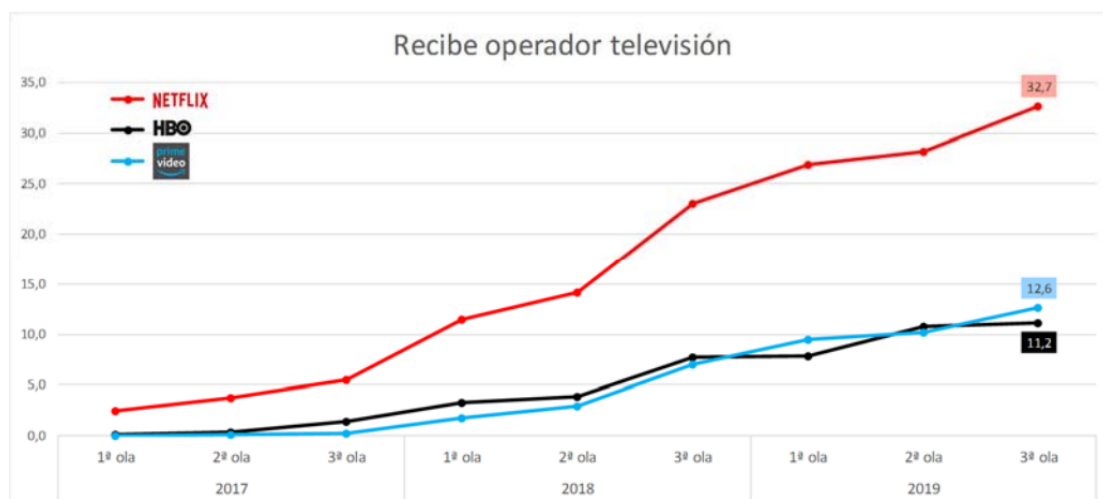
La serie documental *Tinder y las relaciones líquidas* se dirige a una audiencia joven, de entre 18 y 35 años, ya que son los usuarios que más utilizan estas aplicaciones, por lo que la plataforma de distribución escogida debe adaptarse a los hábitos de consumo y preferencias de este grupo de edad.

“Los hogares que reciben alguna modalidad de la Televisión de Pago (tradicional + OTT) en España supera por primera vez los 10 millones. El número de personas que reciben alguna de las plataformas de pago supera los 23 millones, el 56,9% del universo de consumo.”

*OTT y plataformas de pago en España.* BARLOVENTO COMUNICACIÓN. 2020.

Tal y como se explica en el informe *OTT y plataformas de pago en España* de Barlovento Comunicación publicado en 2020, las plataformas de OTT están en claro aumento, suponiendo más del 56% del consumo total de contenido en todos los canales. Por tanto, estas plataformas son clave para la distribución de contenidos enfocados a un público joven como es la serie documental *Tinder y las relaciones líquidas*.

Las tres plataformas de contenido más exitosas en España, según el informe *La 3ª Ola del EGM analiza la influencia de las OTT en el consumo de televisión* de la AIMC/EGM publicado en 2020, son, por orden: Netflix, Prime Video y HBO Max.



Porcentaje de población que consume las 3 plataformas de contenido. Recuperado de “La 3ª Ola del EGM analiza la influencia de las OTT en el consumo de televisión” de AIMC/EGM, 2019, p.2

Pese a que Netflix es la plataforma con una mayor audiencia, la plataforma escogida para la distribución de la serie documental es *Prime Video*, ya que esta última apuesta mucho más por el contenido de artistas independientes y supone una muy buena opción para los creadores de contenido que están empezando.



*Prime Video* tiene más de 5,9 millones de usuarios en España (Barlovento, 2020), por lo que el público objetivo es muy amplio.

Los requisitos de Netflix para presentar un proyecto audiovisual independiente como es *Tinder y las relaciones líquidas* son muy difíciles de asumir, ya que tal y como asegura Netflix en 2022, “solo acepta presentaciones que lleguen a través de un agente literario autorizado o de un productor, abogado, mánager o ejecutivo de la industria del entretenimiento con los que tengamos una relación ya existente”. Todo lo que no cumpla estos requisitos se considerará como una “presentación no solicitada” según el propio Netflix (2022).

En relación a HBO MAX, la presentación de proyectos es muy complicada y sigue los pasos de Netflix sin decirlo tan abiertamente, pero, tal y como explican Marcelo Tamburri, jefe de Desarrollo de HBO Max América Latina, y Miguel Salvat, productor ejecutivo de HBO Max España en TodoTVnews (2021), reciben “más de 1000 proyectos al año cada uno” (a través de agentes) y se descartan la gran mayoría.

Por tanto, pese a que en HBO MAX se busque al público joven, tal y como explica Tamburri: “la plataforma tiene una estrategia de contenidos definida: básicamente apunta a una audiencia joven adulta de 18-35 años en el centro de las historias”, la serie documental *Tinder y las relaciones líquidas*, pese a encajar claramente en ese concepto, no puede asumir los requisitos que solicitan.

Finalmente, *Prime Video*, propiedad de Amazon, ofrece la posibilidad de publicación de contenido a través de *Prime Video Direct*, una plataforma anexa específica para creadores de proyectos audiovisuales.

“Buscamos ayudar a estudios, distribuidores y cineastas independientes a  
llegar a las audiencias de todo el mundo”

Prime Video Direct

Para poder presentar el proyecto, tal y como se indica en la web de *Prime Video Direct*, es necesario configurarse una cuenta (que puede ser una ya existente de Amazon o creando una nueva), crear el perfil de la compañía, configurar la información bancaria y, finalmente, enviar la información fiscal. Una vez hecho todo este proceso, simplemente será necesario enviar el título y el proyecto para su revisión y posterior publicación en la plataforma. Finalmente, la única condición que pone la plataforma es que *Prime Video Directs* solo admite resoluciones de hasta 1920x1080p, y, además, se debe incluir un archivo mezzanine de vídeo y un archivo de subtítulos.

# Competencia

La serie documental *Tinder y las relaciones líquidas* no tiene una competencia directamente temática, por lo que eso juega muy a favor del proyecto. La competencia entre contenidos audiovisuales se puede dividir por la temática tratada, la estructura y la plataforma de distribución.

En relación a la temática tratada, no hay ningún proyecto audiovisual en la actualidad en estas plataformas que trate las relaciones líquidas de una forma tan directa. Hay algunos que tratan la temática de conocer gente por internet o de las relaciones en los nuevos tiempos, pero ninguno se especializa en concreto en las relaciones líquidas como el proyecto *Tinder y las relaciones líquidas*. Solo hay un proyecto en estas plataformas con la temática de ligar en Tinder:

- *Ligar en la era digital* (2018); un documental de HBO “que investiga la industria de las páginas webs de citas y su impacto en la población soltera, examinando cómo estos 'cupidos online' han cambiado la forma en la que la gente liga o hace amigos. También explora cómo el acto de aceptar o rechazar mediante un simple deslizamiento (swipe) del dedo tras ver fotos de las otras personas afecta a la habilidad u objetivo final de encontrar relaciones largas y duraderas”. (Sinopsis. Filmaffinity. 2018).

La única competencia directa que, por encima, aborda el tema de las relaciones líquidas es el documental anterior. Aún así, Netflix este 2022 también ha estrenado un exitoso documental relacionado con los peligros de conocer gente por Internet:

- *El Timador de Tinder* (2022); un documental de Netflix que investiga como “un estafador se hacía pasar por magnate y seducía a mujeres en Internet para estafarles millones de dólares. Ahora sus víctimas planean vengarse”. (Sinopsis. Filmaffinity. 2022). El documental ha logrado un gran éxito manteniéndose durante semanas como uno de los contenidos audiovisuales más vistos en la plataforma (NETFLIX. 2022).

La estructura de la serie documental *Tinder y las relaciones líquidas*, en que en cada episodio el testimonio de una persona es el protagonista no tiene una competencia directa. Eso sí, en referencia a los peligros de las *apps de dating*, si que encontramos muchos más productos audiovisuales. En concreto los dos que más competencia pueden suponer son:

- *Catfish* (2010) es un programa centrado en cómo se puede engañar a personas con un perfil falso y creando una identidad inventada y una vida que no existe. Un equipo se dedica a seguir a

personas que van a quedar con personas que han conocido por Internet por primera vez y de las cuales dudan de su identidad. El programa busca concienciar a la sociedad sobre la seguridad que se debe tener para quedar con alguien que has conocido por redes sociales sin asegurarte de su verdadera identidad antes.

- *El dilema de las redes (2020)*; un documental de Netflix que “analiza la peligrosa influencia de las redes sociales, con expertos que avisan de los peligros de las herramientas creadas por ellos” (NETFLIX). En la propia plataforma aparece con las categorías de provocadora e investigación, por lo que promete no dejar a nadie indiferente.

Por lo que se refiere al desarrollo de relaciones a través de pantallas, tenemos un exitoso reality de Netflix que trata exactamente esta temática, donde los concursantes pueden optar por ser ellos mismos o crearse un perfil falso, tal y como puede pasar en la vida real:

- *The Circle (2019)*; un reality show de Netflix. “El estatus y la estrategia se dan de bruces en este experimento social y concurso cuyos participantes tontean, se hacen amigos y fingen ser otros para ganar 100.000 dólares” (NETFLIX). Es un ejemplo perfecto en formato reality de cómo es la realidad de conocer a alguien por internet y los riesgos que se pueden correr, en un contexto completamente de comedia, muy distinto al resto.

Finalmente, respecto a la plataforma de distribución, que en este caso es Amazon Prime Video, solo podemos encontrar dos opciones que tengan una temática algo similar a la serie documental *Tinder y las relaciones líquidas*:

- *Citas Peligrosas (2020)*. Este documental de Prime Video investiga los peligros de encontrar el amor a través de plataformas de *dating* como Tinder y como este tipo de aplicaciones están reinventado la forma de conocer a personas. “Las aplicaciones de citas han revolucionado la forma en que encontramos el amor, pero ¿también nos ponen en grave peligro?” (PRIME VIDEO).
- *El ataque de los troles (2017)*. Este documental de Prime Video narra como “Internet es el espacio idóneo para que cada vez más personas den rienda suelta a sus más oscuros comportamientos. Los llamados troles acosan, provocan e incluso amenazan a quienes señalan como sus «blancos»” (FILMAFFINITY). Pese a que no aparece nada parecido a las apps de *dating* si que podemos encontrar similitudes en los peligros de conocer gente de conocer gente por Internet y como esto puede cambiar a la sociedad.

Así pues, pese a que hay opciones con temáticas algo similares, la serie documental *Tinder y las relaciones líquidas* es única en varios factores. No hay ninguna otra opción con una estructura similar a la de esta serie documental, donde en cada episodio se da el protagonismo a un testimonio y lo importante es la experiencia de ese testimonio, ya que nadie más va a saber como afectan las relaciones líquidas en las relaciones interpersonales que una propia persona que lo ha vivido. Cada episodio es una experiencia totalmente distinta, nos olvidamos del formato pregunta-respuesta que caracteriza a los reportajes y dejamos que cada testimonio nos cuente su propia experiencia.

**PREPRODUCCIÓN**

# Titulación

## Tinder y las relaciones líquidas. ¿Cómo afectan a corto y largo plazo?

La titulación del proyecto era un punto clave del proyecto, ya que es uno de los elementos más importantes a la hora de venderlo al público. El título tenía que ser conciso y claro, por lo que era necesario resumir el contenido del proyecto en una sola frase. Los dos puntos principales son las aplicaciones de *dating* y las relaciones líquidas que surgen a través de ellas, por lo que ambas deben quedar claras en la titulación del proyecto final.

Pese a que hablemos de varias aplicaciones de *dating*, Tinder es la más descargada (con más de 67 millones de descargas en 2021. Apptopia. 2021) y con más usuarios con diferencia, por lo que es la marca más reconocible y, por tanto, el simbolismo perfecto para resumir todas estas aplicaciones. El título principal es: Tinder y las relaciones líquidas; uniendo así los dos aspectos principales del proyecto.

A modo de complemento o subtítulo, se ha añadido “Cómo afectan a corto y largo plazo?”, ya que era importante remarcar que este tipo de relaciones tienen consecuencias diferentes a corto y largo plazo, por lo que era imprescindible añadirlo en la titulación final del proyecto.

# Sinopsis

Las relaciones interpersonales, de igual forma que el resto de ámbitos, han evolucionado con la tecnologías hasta el día de hoy, dando paso a las aplicaciones de *dating*. En 2020, con la pandemia de la COVID-19 y las posteriores restricciones, el uso de las aplicaciones de *dating* se disparó hasta un 94%, provocando que un mayor número de personas estableciera una conexión online.

Las aplicaciones de *dating* son la herramienta principal que se usa para establecer relaciones líquidas, es decir, relaciones sin implicaciones sentimentales, ya que más que relaciones, son conexiones que se pueden apagar en cualquier momento. Con el crecimiento de estas apps también ha crecido el porcentaje de relaciones líquidas y sus consecuencias a corto y largo plazo.

Esta serie documental de 6 episodios mostrará 6 testimonios distintos de jóvenes con experiencias muy distintas en las aplicaciones de *dating*, tanto detractores como defensores de las relaciones líquidas y como les han afectado estas a su forma de relacionarse.

# Temática

La temática principal de la serie documental *Tinder y las relaciones líquidas* son las relaciones líquidas, aunque las aplicaciones de *dating* como Tinder también juegan un papel muy importante, ya que son las herramientas principales que se usan para desarrollar ese tipo de relaciones. Por tanto, los dos ejes temáticos principales ya aparecen en el propio título.

Para poder comprender mejor como afectan este tipo de relaciones a la sociedad, la serie documental se centrará en los 6 testimonios de los protagonistas. Los seis tienen una situación, opinión y experiencia muy distintas, y es por ello que se complementan los unos a los otros y ofrecen un punto de vista más amplio sobre la temática.

# Póster

El póster era uno de los elementos más importantes a tener en cuenta, ya que el público objetivo al que va dirigido (entre 18 y 35 años) es un público muy visual, por lo que tenía que llamar la atención pero a la vez no estar sobrecargado.

En las primeras versiones del póster, la intención era simular una conversación con los elementos y títulos del póster, pero una vez realizado no acababa de llamar la atención ni de tener la apariencia deseada y esperada. Por tanto, cogiendo la misma idea de la conversación y, en relación con la temática de la serie documental, se desarrolló una conversación ficticia donde se podía observar un inicio de una conversación en Tinder que seguramente derivaría en una relación líquida. Este punto de realismo le daba la energía necesaria al diseño, ya que, la serie documental trata testimonios reales, así que este punto de realismo que aporta la conversación “real” en un móvil realista va en consonancia total con la temática.

Una vez creado el diseño realista del móvil con la conversación, era necesario colocar el resto de elementos de una forma coherente. Así pues, sobre un fondo negro, para elaborar un diseño sobrio, sencillo y a la vez algo intrigante (como las conversaciones con desconocidos), aparecen el título del documental, un eslogan y el nombre del director. Los colores escogidos, blancos y fucsias están sacados de la aplicación de Tinder y siguen el mismo estilo y diseño. Finalmente, el eslogan “¿has conseguido swipear al amor?” hace un juego de palabras llamativo con un término de la app (swipear) y haciendo referencia al término de las relaciones líquidas, preguntando al espectador si ha conseguido crear un vínculo estable.

**¿HAS CONSEGUIDO SWIPEAR AL AMOR?**



# **tinder Y LAS RELACIONES LÍQUIDAS**

**¿CÓMO AFECTAN A CORTO Y LARGO PLAZO?**

**Una serie documental de PAU MATEOS SABATÉ**



# Ficha técnica

<b>Título</b>	Tinder y las relaciones líquidas
<b>Género</b>	Serie Documental
<b>Temática</b>	Relaciones líquidas
<b>País de origen</b>	España
<b>Año</b>	2022
<b>Duración por capítulo</b>	15-20 minutos
<b>Duración total</b>	90-120 minutos
<b>Dirección</b>	Pau Mateos Sabaté
<b>Guion</b>	Pau Mateos Sabaté
<b>Producción</b>	Pau Mateos Sabaté
<b>Diseño</b>	Pau Mateos Sabaté

Tabla de ficha técnica del proyecto de la serie documental *Tinder y las relaciones líquidas*.  
2022. Elaboración propia.

# Enfoque

El eje principal de la serie documental *Tinder y las relaciones líquidas* son los seis testimonios de los protagonistas respecto a su experiencia con las relaciones líquidas, por lo que toda la estructura y enfoque de la serie documental se desarrollará entorno a eso. Para poder sacar el máximo provecho de los testimonios se les realizará una entrevista individual a cada uno.

La entrevista será una guía para el entrevistado, pero al no tratarse de un reportaje, el montaje no será de formato pregunta-respuesta. Se esperan respuestas largas y un testimonio de calidad, ya que el entrevistado no estará respondiendo preguntas, sino que estas preguntas les guiarán para poder contarnos toda su experiencia con este tipo de relaciones. Las entrevistas tendrán una duración de unos 20-30 minutos, y luego se editaran y cortaran para adecuarse a la duración del episodio, entre 15 y 20 minutos. Por tanto, pese a realizarse una entrevista, en ningún momento aparecerá este formato de pregunta-respuesta en el montaje final y las respuestas.

Las cuestiones que se tratan en la serie documental no irán acompañadas de la opinión de ningún experto ni de estudios, ya que el documental pretende reflejar la experiencia de la población al usar este tipo de aplicaciones y relacionarse en base a los testimonios reales de personas normales, ya que nadie más va a saber más como afecta que los propios usuarios.

Cada episodio tendrá de protagonista una persona distinta con un enfoque diferente, ya que pese a que los estudios avisan de las consecuencias malas de este tipo de relaciones, estas tienen defensores y detractores, por lo que era importante ver los dos puntos de vista. El conjunto de capítulos se caracteriza por la multiperspectiva, ya que el grupo de jóvenes escogido es una representación de la sociedad y sus distintas formas. Cada uno tiene una perspectiva distinta y su vivencia ha sido diferente, ya sea por su condición, sus objetivos o su forma de establecer conexiones. Es esencial dar importancia al testimonio de cada uno y no “contaminarlo” con ningún otro. ¿Quién puede explicar mejor como afectan las relaciones líquidas a corto y largo plazo que las propias personas que han utilizado estas aplicaciones?

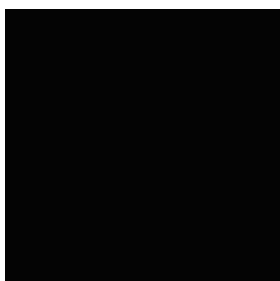
- En el primer capítulo “CLAUDIA”, la protagonista será Claudia, una joven lesbiana de 22 años que después de sufrir durante años por las relaciones líquidas consiguió a través de Tinder establecer una relación con su actual pareja Laura. Ambas tuvieron que superar muchos miedos y problemas de Claudia, derivadas de las relaciones líquidas que había tenido anteriormente. Además, a diferencia de los otros capítulos, este primer capítulo tendrá una breve introducción explicativa y didáctica sobre que son las relaciones líquidas y como afectan a las relaciones interpersonales en la actualidad.

- El segundo capítulo “SERGIO” será protagonizado por Sergio, un chico gay de 23 años defensor de las relaciones líquidas. Este episodio será una contraposición al primero, ya que esta serie documental busca representar todas las realidades en la actualidad, tanto de los defensores de las relaciones líquidas como en los detractores. En este episodio profundizaremos sobre la experiencia de Sergio en las relaciones líquidas y el porqué las defiende y las practica.
- El tercer capítulo llamado “AURORA”, tendrá de protagonista a Aurora, una chica heterosexual de 22 años con una gran experiencia en Tinder y las apps de *dating*. En este episodio profundizaremos sobre la dificultad de establecer vínculos en estas aplicaciones, ya que pese que Aurora ha intentado establecer conexiones fructíferas con los hombres de estas aplicaciones no ha tenido mucha suerte. Veremos como afecta a una persona la constante ruptura de vínculos.
- En el cuarto capítulo “JOEL”, el protagonista será Joel, un joven bisexual de 23 años que no busca una relación romántica estable con alguien, pero si que le gustaría poder crear vínculos con otras personas en este tipo de aplicaciones y hacer amigos. En este episodio profundizaremos sobre la dificultad de crear vínculos de amistad en las aplicaciones de *dating*, ya que los vínculos románticos no son los únicos que pueden crearse al conocer gente por internet. Veremos como afectan las relaciones líquidas a la hora de buscar nuevas amistades.
- El quinto capítulo “ADRI” será protagonizado por Adrián, un joven gay de 20 años que ha intentado buscar el amor en este tipo de aplicaciones pero no ha conseguido encontrar un vínculo lo suficientemente fuerte como para dar ese paso. Adrián prefiere tomarse su tiempo a la hora de conocer a alguien, ya que es más lento a la hora de tener sentimientos, se denomina “de la vieja escuela” a la hora de crear conexiones. Veremos como las relaciones líquidas afectan a una persona a la que le cuesta desarrollar sus sentimientos fácilmente y si las aplicaciones de *dating* son las más recomendables para estos casos.
- Finalmente, a modo de cierre, el sexto y último capítulo “RENÉ” tendrá de protagonista a René, un chico transexual de 20 años que no solo ha tenido que luchar con los prejuicios de su género, sino también con la dificultad de sentirse comprendido y establecer vínculos a través de estas aplicaciones. En este capítulo profundizaremos sobre su experiencia personal en estas aplicaciones cuando se mostraba mujer y como han cambiado ahora estas aplicaciones al ser el mismo y mostrarse como hombre. ¿Habrá sido más difícil establecer vínculos fuertes ahora que se ha podido mostrar tal y como es?

