



Universitat Autònoma de Barcelona

ADVERTIMENT. L'accés als continguts d'aquesta tesi queda condicionat a l'acceptació de les condicions d'ús establertes per la següent llicència Creative Commons:  http://cat.creativecommons.org/?page_id=184

ADVERTENCIA. El acceso a los contenidos de esta tesis queda condicionado a la aceptación de las condiciones de uso establecidas por la siguiente licencia Creative Commons:  <http://es.creativecommons.org/blog/licencias/>

WARNING. The access to the contents of this doctoral thesis it is limited to the acceptance of the use conditions set by the following Creative Commons license:  <https://creativecommons.org/licenses/?lang=en>



Universitat Autònoma de Barcelona

[Tesis Doctoral]

Las Series Web

Colombia como estudio de caso

Diego Fernando MONTOYA-BERMÚDEZ

[Autor]

Dra. María Teresa SOTO-SANFIEL

[Directora]

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat

Facultat de Ciències de la Comunicació

Bellaterra, octubre, 2021

A Zero, por paciente.

Agradecimientos

Una investigación es un viaje en bici lleno de subidas, bajadas y terrenos llanos. De carreteras amplias y pavimentadas, pero también de estrechas y destapadas. De jornadas frías pasadas por lluvia y temporadas cálidas bajo el implacable sol.

El viaje que significa esta tesis suma oficialmente 3 años, pero tuvo un preámbulo de alistamiento que involucró un tiempo previo y muchas personas. A todas ellas, los estudiantes y profesores en Medellín que me siguieron la corriente en esto de las series web, va mi primer agradecimiento.

Ya en la ruta, recién en los primeros kilómetros, una caída con múltiples heridas amenazaron con el abandono temprano. A los amigos que estuvieron ahí, en especial a Maria, Mauro y Daniel, gracias. Nunca olvidaré que hayan creído en mí; sé que no fueron los únicos, pero ustedes siempre estuvieron en la primera línea.

A Sonia, mi esposa, porque este viaje no hubiese sido posible sin su apoyo. Por escucharme, aguantarme y porque ante todo siempre ha estado firme. En sus manos pude sostenerme para volver a equilibrar la bici.

A la profe Maite un agradecimiento tan grande como la distancia física que nos separa. A ella mi gratitud es por doble ración, no solo por su entrega como directora que lee y cuida cada paso que como su estudiante di, sino también por su apoyo incondicional en el momento de la caída. Profe, eso para mí es tan valioso como cada explicación que me brindó durante este tiempo.

Cuando el viaje continuó su curso y las condiciones de la tal *nueva normalidad* nos obligaron a usar tapabocas y guardar la distancia física, la carretera se volvió a poner cuesta arriba; sin embargo, en este viaje particularmente los vientos de esa tormenta resultaron a nuestro

favor, pero todo gracias a que en la virtualidad un grupo de realizadores prendió su cámara, abrió el micrófono y de la manera más amable aportó sus experiencias para esta investigación. Son ellos: Ana Lucía Gurisatti, Andrés Lopera Sánchez, Catalina Arroyave, Dago García, Daniel Gerardo Pérez, Diana María Villa, Diego Vivanco, Fabián Velandia, Harold Trompetero, Héctor Chiquillo, Isabel Arango, Isabel Cristina Botero, Javier Benavídez Piracún, Jennifer Argáez, Jhon Arango, Juan Camilo López, Juan Camilo Orozco, Juan Carlos Aparicio, Juan Diego Aguirre, Juan Francisco Pérez, Juliana Robledo, Laura Vallejo, María Camila Díaz, Marcela Peláez, Mayra Hernández, Pilar Sarmiento, Rafael Caicedo, Rafael Salazar, Santiago Rúa y William Puche Barrasa. A todos ellos, muchísimas gracias.

Finalmente y no menos importante, en este viaje agradezco de corazón el apoyo de Lina Marcela Rendón. Gracias por su entrega y dedicación en los dispendiosos procesos de transcripción de entrevistas y de validación de fichas. A Jennifer Posada por el apoyo en las correcciones de traducción y a Beto y Diego por la disposición para la fotografía de esta tesis.

Esta investigación es un viaje que dejó una mochila cargada de aprendizajes y encuentros con personas que resultan valiosas y a las que espero seguir encontrándome en la ruta. Este viaje no termina aquí, esta es simplemente una estación en la que hacemos una parada, una estación en la que podemos detenernos por lo menos para decirles en mayúsculas sostenidas: GRACIAS.

Resumen

La presente investigación analiza en profundidad el fenómeno de las *webseries* como producto audiovisual propio de los nuevos medios, con el objetivo de ampliar el conocimiento sobre sus dinámicas de producción, sus creadores y las características de sus relatos. Particularmente, este trabajo observa las formas y contenidos que adquiere el formato, identifica las características profesionales de su realización, disecciona los procesos de producción y analiza las estructuras y elementos que conforman sus narraciones.

Por la naturaleza de sus objetivos, esta investigación adopta un enfoque mixto con alcances exploratorio y descriptivo para comprender la producción de series web en Colombia como estudio de caso. La investigación se realiza en tres etapas: la primera identifica y analiza cuantitativamente 241 obras de ficción con estructuras narrativas seriadas, más de tres capítulos producidos y publicadas en *YouTube* entre los años 2008 y 2019. La segunda observa cualitativamente los procesos de producción a través de indagar las experiencias de 30 realizadores de series web entre profesionales y *amateurs* mediante entrevistas en profundidad. La tercera examina en detalle las características estructurales de los relatos en una muestra de 26 obras.

Los principales resultados indican que, respecto a sus características técnicas, narrativas y de producción, las *webseries* son un formato audiovisual que al utilizar la web para su circulación, adquiere características como la interactividad o la migratoriedad, que permiten que puedan consumirse en diversas pantallas. De igual forma, la web como medio las hace flexibles tanto en sus tiempos de duración, como en el número de capítulos y de temas que abordan. A pesar de ello, en las *webseries* analizadas predomina la comedia. También, se detectan contenidos sobre sexualidades diversas y comunidades o actores situados a los márgenes de la

industria audiovisual que no suelen presentarse en formatos tradicionales. Además, las estructuras seriadas conservan las tipologías de sus predecesoras, las series de televisión.

En cuanto a los procesos de realización, en las *webseries* analizadas se observan las etapas tradicionalmente usadas en el audiovisual: preproducción, producción y postproducción; no obstante, mientras los creadores profesionales llevan a cabo las etapas por completo para toda las *webseries*, los *amateurs* las repiten una y otra vez por cada capítulo. Además, mientras los profesionales desempeñan un único rol en la producción, los *amateurs* asumen varios y distintos. Por otra parte, el formato permite a los realizadores mayor libertad para explorar relatos y técnicas con temas poco convencionales en televisión. Asimismo, debido a que los relatos tienden a tener duraciones breves, los guionistas exploran técnicas de escrituras: mientras el cine implica estrategias de concreción y la televisión de dilación, las *webseries* implican la condensación.

Finalmente, respecto a las estructuras, los resultados de esta investigación muestran que en las *webseries* predominan narrativas y estéticas conservadoras que no se alejan mucho de las formas de estructuración de las series de televisión tradicional. Además, que hay poca explotación narrativa de la interactividad y tampoco se aprovecha la participación de los usuarios. A pesar de ello, esta tesis revela que existen algunos casos aislados de series web que se aventuran a explorar lenguajes y tecnologías, como las producciones inmersivas que utilizan cámaras 360 donde la focalización depende del espectador.

Estos y otros resultados de este trabajo contribuyen al estudio de la producción audiovisual, a las teorías sobre los nuevos medios, a la sociología de las profesiones y al conocimiento de las estructuras narrativas de los relatos. Asimismo, ofrecen datos útiles para los

nuevos creadores de contenidos para la red y sus representaciones, lo que interesa tanto a la academia como a las industrias de producción vinculadas a la realización audiovisual.

Palabras clave: Serie web; producción audiovisual; cultura de convergencia; narratología; realización profesional; realización *amateur*.

Abstract

With the aim of expanding knowledge about production dynamics, creators, and the characteristics of stories, this research seeks to deeply analyze the phenomenon of webseries as an audiovisual product of new media. Particularly, this investigation observes the form and content that the format acquires, identifies the professional characteristics of its production, dissects the production processes, and studies the structures and elements that its narratives build.

Due to the nature of its objectives, this research adopts a mixed approach with exploratory and descriptive scopes, in order to understand the production of webseries in Colombia as a case study. It is conducted in three stages: 1) identifying and quantitatively analyzing 241 fiction productions with serial narrative structures, with more than three episodes produced and published on YouTube between 2008 and 2019; 2) qualitatively observing the production processes by studying the experiences of 30 webseries producers, both professionals and amateurs, through in-depth interviews.; 3) examining in detail the structural characteristics of the stories in a sample of 26 webseries.

The results of the study indicates that, regarding the technical, narrative and production characteristics, webseries are an audiovisual format that acquires characteristics such as interactivity or migratory nature, which allow them to be consumed on different screens, due to the fact that they use the web as medium of broadcasting. Correspondingly, the web as a medium makes webseries flexible both in their duration and in the number of episodes and topics they deal with. Nevertheless, comedy predominates in the webseries analyzed. Additionally, there is content on diverse sexualities and communities or actors located on the margins of the audiovisual industry that are not usually presented in traditional formats. Another important

finding is that the structure of webseries preserves typologies of their predecessors, the television series.

As for the production processes, the analyzed webseries shows the stages traditionally used in the audiovisual industry: pre-production, production and postproduction. However, while professional creators fully carry out each of the stages at the end of the entire webseries, amateurs execute them per each recorded episode.

Another finding is that while professionals play a single role in production, amateurs take on several different roles. Additionally, the format allows filmmakers greater freedom to explore stories and techniques with unconventional themes in television. Also, because of the fact that stories tend to be short in length, scriptwriters explore writing techniques, meaning that while film involves strategies of concreteness and television involves procrastination, webseries involve condensation.

Finally, regarding the structures, results of this research shows that webseries are dominated by conservative narratives and aesthetics that are not very different from the forms of structuring traditional television series. In addition, narrative of interactivity has been undervalued and user participation is not taken as an advantage. Despite this, this study reveals that there are some isolated cases of webseries that venture to explore languages and technologies, such as immersive productions that use 360 cameras where the focus depends on the viewer.

These and other results of this research highly contribute to the study of audiovisual production, to the theories on new media, to the sociology of professions and to the knowledge of the narrative structures of stories. Findings also offer useful data for new creators of content

for the network and its representations, which is of interest for both academia and production industries linked to audiovisual production.

Keywords: Webseries; audiovisual production; culture of convergence; narratology; professional realization; amateur realization.

Nota sobre el formato

Esta tesis se escribió teniendo en cuenta las normas de estilo para trabajos académicos propuesto por la *American Psychological Association* (APA) en su versión 7 publicadas en 2020.

Nota aclaratoria sobre el uso del género en la redacción

En consonancia con los principios del Plan de Acción para la Igualdad de Género de la Universitat Autònoma de Barcelona (2019), en esta investigación se rechaza cualquier tipo de sexismo o de discriminación ya sea en contra de mujeres, miembros de la comunidad LGBTI+ o cualquier otro grupo, minoría o persona. De igual forma, en este proyecto, y en línea con lo que propone el Informe sobre lenguaje inclusivo y cuestiones conexas de la Real Academia Española (RAE, 2020), se reconocen las luchas de grupos que propenden por la equidad de género y la erradicación de conductas discriminatorias:

Es una evidencia irrefutable que han existido, existen y existirán mensajes sexistas e incluso textos y géneros claramente misóginos. Pero tal sexismo y misoginia no son propiedades de la lengua, sino usos de la misma. No son inherentes al sistema (no son sexismo de lengua), sino valores que adquieren en el uso a causa de la intencionalidad de los emisores o de sus prejuicios ideológicos (sexismo de discurso). No son responsabilidad del medio, sino de los hablantes. No se corrigen mejorando la gramática, sino erradicando prejuicios culturales por medio de la educación. (RAE, 2020, p. 32-33)

En una sección de esta tesis se presentan los análisis a los datos obtenidos a partir de la aplicación de distintos instrumentos durante el proceso de la investigación. Algunos de estos análisis surgieron de las entrevistas semi estructuradas hechas a mujeres y hombres realizadores de *webseries* en Colombia. Para facilitar la lectura de dichos análisis, cuando se trate de describir la situación de estos grupos de profesionales, se evitará el uso de formas dobles tal como lo aconseja la Guía para el uso no sexista del lenguaje de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB, 2011):

En cuanto a las referencias hechas en plural a colectivos que pueden ser constituidos tanto por hombres como por mujeres, se entiende que el masculino tiene valor genérico [...] salvo que se especifique expresamente lo contrario (o se deduzca de forma inequívoca por el contexto). En estos casos, por tanto, habitualmente no se utilizan las formas dobles, porque, por un lado, dificultan la lectura del texto y lo cargan y, por otro lado, pueden llegar a crear contrasentidos si no se utilizan con coherencia. (UAB, 2011, p. 18)

Así las cosas, y siguiendo la sugerencia de la citada guía, cuando se haga referencia a los hombres y mujeres entrevistados se utilizará la expresión neutra de género *los realizadores*. En la misma línea, si se va a hacer referencia a un grupo exclusivamente conformado por mujeres se utilizará el artículo femenino en plural y la desinencia diferenciada, es decir, *las realizadoras*. Por último, y cuando sea posible, se eliminará el artículo como lo sugiere la RAE (2020), siempre y cuando este mecanismo no cause errores de interpretación.

