

# TFG

---

## LA RACHI CONTROLA.

PREPRODUCCIÓN DE UNA *WEBSERIE* DE ANIMACIÓN EN CLAVE DE HUMOR Y CREACIÓN DE UN UNIVERSO TRANSMEDIA A SU ALREDEDOR.

Presentado por Raquel Horcajuelo Sanchis

Tutor: Josep Prósper Ribes

Facultad de Bellas Artes de San Carlos

Grado en Bellas Artes

Curso 2019-2020



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA  
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

## RESUMEN

En este trabajo se idea y preproduce una *webserie* de animación en clave de humor, creando alrededor de su trama un universo transmedia y trazando unos planes para su distribución.

La serie ideada consta de 12 capítulos, cuyo piloto pilotos se ha realizado principalmente con ilustraciones digitales y *stopmotion*. Se han creado los guiones de los 12 capítulos, planificando que su duración se aproxime a los 4 minutos, ajustándose así a las características del formato *webserie*. La trama principal, de todos esto, gira entorno a las anécdotas surgidas de las experiencias de la autora durante su tiempo como Erasmus.

Se ha creado una página web y unos perfiles en las redes sociales Twitter y Instagram para dar a conocer la serie y crear, a través de la difusión de contenido escrito y audiovisual, un universo transmedia.

El objetivo fundamental de este trabajo reside en explorar los procesos narrativos mediante la creación de los guiones, conocer bien todos los pasos de la preproducción de una serie de animación y coordinar los distintos medios para la difusión del proyecto. Trabajando complementariamente el *storytelling*, la dirección artística y el *marketing*.

Los principales referentes audiovisuales de la obra presentada son otras series como: *Enjuto Mojamuto*, *El fantástico mundo de Gumball*, *La niña repelente*, *Lizzie McGuire*, *The Simpsons* o *Friends*.

Esta memoria contextualiza la obra presentada y analiza la relación que guarda con sus referentes, después de haber hecho una breve enumeración y descripción de las principales claves, aspectos, conceptos, recursos y el tema de la misma.

## PALABRAS CLAVE

Narrativa audiovisual, Webserie, Transmedia, Comedia, Animación.

## ABSTRACT

This work is a transmedia audiovisual project, in which a humour animation series is conceived. Along with this, its plans for being issued.

The project consists in the creation of 12 chapters. From those I have created a pilot, mainly, with digital illustration and stop-motion. 12 scripts have been created planning their duration to approach 4 minutes, thus adjusting to the characteristics of the web series format. The main plot shows, anecdotally, the author's experiences while being an Erasmus student.

A web page and profiles on social networks Twitter and Instagram have also been created to publicize the series through written and audiovisual content and also to create a transmedia universe.

The purposes of this creation are to explore the narrative process through the creation of scripts, getting to know all the steps you need to follow while pre-producing and to coordinate the different media platforms for launching the project. Being the storytelling, the artistic direction and the marketing the aspects developed during the process.

The referents for the audiovisual pieces are other series such as *Enjuto Mojamuto*, *The Amazing World of Gumball*, *La Niña Repelente*, *Lizzie McGuire*, *The Simpsons* or *Friends*.

This report memory aims to contextualize the work and analyses the relationship between the project and its referents, after having enumerated and describe the principal keys, aspects, concepts, resources and its theme.

## KEY WORDS

Narrativa audiovisual, Webserie, Transmedia, Comedy, Animation.

*Agradezco en primer lugar a Josep Prósper Ribes, el director de mi TFG. Gracias por ayudarme en el proceso, todo ha sido mucho más fácil sabiendo que estaba bajo tu tutela.*

*Seguidamente, creo más que necesario, agradecer a mis padres. Gracias por permitirme estudiar lo que me apasiona y no poner nunca limitación alguna, en cuanto a mi educación respecta.*

*Sin duda he de agradecer a todos los que en algún punto han arrimado el hombro para ayudarme a que las diferentes partes de este proyecto saliesen adelante.*

*A mi familia de Irlanda, en especial a Javi. Gracias por hacerme sentir en casa, y crear junto a mi, recuerdos maravillosos.*

*A mis amigas. Gracias por ser mis "diarios" personales cuando estaba lejos y aportarme siempre vuestra más sincera opinión.*

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.....</b>	<b>8</b>
<b>3. SERIE AUDIOVISUAL .....</b>	<b>9</b>
<b>3.1. WEBSERIES .....</b>	<b>9</b>
3.1.1. CARACTERÍSTICAS DEL FORMATO .....	10
3.1.2. CONVERGENCIA MEDIÁTICA, CROSSMEDIA Y TRANSMEDIA ..	13
3.1.3. PANORAMA DE LAS WEBSERIES EN ESPAÑA.....	14
3.1.4. LA ENJUTO MOJAMUTO .....	14
3.1.5. LA NIÑA REPELENTE.....	14
<b>3.2. SERIES DE ANIMACIÓN .....</b>	<b>15</b>
3.2.1. THE SIMPSONS.....	16
3.2.2. THE AMAZING WORLD OF GUMBALL.....	17
3.2.3. LIZZIE MCGUIRE .....	17
<b>3.3. EL HUMOR EN LAS SERIES.....</b>	<b>17</b>
3.3.1. FRIENDS .....	19
<b>4. NARRATIVA TRANSMEDIA.....</b>	<b>20</b>
<b>5. GENERAR INGRESOS CON UNA WEBSERIE .....</b>	<b>20</b>
5.1. YOUTUBE .....	21
5.2. BRANDED CONTENT Y PUBLICIDAD EN LA DIÉGESIS.....	21
5.3. CROWDFUNDING .....	22
<b>6. PROCESO CREATIVO .....</b>	<b>23</b>
<b>6.1. DE LA IDEA AL PAPEL .....</b>	<b>25</b>
6.1.1. BIBLIA.....	25
6.1.1.1. PROPUESTA TRILINGÜE.....	26
6.1.2. CONSTRUCCIÓN DEL RELATO .....	28
6.1.2.1. DE LA REALIDAD A LA FICCIÓN.....	30
6.1.2.2. HISTORIA .....	30
6.1.2.3. NARRACIÓN .....	31
6.1.2.4. PERSONAJES.....	32
6.1.3. ELABORACIÓN DE GUIONES .....	33
<b>6.2. CONTENIDO AUDIOVISUAL.....</b>	<b>35</b>
6.2.1. PILOTOS .....	35
6.2.2. ILUSTRACIONES .....	36
6.2.3. DOCUMENTAL .....	37
<b>6.3. UNIVERSO TRANSMEDIA .....</b>	<b>38</b>
<b>7. CONCLUSIONES.....</b>	<b>41</b>
<b>8. REFERENCIAS .....</b>	<b>42</b>
<b>9. ÍNDICE DE IMÁGENES .....</b>	<b>47</b>
<b>10. ANEXO .....</b>	<b>49</b>

# 1. INTRODUCCIÓN

Este trabajo nace siguiendo la temática creativa de mi periodo de Erasmus y con la intención de crear algo parecido a un diario animado en un formato serie.

El interés por la autobiografía se despertó en mi con las obras de Tracey Emin y Louise Bourgeois, durante mi estancia en el extranjero. Allí decidí explorar el género en algunas de mis obras y esto me hizo empezar a darle una especial importancia a las cosas que me iban ocurriendo.

En algún punto entre la realización de estos trabajos y la escritura de una especie de diario en el que anotaba algunos de los momentos que no quería que quedasen en el olvido, me vino a la mente la primera idea para mi TFG: la creación de una serie de animación en clave de humor sobre mi periodo en Dublín.

Al venirme a la mente esta idea después de mucha indecisión con la temática de mi trabajo de final de grado, decidí aprovechar el espacio de la serie para contar las anécdotas estúpidas y graciosas que me habían ocurrido, mostrando algunas las cosas diarias que me habían echo reír o se habían convertido en mis quebraderos de cabeza. Aunque, confieso que me surgió más de una duda al respecto de si el humor tenía cabida en un trabajo tan serio e importante como este.

Gracias al visto bueno y a la ayuda e implicación de mi tutor, Josep Prósper Ribes, he sido capaz de trazar y delimitar la propuesta, acceder a las fuentes adecuadas y alcanzar los objetivos propuestos para de este trabajo.

Después de delimitar el alcance de la propuesta, mi trabajo consta de la preproducción de una serie *web* de animación en clave de humor junto con la creación de un universo transmedia.

La obra y documentos que la acompañan constan de la propuesta de serie mediante la biblia, los 12 guiones de los episodios, un capítulo piloto, un reportaje documental sobre el desarrollo de la serie, acompañado de su pressbook, una página web y unas cuentas en las redes sociales *Twitter* e *Instagram*, donde se traza el universo transmedia y se da a conocer la propuesta.

Con todo lo anterior, pretendo demostrar los conocimientos adquiridos sobre los procesos comunicativos empleados en el proyecto audiovisual y sobre la preproducción de una *webserie*.

## Capítulos

1. Here I go!
2. Nigh out
3. Take the plunge
4. Cocktail
5. Girlfriend
6. Raquelazo
7. Fake food
8. End of the story
9. The end for whom?
10. Christmas
11. Road Trip. 1ª parte "La calzada de los gigantes"
12. Road Trip. 2ª parte "Country Road"

Figura 1  
Horcajuelo Sanchis, Raquel. (2020) *Capítulos*

Todo lo presentado también persigue trazar unas bases a seguir, para que de manera posterior a este trabajo se pueda producir la serie ideada, que constaría de 12 capítulos.

Los guiones de los 12 capítulos, se han creado tratando lograr una duración aproximada a los 4 minutos, ajustándose a la brevedad de los contenidos de la red y la trama principal gira entorno a mi experiencia como Erasmus y a las anécdotas recogidas durante este periodo.

Esta obra nace inspirada por obras autobiográficas como las de Louise Bourgeois y Tracey Emin y se nutre de series audiovisuales como: *Enjuto Mojamoto*, *El fantástico mundo de Gumball*, *La niña repelente*, *Lizzie McGuire*, *The Simpsons* o *Friends*. Para la creación de los guiones me he basado en los de *Quién a hierro mata* y *Ministerio del tiempo*. Y fue después de la visualización de *La casa de papel: El fenómeno* y *Juego de Tronos: Dentro del episodio*, cuando la idea de crear un documental vino a mi mente.

En la memoria pretendo contextualizar y explicar de una forma más detalla la obra presentada, por esto enumeraré los principales aspectos, daré algunas claves para entenderla, explicaré el tema principal, los recursos utilizados y los conceptos principales de la misma y finalmente me extenderé más para contextualizar la obra presentada analizando las relaciones que guarda con sus referentes.

## 2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El objetivo principal de esta obra reside en:

- Pre-producir una *webserie* de animación en clave de humor.
- Crear de un universo transmedia en distintos espacios mediáticos.

Otros objetivos complementarios que persigue este proyecto es:

- Crear un marco teórico para contextualizar esta producción artística.
- Aprender sobre el proceso de creación de una serie de animación, centrándome en los procesos de preproducción y distribución.
- Hacer uso de distintas técnicas narrativas para crear y estructurar el relato.
- Crear una biblia y realizar los guiones que marquen las directrices a seguir en una futura producción.
- Obtener conocimientos básicos de *marketing*, propiedad intelectual y plataformas online, para preparar así el lanzamiento de la obra en Internet.
- Explicar el proceso creativo de la propuesta presentada mediante esta memoria contextualizando el proyecto presentado mediante las relaciones que este guarda con sus referentes.
- Mostrar los conocimientos adquiridos durante el grado de Bellas Artes.

Para conseguir estos objetivos la metodología que he empleado consta en:

- Tratar de conocer las principales características del formato *webserie*, el género de animación y comedia de situación, visualizando y analizando las obras que me han servido de referente y leyendo textos contemplados en la bibliografía, con el fin de establecer las bases a seguir en la creación de mi obra.
- Realizar una búsqueda de trabajos similares a este para ver el tratamiento que se le ha dado al tema.
- Leer guiones y biblias de las series y los trabajos mencionados para a través del análisis de sus contenidos poder crear un material propio basándome en estos.
- Reducir la idea a aspectos y características básicas para crear una biblia y un mapa de tramas que den paso a la escritura de los guiones.
- Conocer distintas formas de narración y creación de personajes principalmente mediante la lectura del Canet y Prósper (2009) con el fin de construir el relato.
- Dar a conocer las distintas partes del universo transmedia mediante la creación y divulgación de contenidos en las redes sociales y plataformas de distribución audiovisual.

## 3. SERIE AUDIOVISUAL

*“La ficción seriada, que durante tanto tiempo alimentó la radio, se adaptó perfectamente a la televisión”* (França Rocha, 2001).

Las series audiovisuales nacen en televisión adaptando el formato de la ficción seriada radiofónico y el lenguaje narrativo-audiovisual del cine. Desde los años 50, estas, se han convertido en constructoras de universos simbólicos articulando valores sociales (López-Gutiérrez y Nicolás-Gavilán, 2015).

Debido a que la producción de las series televisivas es menos costosa que la del cine, el formato se ha convertido en el laboratorio para hacer pruebas con las nuevas formulas narrativas. Es debido a estas innovaciones que se ha creado un lenguaje y discurso narrativo propio (França Rocha, 2001).

En los siguientes capítulos pretendo tratar más detalladamente el tema, hablando sobre las series *web*, las series de animación, el género *sitcom* y algunas producciones que me han inspirado.

### 3.1. WEBSERIES

Con la evolución de la tecnología y la aparición de las nuevas pantallas, las series comenzaron a evolucionar ligadas a Internet, naciendo así el formato *webserie*.

*“Por webserie entendemos todas aquellas producciones audiovisuales creadas para su difusión en Internet de forma seriada”* (Prósper Ribes y Ramón-Fernández, 2020).