# Estética

Siguiendo con la misma temática del póster, la estética de la serie documental será sobria y minimalista, con 4 colores principales y con una intención de crear un cierto aspecto de intriga, de igual forma que se siente al hablar con un desconocido por primera vez, un tono de misterio.

La estética de la serie documental será la misma en todas sus variantes, es decir, tanto en el póster, como en la promoción y como en la estructura del reportaje se utilizará la misma gama de colores y se jugará con este cierto misterio de hablar con alguien por primera vez. Por tanto, los colores escogidos, siguiendo la gama cromática de Tinder han sido:



#000000

El color negro es un básico esencial para cualquier producción. Los tonos oscuros ayudan a crear la estética de misterio y sobriedad que se quiere conseguir con el proyecto.

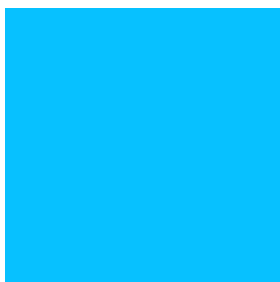
#FFFFFF

Junto al negro es un color básico para cualquier proyecto. La contraposición con el color blanco de los demás colores ayudará a crear la estética Tinder que se busca conseguir.



#F53471

Este tono de fucsia es el tono de Tinder por excelencia. En menor medida que los anteriores dos jugará un papel importante en la estética del proyecto, ya que un uso excesivo puede sobrecargar.



#07C1FF

Es el tono de los chats y verificados de Tinder. Pese a que tendrá la presencia más pequeña de todas, su uso será esencial para la creación de la estética Tinder junto con el blanco y el fucsia.

\*Tonos y códigos de color HTML extraídos de <https://html-color-codes.info>

# Luz

La iluminación es un aspecto importante a tener en cuenta a la hora de realizar un proyecto como el presente. Para seguir la estética y la estructura de los otros elementos, la iluminación también seguirá el camino de la sobriedad y la sencillez. La serie documental se basa en las seis entrevistas, las cuales tendrán luz natural, además de un foco circular que acabe de equilibrar la luz del plano.

Ya que se busca sinceridad y transparencia en los testimonios, el ambiente escogido debe ir acorde a estos conceptos, por lo que la luz del entorno natural cobrará una gran importancia. Así pues, cada testimonio estará iluminado por luz natural y con la ayuda de un foco para equilibrar todo el conjunto.

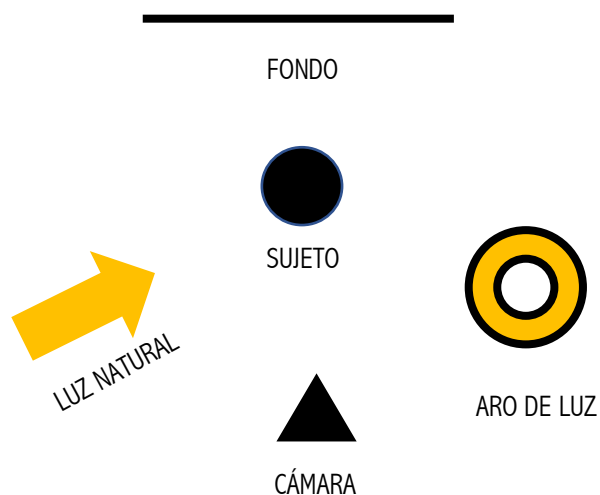


## Aro de luz led SWISS+GO Y TRÍPODE

Al tratarse de un proyecto independiente el material escogido tiene un presupuesto bajo. Este aro de luz de SWISS+GO es una opción perfecta, ya que dispone de 10 tonos de luz de más fría a más cálida para poder complementar y equilibrar la luz natural del plano de forma satisfactoria.

Aro de luz led swiss+go y trípode.  
Extraído de: <https://swissgo.tech>

La estructuración de la iluminación entonces quedará compensada. Por un parte tendremos la luz natural viniendo de forma directa sobre el protagonista y, para compensar esa luz, pondremos el aro de luz en el lado contrario para contrarrestar el efecto y conseguir más profundidad en el plano. A continuación hay un ejemplo de estructura de iluminación utilizada.



Ejemplo de estructura de iluminación.  
2022. Elaboración propia.

# Sonido

El sonido de la serie documental *Tinder y las relaciones líquidas* tendrá dos protagonistas: los testimonios y la música. Los testimonios serán el principal sonido de los distintos episodios, por lo que, a través de un micrófono, el relato del entrevistado estará en un primer plano y de forma diegética, es decir, el sonido que proviene de la propia grabación.

Por otra parte, el uso de canciones para acompañar al testimonio y las distintas imágenes de los episodios tendrá un peso bastante importante. Las canciones escogidas siguen con la estética del documental y, por tanto, serán sobrias y a la vez con un toque de misterio. La música tendrá una gran importancia, ya que el público objetivo al que va dirigido es muy audiovisual, por lo que el uso de las canciones hará que el conjunto quede más atractivo y, por tanto, se consuma más entre los jóvenes. Estas canciones serán extradiegeticas, es decir, que serán añadidas en post-producción.

# Fuentes

La serie documental *Tinder y las relaciones líquidas* estará construida a partir de fuentes personales, es decir, que la información necesaria se extraerá a través de las experiencias y las vivencias de los seis entrevistados escogidos. No se hará uso de ninguna otra fuente, ya que se priorizará la propia experiencia de los testimonios para llamar la atención del público y para que este último se sienta más representado y entienda mejor el concepto de las relaciones líquidas y como pueden afectar.

Así pues, la serie documental se construirá a partir de seis fuentes personales:



**Claudia Jiménez. 22 años**

Claudia tiene 22 años y es lesbiana. Su mala experiencia con las relaciones líquidas hizo que se derrumbara en un pasado y perdiera la confianza en sí misma. Está en contra de este tipo de relaciones, ya que a largo plazo solo tienen consecuencias negativas. Acabó conociendo a su actual pareja por Tinder y tuvieron que superar juntas muchos de los problemas de Claudia derivados de las relaciones líquidas que había tenido.

Claudia Jiménez. Elaboración propia



Sergio Zafra. Elaboración propia

### Sergio Zafra. 23 años

Sergio tiene 23 años, es estudiante de psicología y se define como gay. Las experiencias a la hora de relacionarse que ha tenido en un pasado han hecho que sea un firme defensor de las relaciones líquidas, ya que no se encuentra con la capacidad de cuidar de alguien y responsabilizarse pero si que quiere conocer gente nueva. Así pues, está a favor de las relaciones líquidas y de la transparencia.



Aurora Fuster. Elaboración propia

### Aurora Fuster. 22 años

Aurora tiene 23 años, es periodista y se define como heterosexual. Ha tenido grandes problemas a la hora de establecer vínculos románticos por este tipo de aplicaciones, ya que según ella ninguno de los chicos de estas aplicaciones busca comprometerse. En un pasado le afectó a su autoestima, pero poco a poco ha sabido sobrellevarlo y ahora es una firme detractora de estas aplicaciones y las relaciones líquidas.



Joel Soto. Elaboración propia

### Joel Soto. 23 años

Joel tiene 23 años, es publicista y se define como bisexual. No se siente preparado para establecer vínculos románticos, pero si que quiere establecer amistades fuertes. Encuentra difícil poder crear conexiones de amistad, ya que la mayoría de gente que conoce por estas aplicaciones le acaba pidiendo algo más. Está a favor de las relaciones líquidas siempre y cuando haya un acuerdo entre ambas partes.



Adrià Molina. Elaboración propia

### Adrià Molina. 20 años

Adrià es un chico de 20 años, estudiante de psicología y un firme detractor de las relaciones líquidas. Prefiere establecer vínculos fuertes y duraderos, y dada su dificultad para tener sentimientos prefiere conocer a las personas de una forma más lenta. Las aplicaciones de *dating* no le han llevado a ninguna parte y las relaciones líquidas que ha tenido en un pasado le afectaron negativamente a su autoestima.



Renee. Elaboración propia

### Renee . 20 años

Renee es un chico transexual de 20 años estudiante de maquillaje. Está en contra de las relaciones líquidas en cierta parte, ya que se ha sentido bastante sexualizado y le ha costado establecer vínculos fuertes. Ahora que se muestra tal y como es, recibe mucha menos atención en las aplicaciones de *dating*, por lo que le es más complicado conocer gente y establecer una relación sólida.

A cada una de las fuentes escogidas se le ha realizado una entrevista para guiar su testimonio, lo que conseguirá que la información y el relato que expliquen sea muy natural y transparente, uno de los principales objetivos de este proyecto.

Pese a que los testimonios son bastante distintos, se ha establecido un eje de preguntas iguales para todos y todas, además de una o dos preguntas exclusivas para cada uno de los casos, lo que hará que todo el conjunto de fuentes tenga un estilo y una estructura similar.



# Localizaciones

Las localizaciones son una parte importante de la estética del proyecto, pero para seguir con la dinámica de este y sus valores (naturalidad y transparencia) las localizaciones escogidas han dependido más de que el testimonio se sintiera cómodo que de la estética en si.

Por tanto, cada uno de los testimonios realiza la entrevista en un lugar de su elección en el que se sienta cómodo y con la libertad para poder abrirse. Es importante este punto, ya que se busca un testimonio de calidad, por lo que el entorno debe acompañar en la comodidad del protagonista para que este pueda ofrecer la mejor versión.



Fragmento entrevista Adrià en el Parque de Pineda de Mar. Elaboración propia

## PARQUE PINEDA DE MAR

En esta localización se desarrollan las entrevistas de Adrià y Renee, ya que ambos han ido juntos muchas veces a este parque y se sienten muy cómodos. La luz natural se compensará con el aro de luz de forma frontal, para equilibrar la luz total de este entorno natural.



Fragmento entrevista Claudia en su propia casa. Elaboración propia

## CASA CLAUDIA JIMÉNEZ

En este espacio se realizan las entrevistas de Claudia y Joel, ambos amigos y que prefieren un lugar más íntimo para poder realizar sus entrevistas de forma cómoda. En esta localización la luz vendrá de forma lateral por una ventana y el aro de luz irá en el otro lateral para contrarrestarla.



Fragmento entrevista Aurora en su propia casa. Elaboración propia

### CASA AURORA FUSTER

Aurora realiza su entrevista en su habitación, con un fondo lleno de fotografías y en la cama. Es en el lugar donde se siente más tranquila y las fotos del fondo aportan color al plano. La luz vendrá de forma lateral por una ventana y el aro de luz irá en el otro lateral para contrarrestarla.



Fragmento entrevista Sergio en su propia casa. Elaboración propia

### CASA SERGIO ZAFRA

Sergio realiza la entrevista en su comedor. Al vivir solo, es el lugar donde pasa más tiempo libre y, por tanto, donde se siente más cómodo. El fondo con el espejo dará profundidad al plano. La luz vendrá de forma lateral y el aro se colocará en el otro para contrarrestar.



Ejemplo imagen que acompaña el testimonio. Elaboración propia

### LOCALIZACIONES MÚLTIPLES

Una suma de varios lugares que aparecerán al grabar las experiencias de los testimonios. Estas imágenes se rodaran para poder entender mejor los testimonios y para dar un resultado más audiovisual que llame la atención de el público objetivo.

# Tipología de planos

Durante la serie documental, habrá un claro predominio de planos medios, es decir, de cintura para arriba, ya que es el encuadre perfecto para poder identificarnos con el sujeto. Da la información exacta que se necesita, ya que podremos ver la reacción del personaje, y su expresividad, pero además también podremos ver más información de este, a través de los movimientos corporales.



Ejemplo de un Plano Medio Corto.  
Recuperado de: <https://cutt.ly/9HT5TIK>



Ejemplo de un Plano Medio Largo.  
Recuperado de: <https://cutt.ly/9HT5TIK>

El plano medio largo, también llamado americano, es “un plano que se centra en la figura humana con más detalle, en este caso se corta a la figura por la cadera, de manera que vemos al personaje de cintura para arriba” (*Tipos de planos cinematográficos*. WOKISEO. 2021). Este tipo de planos tienen su origen en las películas de cine Western, ya que este plano se inventó para poder ver los revólveres que colgaban del cinturón de los personajes.

El plano medio corto, en cambio, es un plano con el que “nos vamos centrando más en el personaje que realiza la acción, en este caso se corta a la figura humana más o menos a la altura de las axilas” (*Tipos de planos cinematográficos*. WOKISEO. 2021). Este plano nos permitirá tener mucha más información de las expresiones del sujeto, por lo que en un proyecto como el de esta serie documental será muy esencial y común, ya que se busca empatizar con el testimonio, por lo que observar las expresiones verbales y no verbales será la clave.

Finalmente, los planos de recreación de situaciones y de grabación de imágenes complementarias del relato, se usará la más adecuada en cada momento. Eso sí, como lo importante es el protagonista, también existirá un gran predominio de los planos cortos.

# Equipo humano

El equipo humano de la serie documental *Tinder y las relaciones líquidas* estará formado prácticamente por el creador del proyecto; Pau Mateos Sabaté, el cual se ocupará de todas las labores de dirección, producción y montaje. Al tratarse de un proyecto independiente y pequeño, la realización del mismo se realizará estructurada de tal forma para que una persona se pueda ocupar de estas labores.

Por otra parte, los técnicos de sonido serán Claudia Jiménez y Adrià Molina, dos compañeros, los cuales ayudaran en que la realización del sonido se haga de forma correcta mediante los micrófonos y las posteriores pruebas. El reparto, finalmente, será formado por los testimonios y por Laura Estévez, la cual aparecerá en las imágenes complementarias del episodio 1 y *teaser* para escenificar ciertas situaciones. Marina Justo, maquilladora profesional y compañera, dará los toques finales a los protagonistas para evitar luces demasiado fuertes y que la apariencia del entrevistado sea la mejor.

Dirección	Pau Mateos Sabaté
Guion	Pau Mateos Sabaté
Producción	Pau Mateos Sabaté
Dirección de fotografía	Pau Mateos Sabaté
Operador de cámara	Pau Mateos Sabaté
Técnico de iluminación	Pau Mateos Sabaté
Técnico de sonido	Claudia Jiménez / Adrià Molina
Reparto	Claudia Jiménez, Laura Estévez, Sergio Zafra, Joel Soto, Aurora Fuster, Adrià Molina y Renee
Maquillaje y peluquería	Marina Justo
Catering	Pau Mateos Sabaté
Montaje y edición	Pau Mateos Sabaté

Tabla de del equipo humano que participará en la serie documental *Tinder y las relaciones líquidas*. 2022. Elaboración propia.

Al tratarse de un proyecto de fin de grado el equipo técnico será el justo y necesario. Si este proyecto se realiza finalmente por un estudio profesional, habría que añadir operadores de cámara, técnicos de iluminación y ayudantes, ya que el presupuesto sería mucho mayor. Por tanto, habría que sumar:

Operador de cámara 1	Técnico 1 de agencia
Operador de cámara 2	Técnico 2 de agencia
Técnico de iluminación	Técnico 3 de agencia
Técnico de sonido	Técnico 4 de agencia
Ayudante de dirección	Técnico 5 de agencia

Tabla del equipo humano con coste añadido que participará en la serie documental *Tinder y las relaciones líquidas*. 2022. Elaboración propia.

## Equipamiento

Como en el apartado anterior, el equipamiento de la serie documental *Tinder y las relaciones líquidas* será distinto si el proyecto consigue luz verde y lo desarrolla una productora con un mayor presupuesto, por lo que diferenciaremos entre el equipamiento real del Trabajo de Fin de Grado y el del proyecto en el caso de tener un mayor presupuesto.

### Equipamiento proyecto TFG



#### CANON EOS 250D

Cámara CANON EOS 250D

Recuperado de: <https://www.canon.es/cameras/eos-250d/>



#### MICRÓFONO DE CORBATA

Micrófono Solapa, MOMAN S6 Micro

Recuperado de: <https://amazon.es>



### ARO DE LUZ

Luz de Anillo LED de 12" con trípode  
Recuperado de: <https://amazon.es>



### TRÍPODE 127CM

Trípode ligero de 127cm con funda  
Recuperado de: <https://amazon.es>

## Equipamiento proyecto productora



### PANASONIC AG-UH90 4K

Cámara Panasonic AG-UH90 4K  
Recuperado de: <https://www.avisualpro.es/>



### TRÍPODE MANFROTTO

Trípode Manfrotto 509HD-545GBK  
Recuperado de: <https://www.avisualpro.es/>



### FOCOS LED

Kit 3 focos LED bicolor FalconEyes LPS-2100CTR  
Recuperado de: <https://www.avisualpro.es/>





### MICRO DE CORBATA

Micrófono inalámbrico de corbata Sennheiser  
 Recuperado de: <https://www.avisualpro.es/>



### REFLECTOR

Soporte regulable Lastolite para reflectores  
 Recuperado de: <https://www.avisualpro.es/>

El material se alquilará en la empresa AVISUALPRO.ES, ya que ofrece unas condiciones y precios bastante competitivos. El transporte es gratuito, los horarios muy amplios y existe una tarifa de fines de semana en la que solo pagas por un día, por lo que finalmente acaba saliendo más rentable que en páginas que ofrecen el mismo producto.

# Presupuesto

## Presupuesto del equipo técnico para grabar la serie documental

Producto	Modelo	Unidad	Duración	C/U día	IVA	Seguro	Coste Total
Cámara de video	Panasonic AG-UX90 4k	1	14 días	44,57 €	131,04 €	37,44 €	792,48 €
Tripode Manfrotto	Tripode 509HD-545GBK	1	14 días	19,50 €	57,34 €	16,38 €	346,72 €
Focos Led	KIT 3 Focos Led Bicolor	1	14 días	22,28 €	65,52 €	18,72 €	396,24 €
Micrófono de corbata	Micrófono Sennheiser	1	14 días	19,50 €	57,34 €	16,38 €	346,72 €
Reflector	Soporte regulable Lastolite	1	14 días	5,57 €	16,38 €	4,68 €	99,06 €
<b>Coste Total</b>		<b>5</b>	<b>14 días</b>	<b>111,42 €</b>	<b>327,62 €</b>	<b>93,60 €</b>	<b>1.981,22 €</b>

Tabla presupuesto del equipo técnico para grabar la serie documental. 2022. Elaboración propia.

### Presupuesto real del equipo técnico para grabar la serie documental

Producto	Modelo	Unidad	Coste Total
Cámara de vídeo	CANON EOS 250D	1	749,00 €
Tripode	Tripode 127cm	1	19,45 €
Luz de aro	Luz de Anillo Led	1	37,99 €
Micro de corbata	Micrófono MOMAN S6	1	26,99 €
<b>Coste Total</b>			<b>833,43 €</b>

Tabla presupuesto real del equipo técnico para grabar la serie documental. 2022. Elaboración propia.

### Presupuesto de los servicios necesarios para la serie documental

Servicio	Persona	Duración	Coste / H	Coste Total
Operador de Cámara	2	14 días 3/h día	55,00 €	2.310,00 €
Técnico de Iluminación	1	14 días 3/h día	40,00 €	1.680,00 €
Técnico de Sonido	1	14 días 3/h día	12,00 €	504,00 €
Ayudante de dirección	1	14 días 3/h día	49,00 €	2.058,00 €
Maquilladora	1	14 días 2/h día	12,00 €	336,00 €
<b>Coste Total</b>		<b>14 días</b>	<b>168,00 €</b>	<b>6.888,00 €</b>

Tabla presupuesto de los servicios necesarios para la serie documental. 2022. Elaboración propia.