Tabla de Contenidos

| | |
|--|-----------|
| Introducción | 1 |
| Objetivos y preguntas de investigación..... | 9 |
| Estructura de la tesis doctoral..... | 13 |
| Parte 1 Marco Teórico..... | 15 |
| 1. La Narrativa Serial y los entornos audiovisuales | 16 |
| 1.1 La historia de la serialidad..... | 16 |
| 1.1.1 <i>Las eras de la televisión</i> | 18 |
| 1.1.1.1 La serialidad latinoamericana | 22 |
| 1.1.2 <i>Tipologías de las narrativas seriadas en formatos audiovisuales</i> | 24 |
| 1.1.3 <i>Las series en la web: historia de la producción de un nuevo formato</i> | 27 |
| 1.1.3.1 La producción webserial en Latinoamérica | 30 |
| 1.1.3.2 <i>Las webseries en Colombia</i> | 31 |
| 1.1.4 <i>El concepto: hacia una consolidación del término webserie</i> | 32 |
| 1.2 Informática y video: la web como plataforma..... | 36 |
| 1.2.1 <i>YouTube: otras formas de consumo y participación</i> | 38 |
| 1.2.1.1 Un poco de historia..... | 38 |
| 1.2.1.2 Los cambios que promovió <i>YouTube</i> | 40 |
| 1.2.2 <i>Las pantallas como lugar de convergencia</i> | 44 |
| 2. El estudio de los relatos narrativos | 48 |
| 2.1 El análisis estructural de las narrativas..... | 48 |
| 2.1.1 <i>Nivel de las funciones</i> | 50 |
| 2.1.2 <i>Nivel de las acciones</i> | 51 |
| 2.1.3 <i>Nivel de la narración</i> | 53 |
| 2.2 El Discurso del relato | 54 |
| 2.2.1 <i>Las dimensiones de análisis del relato: tiempo, modo, voz</i> | 56 |
| 2.2.1.1 Dimensión de tiempo..... | 56 |
| 2.2.1.1.1 Primera determinación: orden | 57 |
| 2.2.1.1.2 Segunda determinación: velocidad..... | 59 |
| 2.2.1.1.3 Tercera determinación: frecuencia. | 60 |
| 2.2.1.2 Dimensión de modo..... | 61 |
| 2.2.1.2.1 Primera modalidad: focalización..... | 61 |
| 2.2.1.2.2 Segunda modalidad: distancia..... | 63 |
| 2.2.1.3 Dimensión de voz | 64 |
| 2.2.1.3.1 Primera categoría: el tiempo de la narración..... | 65 |
| 2.2.1.3.2 Segunda categoría: el nivel narrativo | 65 |
| 2.2.1.3.3 Tercera categoría: la persona..... | 66 |
| 2.3 Las estructuras narrativas | 67 |
| 2.4 La narratología a través de otros medios..... | 76 |

| | |
|--|------------|
| 3. Los géneros en contextos audiovisuales | 83 |
| 3.1 Los géneros audiovisuales: orígenes y definiciones..... | 83 |
| 3.2 Sobre los géneros y sus críticas | 89 |
| 3.3 Formato y macrogénero..... | 92 |
| 3.4 La clasificación de los textos audiovisuales..... | 97 |
| 4. La Interactividad | 104 |
| 4.1 Propuestas sobre el concepto de interactividad | 104 |
| 4.2 Modelos de interactividad por grados | 107 |
| 4.3 La interactividad en los textos..... | 113 |
| 5. Los realizadores y sus prácticas | 117 |
| 5.1 Un acercamiento a las teorías de las profesiones | 117 |
| 5.1.1 <i>El interaccionismo</i> | 118 |
| 5.1.2 <i>El profesionalismo</i> | 119 |
| 5.1.3 <i>La acción profesional</i> | 119 |
| 5.2 La sociología de las profesiones en los medios de comunicación | 121 |
| 5.3 Las prácticas de los públicos: prosumidores, precarización y labor gratis | 124 |
| 5.3.1 <i>La labor creativa</i> | 130 |
| 5.3.2 <i>El trabajo inmaterial</i> | 132 |
| 5.3.3 <i>El fenómeno de la Cultura de Convergencia</i> | 133 |
| Parte 2. Metodología..... | 137 |
| 6. Método | 138 |
| 6.1 Definición de la muestra..... | 140 |
| 6.1.1 <i>Primera fase: características de las series web</i> | 140 |
| 6.1.2 <i>Segunda fase: análisis de los procesos de realización</i> | 142 |
| 6.1.3 <i>Tercera fase: análisis de los relatos</i> | 143 |
| 6.2 Técnicas de análisis | 144 |
| 6.2.1 <i>Fase 1: Identificación y catalogación de las series web producidas en Colombia: análisis de contenido</i> | 144 |
| 6.2.1.1 Instrumento del análisis de contenido..... | 145 |
| 6.2.1.1.1 Libro de códigos y ficha de análisis | 146 |
| 6.2.1.1.2 Fiabilidad de codificación | 153 |
| 6.2.2 <i>Fase 2: la entrevista semiestructurada con los realizadores de series web</i> | 156 |
| 6.2.2.1 Instrumento de la entrevista semiestructurada: el cuestionario | 157 |
| 6.2.2.2 El análisis temático | 160 |
| 6.2.3 <i>Fase 3: el análisis estructural de las series web</i> | 161 |
| 6.2.3.1 Instrumentos del análisis de los relatos | 162 |
| 6.3 Modelo de análisis..... | 168 |
| Parte 3. Resultados | 171 |
| 7. Análisis cuantitativo de las series web de ficción colombianas..... | 172 |
| 7.1 Primer análisis: variables y dimensiones..... | 172 |

| | |
|--|------------|
| 7.1.1 Fecha de la producción..... | 172 |
| 7.1.2 Lugar de procedencia las series web..... | 174 |
| 7.1.3 Contenido..... | 177 |
| 7.1.4 Formato..... | 179 |
| 7.1.5 Publicación..... | 185 |
| 7.1.6 Calidad..... | 186 |
| 7.1.7 Realización..... | 188 |
| 7.2 Segundo análisis: cruce de variables y dimensiones..... | 191 |
| 7.2.1 Fecha de publicación..... | 191 |
| 7.2.2 Lugares de producción..... | 192 |
| 7.2.3 Contenido..... | 193 |
| 7.2.4 Formato..... | 195 |
| 7.2.5 Publicación..... | 197 |
| 7.2.6 Calidad..... | 198 |
| 7.2.7 Realización..... | 198 |
| Síntesis del análisis cualitativo de las series web..... | 199 |
| 8. Análisis sobre los realizadores de series web en Colombia..... | 201 |
| 8.1 Interpretación de resultados: realizadores <i>amateurs</i> | 201 |
| 8.1.1 Caracterización de los realizadores <i>amateurs</i> | 202 |
| 8.1.1.1 Formación..... | 202 |
| 8.1.1.2 Experiencia..... | 205 |
| 8.1.1.3 Motivaciones para la producción de la serie web..... | 207 |
| 8.1.1.4 Concepciones sobre el formato: definiciones y características..... | 211 |
| 8.1.2 Proceso de realización de la serie web..... | 214 |
| 8.1.2.1 Las fases de producción..... | 214 |
| 8.1.2.2 Proceso de escritura..... | 217 |
| 8.1.2.3 Producción..... | 222 |
| 8.1.2.3.1 Tiempo de producción..... | 226 |
| 8.1.2.4 Roles..... | 227 |
| 8.1.2.5 Ambientes laborales..... | 231 |
| 8.1.2.6 Restricciones y dificultades..... | 234 |
| 8.1.2.7 Presupuestos..... | 241 |
| 8.1.2.8 Relación con los usuarios..... | 249 |
| 8.1.2.9 Satisfacción con la serie web..... | 254 |
| 8.1.3 El formato serie web..... | 257 |
| 8.1.3.1 Percepción sobre las series web..... | 258 |
| 8.1.3.1.1 Las obras amateur..... | 258 |
| 8.1.3.1.2 Las obras profesionales..... | 260 |
| 8.1.3.1.3 Similitudes y diferencias: competencia entre series web amateur y profesionales..... | 265 |
| 8.1.3.2 Futuro de las series web..... | 270 |
| 8.2 Interpretación de resultados: realizadores profesionales..... | 276 |
| 8.2.1 Caracterización de los realizadores profesionales..... | 277 |
| 8.2.1.1 Formación..... | 277 |

| | |
|---|-----|
| 8.2.1.2 Experiencia | 281 |
| 8.2.1.3 Motivaciones para la producción de la serie web | 288 |
| 8.2.1.4 Concepciones sobre el formato: definiciones y características | 299 |
| 8.2.2 <i>Proceso de realización de la serie web</i> | 305 |
| 8.2.2.1 Las fases de producción..... | 306 |
| 8.2.2.2 Proceso de escritura | 306 |
| 8.2.2.2.1 Técnicas para la escritura | 309 |
| 8.2.2.2.2 Posibilidades creativas de las series web frente a otros formatos audiovisuales. | 316 |
| 8.2.2.2.3. Tiempos de escritura. | 322 |
| 8.2.2.3 Producción..... | 326 |
| 8.2.2.4 Roles | 328 |
| 8.2.2.4.1 Diferencia del rol entre las series web y otros formatos audiovisuales..... | 331 |
| 8.2.2.5 Ambientes laborales..... | 336 |
| 8.2.2.6 Restricciones y dificultades | 339 |
| 8.2.2.7 Presupuestos y remuneraciones | 345 |
| 8.2.2.8 Relación con los usuarios | 352 |
| 8.2.2.9 Satisfacción con la serie web..... | 361 |
| 8.2.3 <i>El formato serie web</i> | 367 |
| 8.2.3.1 Percepción sobre las series web..... | 367 |
| 8.2.3.1.1 Las obras amateurs | 367 |
| 8.2.3.1.2 Las obras profesionales | 379 |
| 8.2.3.2 Futuro de las series web..... | 383 |
| 8.3 Análisis comparativo de realizadores <i>amateurs</i> y profesionales..... | 398 |
| 8.3.1 <i>Caracterización de los realizadores</i> | 399 |
| 8.3.1.1 Formación..... | 399 |
| 8.3.1.2 Experiencia | 399 |
| 8.3.1.3 Razones para la producción de la serie web | 399 |
| 8.3.1.4 Concepciones sobre el formato: definiciones y características | 400 |
| 8.3.2 <i>Proceso de realización de la serie web</i> | 401 |
| 8.3.2.1 Las fases de la producción..... | 401 |
| 8.3.2.2 Escritura..... | 402 |
| 8.3.2.3 Producción..... | 405 |
| 8.3.2.4 Roles | 405 |
| 8.3.2.5 Ambientes laborales..... | 406 |
| 8.3.2.6 Restricciones y dificultades | 407 |
| 8.3.2.7 Presupuestos | 409 |
| 8.3.2.8 Relación con los usuarios | 411 |
| 8.3.2.9 Satisfacción con la serie web..... | 412 |
| 8.3.3 <i>El formato serie web</i> | 413 |
| 8.3.3.1 Percepción sobre las series web..... | 413 |
| 8.3.3.1.1 Las obras amateurs | 413 |
| 8.3.3.1.2 Las obras profesionales | 415 |
| 8.3.3.2 Futuro de las series web..... | 416 |
| Síntesis de los resultados producto de las entrevistas con los realizadores..... | 417 |

| | |
|---|------------|
| 9. Análisis estructural de las series web..... | 423 |
| 9.1 Análisis conjunto de los relatos..... | 423 |
| 9.1.1 <i>Las tramas y lo que estas contaron</i> | 423 |
| 9.1.2. <i>Los personajes</i> | 425 |
| 9.1.3 <i>Análisis del relato</i> | 428 |
| 9.1.3.1 Discurso del relato | 428 |
| 9.1.3.1.1 Tiempo | 428 |
| 9.1.3.1.2 Modo | 429 |
| 9.1.3.1.3 Voz | 430 |
| 9.1.3.2 Características de la producción | 431 |
| 9.1.3.3 Finales..... | 432 |
| 9.2 Series web profesionales | 433 |
| 9.2.1 <i>Las tramas y lo que estas contaron</i> | 433 |
| 9.2.2 <i>Los personajes</i> | 434 |
| 9.2.3 <i>Análisis del relato</i> | 437 |
| 9.2.3.1 Discurso del relato | 437 |
| 9.2.3.1.1 Tiempo | 437 |
| 9.2.3.1.2 Modo | 437 |
| 9.2.3.1.3 Voz | 438 |
| 9.2.3.2 Características de la producción | 439 |
| 9.2.3.3 Finales..... | 440 |
| 9.3 Series web <i>amateurs</i> | 440 |
| 9.3.1 <i>Las tramas y lo que estas contaron</i> | 440 |
| 9.3.2 <i>Los personajes</i> | 441 |
| 9.3.3 <i>Análisis del relato</i> | 444 |
| 9.3.3.1 Discurso del relato | 444 |
| 9.3.3.1.1 Tiempo | 444 |
| 9.3.3.1.2 Modo | 444 |
| 9.3.3.1.3 Voz | 445 |
| 9.3.3.2 Características de la producción | 446 |
| 9.3.3.3 Finales..... | 447 |
| Síntesis del análisis estructural de las series web..... | 447 |
| Parte 4. Discusiones y conclusiones..... | 450 |
| 10. Discusiones y conclusiones | 451 |
| 10.1 Caracterización de las series web | 451 |
| 10.2 Los realizadores y sus prácticas en la creación de series web..... | 456 |
| 10.3 Estructuras de los relatos en las series web..... | 463 |
| 10.4 Conclusiones | 468 |
| 10.5 Limitaciones | 470 |
| Referencias | 474 |
| Anexos..... | 513 |

| | | |
|---------|---|-----|
| Anexo 1 | <i>Listado de series web de ficción colombianas publicadas en YouTube.</i> | 514 |
| Anexo 2 | <i>Ficha de análisis para la recolección y sistematización de las series web.....</i> | 521 |
| Anexo 3 | <i>Cuestionario para la entrevista semiestructurada a realizadores de series web.....</i> | 522 |
| Anexo 4 | <i>Sitio web con entrevistas verbatim y fichas de análisis.....</i> | 525 |