Estas tienen una unidad argumental, una continuidad temática y más de tres capítulos (Hernández, 2011; Gallego-Delgado, 2014). Su éxito se debe en gran medida a las características de la red.

Internet es una red universal, no vinculada a ningún territorio geográfico, por lo que es accesible desde cualquier punto del planeta y sus únicas barreras son las lingüísticas (Diego-González y Herrero-Subías, 2010). Su accesibilidad le ha permitido convertirse en la fuente de entretenimiento más utilizada por los jóvenes y la plataforma idónea para difundir contenidos audiovisuales.

Con la aparición de internet hay quienes pronosticaron la muerte de los medios de comunicación tradicionales (Díaz campo, 2013). Pero, son cada vez más canales de televisión los que aprovechan la red para compartir sus contenidos, logrando así llegar a una mayor cantidad de gente. También muchos de ellos crean contenidos novedosos y únicos para sus plataformas online.

Internet no solo tiene ventajas para el consumidor, que puede acceder a los contenidos desde donde se le antoje, y para los canales analógicos, que pueden ampliar sus contenidos y visibilidad, sino que, la *web* es también el lugar al que recurren millones de creadores independientes.

*“Basta con tener un producto que querer subir a la red y una conexión a la misma (...) Internet admite sin preguntar casi cualquier tipo de obra audiovisual” (Carsi Urriaga, 2014).*

Así el espectador, si lo desea, puede convertirse en prosumidor<sup>1</sup> (Fernández de Arroyabe y Lazkano y Eguskiza, 2018).

Entrar en la industria televisiva no había sido fácil para los creadores. Pero Internet es una herramienta sencilla y gratuita que nos ha abierto un mundo de posibilidades, permitiendo a nuestra obras estar al alcance de cualquier persona y dándonos un espacio para hablar sobre cualquier temática sin enfrentarnos a las censuras de cadenas o productoras (Carsi Urriaga, 2014).

El hecho de no trabajar con las industrias convencionales y que el autor se convierta en el propio productor y distribuidor de la obra, sin lugar a dudas, ha permitido un incremento de la creatividad, aunque, en ocasiones se pueda perder calidad en el producto final, debido a los bajos presupuestos con los que se trabaja (Prósper Ribes y Ramón-Fernandez, 2020).

A pesar de estas condiciones precarias, las *webseries* son la disciplina ideal para testar nuevos formatos. Ya que, la inmediatez de la red permite un *feedback*<sup>2</sup> casi inmediato entre el público y el creador (García Pujadas, 2011).

Se han generado muchas diferencias entre la ficción televisiva y la ficción creada para la red. Como ya hemos visto, esto se debe en gran parte a que el formato *webserie* está altamente condicionado por las ventajas e inconvenientes del medio en el que existe. Aunque estas diferencias también se deben a que las demandas y necesidades de los espectadores de ambas plataformas son distintas.

Hernández (2011) traza el perfil del espectador de las *webseries* diciéndonos que estos, generalmente son gente joven, urbana y de clase media-alta. García Pujadas (2011) describe al *target*<sup>3</sup> como:

*“Hiperactivo, con múltiples aplicaciones y ventanas abiertas. Su límite de atención no supera los 7-8 minutos”.*

### 3.1.1. CARACTERÍSTICAS DEL FORMATO

Una vez ya hemos conocido la plataforma de distribución de las series *web* y el *target* al que estas se dirigen, es momento de conocer las principales características del formato.

Las series *web* se diferencian de su análogo en haber conseguido superar la periodicidad, habernos permitido la interactividad y ofrecernos contenidos personalizados (Fuentes i Pujol, González Quesada y Jiménez López, 2003).

---

<sup>1</sup> Prosumidor. Se dice del consumidor que a su vez comparte contenido en la red.

<sup>2</sup> Feedback. Palabra de origen anglosajón que se refiere a las respuestas u opiniones que nos devuelve el consumidor.

<sup>3</sup> Target. Término que proviene de la lengua inglesa, significa objetivo o meta, pero en términos de marketing se refiere al destinatario al que queremos hacer que llegue nuestro producto.

Apoyándome principalmente en Prósper-Ribes y Ramón-Fernández (2020) he conseguido trazar, las que considero como, las principales características de este formato.

- No existe limitación horaria o territorial, gracias a Internet, que es una red a la que nos podemos conectar desde cualquier lugar y en cualquier momento.
- Se necesita un acceso en línea. Como este formato va ligado a su distribución online, se necesita tener acceso a la red en algún momento para poder visualizarlas. Aunque, es cierto que ya no es necesario siquiera visualizar estos contenidos mientras estamos conectados. Algunas plataformas como *Netflix* o *Youtube*, en su versión *Premium*, nos permiten descargar cualquiera de sus contenidos audiovisuales para poder visualizarlos en cualquier momento y sin necesidad de estar conectados a Internet.
- Podemos visualizarlas y reaccionar a ellas de manera inmediata. Al conectarnos a la red podemos visualizar los contenidos nada más estos se suban a la misma. Además podemos manifestar nuestra opinión en las páginas web o en nuestras redes sociales.
- Van dirigidas a un público joven. Creo que esto en parte se debe a que los *Millenials*<sup>4</sup> y los integrantes de la Generación Z<sup>5</sup> somos los que hemos crecido junto a Internet y los nativos digitales. Así que, por norma general, nos manejamos mejor en la red, siendo capaces de acceder a más contenidos que nos interesan.

*Los adolescentes de la Generación Z tienen unos rasgos característicos: son expertos en la comprensión tecnológica, abiertos socialmente desde las tecnologías, rápidos e impacientes, interactivos, multitarea y resilientes* (Fernández Cruz y Fernández Díaz, 2016).

- Tratan temáticas transgresoras. La falta de censura ha permitido que creadores con mentalidades abiertas puedan tratar temáticas tradicionalmente marginales. Las *webseries* han servido para dar visibilidad a colectivos como el LGTBI+, la raza negra o la etnia gitana. Y han abierto el debate de algunos temas previamente silenciados como los trastornos alimenticios, la drogadicción, la violencia de género, o las diferencias sociales. Así que también podemos afirmar que las *webseries* suelen ir muy ligadas al tiempo actual y por tanto, a la reivindicación de temas contemporáneos.

---

<sup>4</sup> Millenials. Palabra que se utiliza para identificar a los jóvenes de la generación Y, nacidos entre los 80 y mitad de los 90.

<sup>5</sup> Generación Z. Generación postmilénica. Nacidos a partir de la mitad de los 90.

Como expresan Prósper-Ribes y Ramón-Fernández (2020), Internet es el lugar idóneo para compartir contenidos de protesta:

*Recuérdese la enorme cantidad de vídeos que circularon en internet a partir de la denominada Primavera Valenciana<sup>6</sup>, donde los estudiantes mostraban las cargas policiales.*

- Pueden ser consumidas desde distintos soportes. Ordenadores, tabletas, televisores o *smartphones*.

*Hoy en día ver una serie en el momento y en el lugar que uno desee se convierte en algo habitual, tenemos los contenidos a nuestra disposición en distintas plataformas y soportes (Gallego Delgado, 2014).*

Podemos llegar, incluso, a encontrar diferencias en la ficción seriada dependiendo del soporte en el que se planifique su visualización, ya que estas plataformas han ido configurando sus propias narrativas (Murulo, 2010), por ejemplo, los *mobisodes* o *moviserries*, son creados para ser visualizados desde el dispositivo predilecto de los adolescentes, los *smartphones* (Sáez, 2010).

- Son fácilmente adaptables a otros formatos. Si una *webserie* logra triunfar en internet se puede adaptar para crear una serie de televisión o incluso una película. Esto es a lo que Jenkins (2003) denomina como convergencia mediática (Hernández García, 2011). (Profundizaremos en el tema en el siguiente subcapítulo.)
- Generalmente cuentan con presupuestos *lowcost*.<sup>7</sup> A pesar de que las *webseries* son utilizadas por algunas cadenas o incluso por empresas para ganar visibilidad, la mayoría de estas, son creadas por autores independientes o pequeñas productoras que cuentan con presupuestos mucho menores a los de las series convencionales.
- Mayoritariamente tiene una duración breve. Los vídeos que circulan por internet son concisos adaptándose a sus hiperactivos espectadores.

Para cerrar este capítulo, me gustaría resaltar que las *webseries* han generado una gran variedad, debido a la falta de control y censura de red, adaptándose a los gustos y necesidades de sus jóvenes espectadores, pero, creo que esta variedad se debe, también, a que la mayoría de series *web* son creadas por autores individuales que no trabajan con una productora. Por tanto, preservar la esencia de la obra es mucho más fácil.

---

<sup>6</sup> Primavera valenciana. Es el nombre que reciben la serie de protestas acontecidas en la Comunidad Valenciana a lo largo del febrero de 2012 en contra de los recortes en educación.

<sup>7</sup> Lowcost. Significa: de bajo coste.

Internet nos brinda una plataforma donde trabajar libremente y ganar visibilidad. Debido a que las *webseries* son fácilmente adaptables a otros formatos, si estas tienen éxito pueden dar un giro y emitirse en otras plataformas, como sucedió con *Malviviendo*. Esta, fue creada en la *web* con un presupuesto de 40 € y emitida posteriormente en *TNT* (Hernández García, 2011). A este fenómeno Jenkins (2008) lo denomina como convergencia mediática (Prósper-Ribes y Ramón-Fernández, 2020).

### 3.1.2. CONVERGENCIA MEDIÁTICA, CROSSMEDIA Y TRANSMEDIA

A raíz de la digitalización, las cadenas televisivas comienzan a colgar los contenidos de su parrilla en sus páginas web (Diego-González y Herrero-Subías, 2010).

Con la aparición de las series *web*, Internet, que hasta el momento se había nutrido de los contenidos televisivos, empieza a generar contenidos que son atractivos por la pequeña pantalla (Hernández García, 2011) o incluso para otros medios como el cine. Algunos ejemplos son el de la serie *Qué vida más triste* nacida en la red y emitida en *La Sexta* o la serie *web* argentina *Daemonium*, que se convirtió en un largometraje (Prósper-Ribes y Ramón-Fernández, 2020).

Series como *Malviviendo*, de la que ya veníamos hablando, nos demuestran que con una inversión escasa, se puede conseguir una gran repercusión. Después de obtener 6 millones de visitas, *Telecinco*, *Canal Sur* o *La 2*, se interesaron por comprar el producto (Hernández García, 2011).

Según Jenkins (2003) La convergencia mediática es un proceso de transformación cultural que afecta al uso de los medios de comunicación.

*Con convergencia mediática me refiero al flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencia de entretenimiento* (Jenkins 2003).

Hablar de convergencia mediática es imposible sin entender el desarrollo multiplataforma, donde los relatos se transmiten desde diferentes soportes digitales. Para ello tenemos que entender los términos crossmedia y transmedia.

Denominamos crossmedia a aquellos productos que podemos visualizar desde diferentes plataformas, es decir, podemos visualizar el mismo producto en distintos soportes. En cambio, el término transmedia define más bien una nueva forma narrativa, que se completa en distintos espacios (Gallego Delgado, 2014).

*“Transmedia hace referencia a la narrativa que se desarrolla a través de diferentes canales y soportes, online, offline, que constituyen un universo narrativo coherente”* (Programa Ibermedia, 2020).

### 3.1.3. PANORAMA DE LAS WEBSERIES EN ESPAÑA

En nuestro país el formato se empieza a explorar en 2004 con la serie *Cálico Electrónico* y tan solo un año después se comienza a rodar *Qué vida más triste*. Seguidamente, numerosos grupos de aficionados comienzan a financiar sus propios trabajos. En 2007, ya había más de una decena de *webseries* emitiéndose en la red. Es entonces cuando las temáticas comienzan a variar y los creadores dejan de ser exclusivamente aficionados (Hernández García, 2011).

Las cadenas de televisión no solo comienzan a subir sus contenidos a la red, para que se puedan visualizar de manera gratuita después de su emisión en la pequeña pantalla, sino que empiezan a crear contenidos exclusivos para sus páginas *web* oficiales (Hernández García, 2011).

“Los contenidos programados en las parrillas (...) están disponibles en diferentes sitios *web*, liberados de las constituciones de tiempo” (Diego-González y Herrero-Subías, 2010).

En 2010 *Antena 3* y *Tele 5*, cambian el funcionamiento de sus sitios *web*, lanzando un servicio de pago que permite ver los capítulos en línea antes de ser emitidos en televisión (Diego-González y Herrero-Subías, 2010).

A pesar de que las series suelen tener una página *web* donde comparten su contenido, *Youtube* se ha convertido por excelencia en el canal de distribución de estas producciones audiovisuales.

### 3.1.4. LA ENJUTO MOJAMUTO

*Enjuto Mojamuto*, era una parte del programa *Muchachada Niu*, que se emitía semanalmente en *TVE*. Cuando dejó de emitirse, la presión de los fans obligó a que se creara una página *web* exclusivamente para su emisión. Aquí podemos ver como un producto televisivo se convierte en contenido de la red.

Esta serie crea una estética propia mediante la utilización de una paleta de colores escasa, todo es azul, morado o rosa.

Los capítulos transcurren, de manera mayoritaria, con el protagonista sentado en su escritorio, delante de su ordenador. Enjuto dialoga con su narrador en *sketches* que suelen durar un minuto y medio por norma general y sus temáticas suelen estar relacionadas con el mundo virtual. Encontramos capítulos en lo que la trama principal gira alrededor de las descargas en internet, problemas con la conexión o con el programa *Word*.

### 3.1.5. LA NIÑA REPELENTE

*La niña repelente* es una serie *web* creada por Jesús Calvo de León, José Antonio y Manuel Pérez, tres jóvenes andaluces que inspirados por la *webserie Cálico Electrónico*, colgaron el primer episodio de su serie de animación en internet y recibieron 10.000 visitas.