## Presupuesto del plan de social media para la serie documental

Plan de Social Media	Unidades	C/U	Coste Total
Publicidad en Instagram	120	450€ (1000 clicks)	54.000 €
Publicidad en Twitter	4	5.000€ (1 mes)	20.000 €
Publicidad en TikTok	120	40 €	4.800 €
Publicidad en Televisión en Prime Time	10	5.600€ (Spot 20 s.)	56.000 €
<b>Coste Total</b>		<b>134.800,00 €</b>	

Tabla presupuesto del plan de social media para la serie documental.  
2022. Elaboración propia.

## Presupuesto de los programas de edición y música para la serie documental

Servicio	Modelo	Unidad	Duración	C/U	Coste Total
Programa de edición de vídeo	Final Cut PRO X	1	limitada	300 €	300 €
Programa de edición de audio	Adobe Audition	1	2 meses	24,19€ mes	48 €
Música	Twisted Games. Night Panda	1	30 seg	39 €	39 €
Música	Zombie. Damned Anthem	1	Entera	89 €	89 €
Música	Check It Out. The Larceny	1	1 min	49 €	49 €
Música	Going Home. The Score	1	Entera	99 €	99 €
Música	Where We Come Alive. Ruelle	1	45 seg.	45 €	45 €
Música	Como Tú. Lali	1	45 seg.	40 €	40 €
Música	Miss You. Jérémie Makiese	1	45 seg.	30 €	30 €
Música	She Said. Fletcher	1	45 seg.	35 €	35 €
Música	Dandelions. Ruth B.	1	45 seg.	60 €	60 €
Música	In the End-Mellen Gi Remix. Fleurie	1	45 seg.	35 €	35 €
<b>Coste Total</b>				<b>869 €</b>	

Tabla presupuesto de los programas de edición y música para la serie documental.  
2022. Elaboración propia.

El material se alquilará en la empresa AVISUALPRO.ES, ya que ofrece unas condiciones y precios bastante competitivos, además de añadir el IVA y seguro en todos los productos. Por su parte, los servicios necesarios para la realización del documental vendrán de la empresa Camaleó en Barcelona, la cuál también incluye el Seguro de Accidentes y el Seguro de Responsabilidad Civil en el precio de los técnicos que se decida contratar, por lo que el precio será fijo.

Por su parte, podemos observar que la parte más cara es el presupuesto de distribución, ya que los anuncios en redes, en los cuales caerá el mayor peso de la promoción, no tienen un precio adaptado a productos independientes, por lo que el precio de la campaña será la misma que la de un producto audiovisual en estas plataformas. Instagram se lleva el mayor presupuesto, con 1 anuncio en cada uno de los 4 meses que durará la promoción.

Finalmente, por lo que hace a los recursos audiovisuales necesarios, se ha incluido el precio por el uso de canciones en los spots, ya que llamarán más la atención en los espectadores. Respecto a las canciones que se usaran durante el proyecto, las melodías se escogerán de bancos gratuitos y de packs en empresas, por lo que el presupuesto en música irá mayormente enfocado a los promocionales.

El presupuesto total de la serie documental Tinder y las relaciones líquidos si contara con el apoyo de una distribuidora sería de 145.372€, la mayor parte de este dedicado a la promoción en redes, por lo que ese dinero luego se recuperará con el éxito del documental.

<b>Presupuesto Total</b>	<b>145.372 €</b>
--------------------------	------------------

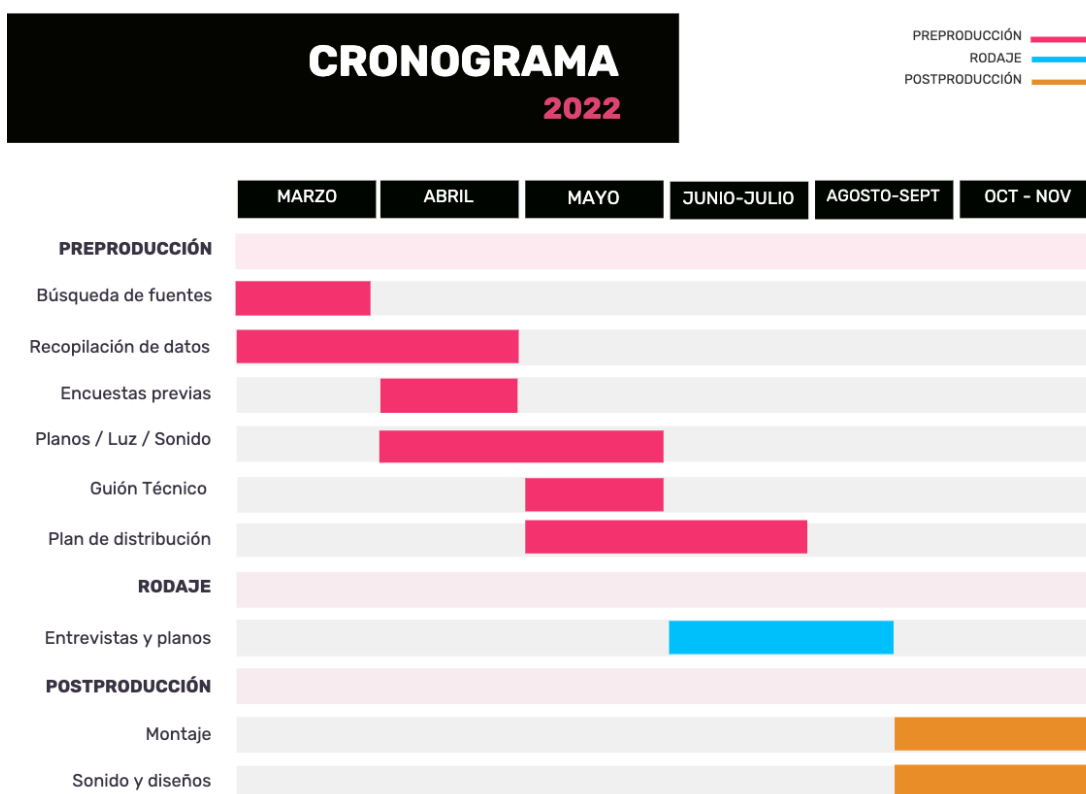
Al tratarse de un trabajo de fin de grado el presupuesto es mínimo, por lo que contando el equipo que se ha usado para rodar las entrevistas, tendríamos un presupuesto de 833€, destacando sobretodo el precio de la cámara que se ha usado.

<b>Presupuesto Total Real</b>	<b>833 €</b>
-------------------------------	--------------

# Plan de producción

Es necesaria la creación de un plan de producción concreto que establezca la organización y distribución temporal de todas las tareas que implica la realización de la serie documental, ya que se necesitará estructurar el equipo humano y presupuestos entorno a ello. Todas las labores de preproducción, que son en las cuales se basa este proyecto, se han realizado entre los meses de marzo y abril. Entre estas labores se encuentra todo el trabajo previo a la grabación y el montaje, desde la búsqueda de fuentes y recopilación de datos, hasta la elaboración de una propuesta de guion técnico del primer episodio. Es muy necesaria la labor de documentación previa, ya que la estructura del documental irá determinada por ello, además de que a la hora de redactar las entrevistas para guiar los testimonios hay que tener un conocimiento básico sobre la temática.

Después de las labores de preproducción se ha realizado un estimado de la duración de las otras dos tareas, es decir, la grabación del proyecto y la post-producción. El tiempo de grabación estimado se realizaría los meses de verano, mientras que la post-producción ocuparía los últimos 4 meses del año. Al ser un proyecto de 6 episodios, cada uno deberá tener un montaje cuidadoso y acorde con el resto, por lo que será preferible un tiempo de post-producción estimado bastante largo. En este último proceso, se realizará la edición, corrección de color y de sonido, además de la colocación de elementos externos en el montaje de la serie documental.



Cronograma serie documental *Tinder y las relaciones líquidas*. 2022. Elaboración propia.

# Guion técnico

La serie documental *Tinder y las relaciones líquidas* es un proyecto que depende totalmente de las respuestas y los testimonios de los entrevistados, por lo que el guion técnico previo se ha realizado a modo de ejemplo a partir de las preguntas y las posibles respuestas. Al no tratarse de un formato pregunta-respuesta habitual, la estructura final puede variar respecto a este.

El guion técnico del primer episodio, además de contar a diferencia de los demás con unos primeros planos explicativos para situar al espectador sobre que son las relaciones líquidas, servirá como modelo para el resto de episodios, los cuales tendrán un formato similar, dependiendo evidentemente del testimonio final del protagonista. Las canciones, eso sí, serán diferentes en cada episodio, atendiendo a la temática del mismo y el relato del entrevistado.

Nº	Plano	Transición	Grafismo	Descripción	Texto	Sonido	Observaciones	Tiempo	Tiempo Total
1	PG	-	-	Adolescente sentado en la cama hablando por Tinder con alguien.	-			0:00:10	0:00:10
2	PM	ZOOM IN	Mensajes de Tinder	El plano cada vez se acerca más. Para centrarnos en la adolescente.	Conversación de Tinder con alguien	Chat Tinder PP Música 2P Risitas 3P	Canción <i>Infinity</i> de Broken Elegance	0:00:10	0:00:20
3	PP	ZOOM IN	Mensajes de Tinder	Ya en primer plano, vemos la sonrisa y las expresiones de la adolescente.				0:00:10	0:00:30
4	PP	-	Se disuelven los mensajes	La cara de la adolescente cambia y se pone seria. La acaban de bloquear.	-	-	El silencio marcará el dramatismo de la escena	0:00:10	0:00:40
5	PM	ZOOM IN	-	La adolescente se queda triste en la cama y sola. Mientras la cámara se aleja y pasa el plano a fundido en negro	-	Música PP	Escena más oscura, con menos iluminación. / Sonido de tensión in crescendo	0:00:10	0:00:50
6	PG	FUNDIDO EN NEGRO	-		-			0:00:10	0:01:00
7	-	-	-	Pantalla en negro	-	-	Silencio de repente	0:00:05	0:01:05
8	-	-	-	Aparece en un fondo negro el título de la serie documental en blanco	Tinder y las relaciones líquidas	Música PP	Canción <i>Coast</i> de Ghost	0:00:13	0:01:18
9	-	-	-	Siguiendo el mismo formato, desaparece el título y aparece. el director del proyecto	Una serie documental de Pau Mateos			0:00:08	0:01:26
10	-	-	-	Pantalla en negro	-	-	-	0:00:02	0:01:28
11	-	-	-	Aparece el logo de la plataforma de distribución	En colaboración con PRIME VIDEO	-	-	0:00:05	0:01:33
12	-	-	-	Pantalla en negro	-	-	-	0:00:02	0:01:35
13	PM	-	Animaciones	Animación de una persona hablando por una aplicación de dating. Fondo negro	Las relaciones interpersonales, de igual forma que el resto de ámbitos, han evolucionado con la tecnologías hasta el día de hoy, dando paso a las aplicaciones de dating.	Voz en off PP Música 2P Sonidos 3P	Canción <i>A magical journey</i> de Leonell Cassio	0:00:15	0:01:50

Nº	Plano	Transición	Grafismo	Descripción	Texto	Sonido	Observaciones	Tiempo	Tiempo Total
14	PM	-	Animaciones	Animación de un gráfico subiendo con el porcentaje de subida, Fondo negro.	En 2020, con la pandemia de la COVID-19 y las posteriores restricciones, el uso de las aplicaciones de dating se disparó hasta un 94%, provocando que un mayor número de personas estableciera una conexión online.	Voz en off PP Musica 2P Sonidos 3P	Canción <i>A magical journey</i> de Leonell Cassio	0:00:20	0:02:10
15	PM	-	Animaciones	Animación de una persona dejando de hablar con alguien para coger el móvil	Las aplicaciones de dating son la herramienta principal que se usa para establecer relaciones líquidas,	Voz en off PP Musica 2P Sonidos 3P	Canción <i>A magical journey</i> de Leonell Cassio	0:00:10	0:02:20
16	PM	-	Animaciones	Animación de la otra persona desapareciendo mientras la otra coge el móvil	es decir, relaciones sin implicaciones sentimentales, ya que más que relaciones, son conexiones que se pueden apagar en cualquier momento.	Voz en off PP Musica 2P Sonidos 3P	Canción <i>A magical journey</i> de Leonell Cassio	0:00:15	0:02:35
17	PM	FUNDIDO EN NEGRO	Animaciones	Animación de la persona que ha cogido el teléfono sola tecleando	Con el crecimiento de estas apps también ha crecido el porcentaje de relaciones líquidas y sus consecuencias a corto y largo plazo.	Voz en off PP Musica 2P Sonidos 3P	Canción <i>A magical journey</i> de Leonell Cassio	0:00:12	0:02:47
18	-	-	-	Pantalla en negro	-	-	-	0:00:03	0:02:50
19	-	FUNDIDO EN NEGRO	Título	Aparición del título del capítulo en fondo negro con letras en blanco grandes	CLAUDIA	Música PP Sonido 2P	Canción Little Things de Niwel	0:00:10	0:03:00
20	-	-	-	Pantalla en negro	-	Música PP Sonido 2P	Canción Little Things de Niwel	0:00:02	0:03:02
21	PM	-	-	Fragmento de la entrevista mientras dice su nombre y edad	Claudia hace la presentación, explicando como es su forma de relacionarse y que opina de las relaciones líquidas	Claudia PP Música 2P	Canción Little Things de Niwel	0:00:08	0:03:10
22	PM	-	Fragmento de la entrevista mientras explica que estudia y como se relaciona	Claudia PP Música 2P		Canción Little Things de Niwel	0:00:15	0:03:25	
23	PM	FUNDIDO EN NEGRO	-	Fragmento de la entrevista mientras explica que opina de las relaciones líquidas		Claudia PP Música 2P	Canción Little Things de Niwel	0:00:25	0:03:50

Nº	Plano	Transición	Grafismo	Descripción	Texto	Sonido	Observaciones	Tiempo	Tiempo Total
24	-	-	-	Pantalla en negro	-	Música 3P	Canción Little Things de Niwel	0:00:03	0:03:53
25	PM	-	-	Fragmento de la entrevista	Claudia explica que opina sobre las relaciones líquidas	Claudia PP Música 2P	Canción Little Things de Niwel	0:00:15	0:04:08
26	PM	-	Imagen de Claudia de espaldas, en un restaurante simulando una cita con alguien	Claudia PP Música 2P Voces 3P		Canción Little Things de Niwel	0:00:20	0:04:28	
27	PP	-	Plano de la cara de Claudia contenta en la cena	Claudia PP Música 2P Voces 3P		Canción Little Things de Niwel	0:00:15	0:04:43	
28	PM Lateral	-	La cena de Claudia desde el lateral para ver mejor la cena	Voz en off PP Música 2P Sonidos 3P		Canción Little Things de Niwel <sup>3</sup>	0:00:40	0:05:23	
29	PM	-	Fragmento de la entrevista	Claudia PP Música 2P		Canción Little Things de Niwel	0:00:15	0:05:38	
30	PM	ZOOM IN	-	Claudia en su habitación aburrida mirando el móvil	Claudia explica que porqué decidió instalarse Tinder	Claudia PP Música 2P Sonidos 3P	Canción Little Things de Niwel	0:00:15	0:05:53
31	PD	-	-	Claudia clicca en el móvil para descargar Tinder		Claudia PP Música 2P Sonidos 3P	Canción Little Things de Niwel	0:00:10	0:06:03
32	PP	-	-	Claudia tiene una cara curiosa y con ganas de empezar		Claudia PP Música 2P Sonidos 3P	Canción Little Things de Niwel	0:00:05	0:06:08
33	PM	-	Mensajes de Tinder	Claudia PP Música 2P Sonidos 3P		Canción Little Things de Niwel	0:00:30	0:06:38	
34	PM	-	-	Fragmento de la entrevista	Claudia explica como se sintió la primera vez que hablo con alguien en estas aplicaciones	Claudia PP Música 2P	Canción <i>Unconditionally</i> de Broken Elegance	0:00:15	0:06:53
35	PML	-	-	Claudia de fiesta sentada en un sofá con sus amigas		Claudia PP Música 2P Voces 3P	Canción <i>Unconditionally</i> de Broken Elegance	0:00:10	0:07:03
36	PD	-	-	Claudia saca su teléfono		Claudia PP Música 2P Voces 3P	Canción <i>Unconditionally</i> de Broken Elegance	0:00:05	0:07:08
37	PD	-	-	Claudia abre Tinder		Claudia PP Música 2P Voces 3P	Canción <i>Unconditionally</i> de Broken Elegance	0:00:05	0:07:13

Nº	Plano	Transición	Grafismo	Descripción	Texto	Sonido	Observaciones	Tiempo	Tiempo Total
38	PD	-	-	Claudia empieza con sus amigas a <i>swipear</i>	Claudia explica como se sintió la primera vez que hablo con alguien en estas aplicaciones	Claudia PP Música 2P Voces 3P	Canción <i>Unconditionally</i> de Broken Elegance	0:00:08	0:07:21
39	PML	-	-	Las amigas están riendo y haciéndolo juntas		Claudia PP Música 2P Voces 3P	Canción <i>Unconditionally</i> de Broken Elegance	0:00:12	0:07:33
40	PD	-	Mensajes de Match	Claudia da match con Laura		Claudia PP Música 2P Sonidos 3P	Canción <i>Unconditionally</i> de Broken Elegance	0:00:05	0:07:38
41	PM	-	Mensajes de Tinder	Claudia está contenta y empieza a hablar con ella mientras sus amigas hablan entre ellas		Claudia PP Música 2P Sonidos 3P	Canción <i>Unconditionally</i> de Broken Elegance	0:00:30	0:08:08
42	PM	-	-	Fragmento de la entrevista	Claudia explica su primera relación líquida	Claudia PP Música 2P	Canción de <i>Control Instrumental</i> de Zoe Wees	0:00:15	0:08:23
43	PML	-	-	Claudia en el colegio, mira al chico con el que habla		Claudia PP Música 2P Voces 3P	Canción de <i>Control Instrumental</i> de Zoe Wees	0:00:10	0:08:33
44	PML	-	-	Claudia y el chico se saludan		Claudia PP Música 2P Voces 3P	Canción de <i>Control Instrumental</i> de Zoe Wees	0:00:05	0:08:38
45	PM	-	Mensajes de Whatsapp	Claudia en casa hablando con el chico		Claudia PP Música 2P Sonidos 3P	Canción de <i>Control Instrumental</i> de Zoe Wees	0:00:30	0:09:08
46	PD	-	Mensajes de Whatsapp	Mensajes de Claudia y el chico donde dice que está gorda		Claudia PP Música 2P Sonidos 3P	Canción de <i>Control Instrumental</i> de Zoe Wees	0:00:05	0:09:13
47	PM	-	-	Claudia mirándose al espejo llornado		Claudia PP Música 2P	Canción de <i>Control Instrumental</i> de Zoe Wees	0:00:20	0:09:33
48	PP	-	-			Claudia PP Música 2P	Canción de <i>Control Instrumental</i> de Zoe Wees	0:00:10	0:09:43
49	PM	-	-	Fragmento de la entrevista		Claudia explica su segunda relación líquida	Claudia PP Música 2P	Canción de <i>Control Instrumental</i> de Zoe Wees	0:00:15
50	PML	-	-	Simulación de Claudia pasando la tarde con Guillem	Claudia PP Música 2P Voces 3P		Canción de <i>Control Instrumental</i> de Zoe Wees	0:00:20	0:10:18
51	PG	-	-	Simulación de la fiesta y ambos discutiendo	Claudia PP Música 2P Voces 3P		Canción de <i>Control Instrumental</i> de Zoe Wees	0:00:15	0:10:33