Índice de figuras

| | | |
|------------------|---|-----|
| Figura 1 | Niveles del discurso del relato. | 56 |
| Figura 2 | El monomito. | 69 |
| Figura 3 | Los arquetipos como emanación del héroe. | 71 |
| Figura 4 | El viaje del héroe. | 72 |
| Figura 5 | El círculo de la historia. | 73 |
| Figura 6 | Estructuras narrativas de base aristotélica. | 75 |
| Figura 7 | Formatos básicos de teleseries. | 94 |
| Figura 8 | Cuatro modelos de ciberinteractividad. | 110 |
| Figura 9 | Modelo de análisis de método mixto. | 169 |
| Figura 10 | Año de publicación de series web colombianas en YouTube (2008 - 2019). | 173 |
| Figura 11 | Mapa colombiano de producción de series web por regiones. | 176 |
| Figura 12 | Número de series web por capítulos. | 183 |
| Figura 13 | Comparativo de series web según realizador por año. | 192 |
| Figura 14 | Cantidad de personajes en las series web. | 427 |
| Figura 15 | Cantidad de personajes en las series web profesionales. | 436 |
| Figura 16 | Cantidad de personajes en las series web amateurs. | 443 |

Índice de tablas

| | |
|---|-----|
| Tabla 1 Modos narrativos del relato en los nuevos medios. | 79 |
| Tabla 2 Tipologías de los formatos ficcionales en la hipertelevisión. | 99 |
| Tabla 3 Dimensiones de interactividad basadas en el mensaje y en el participante. | 109 |
| Tabla 4 Tipos de participación del usuario con relación al texto interactivo. | 114 |
| Tabla 5 Libro de códigos para la sistematización de series web: unidad de análisis 1..... | 146 |
| Tabla 6 Libro de códigos para la sistematización de series web: unidad de análisis 2..... | 147 |
| Tabla 7 Libro de códigos para la sistematización de series web: unidad de análisis 3..... | 149 |
| Tabla 8 Libro de códigos para la sistematización de series web: unidad de análisis 4..... | 150 |
| Tabla 9 Libro de códigos para la sistematización de series web: unidad de análisis 5..... | 150 |
| Tabla 10 Libro de códigos para la sistematización de series web: unidad de análisis 6..... | 151 |
| Tabla 11 Ficha de análisis de series web en la etapa de pilotaje. | 154 |
| Tabla 12 Cálculo de la fiabilidad intercodificadores. | 155 |
| Tabla 13 Matriz de aspectos de la realización. | 157 |
| Tabla 14 Matriz de tramas. | 162 |
| Tabla 15 Matriz de personaje principal. | 163 |
| Tabla 16 Matriz de otros personajes. | 164 |
| Tabla 17 Matriz de análisis estructural y de contenido de las series web..... | 164 |
| Tabla 18 Matriz de análisis de las series web como relato. | 167 |

Introducción

En 1997, el investigador norteamericano Marc Davis escribió en su ensayo *Garage Cinema¹ and the Future of Media Technology*, que “durante los próximos 50 años seremos testigos de una explosión de acceso, producción y distribución de video por comunidades que antes no podían permitirse el lujo de producir video en sus hogares, escuelas y oficinas²” (Davis, 1997, p. 46); un hecho que es totalmente común hoy día y que se materializó mucho antes de lo anunciado por el autor. Sin embargo, la reflexión de Davis más que premonitoria, era el resultado de las posibilidades que, en la última década del siglo XX mostraba la *web*, sumadas al desarrollo de tecnologías digitales que facilitaron la producción audiovisual y tuvieron un punto de inflexión con la creación de dispositivos multimedia (Aguado, *et. al.*, 2013) capaces de capturar, editar y distribuir video.

La facilidad en la creación y en la forma como diversas producciones audiovisuales circulan a través de plataformas web gracias a dichos dispositivos, se ha convertido en un fenómeno social (Pérez y Gómez, 2010; Velásquez, 2013) que autores como Jenkins y Deuze (2008) denominan *cultura de convergencia* y que se caracteriza por favorecer la confluencia entre usuarios, tecnologías, industrias y contenidos. Precisamente, esa cultura de la convergencia fomenta el fenómeno de democratización (Hernández, 2013) o *pseudo democratización* del audiovisual (Fernández y González, 2014). Las posibilidades que brinda la web permiten que

1 Davis (1997) aclara que la expresión “*Garage Cinema*” fue utilizada por primera vez por Michael B. Johnson, Magister en estudios visuales y Doctor en animación gráfica por computadora del *Massachusetts Institute of Technology* y quien se ha desempeñado como investigador del MediaLab de la misma institución y líder en las empresas *Pixar Animation Studio* y *Apple Inc.* Asimismo, *Garage Cinema* fue el nombre del grupo de investigación de la Escuela de Información de *UC Berkeley* que se creó con el objetivo de desarrollar tecnologías y aplicaciones que permitieran que los consumidores de medios se convirtieran en productores.

<http://web.archive.org/web/20070808184635/fusion.sims.berkeley.edu/GarageCinema/index.cfm>

2 En el original es en inglés y aparece como sigue: “Over the next 50 years we will witness an explosion of access to and production and distribution of video by communities that could not earlier afford to produce video in their homes, schools, and offices.” La traducción es del autor.

“las obras de los profesionales y las de los amateur [...] estén en igualdad de condiciones de ser recibidas por la audiencia” (Niqui, 2014, p. 12).

Justamente en el contexto cibermedial han aparecido nuevos formatos audiovisuales producidos por los usuarios como los *remix*, *UMV* (*users music videos*), *mashups*, *lip-dubs*, *vlogs*, *sketchs*, *gameplays*, *newsanimations*, *moviseries* y *webseries*. Éstas últimas surgen como un formato emergente que sigue los cánones de las series de televisión y migran al ciberespacio.

Las *webseries* o series web tienen poco más de dos décadas de existencia. Sin embargo, durante los últimos diez años, su producción y distribución ha crecido exponencialmente gracias a la creación de espacios como festivales que las han popularizado poco a poco.

No obstante, y como habitualmente sucede en los estudios de la comunicación, primero aparece una práctica y luego se le nombra. Así, si bien se conocen producciones seriadas para la web desde 1995, fue sólo a partir de la primera década del siglo XXI cuando la academia acuñó denominaciones como la de *ciber-soap operas* (Seiter, 2003) y *ciberseries*, que simplemente aludían al fenómeno como “el homónimo de las series televisivas en el terreno digital de la red” (Lloret y Canet, 2008, p. 8). Esa denominación de *ciberserie* fue pronto reemplazada por la de *webserie* o serie web (Hernández, 2011; López, 2010; Schneider, 2009), un nombre que se ha mantenido a pesar de la evolución que el formato ha vivido en aspectos como la calidad, los presupuestos y las duraciones temporales de sus capítulos.

A medida que la producción de series web aumenta en manos de profesionales y aficionados, los intereses de la academia por registrar la evolución del fenómeno también ha crecido. De hecho, la exploración de la literatura académica arroja la existencia de algo más de un centenar de textos entre libros, capítulos de libro, artículos, ponencias, tesis y trabajos de grado, que versan alrededor de ocho modos de enfrentar el estudio del fenómeno.

Específicamente, un primer grupo de investigaciones aborda la historia, evolución, definiciones y características de las series web (Álvarez, 2011; De las Muñecas, 2016; Hergesel, 2016; Hernández, 2013; Lloret y Canet, 2008; Morales y Hernández, 2012; Murolo, 2020; Schneider, 2009; Williams, 2012). Las investigaciones de este grupo se interesan por aspectos como las duraciones cortas, la experimentación, la interactividad y los componentes que diferencian a las *webseries* de las series de televisión tradicional. (Châteauvert, 2014a; Hernández, 2011; Kuhn, 2014; López, 2010; Sáez, 2010; Silva y Zanneti, 2013)

Un segundo conjunto de textos tiene que ver con la escritura y las estructuras narrativas del formato. Así, existen investigaciones que versan sobre los aspectos estilísticos en el lenguaje, los universos narrativos de las *webseries*, la escritura y particularidades del guión y los análisis sobre las estructuras seriadas. (Drenan, *et. al.*, 2018; Hergesel, 2014; Montoya y García, 2016; Schrott y Negro, 2017; Silva y Barros, 2015)

El tercer grupo se enfoca en el estudio de los contenidos que abordan las *webseries*. Entre estas obras, se hallan reflexiones sobre la identidad y la representación, los temas de género y la diversidad sexual. (Bandonis y Rele, 2020; Day, 2017; Faleschini, 2018; González de Garay, 2009; González, 2018; Gordillo, 2012; Peter y Raj, 2021; Vaishnav, 2021)

Un cuarto grupo de trabajos son estudios de caso. Este conjunto caracteriza por analizar producciones específicas que tuvieron éxito en términos de visualizaciones, reconocimiento de las formas de producción, análisis de la participación de los usuarios y evaluación de las estrategias de financiación, entre otras. (Azevedo, 2017; Châteauvert, 2014b; Coelho y Lacerda, 2019; Klein, 2014; Krüger y Rustad, 2019; Prósper y Ramón-Fernández, 2020; Saum-Pascual y Schiwy, 2012; Silva, *et. al.*, 2012; Surbezy, 2015; Yeates, 2018)

El quinto conjunto de investigaciones aborda los aspectos de producción tanto de la industria como de los creadores *amateurs*. Dentro de él, se agrupan trabajos que pretenden conocer y analizar los procesos de creación de contenidos, las diferencias entre las producciones de la industria y las creaciones de fanáticos, los intereses de los jóvenes creadores de *webseries*, la visión de los realizadores sobre el fenómeno y la caracterización de los productores y los anunciantes. (Barbosa, 2013; Christian, 2011; Diego-González y Herrero-Subías, 2010; Galán y Del Pino, 2010; Monaghan, 2017; Majek, 2012; Taylor, 2015; Zboralska, 2017)

Un sexto grupo de trabajos se caracteriza por abordar estudios sobre los usuarios, su consumo y la interacción de las *webseries* con las audiencias. Dichos estudios tratan las particularidades de la recepción, las dinámicas de producción y consumo, la interacción de los usuarios con el formato, las tendencias de consumo por parte de usuarios jóvenes, los posibles efectos que generan los contenidos de algunas producciones en sus audiencias y los niveles de apropiación de las obras a través del conocimiento, el uso y la transformación. (Ahuja, 2020; Atarama-Rojas et. al., 2020; Castro-Mariño, 2018; Chicharro, 2017; Gupta, 2021; Hamad, 2018; Jost, 2014; Khanna y Maviya, 2020; Kumode y Baitello, 2019; Lee, 2019; Vassallo y Castilho, 2018)

El séptimo conjunto se define por estudios que observan asuntos referidos a los usos de las *webseries*. Así, se identifica, por un lado, investigaciones que tratan las obras como un formato útil para la promoción o publicidad de campañas y productos y, por otro, estudios de las series web como creaciones que sirven para la enseñanza en el aula de clase. (Iyer y Siddhartha, 2021; Kakkar y Nayak, 2019; Mulya, 2020; Poole y Andújar, 2019; Segarra-Saavedra, et.al., 2016)

Finalmente, un octavo grupo de estudios analiza los vínculos de las *webseries* con proyectos transmedia. Como parte de estos trabajos, se analizan los procesos de migración de contenidos de la televisión a la red, el formato *webserie* y su directa relación con las narrativas transmedia y las series web como un recurso transmedia dentro de la industria. (Altafini y Gamo, 2012; Lino, 2016; Lisboa, *et. al.*, 2018; Mascarenha y Tavares, 2011; Tur-Viñes y Rodríguez, 2014; Segarra-Saavedra, 2016; Zanneti, 2013)

De la literatura académica mencionada se desprende que el estudio de las *webseries* ha empezado también a ser del interés de investigaciones de estudios de tercer ciclo, tanto de maestría (Azevedo, 2009; Barbosa, 2013; Edgerton, 2013; Hamad, 2018; Hernández, 2019; Kumode, 2015 Quintanilla, 2011; Schneider, 2009; Yin, 2016), como de doctorado. Precisamente, dentro de este último ámbito, se detectan en el contexto español investigaciones sobre la identidad del formato, las formas de producción, financiación o difusión y las características de los realizadores y el panorama de las *webseries* para usos publicitarios en contextos transmedia (De las Muñecas, 2016; Segarra-Saavedra, 2016).

Ahora bien, en el específico caso colombiano –territorio en el que se centra esta investigación–, a pesar de que la realización de series web ha crecido desde hace una década (Montoya, 2017), la producción de literatura científica vinculada es limitada. En la actualidad, existen escasos artículos académicos y ponencias en congresos que se enfocan en la definición y características narrativas de las *webseries* (v.g., López, 2010; Montoya y García, 2016; Montoya, 2017; 2020), y contadas investigaciones en las que se acomete el análisis de audiencias, estudios de casos y propuestas de biblias de producción (Afettouche y Ordoñez, 2016; Ávila, 2016; Barrios, *et. al.*, 2017; Bejarano y Benítez, 2017; Cabrera, 2019; Hamad, 2018; Hernández, 2019; Olarte, 2020; Ramírez, 2014).

Los factores que motivan el desarrollo de una investigación como la presente son tres: primero, como se ha advertido anteriormente, existe una limitada producción de literatura académica sobre las *webseries* en el país. Esto contrasta con la existencia de un gran número de producciones, lo que, como veremos a lo largo de la investigación, demuestra que hay un interés particular, tanto de creadores profesionales como *amateurs*, por aprovechar el formato para contar sus relatos. Precisamente, el caso colombiano, por la intensidad y amplitud del interés en la producción de *webseries*, se convierte en una buena ventana para conocer más sobre el formato.

Segundo, y en línea con lo anterior, existe un incremento en la realización audiovisual colombiana que se evidencia en el aumento reciente de la producción cinematográfica, que pasó de estrenar 10 películas en 2010 a 48 en 2019 (EGEDA, 2020) y que solo en la última década proyectó en salas de cine nacional 333 largometrajes (Proimágenes, 2021).