Como podemos deducir por el título, la serie está protagonizada por una niña, Margarita. Esta, rodeada de su familia y sus vecinos, consigue hacer reír al público con su carácter borde y haciendo uso del humor negro andaluz.

Según cuenta aquí José Antonio, lo primero que surgió fue el nombre y la protagonista, a la que decidieron rodear con personajes que encajasen con su personalidad. El resto de personajes un padre holgazán en paro, una abuela



Figura 2  
Reyes, Joaquín. (2010) *Las nuevas e inesperadas aventuras de Enjuto Mojamuto*.

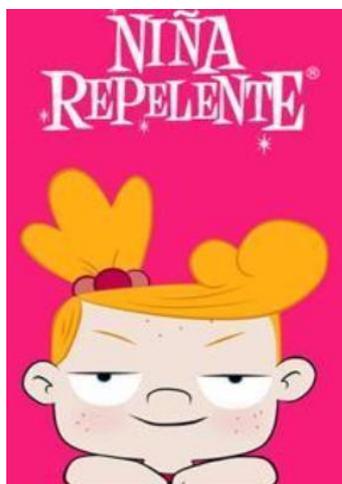


Figura 3  
Imagen principal de *La niña repelente*. (2009)

casarrabias, una madre colocada por los fármacos... nos recuerdan a personas reales de nuestro entorno.

Como todo fenómeno viral, la serie no solo ha recibido halagos, sino también críticas referidas a su doblaje poco profesional o sus chistes repetitivos... Los creadores justifican que entre ellos tres lo gestionan todo: crean los episodios, el *merchandising*, mini capítulos... y hacen otros trabajos para ganarse la vida. Porque todavía no han logrado vivir íntegramente de su creación.

### 3.2. SERIES DE ANIMACIÓN

Aunque la animación es más antigua que el cine y se dice que hasta en la prehistoria había una voluntad de representar movimiento en las pinturas rupestres, no me voy a remontar tanto. Empezaré hablando de la animación en un contexto cercano al de 1990, donde las series de animación comienzan a generar una narrativa propia, es aquí cuando el género alcanza su madurez.

*Previamente a los noventa lo que se intentaba hacer era una translación desde el lenguaje de las viñetas (...) en este proceso no existía ninguna voluntad de creación de un vocabulario y unos códigos propios (Romero Carmona, 2006).*

Primeramente, el género estaba destinado a un público infantil, pero desde los 90 el *target* se ha ido diversificando, haciendo que jóvenes y adultos admiren también este tipo de series.

*La barrera entre lo infantil y lo adulto cada vez es más difusa (...) han empezado a aparecer un conjunto de series animadas que aunque parezcan que están enfocadas a un público infantil no dejan de ser admiradas por aquellos más adultos (...) mientras los más jóvenes observan la serie desde su inocencia, son los adultos los que buscan (y encuentran) un doble significado a las aventuras de los personajes (Lombardo bautista, 2016).*

Coincidiendo con la revolución de la televisión norteamericana, en la que se diseñaron nuevas comedias, con protagonistas más creíbles, como las series *Cheers* (1982-1993) o *Friends* (1994-2004), de la que hablaremos luego, el género de la animación también comenzó a evolucionar.

La gran revolución del género llega con la serie *The Simpsons* (1989-actualidad). Con esta, en la cadena *Fox* o con series como *Breavis Y Butthead* (1993-97) en la *MTV*, las series de animación adaptan sus formatos y características, mudando su piel para transformarse en algo más similar a lo que conocemos hoy en día. Es aquí cuando el perfil del consumidor empieza a cambiar y aparece la animación para adultos.

*Son cada vez más las series adultas que van apareciendo y en consecuencia las temáticas que encontramos son cada vez más variadas: desde comedias, sitcoms y series caracterizadas por animales, hasta los mayores dramas (...). El perfil del consumidor va desde jóvenes de 17 años a adultos sin una edad específica (Lombardo Bautista, 2016).*



Figura 4  
Breavis y Butthead. (1993)

### 3.2.1. THE SIMPSONS

La serie *The Simpsons*, que comenzó a emitirse en la FOX el 17 de diciembre del 89, era primeramente un *spin-off*<sup>8</sup> dentro de *The Tracey Ullman Show*, una serie de *sketches* en los que se parodiaba salvajemente a la clase media estadounidense.

Para la creación de los famosos personajes amarillos, Matt Groening, se inspiró directamente en su familia. Incluso los nombres de Homer, Marge, Lisa, Maggie y Patty son los nombres reales de los familiares del autor.

La serie cuenta con un hilo argumental muy simple y trata los problemas diarios de un a familia de clase media (Romero Carmona, 2006). A través de la familia Simpson, los guionistas han ido explorando con humor las preocupaciones de los americanos, ridiculizando a cualquier personaje público o incluso a su propia cadena de emisión, y es que *Los Simpson*, a diferencia de la mayoría de series de televisión, tiene garantizado por contrato que la FOX no puede controlar los contenidos de los capítulos.

Después de más de 30 años e innumerables colaboraciones con *celebrities*, la serie sigue triunfando alrededor del mundo, sorprendiéndonos con su curiosa capacidad para adelantarse al futuro.



Figura 5  
The Simpsons. (2015) *Trumpastic Voyage*.

---

<sup>8</sup> Spin-off. Creación de cualquier trabajo narrativo que toma como su elemento principal el contenido desarrollado en otra historia.



Figura 6  
The amazing world of Gumball (2007)  
The Watterson family.

### 3.2.2. THE AMAZING WORLD OF GUMBALL

Esta es una serie de comedia familiar, repleta de gags<sup>9</sup>, que mezcla elementos reales y animación 2D y 3D.

Esta serie comenzó a emitirse en el 2011 en *Cartoon Network* después de que Ben Boquelet decidiese aprovechar algunos de los personajes que había creado anteriormente y le habían sido rechazados.

La trama de la serie gira alrededor de la vida de Gumball, un gato azul, y su hermano y mejor amigo Darwing, un pez naranja. La familia de Gumball, Anaís (hermana), Nicole (madre) y Richard (padre) son otros de los personajes principales que se ven involucrados en las aventuras del protagonista.

Los 5 personajes principales guardan la misma estética, todos son animales en 2D dibujados con línea negra. Otros de los personajes que aparecen tienen estéticas completamente diferentes, como por ejemplo: un dinosaurio, un cactus, una osa hecha de papel arrugado o una bola de plastilina.

### 3.2.3. LIZZIE MCGUIRE

Esta serie, protagonizada por Hillary Duff, comenzó a emitirse en 2001 *Disney Channel*. Duff y su *alter ego* animado protagonizaban una serie de humor adolescentes.

El echo de fusionar realidad y animación atrajo también a audiencias más jóvenes. Sin ir más lejos, esta fue una de mis series preferidas durante mi infancia.

*Lizzie McGuire* que se convirtió también en una producción de cine con *Lizzie Superstar*, marcó una generación y en múltiples ocasiones se han tratado de producir *spin-offs*. ABC propuso a Duff la serie *Lizzie otra vez*, para narrar las aventuras de Lizzie en bachillerato, también, ha habido planes de realizar una serie exclusivamente de animación.



Figura 7  
Lizzie McGuire (2001)

## 3.3. EL HUMOR EN LAS SERIES

El humor es un arma de doble filo. Mediante el humor podemos hacer que alguien se ría y se identifique con tu contenido, pero con el humor también podemos llegar a ofender a alguien. Por eso Schulman (2018) define la comedia como un arte binario, que funciona (o no) dependiendo de cosas como: las palabras utilizadas, el momento o la actuación.

Puede que el humor no funcione en todos los momentos, pero el éxito de las *sitcoms*<sup>10</sup> nos ha dado unas formulas de lo que casi siempre funciona. Este género se abrió paso en la pantalla trayendo el humor a nuestros hogares y la receta de su éxito ha ido evolucionando, desde los días en los que la

<sup>9</sup> Gags. Comedias visuales que no requieren del uso de palabras.

<sup>10</sup> Sticom. Este término es la abreviación de 'situation comedy' o en español: comedia de situación.

comedia se ambientaba en el seno de una familia modelo, con las risas enlatadas, hasta el momento actual con el uso de ironía, cinismo o la aparición de su versión reducida las *shortcom*.

Las comedias de situación se emitían en televisión generalmente de manera diaria durante 20 o 30 minutos. Protagonizadas por una familia estándar y emitidas en *prime time*, lograban reunir a todos los miembros de la casa alrededor de la pantalla.

Su escaso elenco protagonizaba capítulos de tramas autoconclusivas en las que se veían envueltos en diferentes enredos de carácter cotidiano (Carrasco Campos, 2010). Además del reducido elenco, el género contaba con localizaciones fijas y risas enlatadas, utilizadas como sonido diegético que remarcaba los chistes, malentendidos verbales, engaños o cambios de roles que caracterizaban los diálogos (Heredia Moya, 2013).

El género ha ido evolucionado, sobre todo en cuanto al ámbito narrativo. La comedia se ha fusionado con otros géneros creando nuevos, como el *dramedia*<sup>11</sup>, que nos lleva “desde momentos en los que es imposible mantener la risa” hasta otros en los que la tristeza y la emoción se apodera de nosotros (Lombardo bautista, 2016).

Las *sitcom* han apostado por temas actuales y controvertidos como la crisis económica, la homosexualidad o el racismo. Poco a poco, han dejado de construir humor a partir chistes y han ido consolidando un humor basado en lo anecdótico y absurdo, repleto de cinismo e ironía, que ha remplazado las risas enlatadas por los largos silencios que incrementan lo absurdo de las situaciones (Heredia moya, 2013).

La evolución de las comedias de situación, junto a la brevedad de los contenidos de internet y la intención de abaratar costes, ha hecho que aparezca el subgénero *shortcom*. Producciones de alrededor de 6 minutos que suelen carecer de espacios exteriores y cuentan con escasos decorados, formadas por un prólogo, 3 o 4 *sketches* y un epílogo (Diego-González y Herrero-Subías, 2010).

---

<sup>11</sup> *Dramedia. Género surgido a partir de la fusión del drama y la comedia.*

### 3.3.1.FRIENDS

La serie creada y producida por Marta Kauffman y David Crane (1994-2004) ha sido considerada como la mejor serie de la historia por *The Hollywood Reporter* en 2019 y como mejor comedia de situación de todos los tiempos según Ranked y es que hay que reconocer que desde su canción, *I'll be there for you*, hasta la muletilla de Joey "How you doing?" se convirtieron en iconos de la cultura popular.

La trama de la serie gira entorno a un grupo de amigos que viven en NY. La serie sigue muchas de las pautas características mencionadas anteriormente. Solo hay 6 personajes principales: Chandler Bing, Phoebe Buffay, Monica y Ross Geller, Rachel Green y Joe Tribiani; cuenta con un número reducido de espacios, los principales son: el *Central Perk Café*, el apartamento de Monica y Rachel, y el de Chandler y Joey; la gran mayoría de capítulos cuentan con una trama autoconclusiva, solo algunas tramas como la boda de Ross transcurren por más de un episodio (23 y 24 de la 4ª temporada).



Figura 8  
Friends (1994)

Como ya veíamos en la serie *The Simpsons*, muchos famosos han colaborado con la serie, como estrellas invitadas. Entre ellos, podemos destacar las apariciones de Brad Pitt o Bruce Willis.

El éxito de la serie en parte se debe a lo que se apunta en Álvarez (2020) y es que resulta muy fácil identificarse con el grupo de amigos, sin importar la época, siempre habrá jóvenes que salen de su casa con la idea de independizarse y encontrar un grupo de amigos al que llamar familia. Además, en el grupo vemos personalidades y profesiones muy variadas, un joven irónico descontento con su trabajo (Chandler), una hippie vegetariana (Phoebe), una maniática del orden cuya meta en la vida es casarse y tener hijos (Mónica), un padre divorciado obsesionado con su campo de estudio (Ross), una niña de papa en apuros (Rachel) y un guapo actor sin muchas luces (Joey).

Todo este éxito que después de 25 años no ha caído en el olvido, ha hecho que HBO planee realizar un especial que reúna a los seis protagonistas.

## 4. NARRATIVA TRANSMEDIA

Masha Kinder fue, en 1991, la primera en utilizar el término “transmedia intertextuality”, refiriéndose a las relaciones que se producían entre “televisión, cine, videojuegos y juguetes”, contemplando la transmedialidad como una estrategia comercial Es Jenkins, quien en sus publicaciones (2003, 2007, 2008) define más ampliamente y traza las características del término. (Tur-Viñes y Rodríguez-Fernández, 2014).

*A diferencia de los relatos monomediáticos, en las narrativa transmediáticas el relato puede comenzar en un medio y continuar en otros. Podría decirse que el relato aprovecha lo mejor de cada medio para contarse y expandirse (Gallego Delgado, 2014).*

Así, las historias, se van construyendo sumando fragmentos que guardan una relación y dan sentido al relato, pero que a su vez, funcionan de manera individual.

Esta clase de creaciones va muy ligada al *fandom*<sup>12</sup> aspirando a que este participe en la creación de contenido, desde abajo hacia arriba (*bottom-up*), completando las lagunas que existen en el universo de la historia.

*Existe un relato oficial llamado canon y que comprende aquellas novelas, historias, películas, series de televisión... que se consideran “oficiales” o desarrolladas dentro del contexto “real” de la historia (...) Todo el dominio textual del fandom surge desde abajo y se integra en el canon oficial, contribuyendo aún más a la expansión del mundo transmediático (Gallego Delgado, 2014).*

Así que en las historias transmediáticas se recogen todos los universos creados por el autor en las distintas plataformas. Con la creación y distribución de estas se aspira a la retroalimentación, derivada de las exigencias y hallazgos de los fans (Tur-Viñes y Rodríguez-Fernández, 2014).