Nº	Plano	Transición	Grafismo	Descripción	Texto	Sonido	Observaciones	Tiempo	Tiempo Total
52	PD	-	-	Claudia llora en la entrevista y hay que parar		Claudia PP Música 2P	Canción de <i>Control Instrumental</i> de Zoe Wees	0:00:15	0:10:48
53	PM	-	-	Simulación de Claudia dedicándose tiempo a si misma y mejorando		Claudia PP Música 2P Voces 3P	Canción de <i>Control Instrumental</i> de Zoe Wees	0:00:25	0:11:13
54	PM	-	-	Fragmento de la entrevista	Claudia explica su tercera relación líquida	Claudia PP Música 2P	Canción de <i>Secrets and Lies Instrumental</i> de Ruelle	0:00:15	0:11:28
55	PML	-	-	Simulación de Claudia hablando por teléfono con Paula		Claudia PP Música 2P Voces 3P	Canción de <i>Secrets and Lies Instrumental</i> de Ruelle	0:00:15	0:11:43
56	PG	-	-	Simulación de Claudia y Paula pasando la tarde juntas		Claudia PP Música 2P Voces 3P	Canción de <i>Secrets and Lies Instrumental</i> de Ruelle	0:00:30	0:12:13
57	PD	-	Mensajes de Whatsapp	Paula le manda un mensaje a Claudia dejándola		Claudia PP Música 2P Sonidos 3P	Canción de <i>Secrets and Lies Instrumental</i> de Ruelle	0:00:05	0:12:18
58	PM	-	-	Claudia triste en la cama		Claudia PP Música 2P Sonidos 3P	Canción de <i>Secrets and Lies Instrumental</i> de Ruelle	0:00:15	0:12:33
59	PM	-	-	Fragmento de la entrevista		Claudia PP Música 2P	Canción de <i>Secrets and Lies Instrumental</i> de Ruelle	0:00:15	0:12:48
60	PML+	-	-	Claudia mirándose al espejo mal	Claudia explica como le han afectado las relaciones líquidas a la forma de relacionarse	Claudia PP Música 2P	Canción de <i>Secrets and Lies Instrumental</i> de Ruelle	0:00:10	0:12:58
61	PG	-	-	Claudia triste en la cama		Claudia PP Música 2P	Canción de <i>Secrets and Lies Instrumental</i> de Ruelle	0:00:10	0:13:08
62	PG	-	-	Claudia fumando y bebiendo		Claudia PP Música 2P Voces 3P	Canción de <i>Secrets and Lies Instrumental</i> de Ruelle	0:00:15	0:13:23
63	PG	-	-	Claudia andando lento triste por la calle		Claudia PP Música 2P Voces 3P	Canción de <i>Secrets and Lies Instrumental</i> de Ruelle	0:00:10	0:13:33
64	PG	-	-	Claudia ausente estando con sus amigos		Claudia PP Música 2P Voces 3P	Canción de <i>Secrets and Lies Instrumental</i> de Ruelle	0:00:20	0:13:53
65	PM	-	-	Fragmento de la entrevista	Claudia PP Música 2P	Canción de <i>Another Love Instrumental</i> de Tom Odell	0:00:15	0:14:08	

Nº	Plano	Transición	Grafismo	Descripción	Texto	Sonido	Observaciones	Tiempo	Tiempo Total
66	PG	-	-	Simulación de la tarde que pasaron Claudia y Laura	Claudia explica que le hizo confiar en su actual problema y las dificultades que han tenido	Claudia PP Música 2P Voces 3P	Canción de <i>Another Love Instrumental</i> de Tom Odell	0:00:30	0:14:38
67	PG	-	-	Simulación de situaciones juntas, viendo una peli, cenando, dándose besos		Claudia PP Música 2P Voces 3P	Canción de <i>Another Love Instrumental</i> de Tom Odell	0:00:30	0:15:08
68	PM	-	-	Simulación de Claudia llorando con Laura explicando sus inseguridades		Claudia PP Música 2P Voces 3P	Canción de <i>Another Love Instrumental</i> de Tom Odell	0:00:20	0:15:28
69	PP	-	-			Claudia PP Música 2P Voces 3P	Canción de <i>Another Love Instrumental</i> de Tom Odell	0:00:05	0:15:33
70	PP	-	-	Simulación de Claudia contenta al ver que Laura la apoya		Claudia PP Música 2P Voces 3P	Canción de <i>Another Love Instrumental</i> de Tom Odell	0:00:10	0:15:43
71	PM	-	-	Fragmento de la entrevista	Claudia explica si se arrepiente o no de haberse instalado estas aplicaciones	Claudia PP Música 2P	Canción de <i>The Fear of Letting Go</i> de Ruelle	0:00:10	0:15:53
72	PG	-	-	Recopilación de buenos momentos con Laura, las dos juntas		Claudia PP Música 2P Voces 3P	Canción de <i>The Fear of Letting Go</i> de Ruelle	0:00:20	0:16:13
73	PG	-	-	Recopilación de Claudia trabajando en si misma y recuperándose		Claudia PP Música 2P Voces 3P	Canción de <i>The Fear of Letting Go</i> de Ruelle	0:00:20	0:16:33
74	PG	-	-	Recopilación de Claudia y momentos con amigos		Claudia PP Música 2P Voces 3P	Canción de <i>The Fear of Letting Go</i> de Ruelle	0:00:20	0:16:53
75	PM	-	-	Fragmento de la entrevista		Claudia PP Música 2P	Canción de <i>The Fear of Letting Go</i> de Ruelle	0:00:10	0:17:03
76	PM	FUNDIDO EN NEGRO	-	Plano final de Claudia mirando a cámara contenta y desfogada	Claudia explica que está aquí gracias a sus amigos, Laura y familia	Música PP	Canción de <i>The Fear of Letting Go</i> de Ruelle	0:00:20	0:17:23
77	-	FUNDIDO EN NEGRO	Título	Aparición de la palabra en fondo negro con letras en blanco grandes	CONTINUARÁ	Música PP Sonido 2P	Canción de <i>The Fear of Letting Go</i> de Ruelle	0:00:10	0:17:33
78	-	FUNDIDO EN NEGRO	Título	Aparición de los créditos en fondo negro con letras en blanco	CRÉDITOS SERIE DOCUMENTAL	Música PP	Canción de <i>The Fear of Letting Go</i> de Ruelle	0:00:40	0:18:13
79	-	-	-	Pantalla en negro	-	-	-	0:00:03	0:18:16

# **PLAN DE DISTRIBUCIÓN**

# Plan de social media

La serie documental *Tinder y las relaciones líquidas* tiene planteado su lanzamiento en *Prime Video*, así que es evidente que esto jugará un papel importante en la distribución de este. De igual forma, es importante también tener cuentas propias en redes con el proyecto, con tal de dar una mayor visibilidad y apoyo de promoción. Ya que la serie documental tiene de público objetivo un sector joven de la sociedad, el cual domina las redes sociales, estas jugaran un papel muy importante en la promoción, creando así un vínculo de comunicación bidireccional.

## Análisis de la situación (DAFO)

Pese a que el proyecto aún no ha tenido su distribución en redes y plataformas, es necesario un análisis de la situación, también llamado DAFO, para poder establecer un punto de partida y crear un plan de social media lo más a medida posible.

<b>Fortalezas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uso de redes sociales distintas y especialización de contenido según la plataforma.</li><li>▪ Habilidades comunicativas.</li><li>▪ Plan de promoción original y que se adapta a las necesidades y estilo actuales.</li><li>▪ Producto interesante y personal.</li><li>▪ Estrategia de promoción focalizada en el público objetivo y atractiva.</li></ul>	<b>Debilidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Nuevo en el mercado</li><li>▪ Falta de experiencia.</li><li>▪ Falta de financiación, al no haber conseguido tener una gran experiencia en la creación de contenidos a las redes sociales.</li><li>▪ Producto que busca hacer reflexionar a la audiencia, por lo que es más complicado de promocionar y no tan atractivo para el espectador medio.</li></ul>
<b>Oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Difusión amplia y exitosa del producto.</li><li>▪ Estrategia de marketing con una gran oportunidad de crecimiento.</li><li>▪ Formar alianza con plataformas importantes y conseguir un buen engagement de cara a futuros proyectos.</li></ul>	<b>Amenazas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Presencia de muchas empresas y plataformas en las redes sociales.</li><li>▪ Estrategias competidoras y novedosas que puedan afectar a la promoción del producto.</li><li>▪ El poder de las grandes plataformas.</li></ul>

Tabla de análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) del proyecto. 2022. Elaboración propia

## Definición de objetivos

Los objetivos de la campaña de distribución y marketing de la serie documental *Tinder y las relaciones líquidas* son los siguientes:

- **Crear una notoriedad de marca**
  - Conseguir un mínimo de 5.000 seguidores en Instagram, Twitter y TikTok durante el mes previo del estreno del documental.
  - Conseguir más de 20.000 seguidores en Instagram, Twitter y TikTok tras el estreno de la serie documental.
- **Conseguir una buena tasa de *engagement***
  - Conseguir entre un 10% i un 15% de interacciones en las plataformas antes del estreno i entre un 15% i un 20% tras el estreno de esta.
- **Captar tráfico en las redes**
  - Conseguir más de 100.000 reproducciones del tráiler antes del estreno.
  - Finalizar el mes de estreno con más de 100.00 visualizaciones de la serie documental.
- **Conseguir una campaña original y distinta**
  - A través de un contenido exclusivo para cada plataforma y adecuarlo lo máximo posible, la campaña de la serie documental será llamativa, fresca y interactiva.

## Características demográficas

Al tratarse de una serie documental en castellano, el máximo público potencial es la población española, aunque con la inserción de subtítulos podría triunfar en la comunidad Europa y Sud-América, ya que es un tema que es actual y afecta a todo el mundo en las sociedades desarrolladas

Por tanto, la población española con acceso a Internet será el grupo demográfico que de mas audiencia al documental. Es sobretodo esencial el acceso a internet, por lo que las zonas más remotas o con menor acceso a internet verán reducida su posibilidad de visualizar la serie documental.

# Elección de los canales

La serie documental *Tinder y las relaciones líquidas* va enfocada a un público potencial de entre 18 y 35, para los cuales las redes sociales más usadas son Instagram, TikTok y Twitter (*Generation Z – The Newest Generation*. RESPONSE MEDIA. 2020). Es por esto que el principal canal donde se promocionará la serie documental será en estas tres redes sociales, prescindiendo de Facebook, la cual ya está enfocada a un público mas mayor de 35 años.

## Instagram

Esta red social que fue creada en octubre de 2010 por Kevin Systrom y Mike Krieger, dos estudiantes de ingeniería que pretendían crear una red social para hacer amigos (*Social Media: Desarrollo del Plan de Social Media de una empresa*. SÁNCHEZ, MIQUEL. 2018). En un principio nació como una red social en la que a través de fotografías se compartían diferentes localizaciones.

Según datos de DataReportal en enero de 2021 Instagram era la sexta red social más utilizada a nivel mundial, con más de 1000 millones de usuarios activos mensualmente. En cambio, entre los jóvenes, Instagram es la red social más utilizada, seguida de TikTok y Twitter. Esta aplicación será clave para compartir el contenido audiovisual del proyecto y se usará como la red principal, conectada a la vez con TikTok, aunque con una estrategia algo diferenciada.

## TikTok

Esta red social fue creada en 2016 en China por una empresa llamada ByteDance. Nació con el propósito de compartir videos cortos entre amigos. En 2017 se distribuyó a lo largo del mundo ocupando el lugar de Musical.ly, una aplicación con las mismas características que fue comparada por ByteDance para sustituirla mundialmente por TikTok (*Social Media: Desarrollo del Plan de Social Media de una empresa*. SÁNCHEZ, MIQUEL. 2018).

“TikTok logró superar las 3.500 millones de descargas en el mundo, durante el primer trimestre del 2021. Ninguna red social ha tenido tantas descargas mundiales como TikTok, desde el año 2018” (TikTok, Instagram y Facebook, las apps más descargadas del mundo en el primer trimestre de 2022. RUIZ, ASTRID. 2022). Es por eso que TikTok se ha convertido en una de las redes sociales clave para promocionar contenido entre las nuevas generaciones, ya que es una aplicación en crecimiento y con muchos usuarios entre 18 y 35 años. En esta red social se colocará el contenido más audiovisual del proyecto, formado por videos cortos que puedan llegar a un público joven.

## Twitter

Esta red social fue creada en 2006 de la mano del programador informático Noah Glass, con la ayuda del informático Evan Williams en Estados Unidos. Nació como una plataforma de *microblogging* interna para los empleados de una empresa, como si se trataran de SMS internos. Más tarde se lanzó a todo el mundo y se estableció como una de las principales redes sociales (*El origen de Twitter y la anécdota del Volkswagen*. ESPLA. DANIEL. 2021).

La red permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 280 caracteres (originalmente 140), llamados tuits (RAE. 2022). Según datos de DataReportal en 2021 Twitter tenía más de 322 millones de descargas acumuladas, siendo una de las redes sociales principales entre los jóvenes, los cuales dominan esta app. En esta aplicación la campaña será enfocada desde un punto más serio, manteniendo el tono de la campaña, intentando adaptarse a la aplicación pero sin dejar la parte más audiovisual del proyecto de lado.

## Público objetivo

El documental *Tinder y las relaciones líquidas* tiene un público objetivo joven, de entre 18 y 35 años, los cuales son los principales consumidores de este tipo de conexiones online. La generación Millennial y Z son grandes usuarias de las redes sociales, por lo la campaña de distribución del producto tendrá como protagonista las redes sociales Instagram, TikTok y Twitter.

El Estudio Anual de Redes Sociales (2021) indica que las redes sociales más utilizadas por la Generación Z son: Whatsapp (86%), Instagram (86%), Youtube (79%), Twitter (63%) y TikTok (56%). En cambio, para la Generación Millennial, las redes sociales más utilizadas son: Whatsapp (85%), Facebook (77%), Youtube (73%), Instagram (69%) y Twitter (53%). La principal diferencia entre estas dos generaciones es el poco uso que le da la generación Z a Facebook, con solo un 45%, ya que tal y como indica el propio estudio, la media de edad de Facebook es de 41'1 años, una media de edad superior a la del público objetivo del documental.

Por tanto, la campaña en redes sociales se resumirá en las 3 redes sociales más utilizadas por los jóvenes, a excepción de Whatsapp y Youtube, ya que su formato no facilita la promoción de productos, Instagram, TikTok y Twitter, con estrategias diferenciadas. TikTok no es la opción preferida de los Millennials, por lo que el contenido de esta aplicación irá sobretodo dirigido a los más jóvenes, ya que se trata de una red social con un crecimiento excepcional respecto la competencia,

# Definición de estrategias y acciones

Para definir las estrategias y acciones de distribución que se llevarán a cabo debemos tener en cuenta los objetivos expuestos en el apartado de definición de objetivos anteriormente. Cada uno de los objetivos estará ligado a una o más estrategias para poder conseguirlos. Cada una de las redes sociales tiene un tipo de contenido distinto, mientras que Twitter tendrá un contenido más sobrio y escrito, TikTok y Instagram serán las grandes protagonistas del contenido audiovisual.

**Objetivo 1: Conseguir un mínimo de 5.000 seguidores en Instagram, Twitter y TikTok durante el mes previo del estreno del documental.**

- Instagram
  - Crear anuncios en *Instagram Ads*
  - Uso de hashtags
  - Publicación constante de contenido promocional
  - Publicación de *Instagram Stories*
- Twitter
  - Crear anuncios en *Twitter Ads*
  - Uso de hashtags
  - Publicación de contenido promocional
- TikTok
  - Crear anuncios en *TikTok Ads*
  - Uso de hashtags
  - Publicación de contenido promocional
  - Creación de vídeos cortos de 15 segundos

**Objetivo 2: Conseguir más de 20.000 seguidores en Instagram, Twitter y TikTok tras el estreno de la serie documental.**

- Instagram
  - Uso de hashtags
  - Publicación de vídeos e imágenes
  - Realización de sorteos
  - Publicación de reacciones y críticas



- Twitter
  - Uso de hashtags
  - Publicación de contenido exclusivo de la serie documental
  - Realización de sorteos
  - Retweet de impresiones y reacciones de la serie documental
  
- TikTok
  - Uso de hashtags
  - Publicación de contenido exclusivo de la serie documental
  - Realización de sorteos
  - Repostear TikToks de personas relacionados con la serie documental

**Objetivo 3: Conseguir entre un 10% i un 15% de interacciones en las plataformas antes del estreno i entre un 15% i un 20% tras el estreno de esta.**

- Instagram
  - Realizar encuestas en *Instagram Stories*
  - Crear preguntas interactivas y dejar participar a la audiencia
  - Publicación de contenido constante
  
- Twitter
  - Publicación de contenido constante.
  - Interacción con los usuarios a través de los comentarios y hashtags
  - Proponer temas de debate
  
- TikTok
  - Publicación de contenido constante
  - Interacción con los usuarios a través de los comentarios

**Objetivo 4: Conseguir más de 100.000 reproducciones del tráiler antes del estreno.**

- Instagram
  - Publicación del tráiler
  - Usar *Instagram Stories* para promocionar el tráiler.
  - Crear anuncios en *Instagram Ads*

- Twitter
  - Publicación del tráiler
  - Usar los hashtags para promocionarlo y hacer retweet al tráiler y reacciones.
  - Crear anuncios en *Twitter Ads*
- TikTok
  - Publicación del tráiler
  - Crear anuncios en *TikTok Ads*

**Objetivo 5: Finalizar el mes de estreno con más de 100.00 visualizaciones de la serie documental.**

- Instagram
  - Crear anuncios en *Instagram Ads*
  - Publicación semanal del tráiler del siguiente episodio
  - Publicar los momentos más relevantes del último episodio
  - Compartir por *Instagram Stories* reacciones del episodio
- Twitter
  - Crear anuncios en *Twitter Ads*
  - Publicación semanal del tráiler del siguiente episodio
  - Publicar los momentos más relevantes del último episodio
  - Establecer un hashtag exclusivo según la temática del episodio
  - Retweetear comentarios y impresiones del episodio anterior.
- TikTok
  - Crear anuncios en *TikTok Ads*
  - Publicación semanal del tráiler del siguiente episodio
  - Publicar los momentos más relevantes del último episodio

Además, para facilitar un mayor engagement, cada capítulo se estrenará de formato semanal. Esto favorecerá a que se hable de la serie documental durante más tiempo y que, por tanto, se consiga un mayor contenido en redes y las propias reacciones de los usuarios sirvan también como promoción de la serie documental *Tinder y las relaciones líquidas*.

# El tráiler

Al tratarse de un proyecto muy visual dirigido a un público objetivo joven de entre 18 y 35 años, el contenido multimedia será uno de los ejes claves de la distribución de la serie documental *Tinder y las relaciones líquidas*.

El contenido de los trailers se dividirá en tres *teasers* previos al estreno, de una duración corta y que servirán para llamar la atención inicial sobre el proyecto. Una vez ya el proyecto haya generado cierto interés se publicará el tráiler del proyecto, el cuál siguiendo con la misma estructura de los demás buscará llamar la atención del espectador. Finalmente, como cada episodio trata de un tema individual dentro de un conjunto de una misma temática, cada episodio tendrá su propio tráiler promocional, ya que además, al estrenarse un episodio por semana, se necesitará seguir manteniendo la atención de los espectadores con el nuevo contenido que vendrá.

Además, la música tendrá un papel importante, ya que se busca llamar la atención de los jóvenes y tener un producto audiovisual completo, por lo que cada contenido promocional tendrá su propia canción relacionada acorde con el tema tratado y en consonancia con el resto.

- **TEASER 1: EL MENSAJE** → El primer contenido promocional será un pequeño video corto en donde aparecerá una habitación, y la cámara cada vez se irá acercando más al móvil encima del escritorio hasta que cuando esté cerca suene el sonido de una notificación y sea de Tinder de alguien diciendo "Hola, ¿cómo estás?". Para seguir con la estética, será un promocional oscuro, con la canción *Twisted Games* de Night Panda, ya que busca crear cierto suspense hacia lo desconocido y lo que está por venir.
- **TEASER 2: EL DOLOR DE LA RUPTURA** → La base de este promocional será la versión de la canción de *Zombie* de Damned Anthem, ya que es perfecta para el mensaje que se quiere dar. Este teaser será mucho más largo y durará 2 minutos y 40 segundos. Se mostrará a dos personas hablando por Tinder, creando mil recuerdos juntos y luego como una desaparece de repente y la otra se queda destrozada y tiene que sacar las fuerzas y centrarse en si misma. La canción es perfecta, ya que la primera mitad es relajada y la segunda con tensión y fortaleza, así que se asemeja perfectamente al mensaje que se quiere dar. En las entrevistas la principal conclusión, tanto de la gente de favor como en contra, ha sido que tiene que haber sinceridad y comunicación, y cuando no la hay estas aplicaciones y formas de relacionarse pueden hacer mucho daño en la autoestima. Este promocional busca profundizar sobre el dolor que puede causar, siguiendo con la misma estética de misterio.