Vale resaltar que a partir de la Ley de Cine (Ley 814 de 2003) creada para fomentar la actividad cinematográfica y el Decreto 474 de 2020, en Colombia no solo se ampliaron los mecanismos de financiación para la producción cinematográfica sino que se incluyeron los contenidos televisivos y multiplataforma como objeto de financiamiento (CRC, 2021). Es decir, dicha Ley le dio cabida a otros nuevos formatos como “los videos musicales, las series web, la publicidad y los videojuegos” (Mora, *et. al.*, 2021, 76).

Tercero, esta investigación nace de un interés personal por comprender las dinámicas y características de un formato que al ser producido no solo por profesionales sino también por aficionados al audiovisual, se convierte en una herramienta ideal para los procesos de formación de estudiantes en carreras de Comunicación y afines. Dicho interés personal nos llevó en 2012 a realizar *webseries* con estudiantes en el marco de una asignatura universitaria. Estas prácticas

evidenciaron las potencialidades de un formato alternativo audiovisual que, a pesar de conservar similitudes con formatos tradicionales, requería un mayor estudio y exploración. En esa misma línea, en 2016 creamos el Festival Internacional de Series Web de Medellín, un evento que permitió conocer el interés de profesionales y aficionados por las *webseries* y que fue el germen de este estudio del formato desde un punto de vista científico. En este sentido, esta investigación pretende promover el debate y conocimiento, además de entender, entre otras cosas, los cambios en el lenguaje audiovisual en los entornos digitales, las potencialidades de experimentación que permite el formato por los desarrollos tecnológicos, el uso de plataformas web en las narrativas y las maneras en que se estructuran los relatos durante sus procesos de escritura.

En consecuencia, hay espacio para un trabajo que analice el formato de manera integral en el contexto colombiano, que permita la sistematización y caracterización de la producción de *webseries* de ficción según sus aspectos de forma y contenido, y del análisis de los procesos productivos desde las miradas de los realizadores. Precisamente, esta mirada que aborda la identificación y análisis de las formas y contenidos de las *webseries* colombianas junto al análisis de los procesos de producción, es novedosa en la literatura científica según nuestro conocimiento.

A partir de dichas ideas, esta investigación pretende alcanzar tres objetivos fundamentales: primero, realizar una catalogación lo más exhaustiva posible de las series web de ficción producidas en Colombia desde 2005, año de la creación de *YouTube*, hasta diciembre de 2019, que tengan al menos una temporada finalizada y que hayan sido distribuidas a través de dicha plataforma, para luego, a partir de un análisis exploratorio, categorizar y caracterizar dichas producciones. Como segundo objetivo general, conocer, mediante entrevistas en profundidad a una muestra de realizadores –profesionales y *amateurs*–, las características de la

producción de las series web y su relación con las motivaciones, financiamientos, aspectos técnicos, elementos narrativos y rutinas laborales propias de la realización en el seno de la industria y fuera de ella.

Finalmente, como tercer objetivo general, y a partir de la sistematización del universo de series web de ficción colombianas encontrado, y basados en una muestra de conveniencia, analizar estructuralmente los relatos para determinar cuáles son las propiedades narrativas de estas obras.

Estos tres objetivos generales de investigación pretenden acometer el análisis profundo del fenómeno en la medida en que: primero se sistematiza el universo de las *webseries* colombianas de ficción; segundo, se indaga por las rutinas de producción, y tercero, se caracteriza los contenidos a partir del análisis de los relatos. Los hallazgos podrán ser un aporte a las propuestas teóricas relacionadas con el video y específicamente con la serialización de ficción en contextos web.

Finalmente, este proyecto se justifica además en que permite entender qué pasa con el audiovisual en escenarios cibermediales a diferencia de los contextos *mainstream*, no solo con los contenidos sino también con los realizadores. Al estudiar el fenómeno de las series web de ficción no solo desde las obras como tal, sino desde los procesos de producción, podemos obtener un conocimiento más completo sobre un formato alternativo audiovisual que crece vertiginosamente en los últimos años. Como veremos a lo largo de la investigación, las series web se han convertido en una herramienta propicia para la producción de contenidos publicitarios, ideológicos, educativos, de género, entre otros. Los resultados de esta investigación permitirán sentar bases de conocimiento que servirán tanto a la academia como a la industria

audiovisual para la formación de realizadores en todos los variados contextos de la producción audiovisual contemporánea.

Objetivos y preguntas de investigación

Como se ha avanzado, la presente investigación observa tres aspectos del fenómeno de las *webseries*: primero, los referidos a las características propias de un formato audiovisual alternativo en evolución, el de las series web, y cómo dichas características se manifiestan en las producciones realizadas en Colombia. Segundo, las dinámicas de producción llevadas a cabo por parte de realizadores tanto profesionales como aficionados cuando se trata de realizar una *webserie* de ficción y tercero, los aspectos narrativos propios de las producciones realizadas en Colombia.

Para responder a dichos objetivos nos hemos planteado las siguientes preguntas de investigación (PI) con sus respectivos objetivos y métodos de trabajo que le darán respuesta:

PI 1: ¿Cuáles son las características técnicas, narrativas y de producción de las series web de ficción producidas en Colombia?

Para responder a esta pregunta es necesario diseñar un instrumento de análisis de contenido que permita la sistematización minuciosa de las *webseries* de ficción producidas en el contexto analizado. La elaboración de dicho instrumento requiere que inicialmente se definan los aspectos a tener en cuenta en las *webseries* vinculados con el contenido, el formato, las duraciones, las formas de publicación, la calidad y los aspectos de realización.

Sin embargo, previo a la construcción del instrumento para el análisis de contenido de las series web de ficción colombianas, se realizará un análisis documental para determinar no solamente en aspectos teóricos que dan sustento a la construcción del instrumento, sino también al desarrollo del concepto de serie web en el contexto académico. A partir de ello, se podrá

identificar las características propias del formato y su evolución a lo largo de los años de desarrollo. En consecuencia, se propone el siguiente objetivo general (OG) y dos objetivos específicos (OE):

OG 1: Identificar las características formales de las series web de ficción a partir de la producción colombiana como estudio de caso.

OE 1.1: Construir un modelo de análisis que permita sistematizar y caracterizar las series web de ficción.

OE 1.2: Realizar una identificación y catalogación exhaustiva de las series web de ficción producidas en Colombia con al menos una temporada finalizada hasta diciembre de 2019 y disponibles en *YouTube*.

OE 1.3: Realizar un análisis exploratorio estadístico descriptivo para identificar las características fundamentales de las series web de ficción colombianas.

Posterior a la creación del modelo y el análisis en sí mismo, la siguiente etapa de la investigación concierne a los realizadores. Como se ha advertido previamente, cuando se habla de series web se hace alusión a producciones que no son exclusivas de la industria audiovisual, sino que permiten la intervención de aficionados, quienes en algunos casos con pocos recursos técnicos y económicos logran llevar a cabo producciones dignas de elogios en circuitos audiovisuales profesionales. En este sentido, la pregunta de investigación que hemos definido es:

PI 2: ¿Cuáles son las características de los procesos de producción, tanto técnicos como narrativos, vinculados a la realización de una serie web de ficción por parte de los realizadores colombianos?

Para dar respuesta a esta pregunta de investigación se aplicará una metodología cualitativa y se recogerán datos mediante entrevistas semiestructuradas a una muestra de

realizadores de series web colombianos, tanto profesionales como *amateurs*, que buscará identificar los procesos de producción técnicos y narrativos.

Estas entrevistas semiestructuradas tanto a realizadores profesionales, con experiencia en grandes producciones dentro de la industria, como a realizadores *amateur* o noveles en el ejercicio de la producción audiovisual, darán cuenta de las múltiples formas de realización que posibilita una *webserie* al ser un formato flexible que habita en la web, versus las maneras de producción industrial a las que nos tienen acostumbrados los medios tradicionales. Así las cosas, para esta segunda fase se define el siguiente objetivo general y dos objetivos específicos:

OG 2: Conocer las dinámicas de producción y las motivaciones de realizadores profesionales y *amateurs* para la producción de series web.

OE 2.1: Caracterizar a las personas que realizan series web en Colombia.

OE 2.2: Identificar aspectos distintivos motivacionales, de presupuestos, técnicos, narrativos y de rutinas laborales en la realización de series web colombianas.

OE 2.3: Conocer las formas de producción (rutinas laborales) llevadas a cabo por realizadores audiovisuales *amateurs* y profesionales al momento de enfrentarse a la creación de una serie web de ficción.

OE 2.4: Entender las formas de financiamiento posibles para llevar a cabo la realización de una serie web de ficción en Colombia.

OE 2.5: Determinar las semejanzas y diferencias en las formas de producción entre realizadores profesionales y *amateurs*.

Finalmente, el tercer aspecto a estudiar hace referencia a las características narrativas encontradas en algunas de las producciones pertenecientes al macrogénero de la ficción. Para ello nos hemos planteado la siguiente pregunta de investigación:

PI 3: En términos narrativos, ¿cuáles son los aspectos estructurales (forma y contenido) de las series web de ficción profesionales y no profesionales producidas en Colombia?

Para dar respuesta a esta pregunta de investigación es necesario, después de recurrir a la teoría pertinente sobre análisis estructural de los relatos, la narratología y las estructuras narrativas serializadas, construir un modelo de análisis de los relatos enfocado en la narrativa y sus estructuras, con el fin de identificar cómo llegan las *webseries* de ficción a estructurar sus contenidos. Consecuentemente, el objetivo general y sus cuatro objetivos específicos planteados para esta pregunta de investigación son:

OG 3 Caracterizar las formas narrativas que componen las series web colombianas pertenecientes al macrogénero de ficción, a partir del análisis estructural de los relatos en una muestra de producciones.

OE 3.1 Construir un modelo de análisis de contenido que permita analizar las estructuras narrativas serializadas en productos hechos exclusivamente para la web.

OE 3.2 Analizar los aspectos referidos a la historia, el relato y la narración en cada una de las *webseries* de la muestra.

OE 3.3 Identificar las características narrativas de los productos webserializados en términos de macro y microestructuras, y

OE 3.4 Estudiar los personajes principales y las formas de desarrollo de estos en producciones tipo serie web.

Por lo tanto, para abordar los tres aspectos macro que conforman la investigación, se espera dar respuesta a tres preguntas de investigación, que remiten a tres objetivos generales y doce objetivos específicos.

Estructura de la tesis doctoral

La presente tesis doctoral se compone de cuatro partes. La primera, se encarga del marco teórico en el que se soporta la investigación y está dividido en cinco capítulos.

El capítulo uno se dedica a revisar los aportes precedentes en torno a la narrativa serial con un especial énfasis en los contextos audiovisuales. En este apartado se repasa la literatura que versa sobre la historia de la serialidad teniendo en cuenta diversos formatos hasta llegar a las series web. El capítulo dos, en línea con el anterior, se destina a observar las referencias sobre las narrativas seriales pero desde el estudio a la construcción de los relatos y sus estructuras. El capítulo tres trata sobre la cuestión del género y el formato en contextos audiovisuales, aspecto que resulta pertinente para la caracterización de las *webseries*. En el capítulo cuatro se aborda la interactividad, que es una característica con la que cuentan las *webseries* porque circulan por la web y plataformas digitales que la permiten. Finalmente, por lo que se refiere a esta primera parte, el capítulo cinco se enfoca en el estudio de diversas teorías que asumen la cuestión de los realizadores audiovisuales y sus prácticas de creación.

La segunda parte de la tesis se dedica a la metodología de la investigación y se desarrolla en el capítulo seis. En este apartado se abunda en el diseño metodológico, las características y definición de las muestras, las distintas técnicas e instrumentos de recolección y el análisis de la información. Asimismo, se describen cada una de las fases con las que se llevó a cabo el proceso de investigación.

La tercera parte se encarga de los resultados y se compone de los capítulos siete al nueve. El primero de éstos, el siete, se corresponde con el análisis cuantitativo de las series web recolectadas en el periodo de tiempo definido dentro de la investigación. El capítulo ocho se encarga del análisis detallado de la información suministrada por realizadores *amateurs* y

profesionales y la comparación de dichos datos. El último capítulo de la tercera parte, el nueve, se ocupa de analizar en profundidad los relatos de las *webseries*.

Finalmente, la cuarta y última parte de esta tesis contiene un único capítulo a las discusiones de los resultados con la literatura académica y, posteriormente, a las conclusiones y limitaciones de la investigación.

1 Parte Marco Teórico

1. La Narrativa Serial y los entornos audiovisuales

A simple vista, el término serie web pareciera involucrar la unión de dos ideas: los relatos audiovisuales serializados y los entornos web. Sin embargo, para estudiar adecuadamente un formato relativamente nuevo como el de las series web, se debe ir más allá de la reducción de los términos. Es necesario hacer un ejercicio de arqueología de los conceptos que lleve a entender, no sólo su origen, sino sus características. Entonces, se podrá proponer una definición apropiada.

Así las cosas, el siguiente análisis de las series web está dividido, como el término, en dos grandes apartados. El primero está dedicado a la revisión de los conceptos asociados a las narrativas serializadas en contextos audiovisuales, su origen, la evolución del medio televisivo, las clasificaciones de los relatos seriales y su desarrollo a través de internet. El segundo apartado se dedica a revisar la web como plataforma para la distribución de contenidos audiovisuales. A partir de la idea de *nuevo medio* que sugiere la convergencia entre tecnologías informáticas y mediáticas (Davis, 1997; Manovich, 2017), se estudia la plataforma *YouTube* como facilitadora de cambios en el consumo, producción y circulación de contenidos audiovisuales.

1.1 La historia de la serialidad

Los relatos serializados que hoy son comunes en la televisión y que se han masificado con internet y las llamadas plataformas *Over The Top (OTT)*³, tienen sus orígenes en los relatos mitológicos de diversas culturas. Es común en occidente hablar de serialidad en las sagas clásicas de Sófocles como las de Edipo (Rodríguez y Serrano, 2016), en los ciclos homéricos o en la estructura general de los relatos de la mitología griega. Sin embargo, la serialidad de las narrativas también se encuentra en otras culturas como en las nórdicas, en los mismos relatos

3 Las plataformas OTT son aplicaciones que ofrecen audiovisual a través de internet. Estas plataformas permiten la transmisión de video en distintos dispositivos como *smartphones*, *tablets* y *smart tv*.

bíblicos de los cristianos, “en los ciclos de romances medievales, en los cuentos de *Las mil y una noches*, en el *Decamerón* de Boccaccio o en los poemas caballerescos del Renacimiento”

(Bernardelli, 2012, p. 18).