## 5. GENERAR INGRESOS CON UNA WEBSERIE

*“Las redes sociales satisfacen con inmediatez y eficacia las nuevas necesidades señaladas” (Tur-Viñes y Rodríguez-Fernández, 2014).*

Como indica Carsi Urriga (2014) la televisión tiene la ventaja de que la gente acude para ver los programas en sus horas establecidas. Pero en Internet, donde podemos visualizar cualquier cosa en cualquier momento, es el público quien elige que quiere consumir y por cuanto tiempo. Es por esto que, el éxito de un producto depende de los espectadores y para alcanzarlo, el creador ha de divulgar y vender, él mismo, su obra.

---

<sup>12</sup> Fandom. Término que proviene de la abreviación de ‘Fandom Kingdom’ (reino fan) y que se refiere al conjunto de aficionados de una producción o fenómeno.

*La ventaja que tenemos en Internet que no la tiene la televisión es que nosotros vamos al público, no esperamos que ellos estén sentados en el sofá el día del estreno de un capítulo. Nosotros vamos a todos los canales: Youtube, Vimeo; Daylymotion... es una cuestión de expandirse (Garrido, 2009).*

Internet no solo es un espacio para las nuevas formas de producción, también lo es para nuevas formas de *marketing*.

¿Voy a poder vivir de mi obra? Esta es la pregunta que pasa por la cabeza de todos los creadores. La red no solo abre la posibilidad de distribuir la obra sino que las diferentes plataformas nos ofrecen distintas herramientas para lograr obtener ingresos. Estas, junto con la inserción de publicidad o el creciente *crowdfunding*, nos brindan múltiples opciones para que nuestro esfuerzo se vea remunerado.

### **5.1. YOUTUBE**

*“Las creaciones de ficción para internet pueden encontrarse en blogs, páginas web poco informativas, redes sociales o en otras plataformas en las que cada creador es libre de alimentar su gusto” (Hernández García, 2011).*

La elección de la plataforma donde vamos a compartir cada contenido es crucial. A pesar de la variedad, ya hemos visto que todas las *webseries* escogen *Youtube* para compartir sus contenidos.

Esta plataforma, desde su nacimiento en 2005, se ha convertido en un soporte de información, una red social y la comunidad de vídeos más importante existente.

*Youtube es el portal de vídeos en Internet más utilizado en el mundo, permite subir vídeos de cualquier usuario registrado mediante un correo y una contraseña. El resto de personas lo pueden ver, votar, comentar y difundir (Gallego Delgado, 2014).*

*Youtube* facilita a los creadores herramientas gratuitas de edición de vídeo, proporciona al creador información sobre el comportamiento de los usuarios de su canal y permite obtener ingresos por el número de visualizaciones y colocar publicidad en los vídeos.

### **5.2. BRANDED CONTENT<sup>13</sup> Y PUBLICIDAD EN LA DIÉGESIS**

El formato *webserie* en nuestro país está ligado a la divulgación de contenido publicitario. No solo productores independientes, o canales televisivos cuentan ya con sus propias series *web*, sino que, empresas privadas como *El Jueves*, *Telepizza* o *Mango*, han utilizado este formato como espacio publicitario y promocional (Diego-González y Herrero-Subías, 2010).

---

<sup>13</sup> Branded content. *Contenido creador entorno a los valores de una marca, para los seguidores de esta.*

Pero no hace falta ser una empresa privada para incluir publicidad en el universo de la historia, *La casa de Papel* o los *soap opera* son ejemplos de esta práctica.

En las diversas temporadas de la serie *La casa de papel*, los protagonistas beben y brindan con cerveza, siempre de la misma marca, *Estrella Galicia*.

Más llamativo es el caso los *soap operas*, que, incluso, reciben su nombre debido a que se mantienen por financiación proveniente de empresas de detergentes (França Rocha, 2001).

Utilizar esta forma de obtener ingresos mediante nuestra creación no es una decisión única del creador. Para llegar a incluir publicidad en nuestra *webserie* haría falta que la obra hubiese obtenido un éxito suficiente y entonces es cuando, tal vez, podamos llegar a un acuerdo con un anunciante, publicitando su producto en alguno de los capítulos de nuestra serie *web*.

### **5.3. CROWDFUNDING**

Este término se refiere a:

*“Compartir la financiación de un proyecto entre todas las personas que deseen apoyarlo (...) cada persona aporta un dinero y se convierte en mecenas del producto”* (Gallego Delgado, 2014).

El *crowdfunding* o micromecenazgo es un mecanismo de financiación colaborativa. Se crean campañas que dejan claro las características de la producción que se pretende llevar a cabo, mostrando lo que el producto pudiera llegar a ser. Ya en 1989 el grupo español *Extremoduro* ideó la venta de su primer disco antes de realizarlo, obteniendo 250.000 pesetas que invirtieron en la producción de este.

El crecimiento de la *webseries* va muy ligado a la utilización del *crowdfunding*. Así, una vez más, el éxito de la *webserie* está en manos de los espectadores.

## 6. PROCESO CREATIVO

Todo el marco teórico anterior me ha ayudado a configurar mi obra, pero realmente, este trabajo nació siguiendo la temática creativa de mi periodo de Erasmus y con la intención de crear algo parecido a un diario animado en un formato serie.

Anteriormente, mi obra estaba relacionada con temas como la feminidad, la política española o la crítica a los medios de masas. Pero en septiembre de 2019 tuve la oportunidad de estudiar un cuatrimestre en Dublín, concedido por una beca *Erasmus+*, allí, centré algunos de mis trabajos en el análisis de las obras de Tracey Emin y Louise Bourgeois. Estas autoras despertaron mi interés por la autobiografía, y así, comencé a dar una importancia especial a las cosas que me iban ocurriendo.

Me adentré en la creación de, la que podría considerarse como, mi primera obra autobiográfica en mis primeras semanas en la TUD<sup>14</sup>. Esta obra era un *StopMotion*, en el que ilustré de forma breve y graciosa las primeras semanas que había pasado en la ciudad, mostrando como habían transcurrido estás, condicionadas por mi carácter y por el echo de vivir en un lugar nuevo.

Durante mi estancia en dicha universidad, realicé otros proyectos, utilizando otros medios y temáticas, pero en mi último trabajo decidí explorar nuevamente este formato (*StopMotion*) y temática (autobiográfica). Esta vez, a diferencia que la primera, no quise quedarme solo en lo anecdótico, traté de traspasar la superficie y aundé en los sentimientos que habían florecido durante este periodo, creando una carta de despedida animada. Este trabajo me permitió hablar de los principales acontecimientos y personas que marcaron mi estancia en la ciudad, de algunas de las experiencias más dulces y de otras que no lo fueron tanto. Con este trabajo fui capaz de encontrar paz y vivir el luto, pero también fui capaz de dar gracias y valorar mi fortuna.



Figura 9  
White, Stephen. (2017) *Tracey Emin at he exhibition at Turnet Contemporary*.



Figura 10  
Bourgeois, Louise (1974) *The destruction of the father*.



Figura 11  
Horcajuelo Sanchis, Raquel. (2019)  
Fragmento de la obra *This is a Good Bye*.



Figura 12  
Horcajuelo Sanchis, Raquel. (2019)  
Fragmento de la obra *This is a Good Bye*.



Figura 13  
Horcajuelo Sanchis, Raquel. (2019)  
Fragmento de la obra *This is a Good Bye*.

<sup>14</sup> TUD. *Technological University Dublin*.

A pesar de la brevedad de la obra (2 minutos y 40 segundos), fui capaz de crear un discurso que resumiera los aspectos claves del periodo. Pero, hubo muchas cosas que se quedaron fuera. En ese momento estaba tratando de encontrar una temática para mi trabajo de final de grado, y en algún punto entre la realización del trabajo y la escritura de una especie de diario en el que anotaba algunos de los momentos, que no quería que quedasen en el olvido, me vino a la mente la idea para mi TFG. Ideé una serie de animación en clave de humor sobre mi periodo en Dublín.

Gracias a mi tutor, Josep Prósper Ribes, he sido capaz de acceder a los textos necesarios para informarme sobre los distintos temas tratados previamente. Fue también él quien me guió durante el proceso de preproducción y quien me descubrió el formato *webserie* que moldeó el formato de la propuesta.

Comencé a crear una *web* serie inspirada principalmente por *Friends* y *La niña repelente*, tratando de narrar de manera cómica mi experiencia en Dublín, creando capítulos, mayoritariamente, con tramas autoconclusivas y conjugando un último capítulo que dejase la puerta abierta a poder desarrollar una segunda temporada.

Aprovechando las asignaturas del segundo cuatrimestre (*Gráfica experimental e interdisciplinar* y *Realización de documentales de creación*) empecé a desarrollar material gráfico y audiovisual alrededor de la trama. Aunque estaba creando una especie de contenido expandido, todavía no sabía muy bien como integrarlo en la propuesta, fue al descubrir el concepto de transmedialidad cuando la idea comenzó a tomar forma.

Así, he acabado convirtiendo la propuesta inicial en el trabajo presentado, donde he preproducido una *webserie* de animación en clave de humor y planificando un universo transmedia a su alrededor.

La serie es de ficción, pero tiene un carácter autobiográfico, está dirigida a un público joven y ligada al momento actual mediante diferentes reivindicaciones, tanto en sus capítulos como en los contenidos expandidos.

La preproducción consta de la creación de una biblia y unos guiones, la caracterización de los personajes, ilustraciones sobre sus aventuras y un capítulo piloto.



Figura 14  
Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Cabecera de la web: *larachicontrola.com*.

Además, para configurar el universo transmedia he creado, bajo el nombre de ‘La Rachi controla’, una página *web*, un canal de *Youtube* y unos perfiles en las redes sociales *Instagram* y *Twitter*. En cada plataforma he compartido una clase de contenido gráfico, literario y audiovisual, tratando de aprovechar las ventajas y condiciones de cada uno de los medios.

### 6.1. DE LA IDEA AL PAPEL

Me embarqué en la creación de este trabajo sin saber muy bien el proceso creativo que había de seguir y siendo completamente inconsciente de todos los aspectos que debía tener en cuenta. Solamente tenía esa especie de diario con mis anécdotas y muchas ideas en la cabeza.

A pesar de que la serie no iba a contar con los mismos procesos y mecanismos de creación que una serie normal, debido a su naturaleza experimental y a que todo el trabajo iba a pasar por las manos de la misma persona (yo), traté de ir conociendo el proceso que debía seguir la preproducción.

Así, comencé haciendo una lluvia de ideas, tratando de reunir las anécdotas que se podían convertir en subtramas de la serie y empecé a plantearme cuales serían las principales características de mi obra, para trazar una biblia.

Seguidamente empecé a leer sobre los temas de los que he ido hablando con antelación, revisando además algunos aspectos relacionados con la narrativa audiovisual para comenzar a crear el contenido principal de este trabajo, los guiones.

En los siguientes apartados quiero comentar como convertí una idea surgida a partir de una experiencia vital, en la trama y los guiones de una serie *web*.

#### PERSONAJES PRINCIPALES



- **Rachi**
- Descripción: Mujer de 21 años, pelo largo y castaño, ojos marrones, mejillas pecosas.
- Gustos: Viajes, amarte de las series y las películas, el dibujo, la cerveza y la comedia.
- Perfil: Protagonista de nuestra historia.
- joven estudiante valenciana, realizando Erasmus en Dubái. California, graciosa, impetuosa, girona, torpe y un tanto dramática. Intenta tonificarlo todo con humor.
- Historia: Rachi quiere mejorar su inglés y centrarse en su estudio tipo de casa, cuando conoce a las que se convertirán en su nuevo grupo de amigas y amigas. Termina por centrarse en su felicidad, disfrutando al máximo de los viajes, la comedia y sus amigos.
- Objetivos primarios: Pretende ser ordenada con su vida aunque no siempre lo consigue.
- Objetivos secundarios: Pretende conseguir trabajo para alargar su estancia en Dubái.

#### 6.1.1.BIBLIA

Para aquellos que desconozcan qué es la biblia de una serie, empezaré por lo básico. La biblia es un documento de presentación que reúne las principales características una serie y funciona como una herramienta de venta.

He ido realizando diversas biblias durante el proceso. Desde la primera y más sencilla hasta la última biblia presentada, he ido delimitando las características de la serie, tratando de crear unos personajes solidos e intentando esbozar un mapa de tramas que tuviera sentido narrativo.

Figura 15  
Horcajuelo Sanchis, Raquel. (2020)  
Extracto de la biblia.

Finalmente, mi biblia consta de los siguientes apartados, que detallan las características principales de la idea.

- Declaración de intenciones. Se deja claro lo que se pretende producir, el tipo de formato, género y narrativa que se va a utilizar y el contenido de la trama principal.
- Ficha técnica. Se detalla el nombre, *tagline*<sup>15</sup>, formato, género, número de episodios, duración máxima de los capítulos, referentes, junto con los planes de *marketing* y producción.
- *Longline*.<sup>16</sup>
- Tono y estética. Se enfatiza la intención de crear contenido de humor para un *target* juvenil, escrito en un registro coloquial y en tres lenguas (castellano, inglés y valenciano), se especifica como se crearía la producción audiovisual, la estética que esta guardaría y el punto de vista desde el cual se narra la historia.
- Mapa de tramas. Se define la trama de cada uno de los 12 capítulos.
- Personajes. Este apartado recoge las descripciones e historias de cada uno de los personajes ideados.
- Localizaciones. Se mencionan las localizaciones principales donde va a transcurrir la historia.