- **TEASER 3: LA PRESENTACIÓN** → Este teaser será una introducción a la serie documental y buscará presentar a los 6 testimonios. Para ello, en un video corto veremos como los 6 protagonistas se arreglan y salen andando por la calle, como si fueran a una cita. La canción protagonista de este teaser será *Check It Out* de Oh The Larceny, que capta perfectamente la estética que se le quiere dar al teaser.
  
- **TRAILER** → El tráiler tendrá una duración aproximada de 2 minutos y 30 segundos. A ritmo de la canción *Going Home* de The Score, veremos a dos personas chateando por Tinder, seguidamente el tráiler mostrará escenas destacadas de los 6 testimonios a modo resumen. El tráiler también tendrá su versión recortada de 1 minuto para poderlo distribuir más fácil por las redes sociales, de igual forma que una versión de 15 segundos para su distribución por *Instagram Stories* y *TikTok Ads*.
  
- **TRAILER DE LOS 6 EPISODIOS** → Cada episodio a modo resumen tendrá un pequeño tráiler de entre 30 y 45 segundos de forma promocional para mantener el interés del espectador, ya que las entregas serán de forma semanal. Cada uno tendrá una canción que se adecua al testimonio y a la historia que explicará:
  - **CAPÍTULO 1: CLAUDIA** → *Where We Come Alive* de Ruelle. La canción, tranquila y empoderante concuerda con el mensaje que dará Claudia, ya que pese a pasarlo muy mal consiguió quererse a si misma.
  
  - **CAPÍTULO 2: SERGIO** → *Como Tú* de Lali. La canción tiene un estilo similar al que nos explicara Sergio, de despreocupación y un poco de vivir el momento, sin tener que responsabilizarse.
  
  - **CAPÍTULO 3: JOEL** → *Miss You* de Jérémie Makiese. La canción tiene una mezcla entre sensualidad y misterio que irá a la perfección para la temática del episodio, ya que además también habla de despedirse de alguien.
  
  - **CAPÍTULO 4: AURORA** → *She Said* de Fletcher. La canción, mucho más animada que el resto, acompañará a Aurora, la cual no ha tenido mucha suerte por este tipo de aplicaciones y prefiere salir con sus amigos y conocer gente fuera.

→ CAPÍTULO 5: ADRI → *Dandelions* de Ruth B. La canción tranquila y inocente da un mensaje similar al de Adri, ya que transmite calma y inocencia, como el testimonio de Adri, el cual quiere conocer a la gente poco a poco.

→ CAPÍTULO 6: RENEE → *In the End-Mellen Gi Remix* de Fleurie. La canción tranquila y misteriosa concuerda a la perfección con el mensaje de Renne, el cual ha tenido que pasar por un proceso de aceptación muy fuerte y estas aplicaciones no han ayudado.

# Campaña de promoción

## Campaña en redes

La campaña en redes será la más extensa y en la que irá la mayoría del presupuesto, ya que es el medio de comunicación que más consume el público objetivo del proyecto. Es por eso que las redes sociales formaran una plataforma clave para la distribución del proyecto. Los contenidos promocionales en la campaña de redes sociales serán.

- **Posters** → Los posters oficiales de la serie documental servirán como los primeros visuales del proyecto, los cuales llamarán la atención de los espectadores y marcarán la estética y el tono de todo el proyecto.
- **Seis fotos de los protagonistas** → Estos 6 posts servirán para dar cara a los 6 testimonios principales de la serie documental. Las seis fotografías, sobre un fondo negro, llevarán escritas al lado a modo de resumen los datos principales de los protagonistas: nombre, edad, profesión, tres de sus rasgos y una frase resumen de lo que opinan de las relaciones líquidas.
- **Teasers** → Los tres teasers serán los primeros vídeos promocionales del proyecto. Cada uno se publicará en las tres redes sociales y tratará de llamar la atención del público objetivo, por eso se ha establecido una temática misteriosa.
- **Tráiler** → Después de los tres trailers se publicará el tráiler del proyecto. El cual más tarde se publicará en formatos más pequeños de 1 minuto y 15 segundos para la promoción en las distintas redes sociales y anuncios.

- **Videos de 30 segundos de presentación** → Cada uno de los protagonistas hará un vídeo de presentación de 30 segundos en los que dirán su nombre, edad, se definirán en tres palabras y resumirán que opinan de las relaciones líquidas. Estos promocionales buscaran acercar al espectador a los testimonios y crearles la necesidad de saber más de ellos.
- **Trailers individuales de los episodios** → Al tratarse de una serie documental de estreno semanal, cada episodio tendrá un tráiler de entre 30 y 45 segundos que resumirá el testimonio del protagonista para crear más expectación.
- **Contenidos audiovisuales exclusivos** → Después del estreno de los episodios, saldrá contenido exclusivo de este, como imágenes o algún vídeo del testimonio. Esto se hará para mantener las redes vivas y con contenido constante.
- **Posters individuales por cada episodio** → Además del tráiler, cada capítulo tendrá su propio poster con el protagonista. Cada testimonio contará una historia distinta, por lo que para darle la importancia dentro del conjunto es importante que tenga su propio poster.
- **Reacciones a los episodios** → Una vez estrenado el episodio, en Twitter se compartirán las reacciones a este usando el hashtag oficial. El hecho de compartir los comentarios servirá de promoción para las siguientes entregas.

## Campaña en medios audiovisuales

La campaña en medios audiovisuales será moderada, ya que no es el medio más importante para la distribución del producto. Al no tratarse de la opción principal de consumo del público objetivo, el consumo de los promocionales será menor que el de la campaña en redes. Por eso, la campaña en medios audiovisuales se resumirá en pequeños teasers de la serie documental en las principales cadenas de televisión, los cuales llamarán la atención de ciertos espectadores.

## Campaña en medios escritos

La campaña en medios escritos será escasa o nula, ya que el público objetivo del documental no utiliza en gran cantidad este medio de comunicación, por lo que la promoción en estos no daría tan buenos resultados como los anteriores y, por tanto, es mejor aprovechar el presupuesto en enfocarse en los medios que darán mejores resultados.

# Plan de publicación

El plan de publicación de la serie documental *Tinder y las relaciones líquidas* se centrará en los dos meses previos al estreno y los dos meses siguientes, ya que al tratarse de un documental con entregas necesarias, es necesario un plan de publicación exacto y extenso.

Según el experto Marketing Home, las mejores horas para publicar en TikTok son:

- Lunes: 13:00 y 15:00
- Martes: 5:00, 9:00, 11:00 y 13:00
- Miércoles: 14:00 y 15:00
- Jueves: 6:00, 16:00 y 19:00
- Viernes: 2:00, 12:00, 20:00 y 00:00
- Sábado: 18:00 y 19:00
- Domingo: 3:00, 12:00, 13:00 y 23:00

En cambio, en relación a Twitter y Instagram, el estudio de Sprout Social establece que los mejores días para publicar en Twitter son los miércoles de 9h a 15h y los martes y jueves de 9h a 11h. Respecto a Instagram, los posts triunfan más los martes de 11h a 14h y de lunes a viernes a las 11h.

noviembre de 2022							< Hoy >	
lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom		
31	1 nov	2	3	4	5	6		
	• Póster Principal 11:00	• Storie: 2 días 11:00	• Storie: 1 día 11:00	• Teaser: El mensaje 11:00 • Storie: Teaser 11:00				
7	8	9	10	11	12	13		
• Foto Claudia 11:00 • Storie: Foto 11:00	• Presentación Claudia 11:00 • Storie: Presentación 11:00	• Storie: Imágen promo 11:00	• Foto Sergio 11:00 • Storie: Foto 11:00	• Presentación Sergio 11:00 • Storie: Presentación 11:00				
14	15	16	17	18	19	20		
• Foto Joel 11:00 • Storie: Foto 11:00	• Presentación Joel 11:00 • Storie: Presentación 11:00	• Storie: Imágen promo 11:00	• Foto Aurora 11:00 • Storie: Foto 11:00	• Presentación Aurora 11:00 • Storie: Presentación 11:00				
21	22	23	24	25	26	27		
• Foto Adri 11:00 • Storie: Foto 11:00	• Presentación Adri 11:00 • Storie: Presentación 11:00	• Storie: Imágen promo 11:00	• Foto Renee 11:00 • Storie: Foto 11:00	• Presentación Renee 11:00 • Storie: Presentación 11:00				
28	29	30	1 dic	2	3	4		
• Resumen Presentaciones 11:00	• Storie: Encuesta favorito 11:00	• Storie: 2 días 11:00	• Storie: 1 día 11:00	• Teaser 2: El dolor 11:00 • Storie: Teaser 11:00				

Plan de publicación de contenido para noviembre de 2022

## diciembre de 2022

< Hoy >

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
28 • Resumen Presentaciones 11:00	29 • Storie: Encuesta favorito 11:00	30 • Storie: 2 días 11:00	1 dic • Storie: 1 día 11:00	2 • Teaser 2: El dolor 11:00 • Storie: Teaser 11:00	3	4
5 • Storie: 2 días 11:00	6 • Storie: 1 día 11:00	7 • Teaser 3: La presentación 11:00 • Storie: Teaser 11:00	8 • Storie: 4 días 11:00	9 • Storie: 3 días 11:00	10 • Storie: 2 días 11:00	11 • Storie: 1 día 11:00
12 • TRAILER PRINCIPAL 11:00 • Storie: Trailer 11:00	13 • Storie: Spot Trailer 1 11:00	14 • Storie: Spot Trailer 2 11:00	15 • Storie: Spot Trailer 3 11:00	16 • Storie: Spot Trailer 4 11:00	17	18
19 • Póster Claudia 11:00 • Storie: Post 11:00	20 • Sinopsis EP. 1 11:00 • Storie: Post 11:00	21 • Póster Sergio 11:00 • Storie: Post 11:00	22 • Sinopsis EP. 2 11:00 • Storie: Post 11:00	23 • Póster Joel 11:00 • Storie: Post 11:00	24 • Sinopsis EP. 3 11:00 • Storie: Post 11:00	25
26 • Póster Aurora 11:00 • Storie: Post 11:00	27 • Sinopsis EP. 4 11:00 • Storie: Post 11:00	28 • Póster Adri 11:00 • Storie: Post 11:00	29 • Sinopsis EP. 5 11:00 • Storie: Post 11:00	30 • Póster Renee 11:00 • Storie: Post 11:00	31 • Sinopsis EP. 6 11:00 • Storie: Post 11:00	1 ene

Plan de publicación de contenido para diciembre de 2022

## enero de 2023

< Hoy >

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
2 • Storie: 1 día 11:00	3 • Trailer EP. 1 11:00 • Storie: Post 11:00	4 • Storie: 2 días 11:00	5 • Storie: SPOT MAÑANA 11:00	6 • ESTRENO EP. 1 9:00 • Storie: Estreno 11:00	7	8
9 • Contenido exclusivo EP. 1 11:00 • Storie: Post 11:00	10 • Trailer EP. 2 11:00 • Storie: Post 11:00	11 • Storie: Reacciones EP. 1 11:00	12 • Storie: SPOT MAÑANA 11:00	13 • ESTRENO EP. 2 9:00 • Storie: Estreno 11:00	14	15
16 • Contenido exclusivo EP. 2 11:00 • Storie: Post 11:00	17 • Trailer EP. 3 11:00 • Storie: Post 11:00	18 • Storie: Reacciones EP. 2 11:00	19 • Storie: SPOT MAÑANA 11:00	20 • ESTRENO EP. 3 9:00 • Storie: Estreno 11:00	21	22
23 • Contenido exclusivo EP. 3 11:00 • Storie: Post 11:00	24 • Trailer EP. 4 11:00 • Storie: Post 11:00	25 • Storie: Reacciones EP. 3 11:00	26 • Storie: SPOT MAÑANA 11:00	27 • ESTRENO EP. 4 9:00 • Storie: Estreno 11:00	28	29
30 • Contenido exclusivo EP. 4 11:00 • Storie: Post 11:00	31 • Trailer EP. 5 11:00 • Storie: Post 11:00	1 feb • Storie: Reacciones EP. 4 11:00	2 • Storie: SPOT MAÑANA 11:00	3 • ESTRENO EP. 5 9:00 • Storie: Estreno 11:00	4	5

Plan de publicación de contenido para enero de 2023

## febrero de 2023

< Hoy >

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
30 • Contenido exclusivo EP. 4 11:00 • Storie: Post 11:00	31 • Trailer EP. 5 11:00 • Storie: Post 11:00	1 feb • Storie: Reacciones EP. 4 11:00	2 • Storie: SPOT MAÑANA 11:00	3 • ESTRENO EP. 5 9:00 • Storie: Estreno 11:00	4	5
6 • Contenido exclusivo EP. 5 11:00 • Storie: Post 11:00	7 • Trailer EP. 6 11:00 • Storie: Post 11:00	8 • Storie: Reacciones EP. 5 11:00	9 • Storie: SPOT MAÑANA 11:00	10 • Storie: Estreno 11:00 • ESTRENO EP. 6 9:00	11	12
13 • Contenido exclusivo EP. 6 11:00 • Storie: Post 11:00	14 • Storie: Reacciones EP. 6 11:00	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26

Plan de publicación de contenido para febrero de 2023



# **BIBLIOGRAFIA**

# Bibliografía

Definiciona.com (31 enero, 2016). Definición y etimología de documental. Bogotá: E-Cultura Group. Recuperado de <https://definiciona.com/documental/>

León, Bienvenido (1999), *El documental de divulgación científica*. Barcelona: Paidós.

NICHOLS, Bill 2001. *Introduction to Documentary*

*The Oxford English Documentary*. Josh Horden (1972)

Real Academia Española (1826)

*¿Sabes la diferencia entre documental y reportaje?*. 2021. Euroinova Business School. Recuperado de: <https://cutt.ly/aD3Hd6P>

Flaherty, R. J. (1922). *How I filmed "Nanook of the North."* *World's Work*, Oct. 1922, 632–640

Does it matter if Nanook of the North isn't exactly true to life?. Tristan Ettleman. 2019. Recuperado de <https://cutt.ly/5D3onUi>

*"El auge del documental: el formato que triunfa entre la audiencia"*. Patricia Concejo. 2021. Nokton Magazine. Recuperado de: <https://cutt.ly/lG9EPNE>

Box Office Mojo. IMBD PRO. <https://www.boxofficemojo.com/>

*"10 características de un documental"* Equipo editorial. 2021. Lifeder. Recuperado de: <https://cutt.ly/4G99T9B>

*Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. BAUMAN, ZYGMUNT. 2005.

*44 cartas desde el mundo líquido*. BAUMAN, ZYGMUNT. 2011

*"Retrato intelectual del ensayista líquido"*. GIL CALVO, ENRIQUE. *El País*. 2007.

Recuperado de: <https://cutt.ly/bHqT5TD>

*Relaciones modernas, fast food sentimental e ilusión de abundancia*. Redacción. *Blog de bienestar*. 2021

Recuperado de: <https://cutt.ly/3HqIhHG>

*Dime como te relacionas y te diré quien eres*. PALMERO, PABLO. 2010

*Love at First Swipe: The Evolution of Online Dating*. KUEFLER, KAYLA. *Stylight*. 2021.

Recuperado de: <https://cutt.ly/AHqPGaB>

GfK. *Growth from Knowledge*. <https://www.gfk.com/es/home>

APPTOPIA . *App Competitive Intelligence Market Leader*. <https://apptopia.com/>

Instituto de Economía Digital. (2017). *Las 6 generaciones de la era digital*. Recuperado de: <https://cutt.ly/2HrZvm0>

*De la generación 'baby boomer' a la 'posmilenial': 50 años de cambio*. Iberdrola. (2017).

Recuperado de: <https://cutt.ly/MHrZ6KI>

*La 3ª Ola del EGM analiza la influencia de las OTT en el consumo de televisión.* AIMC/EGM. (2020).

Recuperado de: <https://cutt.ly/YHynOgP>

Audiencia General de Medios (2020, 3a ola). AIMC/EGM. [Base de datos]. Recuperado de: <https://cutt.ly/bHrVbIW>

Número de personas por generación en el mundo. Pies en el mapa. Recuperado de: <https://cutt.ly/rHrBlmU>

*Generation Z – The Newest Generation.* RESPONSE MEDIA. 2020. Recuperado de: <https://cutt.ly/DHyrfWp>

*OTT y plataformas de pago en España.* BARLOVENTO COMUNICACIÓN. 2020. Recuperado de: <https://cutt.ly/xHyvKAI>

NETFLIX. 2022. <https://www.netflix.com/ES>

HBO MAX. 2022. <https://www.hbomax.com/es/es>

PRIME VIDEO. 2022. <https://www.primevideo.com/ES>

“*HBO Max: cómo encontrar la próxima joya entre más de 1.000 ideas*”. Redacción. TODOTVNEWS. 2021.

Recuperado de: <https://cutt.ly/QHyRFv5>

FILMAFFINITY. 2022 <https://www.filmaffinity.com/es/>

SMARTME ANALYTICS. 2022 <https://www.smartmeanalytics.com/>

*Así ha cambiado la Covid-19 las relaciones y las actitudes sociales.* CARMONA, ROCIO. EL PAÍS. 2020.

Recuperado de: <https://cutt.ly/GHi4Ysu>

*Framing por proximidad como criterio de noticiabilidad: la curva de las ausencias.* Revista Latina de Comunicación Social. Túniz, M. y Guevara, M. (2009). Recuperado de: <https://cutt.ly/IHi7WFW>

HTML COLOR CODES. 2022. <https://html-color-codes.info>

SWISS+GO. URBAN GEAR. 2022. <https://swissgo.tech>

*Tipos de planos cinematográficos.* WOKISEO. 2021. Recuperado de: <https://cutt.ly/9HT5TIK>

CANON EOS 250D. CANON. <https://www.canon.es/cameras/eos-250d/>

AMAZON. 2022. <https://www.amazon.es/>

AVISUAL PRO. 2022. <https://www.avisualpro.es/>

*Social Media: Desarrollo del Plan de Social Media de una empresa.* SÁNCHEZ, MIQUEL. 2018

*Principales redes sociales globales en 2021.* STATISTA. 2021. <https://cutt.ly/OH2zyL9>

TikTok, Instagram y Facebook, las apps más descargadas del mundo en el primer trimestre de 2022. RUIZ, ASTRID. 2022. MARKETING4ECOMERCE. Recuperado de: <https://cutt.ly/6H2ckvU>

*El origen de Twitter y la anécdota del Volkswagen.* ESPLA, DANIEL. El Output. 2021.

Recuperado de: <https://cutt.ly/aH98Gfj>

*Estudio Anual de Redes Sociales*. IAB SPAIN. 2021. <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2021/>

*Best time to post*. 2021. Sprout Social <https://sproutsocial.com/insights/best-times-to-post-on-social-media/>

# **ANEXOS**

# Plantilla entrevistas

La entrevista será una guía para el entrevistado, pero al no tratarse de un reportaje, el montaje no será de formato pregunta-respuesta. Se esperan respuestas largas y un testimonio de calidad, ya que el entrevistado no estará respondiendo preguntas, sino que estas preguntas les guiarán para poder contarnos toda su experiencia con este tipo de relaciones. Las entrevistas tendrán una duración de unos 20-30 minutos, y luego se editaran y cortaran para adecuarse a la duración del episodio, entre 15 y 20 minutos.

## Parte Común

Presentación de 30 segundos del entrevistado, con su nombre y una pequeña frase resumen de que opina sobre las relaciones líquidas.

- 1) ¿Estas a favor o en contra de este tipo de relaciones?
- 2) ¿Cuándo y porqué decidiste instalarte aplicaciones de *dating*?
- 3) ¿Cómo te sentiste la primera vez que hablaste con alguien por este tipo de aplicaciones?
- 4) ¿Cual es tu relación con el concepto de las relaciones líquidas? (Respuesta larga)
- 5) ¿Cómo te han afectado las relaciones líquidas a tu forma de relacionarte? (Respuesta larga)
- 6) ¿Recomiendas las aplicaciones de *dating* para conocer gente?
- 7) ¿Crees que se pueden establecer vínculos fuertes y duraderos en Tinder? ¿De que depende?
- 8) ¿Te arrepientes de haberte instalado Tinder? ¿Qué hubieras cambiado en tu experiencia con lo que sabes ahora si volvieses a empezar desde el principio?

## Preguntas especiales

CAPÍTULO 1 “CLAUDIA” → ¿Qué te hizo confiar en tu actual pareja y decir que merecía la pena arriesgarte por un vínculo que habías conocido a través de Tinder?

CAPÍTULO 2 “SERGIO” → ¿Crees que en algún momento te arrepentirás de no haber creado vínculos fuertes con las personas que has conocido en estas aplicaciones?