No obstante, fue a partir del siglo XVII con la publicación periódica de manuales y, posteriormente, en el siglo XIX, con la distribución serializada de novelas cuando, a la par con el aumento en la alfabetización, se dio “la aparición de obras narrativas publicadas por entregas en la prensa. La novela en serie constituye, por tanto, un primer paso crucial hacia la institucionalización de las formas narrativas en serie” (Innocenti y Pescatore, 2008, p. 3)⁴.

Precisamente, a mediados del siglo XIX, la serialidad sufrió una transformación importante (Grignaffini y Bernardelli, 2017) gracias a que los editores de los diarios entendieron que la entrega del relato por partes “desarrollaba [en los lectores] una relación de dependencia hacia la historia que estaban leyendo” (De la Torre, 2016, p. 14).

A pesar de lo anterior, fue con la radio que la serialidad narrativa se consolidó, a través de los dramas seriados de la obra de Shakespeare presentados por la BBC en la década del 1920 (Giddings y Selby, 2001). Asimismo, el medio radiofónico permitió la experimentación con técnicas como la del *cliffhanger* “empleado de forma habitual para generar suspense en la audiencia y crear fidelidad entre el público” (De la Torre, 2016, p. 23). Justamente, durante la tercera década del siglo XX, nace en la radio uno de los géneros más explotados por la narrativa audiovisual seriada: el *sitcom*.

Por lo que refiere a las imágenes en movimiento, la serialidad apareció en el cine, aunque alcanzó mayor desarrollo en la televisión. Primero, con la adaptación de obras teatrales y luego

⁴ En el original es en italiano y es como sigue: “si assiste dunque all’affermarsi di opere narrative pubblicate a puntate sulla stampa. Il romanzo a puntate costituisce quindi un primo, cruciale passo verso l’istituzionalizzazione delle forme narrative di tipo seriale”. La traducción es del autor.

con la creación de ficciones que fueron escritas con un lenguaje más propicio para el nuevo formato. Según De la Torre, en 1931 se estrenó la primera serie en los Estados Unidos: “*The Television Ghost*” (2016, p. 36).

Durante la década de los años 30 del siglo XX, las primeras producciones de ficción serial se realizaron en Estados Unidos y en la BBC de Gran Bretaña (Giddings y Selby, 2001). Fue justamente dicha cadena británica la que más apostó por este formato con series como *Ann and Harold* y *Telecrime*. Precisamente, esta última dió origen a las narrativas *whodunnit*, “una fórmula que se convertiría en una tradición del género criminal televisivo. En cada episodio, de estructura autoconclusiva [...], presentaba un caso criminal al espectador, llevándolo a investigar quién era el culpable” (De la Torre, 2016, p. 53).

Posterior a la Segunda Guerra Mundial, la televisión retomó la producción de ficciones serializadas. En Estados Unidos y Gran Bretaña se produjeron destacadas *sitcoms*, teleseries y series antológicas con contenidos de suspenso y ciencia ficción (Rodríguez y Serrano, 2016).

Una de las características principales de las primeras narrativas serializadas fue la corta duración de sus episodios, que se estandarizó a medida que el medio televisivo y su tecnología se estabilizaron. Al principio, cada episodio de una serie duraba entre 10 y 15 minutos, posteriormente estos tiempos crecieron y se prolongaron a 20 y 25 minutos, para finalmente alcanzar las actuales duraciones de hasta 50 minutos en algunos tipos de series (De la Torre, 2016; Rodríguez y Serrano, 2016).

1.1.1 Las eras de la televisión

Diversos autores han clasificado la producción televisiva por eras o épocas (Eco, 2007; Gordillo, 2009; Rodríguez y Serrano, 2016; Tous, 2009). Umberto Eco (2007), en su clásico ensayo *La transparencia perdida*, propone dos momentos de la televisión a los que llamó

paleotelevisión y *neotelevisión*. Según Eco, la *paleotelevisión*, que abarca las primeras dos décadas de producción televisiva después de la Segunda Guerra Mundial, se caracterizó por una clara definición entre programas informativos, de ficción y entretenimiento. En este momento, las series televisivas habrían alcanzado protagonismo. Por otra parte, la *neotelevisión*, se empezó a producir a partir de la década de los años 80 del siglo XX y tuvo como características principales la hibridación de géneros y la autorreferencialidad.

La Neo TV cada vez habla menos (como hacía o fingía hacer la Paleo Tv) del mundo exterior. Habla de sí misma y del contacto que está estableciendo con el público. Poco importa qué diga o de qué hable (porque el público, con el telemando, decide cuándo dejarla hablar y cuándo pasar a otro canal). Para sobrevivir a ese poder de conmutación, trata entonces de retener al espectador diciéndole: "Estoy aquí, yo soy yo y yo soy tú". La máxima noticia que ofrece la NeoTv, ya hable de misiles o de Stan Laurel que hace caer un armario, es esta: "Te anuncio, oh maravilla, que me estás viendo; si no lo crees, pruébalo, marca este número, llámame y te responderé". (Eco, 2007, p. 232)

La división de Eco entre *paleo* y *neotelevisión* fue retomada por autores como Scott (1987), Piscitelli (1998), Scolari (2008) y Gordillo (2009) entre otros, quienes sumaron a estas las nociones de *metatelevisión*, entendida como "las operaciones de auto-consciencia de la televisión" (Scott, 1987; p. 284); *post televisión*, para referirse al momento en que la televisión empieza a convivir con internet y en esa convivencia se da la convergencia (Piscitelli, 1998); e *hipertelevisión*, caracterizada por la "expansión de las historias y, [la] multiplicación de los programas narrativos" (Scolari, 2008; p. 6).

Asimismo, otra taxonomía de la televisión distinta a la anterior es la que formulan Thompson (1997), Costas (2015), Carrión (2019) entre otros, a partir de la producción de

narrativas seriales denominada las *eras de oro de la televisión*. Esta clasificación comienza, según Rodríguez y Serrano (2016), con la producción de series de alta calidad a partir de la década de los años 50 del siglo XX, entre las que se destacan *Alfred Hitchcock Presenta* y *La dimensión desconocida* como obras de culto.

La calidad de estas producciones, muchas de las cuales no se han conservado muestras, ha ocasionado que, a esta época, se le denomine la primera edad de oro de la televisión. Como ocurre hoy con las grandes series de cable, esta etapa erigió a parte de la ficción televisiva en importante referente (Rodríguez y Serrano, 2016, p. 33).

Durante las primeras décadas de producción serializada destacaron las series con episodios autoconclusivos. Sin embargo, durante la década de los años 80 del siglo XX, series norteamericanas como *Hill Street Blues* “abrieron las estructuras, mezclaron las tramas, [explotaron los] *cliffhangers*” (Rodríguez y Serrano, 2016, p. 38) y dieron inicio a la segunda era de oro de la televisión, también conocida como la *Quality TV* (Thompson, 1997). Para Bourdaa (2011), este tipo particular de televisión se caracterizó por “el establecimiento de nuevas reglas en la producción televisiva, la aparición de canales de cable y la evolución del uso de nuevas tecnologías en las prácticas culturales”⁵ (p. 33).

En este periodo, las producciones seriales, que además inauguraron la televisión por cable, se caracterizaron por un evidente cuidado de la factura artística, la creación del guión y el manejo técnico. La televisión de este momento se considera de autor (Bignell, 2007; Feuer 2007; Messenger, 2007; Rodríguez y Serrano, 2016; Thompson, 1997). Para Robert Thompson, dicha

⁵ En el original aparece en inglés y es como sigue: “The setting of new rules in television production, the apparition of cable channels and the evolution of the use of new technologies in cultural practices.”. La traducción es del autor.

“*Quality TV* es simplemente la versión televisiva de la película de arte” (1997, p. 16)⁶. Por ello, la llegó a considerar un género.

Con el comienzo del siglo XXI y la masificación de internet, las series de televisión siguieron su evolución al aprovechar “el desarrollo tecnológico y las nuevas maneras de consumo” (Rodríguez y Serrano, 2016, p. 42). La aparición de plataformas *OTT* como *Netflix*, *Prime Video*, *Apple TV*, entre muchas otras, no solo cambió la manera de ver televisión, sino que impactó al ejercicio de la producción audiovisual. Esas nuevas plataformas “desarrollaron un modelo de negocio de contenidos convergente, generaron nuevas lógicas de distribución, produjeron sus propios contenidos y crearon nuevas experiencias de consumo centradas en las decisiones, recomendaciones y hábitos del espectador” (Heredia, 2017, p. 277-278).

Para Schlütz (2016), la tercera edad de oro de la televisión además fortaleció la *Quality TV*, pues las series producidas en este periodo se caracterizan por la complejidad narrativa de guiones personajes, autenticidad y distinción visual.

La series en la *Quality TV* son complejas en términos de narración, reparto, ambigüedad narrativa e intertextualidad. Debido a la ejecución realista, los temas controvertidos y los personajes ambiguos, las series de la *Quality TV* parecen auténticas. Además, destacan por su estilo característico compuesto por altos valores de producción, estilo visual distintivo y técnicas que fomentan la reflexividad. *Quality TV* se dirige a un segmento de audiencia especial y altamente autónomo. (Schlütz, 2015, p. 101)⁷

6 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Quality TV is simply television's version of the art film”. La traducción es del autor.

7 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Serial quality TV is complex in terms of storytelling, cast, narrative ambiguity, and intertextuality. Due to realistic execution, controversial subjects, and ambiguous characters quality series appear authentic. Moreover, they stand out because of a signature style composed of high production values, distinctive visual style, and techniques fostering reflexivity. Quality TV addresses a special, highly autonomous audience segment”. La traducción es del autor.

Desde este orden de ideas, estas tres eras de la televisión permiten, más que encasillar en periodos específicos, identificar características comunes de la producción serial. Así, mientras la primera época consolidó la *sitcom* y las series de suspenso y ciencia ficción, la segunda era fortaleció las estructuras continuas, el desarrollo estilístico y la presencia de tecnologías que influyeron la televisión: el cable y el DVD. Por su parte, la tercera edad dorada de la televisión aprovechó la convergencia tecnológica e incorporó a las series no solamente otro tipo de narrativas, sino nuevas maneras de consumo para los espectadores (Mittell, 2006; Carrión, 2019)

1.1.1.1 La serialidad latinoamericana. Hasta este momento hemos dado cuenta de las narrativas seriales en el mundo y de la amplia influencia de la obra audiovisual anglosajona. Sin embargo, el contexto iberoamericano también ha tenido una relación interesante con las narrativas seriadas, específicamente con la telenovela, concebida como “el más importante género de ficción producido en América Latina” (Mazziotti, 2006, p. 21).

Cuando hablamos de telenovela nos referimos a un tipo de relato melodramático que se cuenta a través de capítulos o episodios y cuya estructura es de carácter serial. En las telenovelas, hay continuidad en toda la narración y la historia en curso cuenta con un elenco más o menos constante (Herrera, 2019; Mazziotti, 2006; Schlütz, 2016; Trejo, 2011).

Aunque la telenovela latinoamericana tiene una relación directa con las *soap operas* norteamericanas, es un producto diferente (Blassi, 2020; Fonseca y Miranda-Ribeiro, 1999), pues mientras la narrativa de la telenovela “sigue fielmente (y quizás sin saberlo) las reglas aristotélicas: principio (fábula), medio (apogeo dramático), final (catarsis) [las *soap operas*] se basan en una infinidad de episodios, que evitan la catarsis e incluso el clímax dramático no tiene por qué existir” (Blassi, 2020, p. 16⁸).

⁸ En el original aparece en italiano y es como sigue: “Se il prodotto sud americano segue fedelmente (e forse inconsapevolmente ...) le regole aristoteliche: inizio (fabula), mezzo (acme drammatico), fine (catarsi), con le soap

En latinoamerica, la serialidad narrativa arrancó con la radionovela entre las décadas de 1920 a 1940 (Fonseca y Miranda-Ribeiro, 1999; Herrera, 2019; Zapata y Ospina, 2004). En el contexto audiovisual, las telenovelas latinoamericanas empezaron a aparecer después de la segunda mitad del siglo XX, principalmente en países como Argentina, Brasil, Colombia, México y Venezuela.

Según Mazziotti (2006), la telenovela latinoamericana ha pasado por cuatro etapas: primero, la etapa inicial, a la que hacíamos referencia anteriormente y que se ubica entre las década de los años 50 y 60 del siglo pasado. Segundo, la etapa artesanal de la década de los años 70, que se caracterizó por experimentaciones en el formato y bajos presupuestos. Tercero, la etapa industrial que abarcó hasta la década de los años 80 en la que se logró la estandarización de las producciones y cuarto, la etapa transnacional, que se dio a partir de la última década del siglo XX y en la que la telenovela latinoamericana ganó “mercados internacionales y que implicó en mayor o menor grado un proceso de neutralización de los rasgos” (Mazziotti, 2006, p. 31).

Si bien las telenovelas latinoamericanas tienen como género principal el melodrama, cada país ha creado su propio estilo narrativo. Así las cosas, mientras los modelos mexicano y venezolano han mantenido el melodrama clásico, la propuesta brasilera se ha caracterizado por un “fuerte cuidado de lo visual, del ritmo [y sus narrativas] expresan una estética de las clases medias” (Mazziotti, 2006, p. 35), además de estar más próximas a la realidad y al respeto por las relaciones personales. (Fonseca y Miranda-Ribeiro,1999)

Por su parte el caso colombiano se destaca por recrear conflictos sociales (Cervantes, 2005), y proponer combinaciones de elementos modernos con tradicionales, mediados con narrativas cómicas. (Mazziotti, 2006)

Aristotele è morto e sepolto. Totalmente ignorato. Il prodotto dell'America del Nord è basato su un'infinità di puntate, che eludono la catarsi. Ed anche l'acme drammatico non ha ragion d'essere”. La traducción es del autor.