Uno de los objetivos de este trabajo era obtener los derechos que me reconociesen como creadora de la idea original de la serie *La Rachi controla* y de las distintas creaciones realizadas alrededor de esta idea, para que al compartirlas por la *web* estas estuvieran protegidas. Para esto decidí registrar la biblia en el registro de la propiedad intelectual. Como se puede comprobar en el anexo de este trabajo, el día 7 de julio de 2020, se registra en Xàtiva la obra escrita *La Rachi controla. Biblia de un proyecto transmedia*. El documento registrado contiene también los guiones de los dos primeros capítulos (Capítulo 1x01. *Here I go!* y capítulo 1x02. *Night Out*), junto con el guion de un corto creado para IGTV<sup>17</sup>, titulado 'Viajera de callejuelas'.

#### 6.1.1.1. PROPUESTA TRILINGÜE

Tal vez, una de las características que más llame la atención en la biblia es que la propuesta de la serie es trilingüe.

Al principio no me planeé demasiado este hecho. Yo soy trilingüe, así que la obra, que planteaba como un reflejo de mi vida, también lo sería.

---

<sup>15</sup> Tagline. Proviene de los términos 'tag' (etiqueta) y 'line' (línea). Se refiere a una frase corta con gancho que se crea como lema de tu producto.

<sup>16</sup> Longline. Es la contracción de los términos 'long' (largo) y 'line' (línea). Es un texto breve que contiene la información más importante del guion, en este se deja entrever el género, pero no se habla de subtramas ni se resuelve el conflicto.

<sup>17</sup> IGTV. Instagram TV.



Figura 16  
Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Ilustración: *El meu passatemps preferit*.

Conforme iba creando la obra me di cuenta de que realmente el proceso sería más sencillo si tan solo utilizaba el castellano y el inglés. Podría haber prescindido de la lengua valenciana, La Rachi no tenía porque ser de Valencia, no hacía falta que se concretara siquiera de que parte del territorio español procedía. Además, de esta manera mucha más gente podría entenderla.

Os preguntaré: si era más sencillo y seguramente iba a dar mejor resultado en cuanto audiencia, ¿porqué la obra finalmente es trilingüe?

Esta es una decisión tomada principalmente por estos dos motivos:

- La importancia del bilingüismo en mi vida. Desde la niña pequeña, que no sabía diferencia una lengua y la otra, hasta la persona que soy hoy en día, todavía, incapaz de hablar en castellano cuando se dirige a un valenciano parlante. He crecido haciendo uso de ambas lenguas y no quería que el personaje de la Rachi, basado en mi persona, perdiese esa esencia.
- Intención de crear algo distinto. En todo momento era consciente de que el uso de las lenguas hegemónicas como el español o el inglés es mayor. Por tanto, también es mayor el número de creaciones o el consumo de producciones realizadas en estas lenguas. Mientras tanto, lenguas como el valenciano luchan por no caer en desuso o por hacerse un hueco en la industria televisiva y en las redes.

Las producciones en este idioma se pierden continuamente en el mar de información que es la red. Así que para llegar a más gente, los creadores bilingües, solemos optar en la mayoría de los casos por producir obras en la lengua que llegue a más gente.

Yo no quería dejar de usar el valenciano, por el hecho de que al hacerlo pudiera atraer a una menor audiencia. Prefería atraer a una audiencia más reducida, aportando un referente a los niños y

- jóvenes valencianos, catalanes y baleares, creando una propuesta un tanto distinta a lo que estamos acostumbrados a consumir.
- La falta o escasez de referentes audiovisuales en valenciano. Me considero una afortunada, porque en mi caso, sí tuve acceso a una cadena de televisión que me aportó referentes que se expresaban utilizando mi lengua materna. Pero, después de la desaparición de *Canal 9*, en el año 2013, no he podido dejar de fijarme en que mis familiares más jóvenes, han carecido de estos. Como consecuencia, y a pesar de crecer en una familia valenciano-parlante, los más pequeños de mi casa se han expresado siempre utilizando el castellano como lengua principal. Como apunta Álvarez San Román (2012) los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la configuración de la conducta de los niños y adolescentes. “los infantes aprenden a comportarse en sociedad por imitación (...) la televisión les ofrece modelos y pautas de comportamiento en los que inspirarse.”
- Al perder *Canal 9*, los niños de nuestra comunidad perdieron referentes que se expresaran en nuestra lengua. Así que no es extraño que imitando a los dibujos animados, los niños hayan optado generalmente por expresarse en la misma lengua que estos, el castellano.
- Por tanto, decidí seguir adelante con la propuesta trilingüe para dar un poco de visibilidad a nuestra lengua, tratando de introducir nuevamente a los jóvenes referentes que se expresasen en esta.

### 6.1.2.CONSTRUCCIÓN DEL RELATO

En este capítulo pretendo tratar algunos aspectos relacionados con la narrativa audiovisual, como la historia, la narración, los personajes, los acontecimientos o la temporalidad, explicando como he constituido el relato de la serie *La Rachi controla*. Para esto, basándome en Canet y Prósper-Ribes (2009) comenzando por esclarecer ¿qué es el relato?

El relato es un discurso que representa lo sucedido en la historia. Por tanto, el relato pone en juego 2 temporalidades: el orden cronológico de la historia y el del discurso, que puede coincidir o no.

“La función del discurso narrativo es transformar un tiempo el de la historia, en otro tiempo, el del relato” (Canet y Prósper-Ribes, 2009).

Por norma general, en los capítulos de las series se crean distintas unidades argumentales que protagonizan los personajes y estas se van sucediendo durante el capítulo, resolviendo algunos conflictos y dejando otros pendientes, creando en el espectador la necesidad de seguir las emisiones.

Es diferente el caso de las *sitcom*, que como ya hemos avanzado tienen tramas autoconclusivas. También es diferente el caso de las *webseries*, que dado a su brevedad, se suelen centrar en un solo acontecimiento protagonizado por el mismo personaje, como es el caso de la *webserie Enjuto Mojamuto*.

Además, el relato necesita de un enunciado, al que un emisor (o enunciatario) dotará de significado. Posteriormente los receptores serán quienes lo interpreten, aunque, interpretación no tiene porqué coincidir con la intención del autor. Habrá tantas interpretaciones como receptores.

Es importante tener en cuenta que el relato que se genera en esta obra, se ve condicionado principalmente por el carácter autobiográfico y transmedia de la obra. Por tanto, el relato ha sido ideado a partir de mi experiencia vital. Pero la linealidad del relato se ve alterada, debido a que este se construye a partir de las narraciones divulgadas en los distintos medios.

Por una parte, los capítulos, creados para su difusión en la página *web*, transcurren generalmente de manera lineal, configurando una línea temporal clara, a excepción de algún *flashback*<sup>18</sup>. Podemos encontrar esta configuración, por ejemplo, en la serie 'Friends'. En cambio, las narraciones configuradas en las redes sociales Instagram y Twitter, están repletas de saltos temporales. El contenido audiovisual que se divulga en estas plataformas, generalmente *memes*<sup>19</sup> y *sketches* audiovisuales, no pretenden configurar un tiempo claro, si no aportar información complementaria.

El formato *webserie* y la voluntad cómica también condicionan la obra. Por este motivo, los relatos son breves, protagonizados por personajes juveniles, repletos de sátira e ironía o reflexiones y reivindicaciones del mundo contemporáneo.

Lo primero que concebí fueron los capítulos y la serie en su conjunto y luego ya vino la idea de configurar un proyecto transmedia.

Inspirada por el tipo de narración que se articula en la serie *Friends*, traté de construir una narración cómica haciendo un uso mayoritario de tramas autoconclusivas y conjugando un último capítulo que dejase la puerta abierta a poder desarrollar una segunda temporada. Tratando de construir el relato, se me plantearon dudas como si debía incluir un narrador, cuántos personajes debía incluir, cuántos puntos de vista quería mostrar...

---

<sup>18</sup> Flashback. Técnica narrativa en la que se retrocede a un momento anterior, alterando la linealidad temporal.

<sup>19</sup> Memes. Elemento humorístico de rápida transmisión en Internet.

#### 6.1.2.1. DE LA REALIDAD A LA FICCIÓN

La creación de esta obra aunque sea ficción, está altamente condicionada por la realidad. Así que el proceso transcurre de una forma un poco distinta a cuando la obra parte desde 0 sobre un papel blanco. En mi caso el papel estaba muy escrito, con mil ideas, situaciones y condicionado por momentos y personas. Así que el proceso creativo era de más a menos.

Debía seleccionar o resumir los hechos de manera que la historia fuera ordenada, tuviera sentido por sí misma y se pudiera entender en su totalidad. En cuanto a los capítulos de la *webserie*, que configuran la mayor parte del trabajo, pretendía que los hechos fueran sucediéndose unos a otros, enlazados de una manera lógica y añadiendo a la diégesis contenidos que tuvieran sentido y fueran avanzando características de los personajes o sucesos venideros.

La historia y las subtramas están diseñadas basándome en una especie de diario de viaje, en el que a modo de lluvia de ideas fui anotando poco a poco las anécdotas que me iban sucediendo. A partir de este seleccioné algunas que creía que eran más graciosas o podían caracterizar a alguno de los personajes, momentos de los que no podía prescindir para dar el sentido deseado a la historia.

En un primer momento, la obra era, sin mucha más reflexión, una adaptación de los hechos reales ocurridos. Pero, poco a poco, comencé a introducir detalles ficticios que creía que podía enriquecerla o aportar toques de humor.

El estar tan pegada a la historia me complicó en algunos momentos el proceso, no quería que faltara nada, no quería dejar de crear un personaje para cada persona, fallar a alguien por que su personaje dijese algo que este no diría... Esto es algo que tuve que liberarme para poder construir la historia. Narrándola, no tal como había sido, sino, tal como creía podía funcionar.

La mayoría de nombres y personajes son reales (Bea, Viti, Jav...), pero hay otros que, por el contrario, adoptan un nombre inventado (Juan, Sinead...), también hay alguno que son, en su totalidad, producto de mi imaginación, (*leprechaun*, gato...). Así pues, lo mismo ocurre con algunos hechos, la mayoría están basados en la realidad, pero otros son una mera invención que me ayuda a dirigir la historia a un punto concreto.

#### 6.1.2.2. HISTORIA

Genette (1989) distingue entre: historia, narración y relato (Canet y Prósper-Ribes, 2009). Siendo la historia la materia prima, la narración el proceso en el que se enuncian los contenidos y el relato el resultado final de este proceso narrativo. En este capítulo trataremos qué es una historia y cuál es la historia de *La Rachi controla*.

Entendemos por historia al conjunto de acontecimientos que van unidos y tienen un principio, un desarrollo y un final, centrándose en un personaje. Los hechos pueden tratar cualquier cosa, solo necesitan ser secuenciales y estar relacionados entre ellos. Y el personaje puede ser cualquiera que se vea afectado por los eventos y aporte un cambio a la historia (Schulman, 2018).

La historia que se crea en este trabajo es la del personaje Rachi, una joven va tratando de lidiar con su vida que transcurre en Dublín lejos de su entorno habitual.

La historia principal se desarrolla en los guiones de la serie, pero al tratarse de un relato transmediático, la historia se completa en otras plataformas, adquiriendo una nueva dimensión en cada una de estas y aspirando a verse condicionada por las aportaciones del fandom.

#### 6.1.2.3. NARRACIÓN

En *La Rachi controla* se narran los diferentes hechos anecdóticos con los que, una estudiante Erasmus, se encuentra viviendo en otro país, mostrando dramas y momentos caóticos de la vida cotidiana que ilustran cómo es empezar de 0 en un lugar nuevo, estando lejos de tu hogar.

En los capítulos de la *webserie*, los hechos se narran prescindiendo de la figura del narrador, así que la representación de la historia es implícita y mimética, articulada mediante las acciones de los personajes. Esto solo ocurre de una manera distinta en el capítulo 1x06 *Raquelazo*, donde se utiliza un modo mixto llamado epopeya, “*un personaje habla sobre acontecimientos pasados y entonces los representa en flashback*” (Canet y Prósper-Ribes, 2009). Aunque en los capítulos no se recurra a un narrador, si se utilizan diécticos que rompen la transparencia de la narración. Podemos ver, constantemente, el punto de vista de la protagonista. Los pensamientos de la Rachi se hacen latentes en muchas ocasiones, denotando que la historia está contada desde su punto de vista y la vemos a través de sus propios ojos.

En el caso del contenido de *Instagram* o *Twitter*, la narración se articula de manera explícita a través de un monólogo de la Rachi, además, esta interpela constantemente al receptor, haciendo uso de la metalepsia narrativa.

Las narraciones se basan en hechos anecdóticos. Los diálogos se llenan de hechos graciosos, utilizando la ironía y utilizando los silencios como aliados para incomodar al espectador e incrementar lo absurdo de las situaciones.

6.1.2.4. PERSONAJES

Para crear y clasificar a los personajes me he fijado en la clasificación de Heredia Moya (2013).

- Principales. Sostienen la trama y concentran la mayor atención de la narración. Sin ellos la historia desaparecería.
- De soporte. Miembros regulares del elenco, que apoyan y resaltan los papeles de los personajes principales. Suelen ser escasos para no desorientar al espectador ni destruir la coherencia de la historia.
- Transitorios. Aportan complicaciones a la trama o actúan como una simple función mecánica de la historia. Vemos dos tipos:
  - o La estrella invitada. El personaje no debe ser representado estrictamente por una estrella, sino desencadenar la acción, desempeñando un rol importante durante un episodio.
  - o Roles pequeños no necesarios. Interactúan o no con los personajes principales, pero aparecen en escena.

En mi creación comencé teniendo muchos personajes principales y me fui dando cuenta que con el número de capítulos que tenía y la brevedad de estos, no se podían llegar a ver bien las características de cada uno. Por tanto decidí centrarme tan solo en dos, la Rachi y Jav. Hay otros dos personajes que aparecen en en la mayoría de capítulos y me sirven como soporte, son Bea y Viti. En los 12 capítulos que he escrito aparecen 15 personajes más que tienen un carácter transitorio. Tienen cierta importancia Elvi, Juan, Vicky, Gato, Sinead, Pat o Ramón.