CAPÍTULO 3 “AURORA” → ¿Por qué crees que no consigues conectar con ninguna persona en estas aplicaciones?

CAPÍTULO 4 “JOEL” → ¿Has notado alguna diferencia entre las conexiones que has creado con chicos y las que has creado con chicas? / ¿Qué te ha costado más a la hora de establecer vínculos de amistad y no de relación romántica, que es el objetivo de estas aplicaciones?

CAPÍTULO 5 “ADRI” → ¿Crees que en algún momento conseguirás crear un vínculo romántico y duradero que merezca la pena en estas aplicaciones? / ¿Crees que las aplicaciones de *dating*, las cuales son consideradas el “fast-food” de las relaciones interpersonales son buenas opciones para la gente que quiere construir vínculos fuertes poco a poco como es tu caso?

CAPÍTULO 6 “RENÉ” → ¿Has notado alguna diferencia a la forma de relacionarte en este tipo de aplicaciones ahora que te muestras tal y como eres?

# Plantilla encuesta

La encuesta se realizará a 100 personas de entre 18 y 35 años, las cuales son el público objetivo del documental. Una vez realizada la investigación previa, para confirmar los datos recogidos, se realizará la encuesta, no solo para tener unos datos más cercanos y actuales, sino también para saber el interés sobre el tema, cual es su conocimiento y que intereses tienen. Es importante conectar con la audiencia, así que la realización de esta encuesta es imprescindible para poder adaptar la serie documental a las necesidades del público objetivo.

1. EDAD (18-22) / (23-35) → (Generación Z o Generación Y)
2. ¿Con qué te identificas más?
  - Mujer
  - Hombre
  - Género fluido
  - No-binario
  - Prefiero no decirlo
  - Otros
3. ¿Cuál es tu sexualidad?
  - Heterosexual
  - Bisexual
  - Gay / Lesbiana
  - Pansexual
  - Asexual
  - Otros
4. ¿Sabes que son las relaciones líquidas?
  - Si
  - No
5. Las relaciones líquidas son relaciones sin implicaciones sentimentales. ¿Crees que estas relaciones tienen un impacto positivo o negativo en las relaciones interpersonales?
  - Positivo
  - Neutro
  - Negativo



6. ¿Cuáles de estas aplicaciones has usado alguna vez?:
- Tinder
  - Lovoo
  - Badoo
  - Bumble
  - Grindr
  - Fruitz
  - Otras
7. Cuando usas estas aplicaciones, ¿buscas crear vínculos sólidos o simples conexiones?
- Vínculos sólidos
  - Simples conexiones no duraderas
  - Otros
8. Has conseguido crear vínculos sólidos con este tipo de aplicaciones?
- Sí, he creado vínculos sólidos, pero de amistad.
  - Sí, he creado vínculos sólidos románticos.
  - Sí, he creado vínculos sólidos románticos y de amistad.
  - No, no he creado ningún vínculo sólido duradero.
9. ¿Consideras que estas aplicaciones son buenas herramientas para establecer conexiones fuertes?
- Si
  - No
10. ¿Alguna vez te has sentido mal usando estas aplicaciones?
- Si
  - No
11. ¿Qué hizo que te instalaras estas aplicaciones?
- Respuesta escrita
12. ¿Te arrepientes de haberte instalado las aplicaciones de *dating*?
- Si
  - No

13. ¿Por qué?

- Respuesta escrita

# Entrevista Claudia

## PRESENTACIÓN:

Me llamo Claudia, tengo 22 años y soy una persona bastante tímida, insegura e introvertida y, seguramente, es debido a la mala experiencia que he tenido con las relaciones líquidas. Actualmente, tengo pareja, que encontré a través de Tinder y estoy encantada.

### 1) ¿Estas a favor o en contra de este tipo de relaciones?

No se si estoy a favor o en contra de las relaciones líquidas. Obviamente, creo que todo el mundo tiene el derecho de conocer a alguien simplemente porque quiere conocer alguien y, aunque surja esa conexión, no querer ir más allá, no querer poner ninguna etiqueta, simplemente conocer a alguien y estar a gusto con el. Pero cuando la otra persona no está en el mismo nivel, cuando si que busca algo más, para esa persona es bastante jodido; lo va a pasar mal, va a pensar que no es suficiente para la otra persona, aunque haya esa conexión y va a acarrear un trauma, va a ser duro para esa persona. Entonces, si, estaría a favor de que todo el mundo sienta lo que quiera y pueda dejar de sentirlo, o simplemente no ir más allá de la conexión que tenga con una persona. Pero, como yo siempre he tenido el papel de víctima, me posiciono más con la persona que si que quiere ir más allá y que no ha podido porque la otra no quiere.

### 2) ¿Cuándo y porqué decidiste instalarte aplicaciones de *dating*?

He tenido Tinder en muchos momentos de mi vida. La primera vez que tuve Tinder fue en primero de carrera, simplemente porque mis amigos tenían, así que un poco por presión social y porque me gustaba dar *like* y *dislike*. Nunca había hablado con nadie, luego me lo desinstale y así estuve mucho tiempo. Cuando lo dejé con una chica, me lo volví a descargar y empecé a hablar con otras personas y así fue como conocí a mi actual pareja que fue la primera chica con la que hablé.

### 3) ¿Cómo te sentiste la primera vez que hablaste con alguien por este tipo de aplicaciones?

La primera vez que hablé con una chica por Tinder, fue divertido, porque estaba en una fiesta e iba un poco borracha. Fue simplemente por el juego, por conocer a alguien. Yo lo acababa de dejar con otra y, no se, quería vivir la experiencia y conocer gente, pero no quería ir más allá. Simplemente estaba en una fiesta, borracha y me apetecía hablar con alguien. De hecho, al día siguiente esta chica me volvió a hablar y yo quería, lo que se dice ahora, hacerle "*ghosting*", porque no quería volver a pasar por lo mismo. Pero no se porque, me dio los buenos días y pensé, que mona, voy a seguir hablándole, y pues... nos enamoramos.

#### 4) ¿Cual es tu relación con el concepto de las relaciones líquidas?

Bueno, digamos que todas las relaciones, menos la actual, la que tengo ahora, fueron líquidas, pero no por mi parte, sino siempre por la otra persona. Crecí pensando que lo que quería era tener la típica historia de amor que veo en las películas, lo típico, y luego me di cuenta de que no era así, de que el amor no es así, pero bueno, mi primera experiencia fue en la ESO.

En primero de la ESO me enamoré del típico chulito de la clase que vuelve loquitas a todas las chicas. Y un día, en segundo de la ESO, empezamos a hablar por el BB CHAT porque éramos los únicos que teníamos BlackBerry y empezamos a hablar cada día. Entonces es como que entre nosotros había una conexión. Hablábamos como dos personas que se gustan. ¿Qué pasó? Que yo estaba muy gordita en esa época y no sé cómo toda la clase se enteró de que hablábamos y aunque yo sí sentía mucho por él y me hubiese encantado estar con él, a él le daba vergüenza estar conmigo. Entonces nunca pasó nada hasta segundo de bachillerato que de repente quiso conmigo, quiso estar conmigo y duramos un mes porque a él le seguía dando vergüenza estar conmigo. Y ahí ya me desencantó.

Mi segunda experiencia fue en segundo de carrera, aquí yo no estaba tan gordita y por primera vez sí que le gusté a un chico y todo iba muy bien. Tuvimos la primera cita y yo creo que nunca había tenido tanta conexión con alguien en la primera cita como con él. Lo que pasa es que sí que me dejó claro desde un inicio que él no quería tener nada, pero digamos que yo era tan inocente en el amor que le dije vale, porque pensaba que yo podría conquistarlo, que conmigo sería especial, que podría tener algo aunque él no quisiera. Spoiler, no fue así y yo sí que me enamoré.

La tercera experiencia fue con una chica, mi primera chica, y creo que fue la más intensa. Estuvimos un año entre idas y venidas. Nunca llegamos a hacer nada, aunque en mi cabeza sí. Simplemente nos pasamos un año hablando por WhatsApp. Como con las otras relaciones, no hablábamos como hablan dos amigos, o sea, era algo más y había una conexión. Al menos por mi parte. Y después de pandemia empezamos a vernos y ahí sí que estuvimos juntas. Pero luego ella se mudó y una vez se fue, pues me dejó.

#### 5) ¿Cómo te han afectado las relaciones líquidas a tu forma de relacionarte?

Con el segundo chico con el que estuve una vez, lo dejamos un día en el Paso de Ecuador, en la carrera, que es una fiesta que montamos y dormimos todos los del curso. Allí discutimos delante de todo el mundo y realmente no me acuerdo mucho de cómo fue la discusión ni por qué, simplemente me acuerdo que me dijo que sí tendría algo con alguien, pero no conmigo. Joder, creo que es una de las cosas más duras que me han dicho.

Bueno, creo que es muy difícil que después de las relaciones que he tenido y de cómo lo he pasado, que encima te digan eso, o sea, llegas a creer que no vales para nadie, que da igual que lo intentes. Y te resignas. Ya no crees en el amor.

Después de estar con este chico, mis amigos dicen que tuve la época *Dark Claudia*, empecé a adelgazar muchísimo, no comía, empecé a fumar, a beber, no iba a clase, literalmente el segundo semestre solo fui dos días a clase. No sé, era como que me ahogaba. Estando en casa tampoco sentía. No sé, es que no tenía ganas de hacer nada. Me hundió muchísimo porque dejé de creer en mí misma y ya no sabía qué hacer. Empecé a ir al psicólogo, pero no por él, sino porque me quedé sin autoestima. Me afectó, no con mis amigos, sino cuando conocía a otras personas, a alguien nuevo; controlaba muchísimo lo que decía, las caras que ponía. Me acuerdo que lo pasé muy mal a raíz de esto, por ejemplo, cuando tenía que hacer un trabajo en la universidad con un amigo mío. No era capaz de hacerlo porque pensaba que todo lo que haría estaría mal, pero por el simple hecho de que mi autoestima estaba muy abajo y lo que yo pensaba de mi intelectualidad estaba muy por abajo, porque ya no era tanto físico, sino que yo no valía para nada, que no servía y me entró una ansiedad simplemente por el hecho de hacer un trabajo. Fue horrible. Creo que ese fue el peor momento de mi vida, sinceramente y que si no fuese por mis amigos, porque ellos también lo vivieron y me elevaron la autoestima hasta aquí arriba, porque no fui yo, fueron ellos, yo ahora mismo no habría ni acabado la carrera. Estaba mal, estaba jodida. Y sin ellos. No sé. No sé que habría pasado.

#### 6) ¿Recomiendas las aplicaciones de *dating* para conocer gente?

Antes no habría recomendado a nadie, a absolutamente nadie, utilizar Tinder o cualquier aplicación para encontrar a alguien con intenciones de tener más que una simple conexión. Pero desde que conocí a Laura, mi pareja actual a través de Tinder mi opinión ha cambiado totalmente. Obviamente puedes conocer a alguien a través de una aplicación.

#### 7) ¿Crees que se pueden establecer vínculos fuertes y duraderos en Tinder? ¿De que depende?

Yo entiendo que muchas amigas mías lo han intentado y no, no han encontrado a alguien, pero porque la otra persona no estaba implicada. Obviamente para tener una relación o ir más allá, las dos personas tienen que quererlo y tienen que dejarse llevar. No poner ningún freno.

**8) ¿Qué te hizo confiar en tu actual pareja y decir que merecía la pena arriesgarte por un vínculo que habías conocido a través de Tinder?**

Bueno. Conocí a Laura, mi actual pareja, a través de Tinder un día que estaba de fiesta con mis amigas. Estábamos todas mirando la isla de las Tentaciones mientras dábamos *like* a Tinder. Y de repente yo hice match con una chica que me llamó mucho la atención y como íbamos bebidas y tal, pues empecé a hablar con ella, pero mis intenciones no iban más allá de hablar con ella esa noche, o sea, le iba a hacer *ghosting* realmente, pero al día siguiente me habló. O sea, simplemente me dijo buenos días o algo así y no sé, mi instinto me dijo vamos a seguir hablando. Y empezamos a hablar y noté algo diferente que nunca había sentido. O sea, de repente era como que las dos estábamos a un mismo nivel, quizás porque yo tampoco estaba tan implicada después de las experiencias que había tenido, pero notaba que ella estaba interesada en mí y que quería saber de mí y quedamos por primera vez. Fui a verla a su ciudad, quería hablar conmigo, que quería quedar, que quería verme. Entonces dije, ¿Por qué no? Sinceramente, hubo mucha conexión. Muchísima. Y repito, yo aún no quería nada, en plan, iba simplemente a ver a alguien para conocerla, pero es que me dio un abrazo al encontrarnos por primera vez, me abrazó y fue como “Joder, qué mona es esta chica!” Y la cita fue rodada y simplemente pasó. No sé, me dejé llevar. . Llevamos actualmente un año y medio. Al principio de la relación fue cuando se notaron más todos esos traumas que me habían dejado las anteriores relaciones. Hubo una vez que tuvimos una crisis bastante importante porque yo no sabía qué era tener una pareja, simplemente por eso no sabía compartir mis sentimientos ni saber expresarme. No sé, no sabía contarle las cosas que me pasaban y claro, me bloqueaba. Y es como que yo eché el freno y ella intentaba estar conmigo y yo no la dejaba. Es como que me había puesto una coraza muy grande. Y claro, con esa coraza es imposible avanzar y básicamente con esfuerzo por su parte conseguimos romperla.

**9) ¿Te arrepientes de haberte instalado Tinder? ¿Qué hubieras cambiado en tu experiencia con lo que sabes ahora si volvieres a empezar desde el principio?**

No me arrepiento de haberme instalado Tinder porque básicamente he encontrado a alguien muy importante para mí y si no fuese por esta aplicación nunca habría encontrado a Laura.

# Entrevista Sergio

## PRESENTACIÓN:

Mi nombre es Sergio. Tengo 23 años, estudio psicología y soy gay. En cuanto a mi forma de relacionarme, podría definirme como un chico bastante tímido, pero al mismo tiempo abierto a nuevas experiencias. Y mi opinión sobre las relaciones líquidas es que ahora mismo estoy en un punto de mi vida donde priorizo pasármelo bien antes que implicarme con cualquier persona, a nivel sentimental.

### 1) ¿Estas a favor o en contra de este tipo de relaciones?

Estoy a favor de las relaciones líquidas, siempre y cuando, desde el principio, cuando dos personas se conozcan, dejen claro ambas la postura que quieran mantener en esa relación, en el sentido de si una no quiere priorizar esa relación ni quiere darle la suficiente atención o la suficiente importancia. Lo considero perfectamente válido y coherente. Además, habría un problema si alguna de las dos partes tiene un pensamiento diferente. En ese caso, pues la relación no se podría dar. Pero si ambas consideran que pueden tener una relación mínimamente sana sin tener que implicarse de forma tan directa, yo no tengo ningún problema.

### 2) ¿Cuándo y porqué decidiste instalarte aplicaciones de *dating*?

Empecé a instalarme aplicaciones como Tinder o Grindr cuando lo dejé con mi primera pareja, yo siempre he sido un chico que no me ha gustado mucho salir de fiesta ni ir a sitios a ligar. Por lo tanto, eso ya me impide mucho conocer a nuevas personas y considero que las aplicaciones son una muy buena forma de encontrar a personas que más o menos estén buscando algo parecido a lo que tú buscas.

### 3) ¿Cómo te sentiste la primera vez que hablaste con alguien por este tipo de aplicaciones?

Pues la primera vez que hablé con alguien por una aplicación fue un poco extraño, un poco raro y me sentía como muy cortado, pero poco a poco fui soltándome. Pero mi primera experiencia fue bastante positiva y supongo que gracias a eso he continuado en este tipo de aplicaciones.

### 4) ¿Cual es tu relación con el concepto de las relaciones líquidas?

Mi experiencia con las relaciones líquidas en general ha sido positiva, sobre todo las últimas que he tenido. Básicamente porque considero que ahora estoy en un momento mucho más maduro de mi vida y tengo la capacidad de despegarme o de alejarme de según qué sentimientos o de según que digamos, responsabilidades que ciertas personas podrían requerir.

Realmente la única experiencia que puedo decir líquida que no salió bien fue una que tuve con una ex que sí, que es verdad que él buscaba algo mucho más líquido y yo al inicio también lo buscaba, algo así, pero poco a poco, después de estar meses quedando con él, pues sí que es verdad que le cogí cariño y empecé a sentir cosas que al principio obviamente no sentía y en parte obviamente me molestó el hecho de que yo avanzara y esa persona no, tampoco puedo decir que sea algo malo o un problema suyo, ni mucho menos, porque más adelante he sentido justamente lo que le pasó a él, pero yo con otras personas. Es decir, he quedado con ciertas personas, pasan las semanas, los meses y me doy cuenta de que yo no avanzo, en cambio ellos sí y yo por mucho que intente avanzar, no lo siento, no tengo la capacidad o no puedo forzarme a mi mismo a avanzar o a avanzar de la misma forma que la otra persona está avanzando. Considero que al final, si tú estás para una cosa y si no quieres avanzar o no quieres dar pasos y quieres mantenerte en ese sitio, en ese momento de responsabilidad afectiva mínima, no creo que ni tú ni nadie tenga la obligación de en ese sentido obligarte.

#### **5) ¿Cómo te han afectado las relaciones líquidas a tu forma de relacionarte?**

Pues las relaciones líquidas han influido mucho en mi forma de relacionarme, sobre todo en los últimos meses y años. Básicamente porque sí que es verdad que me doy cuenta de que las últimas amistades, relaciones o parejas sexuales que he tenido en una gran mayoría, si no es que todas, han sido de este estilo, en el sentido de relaciones líquidas, que no ha habido una implicación verdaderamente real de mi parte. Eso tiene cosas positivas y cosas negativas, por supuesto también. Ya podríamos hablar de las razones por las que me han pasado esto, pero verdaderamente considero que a mí personalmente me ha ayudado mucho porque han sido momentos donde verdaderamente no tenía la capacidad de responsabilizarme. Si alguien me hubiera pedido una mínima responsabilidad en esos momentos, no se la habría podido dar. Por lo tanto, creo que en este sentido y en este caso, las relaciones líquidas para mí han significado mucho. En caso de que no hubiera podido, la gente no hubiera estado dispuesta a tener este tipo de relaciones líquidas, yo no hubiera podido relacionarme con nuevas personas, no hubiera podido conocer a nueva gente. Básicamente por eso, porque estaba en un momento en mi vida en que no podía responsabilizarme y en el que no podía implicarme.

#### **6) ¿Recomiendas las aplicaciones de *dating* para conocer gente?**

Supongo que las aplicaciones de citas están diseñadas para más que una cosa, no solo para mantener relaciones sexuales, sino también, obviamente, para conocer gente y de forma profunda. Probablemente sí que lo recomendaría, el problema es que te va a costar mucho encontrar a una persona así, sobre todo desde mi experiencia personal. La mayoría de personas que están en este tipo de aplicaciones suelen tener un concepto de las relaciones más líquidas y suelen tener una percepción de la responsabilidad



afectiva mucho más liviano que una persona que te puedes encontrar tomando un café. Entonces lo recomiendo si no tienes ningún otro tipo de forma de conocer nuevas personas, si es tu última alternativa. Ahora, como primera alternativa, cuando existan otras, considero que deberías plantearte seriamente si verdaderamente te vale la pena.

**7) ¿Crees que se pueden establecer vínculos fuertes y duraderos en Tinder? ¿De que depende?**

. Considero que depende completamente de ambas personas, que las dos personas primero tengan unas prioridades claras sobre qué es lo que quieren en la vida, que no estén perdidas, que no tengan cargas del pasado, como traumas con su ex. Este tipo de situaciones creo que impiden enormemente que una persona se pueda comprometer con otra. A partir de ahí, si dos personas están libres de cargas entre comillas y tienen unas metas concretas y saben verdaderamente lo que buscan, creo que no hay ningún problema. No debería haber ningún problema en que puedan crear un vínculo bastante fuerte entre ellas.

**8) ¿Crees que en algún momento te arrepentirás de no haber creado vínculos fuertes con las personas que has conocido en estas aplicaciones?**

La verdad es que no lo sé, no puedo pensar que pensaré de aquí tres o cuatro años. En parte sí, porque de hecho ahora mismo, ya en ciertos momentos o con ciertas personas, sí que me arrepiento. Lo que pasa es que al mismo tiempo lo pienso y siento que tal vez, visto desde una perspectiva de dentro de unos años, sea mucho más fácil pensarlo. Pero en el momento en el estoy, no, no me veo capacitado de mantener esa conexión y esa profundidad en las relaciones. Por lo tanto, me arrepienta o no, es lo necesario que debo hacer ahora. Por lo tanto, si no hay otra opción, no puedo arrepentirme.