1.1.2 Tipologías de las narrativas seriadas en formatos audiovisuales

Hasta ahora hemos hecho un breve recorrido por la historia de las narrativas serializadas e identificado dos maneras de clasificación de la televisión, una de ellas la que definió las épocas doradas a partir de la producción de series y observa las narrativas seriadas según su tipo.

Sin embargo, el estudio de las estructuras serializadas en televisión ha sido abordado por diversos autores (i.e., Calabrese, 1984; Comparato, 1999; Eco, 1985; Schlütz, 2016) quienes han propuesto distintas clasificaciones según sea la naturaleza de cada uno de los episodios. Para Umberto Eco, la televisión serializada “conciernen de cerca la estructura narrativa” (1985, p. 244) y dicha estructura puede ser de tipo *loop*, cuando “el personaje no es seguido a lo largo de su existencia, sino visto una y otra vez en distintos momentos de su vida, obsesivamente revisada para descubrir nuevas ocasiones narrativas” (p. 246), o de tipo *espiral*, cuando al personaje “aparentemente le sucede siempre lo mismo, mejor dicho, no sucede nada y, sin embargo, en cada nueva tira el carácter del [personaje] resulta enriquecido y profundizado” (p. 247).

Estas distinciones en Eco coinciden con las de Calabrese (1984), quien habla de *acumulación* y *continuidad*. Por la primera, entiende a “aquellas series que se repiten sin tener nunca en cuenta el tiempo de la serie entera, [y por la] segunda en las que en el fondo o explícitamente aparece un punto final” (p. 74).

El análisis de Calabrese asume no sólo las estructuras narrativas de la televisión serializada, sino profundiza en aspectos como el tiempo del relato, la estética y los personajes. Referente al manejo del tiempo en las series, el autor identifica cuatro modelos; por ejemplo, en las primeras series de televisión, ve cómo no se definen los tiempos de origen de los personajes: “Cada episodio termina en una historia y la serie no está dotada de historia, no se sabe, por

ejemplo, cuál es el origen de [los personajes]” (Calabrese, 1984, p. 79), y el tiempo del relato es totalmente variable.

Un segundo modelo para Calabrese es en el que la estructura de los capítulos alude a los anteriores y “los personajes tienen un pasado y un futuro” (p. 81). En este modelo, cada episodio presenta una historia autónoma, pero existe un objetivo central en toda la obra que es recordado en cada uno de los capítulos.

En series posteriores a la década de los años 70 del siglo XX, Calabrese empieza a identificar un tercer modelo en el que incluye cambios sustanciales en las relaciones existentes entre los tiempos del relato, de la serie y de cada episodio. “Ante todo se modifica el tiempo de la serie: el mismo marco es una historia, pero no un objetivo del que se conoce la conclusión anticipadamente. [En este modelo se evidencian] diversos desniveles temporales” (1984, p. 82). El cuarto modelo, por su parte, reconoce un manejo temporal complejo que es inversamente proporcional en toda la macroestructura de la serie versus el tiempo del episodio: “el tiempo de la serie es larguísimo, pero el tiempo relatado es brevísimo” (Calabrese, 1984, p. 86).

Otra taxonomía respecto a la serialidad en televisión a partir de las estructuras narrativas es la propuesta por Comparato (1999; 2016), que tiene en cuenta la noción de macro y microestructura y que define los tipos de series dependiendo si se trata de estructuras abiertas o cerradas. Según Comparato (2016), “la macroestructura es la estructura general” (p. 151), y la microestructura, las estructuras particulares. “La macro o estructura general reúne todo el serial con sus distintos capítulos, [y la] microestructura se refiere a cada uno de los capítulos de manera independiente” (Comparato, 1999, p. 32).

Desde ese orden de ideas, cuando los episodios son autoconclusivos, es decir, cuando las historias vividas por los personajes fijos en cada uno de los episodios no tienen continuidad

narrativa, se habla de *series* (Comparato, 2016, p. 154). Por el contrario, cuando se trata de estructuras abiertas, esto es, episodios continuos que hacen uso de *cliffhangers*, o en palabras de Comparato, *ganchos* que unen toda la macroestructura, se habla de *seriales*. “[La serie se refiere a] un mismo personaje que vive historias diferentes, mientras que el serial muestra a personajes viviendo una historia en 2, 4, 6 o hasta 20 capítulos” (1999, p. 32).

Similares a la propuesta de clasificación que realiza Comparato, es la taxonomía de Schlütz (2016), quien reconoce las *series episódicas* en las que cada capítulo es más o menos independiente del otro y los *seriales continuos* que “cuentan una historia en curso con un elenco (más o menos) constante⁹” (p. 97). Schlütz describe dos tipos más de narrativas serializadas, las *antológicas*, en las que existe una “conexión suelta de episodios y sólo están vinculados por una superposición de temas” (p. 96)¹⁰; y las *híbridas*: “arcos de historias a largos plazos y episodios independientes” (p. 97)¹¹

Esta idea coincide con la propuesta de Douglas (2011), quien identifica tres tipologías: 1) *antológicas*, compuestas por “historias independientes como si fueran cortos cinematográficos, cuyo nexo de unión con los otros episodios lo constituye el formato general” (p. 28-29); 2) *series con resolución* o capítulos modulares que coinciden en personajes fijos que viven situaciones nuevas y que se desarrollan en cada episodio, y 3) *teleseries*, “narraciones dramáticas cuyos argumentos se desarrollan a lo largo de varios episodios en los que los personajes principales van evolucionando” (Douglas, 2011, p. 30).

⁹ En el original aparece en inglés y es como sigue: “Serials tell an ongoing story with a (more or less) constant cast”. La traducción es del autor.

¹⁰ En el original aparece en inglés y es como sigue: “loose connection of episodes only bound by an overlying theme”. La traducción es del autor.

¹¹ En el original aparece en inglés y es como sigue: “oscillate between long-term story arcs and stand-alone episodes”. La traducción es del autor.

Así las cosas, en esta investigación partimos de las clasificaciones de Comparato (1999), Douglas (2011) y Schültz (2015) para definir tres tipos de narraciones seriadas: las *series*, cuando los episodios son autoconclusivos; las *seriales*, aquellas que conservan continuidad entre los capítulos y las *antológicas*, en las que cada capítulo es independiente en historia y personajes y la conexión la da el tema central.

1.1.3 Las series en la web: historia de la producción de un nuevo formato

Hasta este momento hemos hecho un recorrido por la historia de la serialidad narrativa con un enfoque en la televisión como medio principal. Sin embargo, y como lo anunciamos páginas atrás, las etapas de la televisión (*paleo, neo, híper*) explican la evolución de las series, no solo en épocas sino en plataformas. Con las posibilidades ofrecidas por la web, asimismo, adquieren otras identidades. De ahí que sea importante hablar, a partir de este punto, de las series en contextos web.

La realización y distribución de producciones audiovisuales serializadas por medio de la web comienzan a mediados de la década de los años 90 con *The Spot* de la NBC (Niqui, 2014; Segarra-Saavedra et al., 2016). Se trataba esta de una producción tipo *soap opera* que contaba la vida de cinco jóvenes de Santa Mónica, California. *The Spot*, proyecto creado por el realizador audiovisual Scott Zakarin, durante sus dos años de permanencia en la web llamó la atención de miles de usuarios quienes la seguían por las posibilidades audiovisuales y de interactividad que tenía.

A pesar del limitado acceso a la web, propio de la primera década de su creación, y gracias al éxito en la red que tuvo *The Spot*, una agencia de publicidad neoyorkina lanzó un año después *The East Village*, una serie de ficción hecha exclusivamente para ser vista por la web y que contó con un presupuesto superior a los 200.000 dólares (Niqui, 2014). Según Chwastiak,

The East Village fue un tipo de imitación de la *webserie The Spot*: “Más interesante que sus raíces o su presupuesto es el hecho de que su creador lo lanzó sin patrocinadores alineados en absoluto. Su plan era reunir a los anunciantes después de que la web estuviera en marcha” (1998a).¹²

Posterior a estas obras audiovisuales serializadas para la red fueron apareciendo otros como *Grape Jam*, creada por el mismo Zakarin; *The Pyramid*, *Eon-4*, que es considerado el primer seriado para la web de ciencia ficción, y *Homicide: Second Shift* creado en 1997 (Gillan, 2010). De esta última dice Niqui:

[Se trató de una serie para la web] que tenía relación con una serie de televisión, la policiaca *Homicide: Life on the Street* (1993), emitida por la NBC (1938). La *webserie* mostraba el trabajo de los detectives de la brigada de homicidios que trabajan en el segundo turno, cuando los detectives protagonistas de la versión televisiva estaban en sus casas. Algunas de las historias criminales se aprovechaban para las dos versiones. (2014, p. 63)

Según Chwastiak (1998b), la naciente producción audiovisual en serie para la web permitió que naciera *American Cybercast*, considerada la primera compañía dedicada exclusivamente a la creación de este tipo de contenidos web. El auge de audiovisuales serializados para contextos cibermediales fue tal que para 1998 existían alrededor de 100 en la plataforma *Yahoo*. Inclusive con la cantidad de obras en la web, a tres años de realizarse la primera serie, ya se hacían recomendaciones de producción. Ejemplo de ello se encuentra en el

¹² En el original aparece en inglés y es como sigue: “it was a slicker, better product (in my opinion). More interesting than its roots or its budget is the fact that its creator launched it with no advertisers lined up at all. His plan was to gather advertisers after the Village was rolling”. La traducción es del autor.

blog semanal de Mark Chwastiak en el que ofrece recomendaciones a los interesados en incursionar en la creación de lo que él denominó *cybersoaps*.

Se necesita una extraña mezcla de habilidades; capacidad de escritura, artes fotográficas y diseño de sitios web para lograr un cibersoap realmente elegante. Pero hay más cuestiones a tener en cuenta antes de dirigirse a las ondas digitales para navegar hacia la fama de los episodios web. Para los escritores, este es un medio completamente nuevo; ¿Qué dificultades de escritura puedes encontrar? ¿Qué hay para ayudar a su historia de una manera que la "ficción regular" nunca podría? Desde el punto de vista comercial, ¿cómo puede generar dinero de estas empresas para apoyarlos? ¿Patrocinios? ¿Comercio electrónico? (Chwastiak,1998b)¹³.

Después de 2005, y gracias a la popularización de *YouTube* como el repositorio de videos más grande del mundo (Jenkins, 2009), la producción de *webseries* empieza a crecer, entre otras cosas, gracias a la posibilidad de consumo y distribución gratuita de material audiovisual y al fácil acceso a cámaras de grabación de video, que cada vez se hacían más populares incorporadas a teléfonos celulares.

Estos hechos, sumados a que durante el primer lustro de funcionamiento de *YouTube* solo se podía subir 10 minutos de material, favorecieron las producciones de corta duración. No obstante, para Niqui, el tiempo de las producciones para la web se adecuó “al tiempo de consumo de las personas, [...] a la carencia de banda ancha [...] y a que para un creador amateur o profesional que disponga de un bajo presupuesto, hacer una pieza breve es casi su única opción

13 En el original aparece en inglés y es como sigue: “ It takes a strange mix of skills; writing ability, photographic arts, and web site design to pull off a really slick cybersoap. But there are more issues to consider before heading into the digital waves to surf your way to webisodic fame. For writers, this is an entirely new medium; What writing pitfalls can you encounter? What's in place to help your story in ways that "regular fiction" never could? From the business side, how can you generate money from these ventures to support them? Sponsorships? Ecommerce?”. La traducción es del autor.

realista” (2014, p. 11-12). Con este escenario, y en un contexto de crisis financiera propio del fin de la primera década del siglo XXI (Galán y Del Pino, 2010), la producción web serializada poco a poco se fue posicionando a nivel mundial como una alternativa más barata para la realización audiovisual.

1.1.3.1 La producción webserial en Latinoamérica. En Iberoamérica, la primera serie web fue creada en México. *Historias de Culpa* (2000) era una serie tipo novela para la web que contó con 82 segmentos audiovisuales a manera de serie de tipo antológica de cinco minutos cada uno. Esta webnovela fue creada por el dramaturgo y poeta mexicano Miguel Sabido y producida para el desaparecido portal Alo.com (Viguri, 2014). Más adelante, en el 2002, se produjo en Argentina el audiovisual serializado en técnica de animación *Alejo y Valentina*, una producción independiente que, en clave de comedia, apareció en el portal www.locosart.com.ar. De este portal hoy día no hay registro porque que gracias al éxito en número de espectadores fue adquirido por el canal MTV que lo transmitió desde el 2005 y retransmitió en 2017 para varios países de Suramérica.

El fenómeno de la producción de series web en Latinoamérica ha ido en aumento desde que se registraron la primeras producciones. Aunque en los primeros tres lustros del siglo XXI, el número de realizaciones crecía de forma constante, la realización se incrementó prácticamente el doble en 2015 con respecto al año anterior. Precisamente a partir de ese momento, la producción de países como Brasil, Argentina, Colombia, México y Chile alcanzó 88% de la producción total de toda la región. (Montoya, 2017)

En este periodo, aparecieron productoras, agencias y canales dedicados exclusivamente a la producción de series web. Es el caso de UN3TV, un canal en *YouTube* de la Universidad 3 de Febrero de Argentina que comenzó a emitir/producir en 2013 y en cinco años había realizado

más de 120 series web. También resalta el desarrollo académico y de producción realizado en Colombia por Universidades como EAFIT en Medellín, UTP en Pereira y UNAB en Bucaramanga, que dentro de sus cursos de producción de televisión incentivaron la realización de series web. Precisamente, en el caso de la Universidad EAFIT a través de su laboratorio de experimentación en nuevos medios, se desarrolló el *MediaLab Webseries*, un espacio de producción de series web adscrito al currículum de la carrera de Comunicación Social que semestralmente produce de tres a cinco series web. Este proyecto académico dio origen al Festival Internacional de Series web de Medellín (FISMED).