Figura 17 Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Ilustración de prueba.

Tipos de personajes	Personajes	Apariciones en los capítulos											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
Principales	Rachi												
	Jav												
Soporte	Viti												
	Bea												
Transitorios	Elvi	Invitado								Recurrente			
	Guardia de seguridad	Recurrente											
	Dependiente	Recurrente											
	Seguridad del bar		Recurrente										
	Juan			Invitado									
	Vicky				Invitado								
	Taxista				Recurrente								
	Gato						Invitado						
	Galleta						Recurrente						
	Sinead							Invitado					
	Pat								Invitado				
	Señor 1											Recurrente	
	Señor 2											Recurrente	
	Camarera											Recurrente	
	Leprechaun											Recurrente	

Figura 18 Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Tabla de clasificación de los personajes en los capítulos de *La Rachi controla*.

### 6.1.3. ELABORACIÓN DE GUIONES

Con todo lo anterior en mente he generado los guiones para la serie *web*.

Estos 12 guiones, escritos para dirigir luego la creación de los capítulos de una *webserie*, se han escrito teniendo en mente que los contenidos de más de 5 minutos aburren al espectador online (Schulman, 2018). Por tanto, he planificando que su duración se aproxime a los 4 minutos, ajustándome a la brevedad de los contenidos de la red.

Todos los guiones están repletos de sátira e ironía, con tramas y personajes juveniles que hablan y se ven enredados en situaciones cotidianas. Dado a la brevedad, he ido tratando que la narración fuese ágil y que no hubiese escenas vacías de contenido.

Una vez definidos el contenido y el género que quería utilizar, he tratado que el humor de la serie se ajuste al *target* y actúe al servicio del mensaje. Como mi *target* de audiencia es un público joven, quería que estos guiones y, por tanto, el contenido de la serie fuera actual y con bromas o elementos en los que la generación Z se puedan ver identificados.

El proceso de escritura de los guiones comienza con delimitar las tramas y a partir de estas he ido tratando de narrar la historia de manera que pueda ser entendida y apta para todos los públicos, aunque, al ir dirigida a gente joven, he ido añadiendo a bromas y referencias que creo que les pueden resultar interesantes, tratando así de fidelizar al *target*.

Además, teniendo en cuenta que las series generan modelos de conducta y moldean la mentalidad, quería aprovechar el espacio para hacer algunas reflexiones ligadas a nuestro tiempo y que considero oportunas e importantes. Aunque, esto se puede observar con más claridad en el contenido creado para las redes, sketches e ilustraciones. Temas como: la crisis del *Covid 19*, el movimiento *Black lives matter* o reflexionando sobre las condiciones en las que viven los animales en cautividad.



Figura 19  
Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020)  
Ilustración: *Ditancia de seguridad*.



Figura 20  
Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020)  
Ilustración: *Cautividad*.

2 EXT/DÍA. CLARO DE UN BOSQUE. VALENCIA (1079)

La textura de la imagen cambia de golpe a la registrada por una cámara de Super-8.

El Cid se gira enrabiado.

CID  
¡Vais a pagar por esto!

Figura 21  
Fragmento del guion *Tiempo de leyenda* (Capítulo 2x01 de *El Ministerio del tiempo*)

SECUENCIA Nº5

(En continuidad)

ESPACIO INT/DÍA. CASA LA RACHI. HABITACIÓN DE BEA

Bea y Rachi está tiradas en la cama comiendo pizza.

RACHI

Demà vaig a compra-me quatre cosetes per a l'habitació. Gràcies per deixar-me dormir hui amb tu.

(Mañana voy a comprar cuatro cosillas para la habitación. Gracias por dejarme dormir contigo hoy.)

Figura 22  
Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Fragmento del guion de *Here I go!* (Capítulo 1x1 de *La Rachi controla*)

Para la escritura y maquetación de los guiones me he basado principalmente en los de la serie *El Ministerio del tiempo*. Con el estudio de estos entendí que mi escritura, que en un principio era muy narrativa, debía que ser más descriptiva y establecí la información que iba a dar sobre el momento y lugar de las escenas. Aquí podéis ver dos breves trozos uno de los guiones de *El Ministerio del tiempo* y uno de los de *La Rachi controla*. En ambos casos se indican el número de secuencia, el espacio, la temporalidad y quién aparece en la escena.

Para empezar con la escritura de los guiones empecé por trazar un mapa de tramas. A partir de la tramas traté de presentar los personajes rodeándolos de un mundo lo más real posible.

## MAPA DE TRAMAS

1x01 – Here I go!

Elvira se despide de la Rachi sin saber como va a funcionar esta aventura.

La Rachi llega a Dublín y empieza a enfrentarse a las adversidades que supone estar sola.

Figura 23  
Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Extracto de la biblia.

Desde el minuto 1, Rachi trata de lidiar con sus movidas, que no son los típicos dramas de telenovela, sino hechos simples, mundanos y diarios, como: no prestar atención a algún detalle, olvidar donde ha dejado algo que necesita o que algo se le caiga de las manos. Aunque estas adversidades son extremadamente fáciles de solucionar, vemos mediante los pensamientos de Rachi, como esta se ahoga en un vaso de agua y suele reaccionar a los sucesos de forma un tanto dramática.



Figura 24  
Horcajuelo Sanchis, Raquel. (2020)  
Fragmento del sketch *Viajera de callejuelas*.

## 6.2. CONTENIDO AUDIOVISUAL

Refiriéndome a este apartado, quiero dejar claro que el contenido audiovisual es una parte secundaria de la propuesta, que está en fase proyectual. No obstante creía que era importante realizar este trabajo experimental para trazar una dirección artística.

Para ello, pensé que era necesario crear un capítulo piloto para definir y mostrar los aspectos estéticos generales, delimitando cómo serían los personajes, cómo funcionarían visualmente los espacios...

De manera paralela a la realización de este trabajo he ido desarrollando contenidos extendidos en las asignaturas de *Gráfica experimental e interdisciplinar* y *Realización de documentales de creación*. Ilustraciones, un *giff* y un *sketch* como contenido para las redes sociales y un documental, creado como información extra-textual, que de alguna manera explica el proceso creativo y los sucesos que inspiraron la creación de la obra.

### 6.2.1. PILOTOS

El piloto realizado corresponde al guion del capítulo 1x02. *Night Out*. Este se realiza con ilustraciones digitales, creadas la App *Procreate* y con el programa *Adobe Premiere Pro*. Tiene una estética y un acabado sencillo, sin muchos efectos, pero consideré que este desarrollo, me servían para reducir la idea a unos aspectos generales. A pesar del acabado proyectual, el resultado no es tan distinto al de la mayoría de *webseries* de animación, que no tienen unos acabados tan limpios y profesionales a los de los dibujos animados que vemos por televisión.

Elegí el capítulo 1x02. *Night Out*, porque a pesar de no ser el primer capítulo, presentaba un poco la historia, aparecían los personajes principales y de soporte y reunía las principales características de la producción.

Para realizarlos empecé por crear y caracterizar los personajes. Los creé, sin mucho detalle en cuanto a la anatomía se refiere, a partir de formas básicas, respetando siempre el mismo patrón. Los personajes más importantes son el alter-egos de personas reales, así que sus características físicas y vestuario se basan en la realidad.

Para empezar con la animación me informé un poco sobre las técnicas y pasos a seguir, reuniendo algunas pautas que debía tener en mente durante la producción del piloto. Soy consciente de que es una técnica que requiere mucha práctica y siendo este mi primer piloto no tiene una calidad profesional pero, como ya he dicho, ese no era el objetivo de mi proyecto. Los pilotos se realizan para ver si la serie puede resultar interesante de manera visual. Lo que creo que sí que he conseguido.

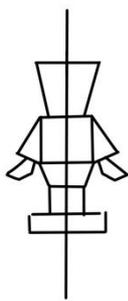


Figura 25  
Horcajuelo Sanchis, Raquel. (2020)  
Patrón de creación para los personajes.

El colorido y el formato (animación) puede hacer este proyecto atractivamente visual para los más pequeños de la casa, pero la serie va dirigida a la gente joven que serán capaces de entender mejor las bromas e incluso verse reflejados en algunos personajes y situaciones, como la de tener que emigrar de nuestro país por la falta de trabajo.



Figura 26  
Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Prueba para el piloto.

Durante la creación del piloto, el mayor problema ha sido el diseño de los espacios. A mitad de marzo cuando comencé a crear los personajes, empecé a plantearme como debía ser la estética y ahí empecé a plantearme cómo construir los espacios, así que comencé a probar distintas estéticas y el resultado que más me convencía era el de utilizar imágenes reales para los fondos.

La serie se desarrolla principalmente en Dublín. Yo tenía planificados diversos viajes a la ciudad, donde quería reunir vídeos y fotografías de las distintas localizaciones, para el documental y para el piloto. Finalmente, esto no se pudo realizar debido a la crisis sanitaria del Covid-19.

Esto me planteo un problema. Quería utilizar imágenes para los fondos, pero las que yo tenía no eran de la suficiente calidad y no quería descargalas de la red, para evitar problemas con los derechos. Así que, adaptándome a la situación he construido los fondos con tonos monocromos y escaso decorado.

### 6.2.2. ILUSTRACIONES

Cuando me matriculé en la asignatura de *Gráfica experimental e interdisciplinar* pensaba aprovechar el taller para hacer litografía y serigrafía. En las primeras semanas decidí que podía desarrollar *merchandising* y cartelería para la serie, pero al comenzar el confinamiento estos planes también cambiaron. En el espacio correspondiente a la asignatura comencé a desarrollar material gráfico alrededor de la trama con la *App Procreate*.

Como ya he explicado, con este material no solo pretendía cumplir las competencias de la asignatura, sino que, pretendía integrar estas creaciones en la propuesta del TFG y creía que este material podía tener una buena acogida en redes quería compartir ese material en redes. No acababa de saber cual era la forma idónea de enlazar los proyectos hasta que conocí la

narrativa transmedia, y empecé a trabajar en la creación de materiales gráficos posteables que fueran relacionados con la trama de la serie web.

Como ya he explicado antes he aprovechado este espacio para reflexionar sobre temas que nos concierne a todos como el Covid-19 o el movimiento *Black Lives Matter* pero también he creado ilustraciones que aportan información sobre los personajes o que complementan las tramas de los capítulos.



Figura 27  
Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Ilustración relacionada con la trama de *Girlfriend*.(Capítulo 1x5)



Figura 28  
Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Ilustración: *I hate it!*

### 6.2.3.DOCUMENTAL

La idea de crear el documental como material extra-textual nace en la asignatura de *Realización de documentales de creación* e inspirada por los documentales *La casa de papel: el fenómeno* y *Juego de tronos: Dentro del episodio* donde se analiza el contenido de la serie, el rodaje o las simbologías utilizadas.

Para la realización del documental comencé con la creación de un plan de trabajo donde se concretaba: el tema, el punto de vista sobre este, el formato de las entrevistas, quiénes son las personas entrevistadas y qué se pretende con la participación de cada una, qué archivos y documentos se van a incluir en el documental, cuáles van a ser las localizaciones de la grabación y la duración aproximada de este.

De una manera parecida de concretar los detalles, a la de la biblia, me propuse plasmar el proceso de creación de *La Rachi controla*, centrándome principalmente en la historia real en la que se basa la trama.

Partes	Prólogo	Cabecera	Intro	Desenlace	Conclusión	Rótulo
Contenido	Declaración mia	Secuencia de imágenes y título con música	Declaración mia + vídeos que cubren la declaración	Declaraciones de Vicky, Pat, Javi, Viti, Bea y Lorena + secuencias audiovisuales	Declaración	Rótulos + vídeos y sonido extradiagético
Tiempo aprox.	40s	30s	1min	10min	1min	30s

Figura 29  
Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Esquema de planificación del documental.

Establecí un tiempo aproximado a los 15 minutos, en el que trataría de plasmar los sentimientos y sensaciones surgidos en la experiencia. Debido al carácter cómico y humorístico de la serie, esto era algo que iba a quedar fuera de la producción, pero el documental me daba la oportunidad de explorar los puntos de vista de la gente que me acompañó, mediante sus testimonios y algunos de los vídeos e imágenes de archivo. En documental también pretendía ilustrar de manera general, el ambiente de la ciudad en la que transcurre principalmente la historia, Dublín.

La creación de este documental va unida a: la creación de un tráiler, un *pressbook* y cartel, partes que van ligadas a la distribución de la obra.

### 6.3. UNIVERSO TRANSMEDIA

El año pasado realicé un proyecto audiovisual en grupo, del cual planificamos muy bien el proceso, pero nunca planificamos la forma de divulgarlo. Así que, a pesar de realizar este trabajo consiguiendo un resultado muy complaciente, se quedó sin divulgar.

Aprendiendo de este error, en esta ocasión, fui pensando diversas formas de divulgar la propuesta desde el inicio del proyecto. Fue el hecho de dar con la narrativa transmedia lo que hizo que mis planes de lanzamiento comenzaran a cobrar más sentido.

He ideado un universo transmedia basándome en los distintos *touchpoints*<sup>20</sup> enumerados por Askwith (2007).

Ya he hablado de las propiedades formales del programa, en apartados como el de la biblia, así que en este apartado me quiero centrar en: el acceso y contenido expandido (Núm. 2 y 4), la interactividad e interacción social (Núm. 8 y 7) y el contenido adaptado (Núm. 3).

- Acceso y contenido expandido. La narrativa transmedia genera un abanico de posibilidades de acceso y distribución de los contenidos, con historias, información y contenidos complementarios en cada una de ellas.
 