**9) ¿Te arrepientes de haberte instalado Tinder? ¿Qué hubieras cambiado en tu experiencia con lo que sabes ahora si volvieses a empezar desde el principio**

No me arrepiento de descargarme ni Tinder, ni Grindr, ni ninguna aplicación que me haya descargado, porque he conocido a gente maravillosa. También a gente que me ha hecho mucho daño, pero me quedo siempre con la parte positiva, porque en general siempre ha sido la más abundante. ¿Y qué habría cambiado si volviera a empezar de cero sin experiencia? Básicamente puede parecer raro, pero yo diría que fuera más directo, más a saco si lo único que buscas al final son relaciones líquidas, porque es verdad que muchas veces hubo esa duda por parte de otros, porque yo buscaba relaciones líquidas, pero al mismo tiempo hablaba, me comportaba y actuaba de ciertas formas que podían dar a entender que verdaderamente lo que buscaba podía ser otra cosa más allá de esa relación, sin un compromiso real. Por tanto, ser sincero desde el inicio, ser directo y ser conciso y decirle a la persona “Oye, mira, busco esto, quiero esto, si me lo puedes dar bien, si no, pues busca otra persona”.

Bueno, a mi me han hecho daño en este tipo de aplicaciones. Es verdad también porque la gran mayoría de mis exparejas han sido estas aplicaciones, por lo tanto, el daño sentimental que he tenido ha sido principalmente por conocer a personas en este tipo de sitios, también por otras personas que no han sido mis parejas, pero por ciertos temas eran personas que no estaban mentalmente estables y por tanto han acabado salpicando sus problemas. Supongo que al final el mayor daño que me han hecho es el desamor. Enamorarte de una persona y que esta persona verdaderamente busque esta relación líquida que tú también en principio buscabas, pero que una vez conoces a la persona y la conoces bien en profundidad, te das cuenta de que verdaderamente quieres avanzar y esa persona avanza. A veces te pasa a ti que tú avanzas y la otra persona no avanza. A veces pasa que la otra persona avanza y tú no avanzas. A veces pasa que las dos avanzáis y podéis tener una pareja muy bonita. Y a veces pasa, que también eso es precioso, que las dos personas no avanzan y podéis tener una relación sin un compromiso tan importante y sin ningún problema.

# Entrevista Joel

## PRESENTACIÓN:

Me llamo Joel, tengo 23 años y me defino como bisexual. Me considero una persona extrovertida, un poco graciosa, o eso intento, y eso no quita que tenga un poco de ansiedad social muchas veces. Mi opinión sobre las relaciones líquidas es que son como un periodo de prueba que todo el mundo pasa antes de tener una relación, porque no sabe lo que es una relación, entonces acabas teniendo la relación líquida sin darte cuenta.

### 1) ¿Estas a favor o en contra de este tipo de relaciones?

Personalmente, creo que todo el mundo pasa sobre una relación líquida, quieras o no y, a ver, es un poco así, sin sentimiento, pero estoy un poco a favor, porque la relación líquida te hace crecer como persona y sin pasar por una relación líquida no sabes como tratar a tu pareja en un futuro. Así que lo de las relaciones líquidas puede sacar consecuencias positivas, pero que en su momento tú lo puedes pasar mal con la persona que estés, también es verdad.

### 2) ¿Cuándo y porqué decidiste instalarte aplicaciones de *dating*?

La primera vez que me instalé Tinder fue cuando estaba en Corea, porque ahí había muchas publicidades de Tinder y era más para hacer amigos que para hacer pareja. Y yo ahí ya sabía que para tener pareja no estaba preparado. Entonces lo instalé para hacer más amigos y amigas y a allí lo utilicé muchísimo y yo hablaba con la gente y tal y quedaba y estuvo bien la verdad. Y ahí es cuando empecé a utilizar Tinder y estas aplicaciones para hacer más amistades que para hacer pareja.

### 3) ¿Cómo te sentiste la primera vez que hablaste con alguien por este tipo de aplicaciones?

La primera vez que hablé con alguien por Tinder fue en plan risas, porque estaba borracho y estaba con mis amigos. Y era lo típico de, “venga a ver quien consigue antes que venga una persona aquí”, porque entonces ahí era más para hacer amigos. Yo tenía ya en el perfil puesto que estoy aquí para hacer amigos, no para hacer pareja. Entonces era más de “vamos a ver quién invita a alguien.

### 4) ¿Cual es tu relación con el concepto de las relaciones líquidas?

Tengo que decir que, no me gusta aceptarlo pero, tengo demasiada experiencia en relaciones líquidas. Muchos problemas cuando estás en este tipo de aplicaciones son que cuando quedas con alguien, la gente ya presiente que quieres algo más. A mi ahora ya sí que no me importa si es amistad, relación o lo que

sea. A principio, cuando quedaba con los chicos yo siempre de las primeras frases que decía era “si te gusto, no me lo digas, porque si te gusto ya vamos a acabar mal”. Cada vez que quedo con alguien lo digo y aun me acuerdo de un chico que a las tres semanas o cuatro semanas me dijo te quiero y yo desde mi punto de vista no tenía sentimientos por la otra persona de esa forma. Y ahí es cuando llegó el problema, por eso me di cuenta que yo estaba más en el punto de relación líquida que el que él esta ya más en el punto de relación amorosa, pero yo lo veía más como una amistad, no llegamos a tener relaciones sexuales ni nada, como mucho algún beso, algún día esporádico y poco más. Y de experiencias así tengo bastantes, porque muchas veces la gente cree que por el simple hecho de conocerte por Tinder, Bumble o las 20.000 aplicaciones que hay, ya persiste en que hay una relación por hecho. Y yo también considero que yo, por ejemplo, a mi me gusta siempre empezar lo que sea por una amistad, que mi nivel es un poco más lento que el que tiene la otra gente. Pero hubo una experiencia que me hizo cambiar, que fue con un chico que no conocí por una app, que es cuando me tocó a mí por primera vez estar en el otro lado. Y ahí ya fue cuando yo ya empecé a cambiar las relaciones con esa la gente y, ahora ya sí que cuando estoy en Tinder o en alguna aplicación sí que pongo en plan amigos 100% para que no vuelva a pasar lo que a mi me pasó y que no vuelva yo a sentirme mal.

#### 5) ¿Cómo te han afectado las relaciones líquidas a tu forma de relacionarte?

Yo creo que las relaciones líquidas, lo que sobre todo me han afectado es que ahora tenga que ir al psicólogo haha. Bueno, que al psicólogo tiene que querer todo el mundo, empezamos por ahí. Pero yo creo que, sobre todo a mí lo que me tocó bastante fue tener una relación líquida desde el otro lado y ya desde ahí me costó más intentar confiar en la gente, porque yo creo que relaciones líquidas tampoco tiene que ser algo amoroso, también puede ser amistad o algo. Y si va mal una relación líquida de solo amistad, imagínate qué mal tiene que ir una de romántica. Yo creo que eso me ha afectado mucho, sobre todo la ansiedad social, que me lo paso mal con la gente y tal y eso me ha afectado, sobre todo en la manera de comer y de relacionarme después de este tipo de relaciones.

#### 6) ¿Recomiendas las aplicaciones de *dating* para conocer gente?

Yo recomendaría este tipo de aplicaciones para conocer a gente de un modo profundo, pero que tengan cuidado de la intensidad que se vive en las primeras citas o quedar de amistad o lo que sea. Yo por ejemplo ahora tengo aplicaciones que son solo para hacer amigos Después hay otras aplicaciones que conoces de manera profunda, de un tipo más sexual y otras de más amoroso. Depende mucho de lo que quieras, pero a mi el problema sobre todo es la intensidad que tiene desde el primer minuto que quedas con la gente de las aplicaciones y si no estás preparado mejor no y recomiendo más que vayas a un bar a emborracharte y ahí ya cuando estás ebrio o algo, conocer a gente nueva.

**7) ¿Crees que se pueden establecer vínculos fuertes y duraderos en Tinder? ¿De que depende?**

De Tinder pueden salir muchas cosas, porque yo tengo amigos que se han casado gracias a este tipo de aplicaciones y yo por ejemplo, tengo un amigo, muy amigo mío, que conocí por esta aplicación. Depende mucho de qué tipo de persona es y sobre todo lo que creo que es lo más importante es que aclares las cosas desde el primer minuto. Yo con mi amigo lo aclaré desde el principio, en plan, “yo estoy aquí para hacer amigos” y él igual. Él tenía pareja y yo no. Yo creo que depende mucho del *feeling* que tienes en la otra persona, pero eso ya es más de tipo de relaciones y tal.

**8) ¿Has notado alguna diferencia entre las conexiones que has creado con chicos y las que has creado con chicas?**

Cambia mucho las relaciones que tengo con chicos y con chicas, pero creo que eso ya es más un tema mío, personal de infancia, de que entre las cosas que me pasaban, una importante era un problema de sociabilizar, sobre todo con chicos. Hay ciertos tipos de chicos que no les gusta tener amigos, ni gays, ni bisexuales ni nada porque tienen problemas con su sexualidad. Me he encontrado muy pocas chicas que te digan que no a amistad o a cualquier cosa por el simple hecho de tu sexualidad.

**9) ¿Qué te ha costado más a la hora de establecer vínculos de amistad y no de relación romántica, que es el objetivo de estas aplicaciones?**

Lo que me cuesta más a la hora de hacer amigos a través de este tipo de aplicaciones es encontrar a alguien con hobbies parecidos a ti, porque quieras o no, yo me paso la mitad de mi vida viendo cine y comiendo sushi y si no compartes eso, es más difícil que nos llevemos bien. En este tipo de aplicaciones tú no conoces a la persona, los hobbies que tiene y si te das cuenta de que la mitad de cosas que habláis no tenéis nada en común, pues no te sirve. Y otra cosa, creo que es muy importante la confianza, porque en este tipo de aplicaciones tú no sabes, no conoces mucho a la persona, en cambio, si tu conoces a alguien a través de amigos en común o tal, tus amigos te han hablado te han explicado algo y confías mucho más.

**10) ¿Te arrepientes de haberte instalado Tinder? ¿Qué hubieras cambiado en tu experiencia con lo que sabes ahora si volvieses a empezar desde el principio**

La verdad, creo que sí, que me arrepiento de instalarme Tinder desde el principio, porque es como una droga. Es que las cosas son como son. El juego del *swipe right* y *swipe left* y eso es adictivo. Y ahí te das cuenta de que te está juzgando mucho la gente por el físico y tú la estás juzgando por el físico. Yo al principio me comía mucho la cabeza el que pensaría la gente de mí por el tipo de fotos que colgaría. Y me dio un poco de complejo la diferencia sobre mi físico en la vida real y en las fotografías.

Yo creo que eso es lo que cambiaría ahora mismo, de no centrarme tanto en las fotos y centrarme más en cómo me presento a mí mismo, en las presentaciones, en lo que me gusta y no solo en las fotos que pongo en que salga guapo. Porque creo que el físico ya llega a un punto que ya no importa.

# Entrevista Aurora

## PRESENTACIÓN:

Me llamo Aurora. Tengo 22 años y soy heterosexual. Me considero una chica muy alegre. Me encanta salir, me encanta conocer gente y sobre todo llevo una vida bastante activa y creo que las relaciones líquidas al final son una manera de esconder lo que siempre ha sido conocido como el sexo, porque la gente no le interesa ningún tipo de compromiso y es una manera de legitimar esta falta de compromiso.

### 1) ¿Estas a favor o en contra de este tipo de relaciones?

Estoy totalmente en contra de este tipo de relaciones porque considero que al final las relaciones líquidas son una manera de esconder o incluso de llegar a legitimar algo que siempre se ha conocido como “follamigos”, o el interés por puro sexo. Y que se intenta publicitar a partir de estas aplicaciones, como puede ser Tinder, el poder conocer a alguien cuando realmente la gente no busca eso a través de estas redes sociales.

### 2) ¿Cuándo y por qué decidiste instalarte aplicaciones de *dating*?

Me instalé aplicaciones como Tinder durante la pandemia, ya que como he comentado, me encanta salir y conocer gente. Y sí que es verdad que con la situación pandémica fue más complicado poder conocer gente, sobre todo gente con la que poder mantener una relación. Y por tanto, pensaba que Tinder era una manera de conocer personas y poder conectar más allá de algo físico y crear una relación, pero creo que no es la opción.

### 3) ¿Cómo te sentiste la primera vez que hablaste con alguien por este tipo de aplicaciones?

La primera vez que hablé con alguien a través de este tipo de aplicaciones la verdad que me sentí bastante asqueada porque el primer mensaje que recibí fue: “¿Echamos un polvo?” de personas a las cuales no conocía absolutamente de nada. Creo que no es manera de empezar una conversación. Incluso hubo una situación en la que me dijo un chico: “Quedamos en tu casa” y le dije que a mi me gusta quedar fuera y me dijo “pues vamos a tomar algo y luego quedamos en tu casa”.

### 4) ¿Cual es tu relación con el concepto de las relaciones líquidas?

Respecto a las relaciones líquidas que he tenido, he conocido a diferentes chicos, pero creo que todas las experiencias tienen en común que al final eran personas que no buscaban lo mismo que yo.

Es decir, yo soy una persona que busca un tipo de compromiso y por tanto creo que es importante al final conectar primero con la persona. Sí que es verdad que primero tienes que conectar a través del móvil, ya que ahora no tanto, pero durante la pandemia era más complicado relacionarse más allá de un teléfono y ahora ha subido la gente que se relaciona por redes sociales, pero son personas que en general no buscan ningún tipo de compromiso, que pueden estar hablando contigo, igual que hablan con 80 personas más a la vez y que por ello no pueden tener nada serio, que es lo que a mi me gustaría tener con alguien.

Una de mis peores experiencias en cuanto a conocer chicos fue hace poco. Conocí a un chico, estaba muy a gusto con él. Yo incluso me sentía mal de poder llegar a conocer a otras personas que no necesitaba conocer a nadie. Pero yo veía que para él era importante porque me lo hacía ver, me lo repetía varias veces, incluso veía acciones que mostraban que tenía interés en algo serio conmigo. Sin embargo, un día a la vez que me dijo que quería quedar conmigo, me enteré por su amigo que estaba diciéndole que no sabía si quedar conmigo o hablar con otras chicas para esa noche. Entonces, al momento que me estaba mandando a mí un mensaje diciendo “Voy a quedar contigo, tengo ganas de verte”, estaba mandándole a otra chica lo mismo y yo me enteré por su amigo, porque si no hubiera quedado con él. Por tanto, creo que al final no le importa nada. No creo que sea personal, sinceramente. Creo que al final es una situación en la que es como en el fútbol, tirando de banquillo y tanto chicos como chicas, no creo que sea un fenómeno exclusivo de los chicos. Lo que hacen es tener banquillo, tener diferentes jugadores e ir tirando sin tener compromiso con nadie, porque nadie tiene interés en estar con una persona más si esto le supone un esfuerzo o si tiene que complicarse mucho la vida para estar con esta persona.

También estuve con un chico con el que estaba muy bien. Quedamos muchas veces, yo soy una persona que me gusta ir despacio en cuanto a las relaciones y un día quedamos, no pasó nada más allá de lo que yo consideré que debía pasar en esa noche y una hora antes el chico me estaba diciendo que tendría más tiempo para verme, que le habían cambiado unas clases, que estaba muy feliz, me llamaba motes cariñosos y me decía “te hecho de menos” y las típicas frases. Yo estaba muy emocionada con él, no pasó nada porque no me apetecía que pasase nada y unas horas después dejó de hablarme. No me dijo nada ni porque había pasado. Yo como no tengo ningún problema, le pregunté y me empezó a venir con excusas que no tenía tiempo. Realmente al final se trataba de que lo que quería era sexo y no tenía el valor de al menos decirme que quería sexo. Yo soy una persona muy directa y si una persona me dice “quiero solo sexo contigo”, soy yo la que va a decidir si quiere o no quiere esta situación, porque uno de los problemas de estas situaciones es que la gente prefiere no ser sincera y no decir lo que busca realmente antes que comprometerse con alguien o otro tipo de situaciones.



**5) ¿Cómo te han afectado las relaciones líquidas a tu forma de relacionarte?**

Las relaciones líquidas me han afectado bastante a la personalidad, tanto positivo como negativamente. Positivamente, creo que ahora tengo claro lo que quiero y por tanto se me da mejor ser más dura y poder separar cuando veo que un chico no busca lo mismo que yo. Negativamente, y sobre todo más en el pasado, no tanto ahora, me han hecho sentir insegura pensando que el problema lo tenía yo, que a lo mejor lo correcto sería dejarme llevar en ciertas ocasiones, pero creo que al final cada uno tiene una personalidad, tiene una manera de ser y si la otra persona no se adapta es que no es la persona correcta. Creo que fue a base de palos como solucioné el haberme sentido insegura. Yo creo mi punto de inflexión fue el caso del chico con el que me sentí más asqueada que el que mientras estaba hablando conmigo estaba diciéndole a su amigo que quería quedar con otras a la vez porque le daba pereza. Yo considero que al final si una persona no te valora es porque es una persona que no tiene derecho a tenerte, no por él, sino por ti, sino que tienes que ser tú misma o tú mismo. En este caso no era la persona para mí, no me estaba valorando y quiero alguien que esté por mí 100%.

**6) ¿Recomiendas las aplicaciones de *dating* para conocer gente?**

Sinceramente, creo que la mejor manera de conocer a las personas es en otro tipo de ámbitos, sea el ámbito laboral, sea otro ámbito. Aunque la fiesta siempre ha sido tachada como un ámbito para no conocer a personas más allá del sexo, creo que es más lícito conocer personas de fiesta y luego poder hablar e ir a tomar un café o una cerveza e ir conociendo que Tinder. Creo que al final Tinder se está diciendo que es para conocer gente, pero realmente la gente ya tiene unos prejuicios con estas plataformas y actúa de unas maneras concretas. Y creo que al final la única manera de conocer a alguien de otro modo es a través de otras situaciones como las que he comentado.

**7) ¿Crees que se pueden establecer vínculos fuertes y duraderos en Tinder? ¿De que depende?**

Considero que para establecer un vínculo con una persona tiene que ir más allá de lo físico. Es decir, tiene que ser una persona con la que conectes a nivel emocional. Es una cosa que es complicada, pero eso no significa que sea imposible. Es decir, si conectas con todo el mundo, sería mucho más fácil y no tendría ninguna gracia. Por tanto, creo que tiene que ser una persona con la que tú hables, con la que me sienta bien y segura. Que tengamos una conversación y por tanto, no algo que sea puramente físico.

**8) ¿Por qué crees que no consigues conectar con ninguna persona en estas aplicaciones?**

Creo que el tipo de tío en el cual me he fijado siempre ha sido el mismo. Un tipo de tío guapo que sabes que tiene a todas las chicas que le da la gana y, por tanto, al final un chico que es muy guapo y que sabe que tiene quien le da la gana, no tiene ninguna necesidad de ir detrás de nadie o incluso de poder establecer una conexión con nadie porque sabe que lo puede tener mucho más fácil.

Sí que es verdad que a mí el típico chico que me ha gustado siempre ha sido el típico malote, el que me lleva un poco la contraria, por decirlo de alguna manera, pero creo que debe ser un poco buscar una persona que te lleve la contraria, pero que cuando tú estés con esta persona te sientas bien, no te sientas insegura y por tanto sea alguien que de alguna manera te pueda complementar, porque que te haga sufrir y que le tengas que ir detrás a la persona no significa que sea lo correcto, sino al contrario, lo único que hace es perjudicarte. Porque sí que es verdad, que nos engancha, que es complicado, pero realmente no es cuestión de que sea fácil o complicado, sino de que sea una persona que muestre el mismo interés que tú.

**9) ¿Te arrepientes de haberte instalado Tinder? ¿Qué hubieras cambiado en tu experiencia con lo que sabes ahora si volvieses a empezar desde el principio**

No me arrepiento de haberme instalado la aplicación porque creo que al final de todo, en esta vida se aprende y por tanto, me ha permitido ser más dura respecto a descartar personas, ya que he podido diferenciar las personas que buscaban algo más allá de sexo, que es lo que al final yo busco y, por tanto, creo que lo único que cambiaría es haber sido un poco más dura. Porque sí que es verdad que no tengo por qué dar explicaciones a una persona que no conozco de nada, pero si hubiera actuado de otra manera y siendo más dura desde un primer momento, aunque hubiera tenido menos *matches*, que al final no importan, hubiera sido más correcto y mejor. Y a lo mejor me hubiera fijado en otro tipo de chicos que no me he fijado hasta ahora.