Paralela a estas prácticas académicas, en Latinoamérica también se destaca la incursión de la industria audiovisual en la producción del formato, como sucedió con Caracol *webseries*, un espacio de producción de contenidos seriados para la web propiedad del conglomerado de medios colombiano Caracol y Udisea, la división de series web del canal Univisión.

1.1.3.2 Las *webseries* en Colombia. Por lo que respecta al país en el que centramos esta investigación, en el año 2000 de manera independiente, en formato animación y bajo el género comedia, se creó la serie *4 Extraños en DC*¹⁴, que relata la historia de cuatro jóvenes provenientes de diferentes regiones de Colombia que comparten residencia en Bogotá, la capital. Esta producción de carácter seriado inicialmente fue emitida por la televisión nacional dentro de un programa del Canal RCN y luego, en 2008, empezó a distribuirse por *YouTube*, plataforma en la que se registraron publicaciones de capítulos hasta el 2020.

Asimismo, otro de los productos audiovisuales que se considera precursor del formato *webserie* en Colombia fue *Almas perdidas* (2008), una serie compuesta por 13 capítulos de tres minutos cada uno con una estructura interactiva, en la que se le permitía a los usuarios escoger

¹⁴ En la página web de la serie se puede reconocer la historia de esta producción. <https://4extranosendc.com/>

las rutas del relato. La producción estuvo a cargo de la extinta plataforma web *e-nnovva*, división digital del Canal RCN, uno de los medios de comunicación más importantes del país (Angarita, 2008).

Entre el 2008 y el 2011 se realizaron cinco *webseries* en Colombia, algunas de ellas con varias temporadas, todas en clave de comedia y en su mayoría creadas por colectivos audiovisuales. Posterior al 2012, algunas series web colombianas como *Susana y Elvira* (2012), *Adulto Contemporáneo* (2013), *Vida Pública* (2013) y *Entre Panas* (2014) destacaron por alcanzar más de un millón de visualizaciones. Estas obras, además, contaron con mayores presupuestos, apoyos de productoras profesionales y agencias publicitarias. (Montoya, 2017; 2020)

En Colombia, como en otros países de la región, la curva de producción de *webseries* creció de manera notable entre 2014 y 2015. A pesar de que la industria colombiana puso un pié en la producción de estas obras, el formato siguió constantemente siendo producido por aficionados, sobretodo por estudiantes realizadores de *webseries* desde centros universitarios. (Montoya, 2017)

1.1.4 El concepto: hacia una consolidación del término webserie

Como se planteó con anterioridad, la producción de *webseries* en el mundo nace en 1995 con *The Spot* que, según los analistas de medios de la época fue revolucionaria, porque instaló un nuevo género de emisión episódica basado en la red mundial (Clark, 1997).

Precisamente esta producción seriada para la web y la creación de la compañía *American Cybercast* permitieron acuñar el término de *webisodics* para la nueva forma de producción audiovisual en internet. Cabe destacar que, en las publicaciones de medios de la época, se usaban

también términos como *on-line dramas*, *soap operas on the web* (Copeland, 1997), *on-line soap operas* (Clark, 1997) y *cybersoaps* (Chwastiak, 1998a).

El término *cybersoap*, que acuñó Chwastiak, tuvo eco en otros productores y analistas de medios digitales como Aquilina (1999), quien también lo usó para denominar las publicaciones seriadas en la web que cada vez llegaban con más fuerza a audiencias adolescentes. Pero fue la misma Aquilina quien además llegó a utilizar el término *webserie* cuando describió el negocio de la producción audiovisual serializada que incluía programación web y que ponía a converger distintas áreas: creación de historias, desarrollo web, distribución, mercadeo y posibilidad de transferencia a otros medios: “Parece haber una tendencia incipiente en la industria de desarrollar conscientemente personajes y series web que sean fácilmente transferibles a otros medios” (Aquilina, 1999).¹⁵

Hasta ese momento, las formas de denominación de audiovisuales seriados para contextos web estuvo a cargo del campo de la producción y los medios de comunicación, pues solo hasta 2003 se comienza a tener reportes desde la academia en torno al fenómeno. Es así como Seiter en su texto *Television and the Internet* (2003) da cuenta de las *ciber-soap operas* (p. 95) cuando describe los nuevos géneros y formatos de la televisión y la radio que emigraron a la web con bastante éxito.

Posterior a este primer acercamiento a la denominación desde la academia, otros autores (Adelantado, 2009; Lloret y Canet, 2008) continuaron con la definición que al parecer tomaban de la industria. Sin embargo, el apelativo seguía en discusión, pues además de la idea de *ciber-soap operas* (Seiter, 2003), aparecieron las nociones de *fan film serie* (Strangelove, 2010), *ciberserie* (Adelantado, 2009; Lloret y Canet, 2008; Ruano, 2009) y de *webserie*, primero en la

¹⁵ En el original aparece en inglés y es como sigue: “There seems to be a budding industry trend to consciously develop Web characters and series that are easily transferable to other media. ”. La traducción es del autor.

industria y los medios (Brophy-Warren, 2009) y posteriormente en la academia (Diego-González y Herrero-Subías, 2010; González de Garay, 2009; Sáez, 2010; Simelio, 2010).

Como vemos, en el contexto académico, antes de llegar al consenso de definir las obras serializadas en internet como *webseries*, se les llamó ciberseries que, según Lloret y Canet, se definían como:

Producciones hechas y pensadas para la red que presentan estructura serial, multiplicidad de núcleos narrativos y un despliegue de recursos retóricos específicos que permiten actualizar los avatares de la ficción con el fin de capturar y mantener la atención del receptor capítulo a capítulo [...] cada episodio tiene una duración entre un minuto y cinco, las ciberseries presentan una periodicidad en la mayoría de los casos semanal y van dirigidas a un target muy determinado, jóvenes adolescentes que frecuentan portales de entretenimiento. (Lloret y Canet, 2008, p. 8)

La definición de *ciberserie* para Lloret y Canet, coincide con la propuesta un año después por Adelantado (2009), basada en “duraciones breves que no demandaran una atención sostenida” por parte de los usuarios, al ser consumidas en “dispositivos que facilitaran la movilidad, los desplazamientos y los momentos de espera” (p. 42).

Sin embargo, el término *ciberserie* en la academia pronto fue reemplazado por el de *webserie*, quizás porque a medida que la producción de estos contenidos crecía en plataformas como *YouTube*, los mismos realizadores utilizaban el término para categoría de búsqueda o etiqueta. De hecho, la exitosa serie web *The Guild* (2007) fue denominada “*comedy web series webisode funny sitcom* [...]”¹⁶

¹⁶ *The Guild* se considera uno de los éxitos en *webseries* porque sus capítulos en algunas oportunidades superan los 6 millones visualizaciones. Empezó como un proyecto independiente rechazado como serie para la televisión tradicional (Day, 2015) y a partir de la segunda temporada contó con la financiación de Xbox. Al final, la serie web contó con seis temporadas. Para acceder a la serie web se puede consultar en

A pesar de este reemplazo de términos, la manera de definición del formato se mantuvo en los primeros aportes académicos relacionados. Para López “las *webseries* se caracterizan por estar compuestas de una serie de episodios de corta duración y cuyo público objetivo o target es, principalmente, los internautas” (2010, p. 2). Sin entrar mucho en detalles sobre el formato, esta definición remite a un estadio similar al de Lloret y Canet.

Uno de los elementos comunes en las primeras conceptualizaciones sobre la webserialidad tuvo que ver con la característica tiempo, quizás por un afán de buscar como sucedía tradicionalmente con la televisión, clasificaciones temporales más uniformes o constantes. Justamente como lo vimos en Lloret y Canet (2008), y más adelante sugieren también otros autores (Hernández, 2011; López, 2010), los máximos de duración por episodio al principio rondaban los diez minutos, probablemente por las razones técnicas de la plataforma *YouTube* antes descritas, o por aspectos más perceptivos, como la capacidad de concentración de las audiencias actuales. Así, de hecho, lo advierte Yolanda Barrasa: “millones de nativos digitales que no pueden concentrarse más de diez minutos en una sola cosa, les han exigido contundencia [...] y es allí donde las series web han respondido a las necesidades de ese nuevo espectador” (Barrasa, 2015, p. 1).

Por otra parte, con posterioridad a la primera década del siglo XXI, se han formulado conceptualizaciones sin la condición del tiempo, como se evidencia en casos descritos por Hernández (2011), quien después de hacer una revisión de la producción web serializada durante los primeros años del siglo en España, informa que las *webseries*, superado el limitante del tiempo en *YouTube*, pueden contener episodios con duraciones mayores a los diez minutos.

Específicamente, Hernández en su definición sobre el formato, plantea que se trata de “todos aquellos seriales de ficción audiovisual creados para ser emitidos por internet, con una unidad argumental, una continuidad (al menos temática) y más de tres capítulos” (Hernández, 2011, p. 92). Si bien la noción de Hernández no considera la característica tiempo dentro de su definición de *webserie*, es importante mantenerla como categoría, no para indicar rangos específicos que deben cumplir las series, sino para diferenciarlas de las series audiovisuales de la televisión tradicional o de plataformas *OTT* tipo *Netflix*, *Prime Video*, etc. Así, mientras en las series tradicionales los tiempos deben ser iguales entre capítulos, en las series web, los *webisodios* pueden tener duraciones variadas. Esto se verá con nitidez en el trabajo empírico de esta investigación.

Desde ese orden de ideas, a efectos de este estudio, concebimos las *webseries* como todas aquellas producciones audiovisuales con estructuras narrativas serializadas [transversales, autoconclusivas o antológicas], de ficción o no ficción, creadas para ser emitidas por internet con al menos tres capítulos, cada uno de ellos con duraciones temporales que pueden ser variables.

1.2 Informática y video: la web como plataforma

Para Davis (1997), la creación del lenguaje audiovisual (v.g., cine, televisión y video), fue uno de los desarrollos más importantes del siglo XX porque permitió la invención de un tipo de escritura semasiográfica, basada en signos, por medio de la cual nos comunicamos los seres humanos independientemente de las barreras idiomáticas. Sin embargo, el hecho clave dentro del desarrollo de este tipo de lenguaje audiovisual de las *webseries* lo proporcionó la web y el posterior desarrollo de tecnologías que permitieron que la producción de contenidos audiovisuales estuviera al alcance de cualquier persona. En palabras de Davis, “la idea de la computación en sí misma, fue el más significativo avance en el desarrollo de sistemas de

escrituras tanto para tecnologías de escritura *semasiográfica* como *glottográfica*” (1997, p. 45)¹⁷, estas últimas referidas a las lenguas habladas, lo que incluye las fonográficas y logográficas.

Esta idea de Davis sugiere la importancia de la convergencia que representan los nuevos medios, también descrita por Manovich (2017) cuando relata la historia de las tecnologías informáticas o de computación y de medios para la creación. Según Manovich, ambas tecnologías aparecieron por separado en el siglo XIX, pero se unieron en el XX con la invención del computador como lo conocemos hoy.

[...] asistimos al auge de las modernas tecnologías mediáticas que permiten guardar imágenes, secuencias de imágenes, sonido y texto, por medio de diferentes formas materiales: placas fotográficas, películas, discos, etcétera. ¿cuál es la síntesis de estas dos historias? La traducción de todos los medios actuales en datos numéricos a los que se accede por medio de los ordenadores. (Manovich, 2017, p. 65)

Así, los nuevos medios permitieron no sólo la convergencia de tecnologías informáticas y de expresión, sino que abrieron las posibilidades para que esa idea de receptor/público/audiencia propia de los medios tradicionales, cambiara por usuario/prosumidor que hoy es lugar común. Ya lo adelantaba Davis en la última década del siglo XX, cuando entendía que la importancia de la computación y la red radicaba, por una parte, en la creación de tecnologías de escritura y, por la otra, en permitir que esta escritura fuera producida también por los usuarios. Las palabras premonitarias de Davis en 1997 ya sugerían que la computación no sólo permitiría escribir con imágenes, sino que ello sería una acción cotidiana para cualquier persona:

17 En el original aparece en inglés y es como sigue: “the most significant advance in the development of writing technology for both glottographic and semasiographic writing systems (even more so than the invention of motion pictures), is the idea of computation itself.” La traducción es del autor.

Cuando las herramientas y la infraestructura estén en su lugar para permitir un uso doméstico barato y efectivo de las herramientas de anotación, recuperación y reutilización de videos en el hogar, los garajes del mundo serán los sitios del "*New New Hollywood*" que crearán cientos de millones de canales de contenido de video. Las condiciones de producción y uso habrán cambiado de manera tal que un gran grupo de aficionados y usuarios domésticos estarán haciendo videos regularmente que puedan competir en el mercado de información de las computadoras en red [...] en las próximas décadas el poder de producción y distribución de los estudios de Hollywood, las redes de televisión y las casas de archivo residirán en los escritorios de las personas y en sus garajes. (Davis, 1997, p. 48)¹⁸

Esta idea que, según Davis, se daría en las siguientes cinco décadas, se consolidó mucho antes gracias a la evolución de la web, el desarrollo de tecnologías móviles y la emergencia de plataformas de distribución de contenidos, como mencionamos en la introducción de este trabajo. Fue así como a mediados del 2005 aparece *YouTube*, un espacio en la web que fijó el *ethos* de la cultura de participación: “inspirar un nuevo tipo de subjetividad que transformó a todos los consumidores en autores potenciales” (Jenkins, 2009, p. 116).