*“un espectador puede quedarse solo con la historia que le ofrece el propio medio, o investigar en otros y encontrar una experiencia mucho más profunda a través de estos medios complementarios.”* (Gallego Delgado, 2014)
- Interactividad e interacción social. Es mediante la creación de foros sociales, cómo se crea esta interactividad e interacción con los fans. Desde cosas tan sencillas y que tenemos tan normalizadas como

Tipos de Touchpoints

1. <b>Formal Program Qualities.</b> Propiedades formales del programa.
2. <b>Expanded Access.</b> Acceso expandido.
3. <b>Repackaged Content.</b> Contenido adaptado.
4. <b>Ancillary Content.</b> Contenido expandido.
5. <b>Branded content.</b> Productos de marca.
6. <b>Related Activities.</b> Actividades relacionadas.
7. <b>Social Interaction.</b> Interacción social.
8. <b>Interactivity.</b> Interactividad.

Figura 30  
Askwith, Ivan (2007) Contenido p.98

<sup>20</sup> Touchpoints. Según Askwith (2007) son aquellas actividades o contenidos, distintos a la simple visualización del programa, que permiten a los usuarios comprometerse con una marca.

dar *like* a un contenido, o hechos como enviar un correo electrónico a un personaje de ficción. Esta interacción es a la que se aspira cuando se crea una narrativa transmedia.

Por ejemplo, en algunos capítulos de la serie *The Simpsons* hemos podido ver las direcciones de correo electrónico de los personajes. En la cuenta [ChunkyLover53@aol.com](mailto:ChunkyLover53@aol.com) podemos escribirle un email a Homer Simpson. Si pobraís recibiréis la siguiente respuesta automática: "*Querido empollón de Internet, has llegado al saco sin fondo del correo eléctrico de Homer. No estoy aquí ahora, así que por favor envíame un pack de seis latas de Duff al 642 Evergreen Terrace, Springfield USA.*"

- Contenido adaptado. El contenido transmedia se adapta y se reformula constantemente. Cambios para adaptarse a la plataforma de distribución, mejoras del contenido cuando se logra trabajar con presupuestos mayores o reformulación de estos debido a las demandas y exigencias de los fans.

En mi caso, el contenido principal (*webserie*) y expandido (otros contenidos relacionado con *La Rachi controla*) se comparten vía *web* con en el dominio: [larachicontrola.com](http://larachicontrola.com), vía Instagram en la cuenta: @larachicontrola, en el perfil de *Twitter*: @LaRachiControla y en el canal de *Youtube*: La Rachi controla. Todos estos medios son interactivas y permiten la interacción entre creador y receptor. Además, en la *web* se habilitan *links*, uno al email [larachicontrola@gmail.com](mailto:larachicontrola@gmail.com) y otro a la cuenta de La Rachi controla en la plataforma de micromecenaje, *Ko-fi*.

El contenido principal son los capítulos de la *webserie* (en fase proyectual) que iré desarrollando y se podrán encontrar en la página *web* y en el canal de *Youtube*. Entre los contenidos expandidos se podrán encontrar, vídeos e imágenes que aportaran información adicional sobre la historia, personajes o en el que se desarrollaran subtramas.

Trato de adaptarme a cada plataforma teniendo en cuenta las posibilidades que estas me ofrecen y conociendo que clase de contenido funciona es estas.

- *Youtube*, la plataforma de vídeos más utilizada, me permite subir de manera gratuita los capítulos y (tal vez) en un tiempo si este contenido a sido visualizado pueda obtener remuneración por ello. La plataforma permite también incluir publicidad en los vídeos o en la página. De momento no me planteo hacer esto, pero es una posibilidad que queda abierta.
- Página *web*. La creación de una página *web* donde compartir el contenido creado era uno de los principales objetivos de este trabajo. Nunca había diseñado una página *web* así que tuve que explorar el funcionamiento de varios programas, empecé con los más conocidos y básicos : *Wordpress* y *Web Google*, pero finalmente he creado la mía con la web de pago *Square Space*.

[Inicio](#) [Blog](#) [Universo transmedia](#) [Equipo](#) [Contacto](#)

Figura 31  
Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020)  
Apartados de la página web.

La plataforma *Square Space* me permitía maquetar el contenido y crear fácilmente la estética deseada para mi web. Además, el contenido de la web se adapta según si se visualiza en un portátil o un Smartphone.

La *web* está escrita como una narración del personaje protagonista, Rachi, que con un tono gracioso nos introduce el universo transmedia en sus distintas páginas, en las que podemos encontrar por ejemplo: una biblia, ilustraciones, entradas blog, el documental, *links* a las redes sociales y a la plataforma *Ko-fi*.

- *Instagram*. Casi todas las personas de nuestro país entre 14 y 28 años tiene un perfil en esta red social. Así que, esta me brinda la posibilidad de llegar a mi *target* mediante imágenes o vídeos, que de manera permanente, pueden recibir *likes*, comentarios o ser compartidos. Además, con los llamados *instastories* la plataforma ofrece un espacio donde compartir contenido durante 24 horas. El perfil de empresa de *Instagram*, nos aportan estadísticas referidas a las visualizaciones o interacciones realizadas por nuestros seguidores.

En esta la plataforma *Instagram* pretendo mantener un contacto directo con mis seguidores compartiendo encuestas en *instastories*, ilustraciones en el *feed* y *sketches* de alrededor de un minuto en *IGTV*.

- *Twitter*, nos permite escribir pequeñas entradas de 280 caracteres, aunque tenemos la posibilidad de crear hilos o responder a otros usuarios. En los *tweets* se pueden compartir vídeos, imágenes o insertar *links* y otras de las acciones que se pueden realizar son: marcar como favorito o *retwitear*.

El usuario creado en *Twitter* se gestiona como si el personaje Rachi fuese real. Así que este es el espacio donde comparte recuerdos o reflexiones.



Figura 32  
Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Ilustración: *Bea la viejoven*.



Figura 33  
Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Ilustración: *Jav el viejoven*.

## 7. CONCLUSIONES

Como conclusión debo señalar que los objetivos que me propuse se han llevado a cabo, he realizado un trabajo amplio centrándome en la preproducción y en el marketing del proyecto, trabajando de manera complementaria la dirección artística del proyecto.

Durante el proceso me he convertido en: guionista, directora de arte y publicidad, ilustradora... Y me he dado cuenta de lo importante que es tener un buen equipo cuando se realizan producciones de este tipo. Sinceramente, para crear una serie lo ideal es trabajar en grupo. En este caso debido a mi periodo de Erasmus y al *Covid-19* esta no era una posibilidad. Pero, a pesar de no contar con unos compañeros, creo que he realizado un trabajo amplio y construido los pilares para llevar a cabo la producción de este trabajo en otro momento.

Sin duda, voy a seguir trabajando en esta como una meta personal. Me gustaría experimentar también otras fases de la producción o aprender más sobre animación. Mi propósito es continuar realizando *storyboards* y pilotos para poder conseguir mejores resultados en un futuro.

Durante este año y especialmente en este trabajo he salido de mi zona de confort, lo que me ha permitido aprender mucho, tanto de manera teórica como práctica. Como reflexión personal, creo que normalmente me lanzo a experimentar con cualquier campo sin saber mucho de este. Debido a las cualidades de este trabajo, en este caso, ha habido una parte de documentación previa muy importante y esto, aparte de nutrirme culturalmente, ha ayudado a que el resultado haya sido placentero.

Las especiales circunstancias han condicionado algunas fases del trabajo, pero como todo el mundo he tenido que hacer un pequeño esfuerzo por adaptarme a estas y hacerlo todo lo mejor posible desde casa.

## 8. REFERENCIAS

### Artículos:

Campos Carrasco, Á., 2010. "Teleseries: géneros y formatos. Ensayo de definiciones". *Miguel Hernández Communication Journal*, Volumen 1, pp. 174-200.

Díaz Campo, J., 2014. "Las cadenas de televisión españolas en Internet: un estudio sobre la calidad de sus sitios web". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 20(1), pp. 67-83.

Diego González, P. & Herrero Subías, M., 2010. "Desarrollo de series online producidas por el usuario final: el caso del videoblog de ficción". *Palabra Clave*, 13(2), pp. 325-336.

Fernández Cruz, F. J. & Fernández Díaz, M., 2016. "Los docentes de la la Generación Z y sus competencias digitales". *Comunicar*, Volumen 46, pp. 97-105.

Fernandez de Arroyabe, A., Lazkano, I. & Eguskiza, L., 2018. "Consumo y creación audiovisual en euskera de los adolescentes gipuzkoanos: sobrevivir en un contexto digital dominado por lenguas hegemónicas". *European Public & Social Innovation Review*, 3(1), pp. 82-94.

Figueroa-López, E. & Arroyo-Molina, J. P., 2015. "Un día en el asombroso mundo de Gumball". *Con A de animación*, Issue 5, pp. 78-87.

Fuentes i Pujol, M. E., González Quesada, A. & Jiménez López, A., 2003. "Los archivos audiovisuales en los medios de comunicación digital". *Scire: Representación y organización del conocimiento*, 9(2), pp. 99-110.

Hernández García, P., 2011. "Las Webseries: Evolución y características de la ficción española". *F@ro: revista teórica del Departamento de Ciencias de la Comunicación*, Issue 13, pp. 94-104.

Herrero Solana, V. & Trillo Domínguez, M., 2014. "Twitter Brand-Directors: el efecto marca en las redes sociales de los directores de medios españoles". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(1), pp. 131-146.

López Gutiérrez, M. d. L. & Nicolás, M. T., 2015. "El análisis de series de televisión: construcción de un modelo interdisciplinario". *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 6(1), pp. 22-39.

Murolo, N. L., 2010. "Post-zapping: transmite tú mismo. Youtube como la televisión posmoderna". *Razón y palabra*, Issue 71, pp. Recuperado el 20 de Mayo de 2020 de <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/14%20MUROLO-REVISADO.pdf>

Prósper Ribes, J. & Ramón Fernandez, F., 2020. "Propuesta de modelo de evaluación para webseries". *La Colmena*, Ene-Mar, Issue 105, pp. 65-76.

Rodríguez Serrano, A., 2015. "La narrativa audiovisual en la liberación de los campos de exterminio: el caso de Night Will Fall (André Singer, 2014)". *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, Dec, Issue 53, pp. 65-78.

Rodríguez Valdunciel, S., 2018. "La primavera de la animación en series 2D". *Con A de animación*, Issue 8, pp. 38-45.

Romero Carmona, V., 2006. "Buscando a Homer: la influencia de las series de animación en la comedia gamberra". *Secuencias: revista de historia del cine* 24, Issue 24, pp. 43-51.

Tur-Viñes, V. & Rodríguez Ferrándiz, R., 2014. "Transmedialidad: series de ficción y redes sociales. El caso de Pulseras Rojas en el grupo oficial de Facebook (Antena 3. España)". *Cuadernos.info*, Volumen 34, pp. 115-131.

#### Cursos y conferencias:

Sáez Baeza, Chiara, 2010. "Series para móviles y series por internet: el lenguaje de las nuevas pantallas y su aterrizaje en la televisión española", *Comunicación y desarrollo en la era digital: Congreso AE-IC*. 3, 4 y 5 de febrero de 2010.

O'Connor, Dermot, 2019, *21 foundations of animation*. LinkedIn Learning, 2019

Schulman, Roger SH, 2018 *Video Writing: Using Humor to Communicate and Persuade*. Linkending Learning,

#### Libros:

Canet, F. & Prósper Ribes, J., 2009. *Narrativa audiovisual estrategias y recursos*. Madrid: Síntesis.

Hoyos, J. J., 2003. *Escribiendo historias El arte y el oficio de narrar el periodismo*. Medellín: Universidad de Antioquia.

Prósper Ribes, J., 2004. *Elementos constitutivos del relato cinematográfico*. Valencia: Universitat Politècnica de València, Serv. de publicaciones, [20--].

Prósper Ribes, J., Roger Monzó, V. & López Catalán, C. J., 2019. *Realización de Informativos y Deportivos en Televisión*. 1ª ed. Valencia: Tirant lo Blanch.

#### Páginas web:

Anon., *Bloguionistas, Blog colectivo de guionistas en castellano*. [En línea] Disponible en: <https://bloguionistas.com> [Último acceso: 17 marzo 2020].

Anon., 2020. *The embryo: Así se escriben los guiones de Rick and Morty*. *Blog de Bloguionistas*. [En línea] Disponible en: <https://bloguionistas.com/2020/06/16/the-embryo-asi-se-escriben-los-guiones-de-rick-and-morty/> [Último acceso: 17 junio 2020].

Anon., 2010. *Éxito repugnante*. *El País*. 28 de julio. [En línea] Disponible en: [https://elpais.com/cultura/2010/07/28/actualidad/1280268009\\_850215.html](https://elpais.com/cultura/2010/07/28/actualidad/1280268009_850215.html) [Último acceso: 28 junio 2020].

Corporación de Radio y Televisión Española, s.f. *Los guiones del Ministerio del Tiempo RTVE Publicaciones* [En línea] Disponible en: <https://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/guiones/> [Último acceso: 18 febrero 2020].

Galianes, J. & Guerricaechevarria, J., 2018 . *Quien a hierro Mata*. [En línea] Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1JoSnR7GdIvxxq2R-yCvaxAr1H1xLSPSS/view> [Último acceso: 16 febrero 2020].

García Pujades, A., 2019. *Albert García Pujades / qtorb*. [En línea] Disponible en: <https://www.qtorb.com/> [Último acceso: 17 marzo 2019].

García Pujades, A., 2011. *Los 10 mandamientos de las webseries*. Blog *Albert García Pujades / qtord*.. [En línea] Disponible en: <https://www.qtorb.com/2011/03/los-10-mandamientos-de-las-webseries.html> [Último acceso: 17 marzo 2020].