# Entrevista Adrià

## PRESENTACIÓN:

Me llamo Adrià, tengo 20 años, estudio psicología y soy tauro. Me considero una persona bastante tímida y que me cuesta mucho crear vínculos emocionales con las personas. Las relaciones líquidas han sido bastante difíciles para mí porque no he conseguido intimar ni crear el vínculo de confianza que necesito para entregarme a una relación y me han creado mucha inseguridad.

### 1) ¿Estas a favor o en contra de este tipo de relaciones?

Las relaciones líquidas para mí son bastante complicadas porque te exigen un nivel de conocimiento sobre lo que quiere el otro mucho mayor, porque al final si tú sabes que una persona quiere una relación de amistad o romántica sabes hacia donde vas. Sin embargo, en una relación en la que no sabes qué va a pasar, que en cualquier momento se puede acabar, que la otra persona puede conocer a otra persona, crea mucha más inseguridad e inestabilidad. Por esta razón, creo que son muy difíciles de llevar. Como he dicho antes soy una persona que me cuesta crear vínculos con otras personas, entonces para mí este tipo de relación es muy difícil porque me crea la inseguridad de no saber hacia dónde va. Esta persona qué intenciones tiene y por más que lo hablemos, llegas a un punto que identificas a este tipo de personas. Y por más que lo hables con esta persona e intentes que haya comunicación y los dos os digáis qué queréis cada uno, sigues teniendo esa inseguridad de en qué momento se va a acabar.

### 2) ¿Cuándo y por qué decidiste instalarte aplicaciones de *dating*?

Yo hace unos 5 años más o menos me instalé Tinder por la típica moda de encuentra el amor, encuentra a tu príncipe azul. Además, todo el mundo se estaba instalando Tinder, así que yo fui uno más. Mi experiencia fue bastante nefasta. Fui conociendo gente, fui hablando con gente que tenía conversaciones que podían durar 2 semanas, 2 días, 2 horas. Si que es verdad que a veces hablabas todos los días y de repente un día te dejaban de contestar. También noté mucho el cambio cuando estás hablando por Tinder y cambiabas a Instagram, allí mucha gente te dejaba de hablar. O a veces te contestan muy bien y de repente te dicen de quedar, quedas y ya. Entonces te falta esa conversación última el por qué esa persona te deja de hablar, sino vas acumulando este tipo de experiencias y cada vez te sientes peor.

### 3) ¿Cómo te sentiste la primera vez que hablaste con alguien por este tipo de aplicaciones?

Lo recuerdo bastante bien porque hoy en día es un amigo mío, pero sí que es verdad que me costó un montón. Soy muy tímido y siempre que conozco a alguien me cuesta mucho sacar tema de conversación, ver de qué podemos hablar y sí que es verdad que en persona es mucho más espontáneo, pero por un chat es muy frío y en una aplicación que la mayoría de gente va a lo que va, no acabo de sentirme cómodo.

### 4) ¿Cual es tu relación con el concepto de las relaciones líquidas?

Mi relación con las relaciones líquidas ha ido disminuyendo a lo largo de los años, pero sí que al inicio cuando me instalé Tinder noté que la gente tenía un objetivo muy concreto y si tú no lo cumplías rápidamente pasaban de ti. Y yo pensaba, “déjame tiempo y vamos a ver qué buscamos cada uno y ver a ver si podemos quedar como amigos o lo que surja”. Yo necesitaba tiempo y veía que la gente tenía mucha prisa. La gente hablaba con 50 personas a la vez y no se paraban a conocer realmente a una persona y ver qué le podía aportar. Esto es algo que va quemando y más siendo una persona insegura como yo, ya que me iba creando más inseguridad y pensaba que no era suficiente para esas personas.

Por ejemplo, estaba hablando con un chico y notaba que no era suficiente y que en cualquier momento podría encontrar otra persona en Tinder, ya que es un catálogo, que le aportara más que yo y esto al final me afectaba mucho. Sí que es verdad que con el tiempo he intentado trabajar estas inseguridades adaptándome al contexto de hoy en día que las cosas corren. He ido intentando conocer a gente para crear vínculos, pero igualmente he notado esa prisa social que está implícita en las relaciones: sino llegas a “x” punto, si no formalizas la relación en un momento en concreto, es decir, ciertos objetivos que están establecidos en la sociedad, cortan muy rápido contigo o te dejan de hablar con mucha facilidad y al final esto te hace sentir mal porque tú estás orgulloso de lo que estás avanzando y lo que estás sintiendo, pero no ves que en los demás se refleje así. Por esto, yo creo que la gente debería de tener un poco de responsabilidad y si no se ve capaz de dar el tiempo que la otra persona necesita, que lo comunique y que busquen algo que les vaya mejor. También existe mucho el falso concepto de “sí yo te espero, yo te voy a dar el espacio que necesites” y a la hora de la verdad cuando llega el momento que esa persona lo pide la otra no lo cumple. Esto mismo lo viví yo. Conocí a una persona que no respetaba mis tiempos ni espacios y además me exigía de más indicando que era una obligación y me amenazaba que me dejaría de hablar o se enfadaba conmigo. Todo esto lo trabajé con mi psicóloga y ahora lo he conseguido llevar bien, pero a mi yo de hace 3 años esto le hundía.

**5) ¿Cómo te han afectado las relaciones líquidas a tu forma de relacionarte?**

A la hora de relacionarme y conocer gente nueva para amistad o algo más, lo que pido es muchísima comunicación. Lo bueno que me ha aportado este tipo de relaciones es que yo he sabido identificar lo que yo necesito y lo pido. Antes de nada, cuando conozco a alguien les comunico que yo en “x” relación voy a necesitar comunicación, confianza y decir qué intenciones tiene cada uno porque al final yo siempre tengo el miedo que la gente se vaya. He notado que haciendo esto me siento mucho más cómodo y me ayuda bastante.

**6) ¿Recomiendas las aplicaciones de *dating* para conocer gente?**

Tengo sentimientos encontrados sobre si tuviera que aconsejar a alguien que está dudando en instalarse Tinder. Por una parte, si es una persona introvertida en un pueblo pequeño, que por ejemplo en mi caso no hay mucha representación del colectivo y necesita salir y conocer gente fuera de este pueblo yo se la recomendaría, pero habiendo hecho un trabajo previo con ella misma. Por ejemplo, si tienes baja autoestima no la recomiendo porque te va a hundir muchísimo más. Puedes tener la suerte de conocer a gente buena, pero seguro que habrá mucha otra que te hará sentir bastante mal. Así que si eres una persona que te cuesta vincularte a los demás, tímida y que no acaba de estar cómoda en este tipo de relaciones yo no la recomendaría.

**7) ¿Crees que se pueden establecer vínculos fuertes y duraderos en Tinder? ¿De que depende?**

Lo veo bastante difícil, pero creo que todo es posible. Al final las relaciones a distancia para mi son muy complicadas, pero hay gente que las tiene, así que todo depende de la implicación que tengan las dos personas. Al final yo he sacado muchas amistades de Tinder y para mi no son relaciones líquidas, sino fuertes. Aunque no hablemos ni quedemos siempre por la distancia para mi son personas importantes.

El nivel de implicación está en las personas no en la aplicación, así que si las dos personas quieren y lo intentan no tiene que haber ningún problema. El gran cambio que yo he notado entre crear grandes vínculos y no, es el trabajo en mi autoestima e inseguridad. Tienes que ir muy seguro de lo que quieres y eso nadie te lo puede cambiar. Si tu quieres una relación estable, de amistad, de pareja y la otra persona no es capaz de dártelo y tu lo ves, yo lo que he hecho muchas veces es autoconvencerme y creer que la otra persona igual en unas semanas sí que me da lo que estoy buscando. Si al final que esa persona no te lo va a dar, déjala ir, hay mucha personas en el mundo.

**8) ¿Te arrepientes de haberte instalado Tinder? ¿Qué hubieras cambiado en tu experiencia con lo que sabes ahora si volvieres a empezar desde el principio**

Si hoy en día decidiera instalarme Tinder desde 0 creo que lo que cambiaría sería en la madurez que tengo ahora. Con 18-19 años la forma de pensar y vincularse con la gente es diferente. Con esta edad no tenemos claro ni qué queremos ni quienes somos ni el perfil de persona que buscamos. Llega el punto que trabajando contigo y pensando bien que es lo que quieres sí que puedes llegar a instalarte estas aplicaciones e ir directo al grano. Lo que no puedes hacer es instalártela y dejarte guiar por lo que los demás quieran.

**9) ¿Crees que en algún momento conseguirás crear un vínculo romántico y duradero que merezca la pena en estas aplicaciones?**

Sí, yo creo que ahora sí que podría tener una relación estable y sana a diferencia de mi yo de hace 2 años. Puede ser tanto en Tinder como en cualquier otra parte. Mientras encuentra a la persona que a mi me guste y yo le guste y podamos establecer esa comunicación para que se vaya desarrollando la relación.

Los pasos a seguir para tener una relación estable en Tinder son tener en cuenta la distancia, tener mucha comunicación y establecer una rutina con esa persona. Con la rutina yo creo que hay diferentes patrones que las dos personas van a seguir, van a ir quedando y viendo y van a ir cogiendo cariño y es donde se forjará la relación. Al final por Tinder solo hablas pero no conoces realmente a la personas. Es importante conocerse en persona.

Para personas como yo que nos cuesta crear vínculos este tipo de aplicaciones, Tinder no es una buena opción, lo mejor es ser espontáneo y dejar que la vida te sorprenda con una casualidad (amigos de amigos) para empezar hablar y que no sea por un *match* en Tinder, ya que es todo por físico porque el 90% no se lee la descripción. Para mi el físico importa pero no te debes guiar por él. Al final tienes que combinarlo con las personalidad. Al principio me pensaba que solo buscaba alguien por la personalidad, pero al final te das cuenta que el físico también es importante y en Tinder se acentúa mucho más. Yo decidí desinstalarme Tinder hace 6 meses porque después de mucha terapia me he dado cuenta que mi forma de ser no me permite tolerar ese tipo de relaciones. Además después de años y experiencias compartidas, creo que las casualidades son bonitas. Hoy en día hay muchas formas de establecer una relación y no tiene porque ser a través de una aplicación.

# Entrevista René

## PRESENTACIÓN:

Me llamo René, tengo 20 años y soy un chico transexual. Me considero bastante introvertido, también socialmente bastante femenino. Voy a empezar a estudiar maquillaje este año. Y yo de las relaciones líquidas, bueno, no me afectan directamente, ya que he aprendido a sobrellevarlas o a que no me afecten de una manera tan profunda como hacía antes. Ahora sigo teniendo bastantes inseguridades en según que temas, sobre todo físicos, pero la verdad es que ya no me afectan de la misma manera que cuando no me había encontrado a mi mismo.

### 1) ¿Estas a favor o en contra de este tipo de relaciones?

Yo actualmente no estoy ni a favor ni en contra de las relaciones líquidas, ya que cada uno busca lo que cree que necesita en ese momento. Por lo tanto, antes sí que me afectaban más, porque yo a lo mejor buscaba como un sentimiento de que me quieran, ya que a mí me faltaba quererme a mi mismo y entonces pues buscaba eso, que notara que alguien me quiere o me tiene como por encima de todo. Pero realmente ahora he llegado a un momento en que me he encontrado a mí y no necesito ya ese tipo de relación. A lo mejor ahora tampoco busco como una relación tan profunda o tan fuerte o de tener tanta complicidad y la otra persona tampoco, que es lo que la mayoría buscan hoy en día, no tener esa necesidad de tener algo tan unido a la otra persona.

### 2) ¿Cuándo y porqué decidiste instalarte aplicaciones de *dating*?

Yo me instalé Tinder hace unos dos años aproximadamente, ya que yo buscaba más relaciones amorosas o físicas con mujeres y yo con mi apariencia física, pues me costaba más encontrarlas. Tenía más facilidad con hombres cisgénero normalmente. Pese a que era algo que no me interesaba al principio, por moda o por sociedad pues sí que tiraba más a ello y era un poco forzoso. Me forzaba porque yo había veces que no tenía la necesidad de tener una relación física y ellos como que forzaban un poco la situación y al final acababa cayendo. Pero bueno, me lo instalé para probar también un poco por moda y bueno, pues para conocer gente, pero no fui con ninguna intención de encontrar el amor ni de que me saliera una historia fabulosa. La verdad fue más que nada para encontrar más gente del colectivo y bueno, eso ya está.

### 3) ¿Cómo te sentiste la primera vez que hablaste con alguien por este tipo de aplicaciones?

La primera vez que hablé con alguien por Tinder, la verdad es que me costó un poco, porque ya de por sí me cuesta empezar una conversación, digamos, sacar temas y cosas así. Tenía más facilidad porque los hombres eran los que buscaban sacarme conversación, entonces lo tenía más fácil en ese aspecto. Pero claro, ahora estoy como en otro papel, digamos socialmente en todo evidentemente, pero me toca a mí como sacar los temas de conversación o intentar quedar con la otra persona. Y claro, a parte que no estoy acostumbrado, no tengo la suficiente seguridad para hacerlo. Pero la primera vez en Tinder sí que me costó, porque más que nada también como que dejaban de contestar muy seguido y tú intentas como crear una conexión ya no profunda, pero cosas en común o lo que sea para iniciar una conversación, pero te hacen *ghosting*.

### 4) ¿Cual es tu relación con el concepto de las relaciones líquidas?

Mi experiencia con las relaciones líquidas más que nada fue cuando me miraban con ojos de mujer. Había tenido bastantes quedadas, la verdad es que bastantes relaciones y todas eran un poco lo mismo, buscaban lo físico. Yo por eso me forzaba también a mostrar más mis curvas tipo los pechos o el culo, marcarlo más, cosas apretadas porque notaba que si no, no te buscaban tanto. Más que nada me movía por el físico, entonces era algo que también me hacía crearme muchas inseguridades. Luego también cuando se acercaban y conseguían lo que querían físicamente, luego desaparecían.

Sí que es verdad que me creó muchas inseguridades en quererme bastante poco y bueno, como que era un objeto. Me sentí bastante sexualizado, pero bueno también con terapia y encontrándome a mi mismo lo he solucionado un poco. Sobre todo esa parte me ha ayudado muchísimo a sobrellevarlo y a saber que no soy un objeto y que ahora ya no me visto de esa forma porque no me gusta verme de esa forma, pero dentro de eso noto que se me ha sexualizado mucho menos en este aspecto y que ya no se me busca tanto por el físico, sino porque soy más gracioso o por cosas más del interior de mi personalidad. La verdad es que es un cambio que me ha gustado mucho, porque antes era muy incómodo que te buscaran solo para una cosa, entonces ahora me ha dejado de importar más eso, porque he aprendido a aceptarme tal y como soy, a verme con otros ojos y a sentirme más cómodo conmigo. Entonces ya cuando veo que la otra persona va a por eso, o una cosa que no me interesa, lo que sea, pues ya pongo mis límites, porque al final yo creo que las relaciones líquidas se basan mucho en límites. Si tú lo pones, la otra persona se queda ahí, no puede avanzar. Yo creo que se trata mucho de eso, de quererte, de saber lo que quieres y de poner tú tus límites.



El punto donde me di cuenta de que no me estaba gustando cómo llevaba las cosas, fue cuando después de relaciones físicas, a mí no me gustaban. Me sentía muy incómodo y bastante forzado, la verdad. Y hubo un momento donde empecé con cambios físicos y ya empecé a notar que estaba yendo por el lado que me gustaba. Ya cuando empecé a cambiar físicamente un poco más masculino, ya noté muchísimo el cambio de que ya no me buscaban tanto como antes. Antes era constantemente los típicos fueguitos en Instagram o muchos *matches* en Tinder o lo que sea por enseñar más o menos. Y lo he notado mucho también que aparte porque yo buscaba más con chicas, en ese caso los chicos también han dejado de buscarme mucho en ese sentido.

#### 5) ¿Cómo te han afectado las relaciones líquidas a tu forma de relacionarte?

A mí las relaciones líquidas más que nada me han ayudado a saber lo que no quiero y a darme cuenta de que no me quería, porque me hizo darme cuenta de que no era el camino que quería llevar, de que estaba muy incómodo con ese tipo de relaciones. Y la verdad es que lo agradezco porque me ha ayudado mucho a encontrarme. A lo mejor aún estaría en el proceso si no hubiera sido por ello, si hubiera sido una relación normal donde me hubiera sentido querido o aceptado, a lo mejor no me hubiera dado tan rápido cuenta de mi cambio personal. Entonces me ha ayudado mucho como a caer para empezar a subir o a conocerme más.

#### 6) ¿Recomiendas las aplicaciones de *dating* para conocer gente?

La verdad es que yo Tinder no lo recomendaría para tener una relación profunda de por sí, ya que por mi experiencia la mayoría solo van más a al físico. Porque si me he dado cuenta de que, por ejemplo, con mi perfil de mujer, digamos mis mismas fotografías que tengo en el perfil de hombre de ahora, antes, por ejemplo, tenía muchos más *matches* cuando me buscaban como mujer, digamos, no por apariencia, sino por la categoría de mujer en Tinder. Y ahora, teniendo la categoría de hombre con las mismas fotografías, recibo tres *matches* como mucho. He notado mucho que se basan mucho por eso, no por la categoría que tienes, a lo mejor por las fotografías que subes pero no se te paran a conocer siquiera.

#### 7) ¿Crees que se pueden establecer vínculos fuertes y duraderos en Tinder? ¿De que depende?

Creo que vínculos fuertes en Tinder podrías encontrar más bien como amistad. A lo mejor sí que encajas con alguna persona en gustos o no, tanto musicales o de series que te gusten ver. Y entonces a lo mejor yo creo que sí. Todo es posible, pero tema amoroso, yo no he tenido ningún momento donde haya dicho “con esta persona sí que podría llegar a tener una relación”, como mucho si tenéis algo en común o atracción física, pero no mucho más. También supongo que depende de quedar en persona que tengáis conexión, como todo eso te lo puedes encontrar en cualquier lado. Depende de cuando te encuentres a la

persona, pero sí que es verdad que la mayoría como solo buscan un tiempo, tampoco ayuda a crear una conexión muy profunda. Desde mi punto de vista, no recomiendo tener relaciones románticas o más amorosas en ese sentido por Tinder, ya que creo que no suelen tener una responsabilidad emocional tan afectuosa o como para tener una relación estable amorosa. Como amigos sí, porque bueno, quien dice amigos dice con gustos similares o lo que sea, no tiene por qué ser una amistad súper grande, pero no sé, un conocido. Puedes hacer conocidos o llevarte bien con alguien, pero de ahí a llevar una relación seria y estable hay un paso muy grande. Entonces yo desde mi experiencia no he tenido o no he conocido ninguna persona con esa responsabilidad emocional que yo necesito. También exijo bastante, ya que he tenido varias malas experiencias y eso también me ha hecho muy exigente. Pero en general, no creo que yo, por ejemplo, pueda encontrar a nadie así por una aplicación de citas.

**8) ¿Te arrepientes de haberte instalado Tinder? ¿Qué hubieras cambiado en tu experiencia con lo que sabes ahora si volvieres a empezar desde el principio**

Yo personalmente, si tuviera que elegir, si volver a instalarme Tinder o no, ya sabiendo lo que sé realmente, me lo volvería a instalar. Porque como ya he dicho, yo ya empecé Tinder, pero con una base sobre mí, ya sabiendo un poco más lo que quería o poniendo un poco mis límites. Tampoco he dejado que entren a conocerme mucho más, ya que también soy introvertido y me cuesta bastante, pero no he tenido ninguna experiencia mala, como insultos o que me hayan hecho daño emocionalmente. Sí que he conocido gente con la que he cuajado como amistad de momento o físicamente como mucho, pero no he tenido malas experiencias en general. Por lo tanto, para conocer gente nueva, pues la verdad es que sí o para conocer gente del colectivo con la que tengas cosas en común. También en las descripciones muchas veces ya encuentras gente que dice que solo quiere conocer gente que no busca nada físico o especial. Como hay de todo, la verdad encuentras un poco de todo, pero no lo recomendaría como para buscar el amor.