Programa Ibemedia, s.f. *Transmedia*. *Ibermedia Publicaciones*. [En línea] Disponible en: <https://www.programaibermedia.com/encyclopedia/transmedia/> [Último acceso: 20 marzo 2020].

Programa Ibermedia. *Crossmedia*. *Ibermedia Publicaciones*. [En línea] Disponible en: <https://www.programaibermedia.com/encyclopedia/crossmedia/> [Último acceso: 30 marzo 2020].

Programa Ibermedia. *Storytelling*. *Ibermedia Publicaciones*. [En línea] Disponible en: <https://www.programaibermedia.com/encyclopedia/storytelling/> [Último acceso: 30 marzo 2020].

Sanchez, I., 2020. *El Ministerio del tiempo: Así se escribió la escena de lorca viendo cantar a camarón*. Blog *Blogistas*. [En línea] Disponible en: <https://bloguionistas.com/2020/05/26/el-ministerio-del-tiempo-asi-se-escribio-la-escena-de-lorca-viendo-cantar-a-camaron/> [Último acceso: 30 Mayo 2020].

Silvestre, J., 2014. *Los Simpsons': 25 años y 25 secretos que desconoces*. *La Vanguardia*. 17 de diciembre. [En línea] Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/television/series/20141217/54421482261/los-simpsons-25-anos-secretos.html> [Último acceso: 27 Junio 2020].

Wikipedia. *Enjuto Mojamuto*. *Wikipedia*. [En línea] Disponible en: [https://es.wikipedia.org/wiki/Enjuto\\_Mojamuto](https://es.wikipedia.org/wiki/Enjuto_Mojamuto) [Último acceso: 20 febrero 2020].

Wikipedia. *Friends*. *Wikipedia*. [En línea] Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Friends> [Último acceso: 10 febrero 2020]

Wikipedia. *Lizzie McGuire*. [En línea] Disponible en: [https://es.wikipedia.org/wiki/Lizzie\\_McGuire](https://es.wikipedia.org/wiki/Lizzie_McGuire) [Último acceso: 20 febrero 2020]

Wikipedia. *Micromecenazgo*. *Wikipedia*. [En línea] Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Micromecenazgo> [Último acceso: 15 febrero 2020]

Wikipedia. *Uncle Grandpa*. *Wikipedia*. [En línea] Disponible en: [https://es.wikipedia.org/wiki/Uncle\\_Grandpa](https://es.wikipedia.org/wiki/Uncle_Grandpa) [Último acceso: 5 febrero 2020]

### Videografía:

Cabanyal, Zombie. Capítulo 1x1 (1 de Marzo DEL 2017) [Vídeo online] Disponible en: [https://www.youtube.com/watch?v=gyeHg5Fz3\\_E&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=gyeHg5Fz3_E&feature=emb_title) (Consultado el 16 de junio de 2020)

Cabanyal Zombie. Otros Capítulos [Vídeo online]. Disponible en: <http://cabanyalz.com/index.php> (Consultado el 16 de junio de 2020)

Enjuto Mojamuto. Capítulo 2x25 (7 de diciembre de 2011) [Vídeo online], Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=u7obBfCivE> (Consultado el 16 de febrero de 2020)

Enjuto Mojamuto. Otros capítulos [Vídeo online] Disponible en: <https://www.youtube.com/user/movistar/videos> (Consultado el 16 de febrero de 2020)

Friends. Capítulo 1x1 (22 de septiembre de 1994) Disponible en: <https://es.hboespana.com/series/friends/season-1/episode-1/3b1f95c-010f07dde2c> (Consultado el 12 de enero de 2020)

Friends. Otros capítulos Disponible en: <https://es.hboespana.com/series/friends/05d58ba3-fc57-40c2-a615-4e10c70be650/season-1/b83f4a86-b127-4e1c-8c6e-e0034add6c67> (Consultado el 12 de enero de 2020)

Garrido, C y Jiménez F (2009) *La gente ahora quiere ser más J.J Abrams que Steven Spielberg*". (6 de agosto 2009), Disponible en: <https://www.rtve.es/alacarta/videos/premios-invi/premios-invi-2009-gente-ahora-quiere-ser-mas-jj-abrams-stein-spielberg/563084/> (consultado el 16 de junio de 2020).

Introduction Richard Linklater & Eric Schlosser, writers of "Fast Food Nation". (0:27:20) (7 de febrero de 2017) [Vídeo online] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=lK7Prrenqms> (consultado el 16 de junio de 2020)

Niña Repelente. (2013), Capítulo 2x03 (21 de noviembre de 2013) [Vídeo online] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=iGIEIbQgf28> (Consultado el 14 de marzo de 2020)

Niña Repelente . Otros capítulos [Vídeo online] Disponible en: <https://www.youtube.com/user/frikibot> (Consultado el 14 de marzo de 2020)

Tito Yayo. Capítulo 1x1 (2 de septiembre de 2013) [Vídeo online] Disponible en: <https://www.dailymotion.com/video/x65va1w> (Consultado el 17 de marzo de 2020)

Tito Yayo. Otros capítulos [Vídeo online] Disponible en: <https://www.youtube.com/user/CartoonNetworkes> (Consultado el 17 de marzo de 2020)

Tfg, Tfm y Tesis Doctorales:

Álvarez San Román, M. (2012) *La percepción e identificación de niñas y niños con los personajes de las series televisivas de animación*. Máster Universitario Género y Diversidad Oviedo, Universidad de Oviedo

Askwith, I. (2007) *Television 2.0: Reconceptualizing TV as an Engagement Medium*. Master. Massachusetts, Massachusetts Institute of Technology

Carsi Urriaga, A. (2014) *Difusión de una serie web. Internet como medio de distribución audiovisual*. Grado en Bellas Artes. Valencia, Universidad Politécnica de Valencia,

França Rocha, M. E. (2001) *La contribución de las series juveniles de la televisión a la formación de la identidad en la adolescencia. Análisis del contenido y de la recepción de la series "Compañeros" (Antena 3)*. Departamento de comunicación audiovisual y de publicidad .Barcelona, Universidad Autonoma de Barcelona,

Gallego Delgado, B. (2014) *De las series tradicionales a las series web*. Grado en comunicación audiovisual. Extremadura. Universidad de Extremadura.

García Gimeno, M. (2018) *Trayectorias. Realización de un documental de creación*. Grado en Bellas Artes. Valencia. Universidad Politécnica de Valencia, , 2018.

González Retramento, S. (2014) *Documento par ala Biblia final de dirección de arte para una serie de animación*. Grado en comunicación audiovisual. Málaga, Universidad de Málaga.

Gorcakova Barga, S. (2019) *Chemtrails. Concept Art para serie de animación 2D*. Universidad Politécnica de Valencia.

Heredia Moya, L. (2013) *Desarrollo de un formato de series sitcom para televisión e internet*. Gandía, Universidad Politécnica de Valencia.

Lombardo Bautista, G. (2016) *Análisis y evolución de las series de animación para adultos. De Liquid TV a nuestros días*. Grado en comunicación audiovisual. Gandía, Universidad Politécnica de Valencia.

Pérez Rocher, L. (2018) *Análisis de la narrativa transmédica d'Oeración Triunfo 2017*. Gandía, Universidad Politécnica de Valencia.

Segarra, Saavedra, J. (2016) *Panorama español de las webseries publicitarias. Aproximación transmediática desde la perspectiva*. Universidad de Alicante.

Torrecilla Rubio, C. (2018) *16 minutos 57 segundos, un documental autobiográfico. Proceso de creación, contextualización y análisis*. Universidad politécnica de Valencia.

## 9. ÍNDICE DE IMÁGENES

- Figura 1. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Capítulos.
- Figura 2. Reyes, Joaquín (2010) *Las nuevas e inesperadas aventuras de Enjuto Mojamuto*. Disponible en: [https://www.youtube.com/watch?v=EaOx\\_TpN95s&list=PLruTOG4-d86K2rSddCILWQwtn17NGwD2T](https://www.youtube.com/watch?v=EaOx_TpN95s&list=PLruTOG4-d86K2rSddCILWQwtn17NGwD2T)
- Figura 3. Imagen principal de la niña repelente (2009) Disponible en: <https://www.filmaffinity.com/es/film224861.html>
- Figura 4. Beavis and Butthead (1993) Disponible en: [https://www.vice.com/es\\_latam/article/wjgeg4/beavis-and-butt-head-represento-a-una-generacion-entera-de-metaleros](https://www.vice.com/es_latam/article/wjgeg4/beavis-and-butt-head-represento-a-una-generacion-entera-de-metaleros)
- Figura 5. The Simpsons (2015) *Trumpastic Voyage*. Disponible en: <https://www.filmaffinity.com/es/film552192.html>
- Figura 6. The amazing world of Gumball (2007) The Watterson family. Disponible en: [https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_The\\_Amazing\\_World\\_of\\_Gumball\\_characters](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_The_Amazing_World_of_Gumball_characters)
- Figura 7. Lizzie McGuire (2001) Disponible en: [https://www.lavozdegalicia.es/noticia/sociedad/2019/08/29/regreso-lizzie-mcguire-tele-15-anos-despues/0003\\_201908G29P479919.htm](https://www.lavozdegalicia.es/noticia/sociedad/2019/08/29/regreso-lizzie-mcguire-tele-15-anos-despues/0003_201908G29P479919.htm)
- Figura 8. Friends (1994) Disponible en: <https://www.espinof.com/series-de-ficcion/friends-regresa-hbo-max-prepara-reencuentro-especial-seis-protagonistas-serie>
- Figura 9. White, Stephen (2017) *Tracey Emin at her exhibition at Turner Contemporary*. Disponible en: <https://news.artnet.com/exhibitions/tracey-emin-bed-margate-1115603>
- Figura 10. Bourgeois, Louise (1974) *The destruction of the father*. Disponible en: <https://www.alejandradeargos.com/index.php/es/completas/32-artistas/41711-louise-bourgeois-biografia-obras-y-exposiciones>
- Figura 11. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2019) Fragmento de la obra *This is a good bye*.
- Figura 12. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2019) Fragmento de la obra *This is a good bye*.
- Figura 13. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2019) Fragmento de la obra *This is a good bye*.

- Figura 14. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Cabecera de la web *larachicontrola.com*.
- Figura 15. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Extracto de la biblia.
- Figura 16. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Ilustración: *El meu passatemps preferit*.
- Figura 17. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Ilustración prueba.
- Figura 18. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Tabla de clasificación de los personajes en los capítulos de la Rachi controla.
- Figura 19. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Ilustración: *Distancia de seguridad*.
- Figura 20. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Ilustración: *Cautividad*.
- Figura 21. Fragmento del guion *Tiempo de leyenda* (Capítulo 2x01 de *El Ministerio del tiempo*).
- Figura 22. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Fragmento del guion *Here I go!* (Capítulo 1x01 *La Rachi Contola*).
- Figura 23. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Extracto de la biblia.
- Figura 24. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Fragmento del *sketch* *Viajera de callejuelas*.
- Figura 25. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Patrón de creación de los personajes.
- Figura 26. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Prueba para el piloto.
- Figura 27. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Ilustración relacionada con la trama de *Girlfriend* (Capítulo 1x05 *La Rachi Contola*).
- Figura 28. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Ilustración: *I hate it!*
- Figura 29. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Esquema de planificación del documental.
- Figura 30. Aswith, Ivan (2007) Contenido p.98. Disponible en: <https://cmsw.mit.edu/television-2-0-tv-as-an-engagement-medium/>
- Figura 31. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Apartados de la web.
- Figura 32. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Ilustración: *Bea la viejoven*.
- Figura 33. Horcajuelo Sanchis, Raquel (2020) Ilustración: *Jav el viejoven*.

## 10. ANEXO

El anexo de este trabajo se puede encontrar en el documento subido a la plataforma Ebron y el los links que adjunto a continuación.

El documento adjuntado consta de:

- *La Rachi controla. Biblia de un proyecto transmedia* y los documentos del registro de la propiedad intelectual.
- Los 12 guiones de *La Rachi controla*.
  - Capítulo 1x01 – *Here I go!*
  - Capítulo 1x02 – *Night out*
  - Capítulo 1x03 – *Take the plunge*
  - Capítulo 1x04 – *Cocktail*
  - Capítulo 1x05 – *Girlfriend*
  - Capítulo 1x06 – *Raquelazo*
  - Capítulo 1x07 – *Fake food*
  - Capítulo 1x08 – *End of the story?*
  - Capítulo 1x09 – *The end for whom?*
  - Capítulo 1x10 – *Christmas*
  - Capítulo 1x11 – *Road trip*
  - Capítulo 1x12 – *Road trip*
- El pressbook del documental *Imagina ser capaz de gestionar tus emociones*.
- Ilustraciones de *La Rachi controla*.

Como anexo al trabajo podéis encontrar los siguientes materiales audiovisuales:

- El piloto núm. 1 correspondiente al capítulo 1x02 –*Night out* en: <https://youtu.be/vXxOKq1EDQ8>
- El piloto de un mini capítulo creado para *Instagram*, titulado: *Viajera de callejuelas*, en: <https://www.instagram.com/p/CC34j7lqIIG/>
- El documental *Imagina ser capaz de gestionar tus emociones* en: <https://youtu.be/2V48pxOz4fA>

Por último, se adjuntan los links a las cuentas creadas de *Instagram* y *Twitter*, el canal de *Youtube*, la página *web* y el micromecenaje de la plataforma *Ko-fi*.

- *Instagram*: <https://www.instagram.com/larachicontrola/>
- *Twitter*: <https://twitter.com/LaRachiControla>
- *Youtube*: [https://www.youtube.com/channel/UCb\\_BH7UhU8O8YcD7T60tJ-g/](https://www.youtube.com/channel/UCb_BH7UhU8O8YcD7T60tJ-g/)
- Página *web*: <https://www.larachicontrola.com>
- *Ko-fi*: <https://ko-fi.com/larachicontrola>