1.2.1 YouTube: otras formas de consumo y participación

1.2.1.1 Un poco de historia. En febrero de 2005, Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim crearon *YouTube* con la idea de que fuese una plataforma web para citas entre personas,

18 En el original aparece en inglés y es como sigue: “When the tools and infrastructure are in place to enable cheap and effective home use of video annotation, retrieval, and repurposing tools, the garages of the world will be the sites of the “New New Hollywood” creating hundreds of millions of channels of video content. The conditions of production and use will have changed such that a large group of amateurs and home users will be regularly making video that can compete in the information marketplace of networked computers. [...] in the next decades the production and distribution power of Hollywood studios, television networks, and stock footage houses will reside on people’s desks and in their garages.” La traducción es del autor.

que permitiera la posibilidad de que, en lugar de fotografías, los usuarios subieran videos para presentarse (Burgess y Green, 2009; Marsé, 2012). La primera interfaz que tuvo *YouTube* se componía de cinco secciones: un *home* para el ingreso del nombre de usuario y contraseña, un espacio para el perfil, los mensajes que se recibían de otros usuarios, el repositorio de videos propios y el repositorio de los videos de usuarios favoritos¹⁹.

Sin embargo, esta idea de ser un espacio para conectar personas pronto cambió, gracias a la creatividad de los propios usuarios, quienes empezaron a utilizar la opción de compartir sus videos mediante enlaces que ponían en otras plataformas. Luego, el crecimiento de *YouTube* fue muy rápido pues sus enlaces aparecían por toda la web. Esta situación fue comprendida rápidamente por sus creadores, quienes en pocos meses cambiaron totalmente la interfaz y lanzaron el primer *slogan*: “*Your digital video repository*”²⁰, una frase que dejaba claro el nuevo sentido de la plataforma. Pronto esa frase fue reemplazada por “*Upload, tag and share your videos worldwide!*” y, pocos meses después, aparecería la reconocida “*Broadcast yourself*”.

La nueva interfaz que proponía *YouTube*, más parecida a la que conocemos actualmente, no requería que los usuarios entraran con nombres y contraseñas, lo que hizo cada vez más accesible el sitio a cualquier persona. Este hecho facilitó el tránsito de usuarios que no sólo accedían para ver videos de otros, sino para producirlos. Inclusive la plataforma se hizo muy popular entre adultos al punto que el primer *YouTuber* reconocido fue Peter Oakley, un hombre de 80 años que entre agosto de 2006 y febrero de 2014 publicó historias de su vida²¹. El interés que despertó *YouTube* entre los miles de usuarios, hizo que, en octubre de 2006, *Google* se

19 Pantallazo de la primera versión de *YouTube* en abril de 2005 y tomado de la plataforma Wayback Machine <https://web.archive.org/web/20050428014715/http://www.YouTube.com/>

20 Pantallazo de la segunda versión de *YouTube* de Junio de 2005 tomado de Wayback Machine <https://web.archive.org/web/20050428014715/http://www.YouTube.com/>

21 El canal de Peter Oakley quien se hacía llamar geriatric1927 almacena más de 400 videos y 85000 suscriptores. Aunque el hombre falleció en 2014 el sitio aún se conserva en la plataforma <https://www.YouTube.com/channel/UC9pKXHIBEXXelvUgyNlStMw>

convirtiera en su nueva propietaria, al pagar 1650 millones de dólares por ella (Bañuelos, 2009; Burgess y Green, 2009).

1.2.1.2 Los cambios que promovió *YouTube*. Al principio, *YouTube* se instaló en el imaginario colectivo como una plataforma para aficionados, pero a medida que crecía el interés del público general fue convirtiéndose en un espacio atractivo para la industria. Sin embargo, como alertan Burgess y Green (2009), la convivencia entre industria y aficionados no implica necesariamente convergencia. De hecho, pensarlo así es una reducción en la comprensión del fenómeno que representa esta plataforma.

YouTube se imagina como un espacio donde estas dos categorías coexisten y chocan, pero en realidad no convergen: donde se encontrarán formas familiares de contenido de medios de comunicación junto con rarezas de aficionados; donde la televisión, el cine, los videos musicales y la publicidad aparecen junto a producciones de dormitorio, sala de juntas o patio trasero. Esta dicotomía entre el contenido "creado por el usuario" y el "medio tradicional" es, por supuesto, problemático para entender *YouTube* como un sitio de nuevas convergencias y mutaciones de estas categorías, por lo que emplearlo analíticamente (como lo hemos hecho) es una simplificación excesiva. (Burgess y Green, 2009, p. 41-42)²²

La investigación de Burgess y Green buscó caracterizar la producción hallada en *YouTube* cuatro años después de su lanzamiento. El trabajo, de corte cuantitativo, permitió identificar que más de la mitad de la producción provenía de fuentes aficionadas entre las que

²² En el original aparece en inglés y es como sigue: “*YouTube* is imagined as a space where these two categories coexist and collide, but do not really converge: where familiar forms of mass media content will be encountered along- side amateur oddities; where television, cinema, music videos and advertising, appear next to bedroom, boardroom, or back-yard productions. This dichotomy between the ‘user-created’ and ‘traditional media’ content is of course problematic for understanding *YouTube* as a site of new convergences and mutations of these categories, and so employing it analytically (as we have done) is an oversimplifying.” La traducción es del autor.

destacaban *video logs (vlogs)*, videos musicales de aficionados, entrevistas, *reviews* de juegos e historias guionizadas en técnicas de animación, *machinima* y video tradicional. En lo que respecta a la producción industrial, un gran porcentaje de este material provenía de fuentes *amateurs* quienes subían videos extraídos de *DVD*, medios tradicionales u otras fuentes de la industria, lo que sugería que *YouTube* había cambiado el modelo de consumo de medios, “que pasó de ser una actividad de ‘solo lectura’ a convertirse en una de ‘lectura-escritura’” (Burgess y Green, 2009, p. 48).²³

El hecho de que los usuarios aficionados tuvieran mayor presencia en la creación de videos en *YouTube*, no significaba que la plataforma necesariamente habría creado este fenómeno, pues como lo sugieren diversos autores (Chalfen, 1975; Davis, 1997), eso pasaba desde los años 70 del siglo XX con la popularización de cámara portátiles. Uno de los cambios principales en el audiovisual que generó *YouTube* fue, como lo plantea Jenkins (2009) modificar los contextos de circulación y recepción.

Tales obras ahora llegan a un público más amplio a través de sus canales de distribución; existen sistemas de crítica que centran la atención en obras interesantes y emergentes; hay personas dispuestas a buscar y participar con contenido no comercial; y los consumidores están conversando entre ellos produciendo videos. (Jenkins, 2009, p. 113)²⁴

Además, *YouTube* consolidó las formas de consumo audiovisual que hoy son comunes a través de plataformas *OTT* y que ya se producían a finales del siglo XX. “Las videograbadoras y las grabadoras de video digital, permitían a los espectadores elegir cuándo ver un programa. No

23 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Media consumption, under such a model, has moved away from being a ‘read-only’ activity to becoming a ‘read-write’ one.” La traducción es del autor.

24 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Such works now reach a larger public via its channels of distribution; there are systems of criticism which focus attention on interesting and emerging works; there are people willing to seek out and engage with non commercial content; and consumers are conversing with each other by producing videos.” La traducción es del autor.

obstante, lo que es más importante para la construcción narrativa, los espectadores podían ver episodios o segmentos para analizar momentos complejos” (Mittell, 2006, p. 31).²⁵ Estas prácticas, quizás comunes para quienes poseían esas tecnologías, se popularizaron gracias a *YouTube*, de ahí el nacimiento de nuevos modelos de recepción audiovisual propios de estos tiempos como el consumo a la carta y el *binge-watching* (Hernández y Martínez, 2017).

Sumado a los cambios en las formas de circulación y recepción implantadas por los medios tradicionales, el fenómeno *YouTube* consolidó “como un paradigmático ejemplo de un entorno comercial híbrido donde la producción de contenido generado por el usuario está vinculada de manera eficiente a formas de monetización” (Arthurs et al., 2018, p. 7).²⁶

Para Strangelove (2010), la evolución de *YouTube* respaldó la cultura de participación al impulsar a los usuarios a una doble posición de consumidores y de productores. A pesar de ello, esta idea de una real cultura de la participación promovida por *YouTube* es debatida por Jenkins, quien plantea que, “como canal, *YouTube* es participativo, pero carece de mecanismos que puedan fomentar la diversidad real o el intercambio de ideas” (Jenkins, 2008b, s.p)²⁷.

En el año 2021, *YouTube* es el segundo sitio web más visitado del mundo, superado por *Google*, su propietaria. Cuenta con más de 2 mil millones de usuarios y se encuentra en 100 países en 80 idiomas, lo que le permite llegar al 95% de la población de internet. Cada día se suben en la plataforma alrededor de 720 mil horas de video y en el mismo lapso de tiempo se reproducen 1000 millones de horas de video. (Blog.youtube, 2021)

25 En el original aparece en inglés y es como sigue: “technologies like VCRs and digital video recorders enable viewers to choose when they want to watch a program, but, more important for narrative construction, viewers can rewatch episodes or segments to parse out complex moments.” La traducción es del autor.

26 En el original aparece en inglés y es como sigue: “*YouTube* is now characterized as a paradigmatic example of a hybrid commercial environment where user-generated content production is efficiently tied to forms of monetization”. La traducción es del autor.

27 En el original aparece en inglés y es como sigue: “*YouTube* is a participatory channel but it lacks mechanisms which might encourage real diversity or the exchange of ideas”. La traducción es del autor.

En resumen, *YouTube* ha marcado un antes y un después en el consumo, circulación y participación en medios audiovisuales. En el consumo, porque estabilizó otras dinámicas de la recepción en diferido que permitían de una manera limitada las tecnologías de almacenamiento audiovisual. En la circulación, porque permitió la distribución ampliada de producciones *amateurs* y en la participación, porque reducida o no, posibilitó la interacción entre usuarios —aficionados y profesionales— en torno a los contenidos audiovisuales.

Finalmente, cabe la mirada sobre *YouTube* como un *nuevo medio* como propone Manovich (2017), pues esta plataforma producto de la convergencia entre tecnologías computacionales y mediáticas es el resultado de *códigos digitales*, que bajo una estructura *modular* es muchas plataformas a la vez: repositorio, porque posibilita el consumo audiovisual y sonoro; red social, por las capacidades de integración de usuarios a través de la promoción de seguidores, *likes* y comentarios y canal de televisión por sus oportunidades de transmisión en directo de imágenes a distancia.

En esa misma línea, además de ser un producto de la informática, *YouTube* tiene la capacidad de *automatización* y *variabilidad* propia de los nuevos medios. Al poseer inteligencia artificial, facilita la búsqueda de contenidos, subtitula narraciones sonoras y organiza los consumos por usuario, además de estar en un permanente cambio tanto de su interfaz como de sus posibilidades de uso.

Por último, *YouTube* es un producto de la *transcodificación*, porque como nuevo medio es el resultado de la integración de dos capas: la cultural y la informática que juntas dieron lugar a una nueva cultura del consumo, la circulación y la interacción de las personas en torno a los contenidos audiovisuales.

1.2.2 Las pantallas como lugar de convergencia

Hasta este punto dimos cuenta de los dos aspectos principales con los que abordamos este capítulo: las narrativas audiovisuales serializadas y *YouTube* como plataforma web. A manera de cierre de esta primera parte es necesario abordar el tema de las pantallas de los dispositivos móviles como lugar donde estos dos aspectos convergen.

Lev Manovich (2017) en sus estudios sobre los nuevos medios define las pantallas como aquellas interfaces que median “la existencia de otro espacio virtual, de otro mundo tridimensional, que está encerrado en un marco situado dentro de nuestro espacio normal” (p. 147). La pantalla como superficie plana y rectangular divide dos espacios totalmente diferentes.

La cultura visual del periodo moderno (Manovich, 2017), entendida en general “como las prácticas de ‘visualidad’; y espectro de artefactos visuales” (Hernández, 2005, p. 13), ha puesto de relieve la imagen, desde la pintura al cine, y ha supuesto la existencia de diversas pantallas: las clásicas como el cuadro “pensado para una visión frontal [...] que actúa como una ventana abierta a otro espacio, el espacio de la representación” (Manovich, 2017, p. 147). Según Manovich, un estadio posterior a la pantalla clásica dio origen a la pantalla dinámica, que conserva las características de su predecesora pero que añade la posibilidad de que las imágenes cambien en el tiempo. Hablamos, por supuesto, de la pantalla de cine, televisión y video. (Manovich, 2017)

El desarrollo de las tecnologías de la computación permitió adoptar la metáfora de las pantallas -clásica y dinámica-, para desarrollar, con la llegada del monitor, lo que Manovich define como pantalla en tiempo real (2017, p. 151). Ésta, a diferencia de la pantalla dinámica, ofrece la oportunidad de visualizar las actualizaciones que el usuario hace en un momento determinado, es decir “la pantalla en tiempo real se volvía interactiva” (Manovich, 2017, p. 155).

Para Manovich, el desarrollo de dispositivos de simulación como la realidad virtual introdujo otro tipo de interfaz distinto al de las pantallas. Es el caso de las gafas que rompen la idea de cuadro delimitador y permiten al usuario que las imágenes ocupen por completo su campo visual.

Por otra parte, al revisar las pantallas como interfaces para la mediación de los usuarios con las imágenes, Martín (2014) clasifica las pantallas para el contexto audiovisual en cuatro tipos según los medios: 1), cine; 2), televisión y video; 3), ordenador e internet y 4), tabletas y dispositivos móviles. Precisamente sobre estas últimas, las cuartas pantallas, el investigador enfatiza que se trata de interfaces que dieron cabida a nuevos formatos propios de la web entre los que destaca las “ciberseries (*webseries*) o ciberseries flash, cómics interactivos, trailers digitales, videoclips interactivos, *webdocs*, etc” (Martín, 2014, p. 346).

La importancia de las llamadas cuartas pantallas frente a sus predecesoras se explica por las características particulares que desarrollen los contenidos audiovisuales, que ahora “deben adaptarse a un nuevo contexto para generar experiencias atractivas para los usuarios” (Martín, 2014, p. 48). De ahí que los contenidos desarrollados para este tipo de pantallas, como es el caso de las series web, deben tener en cuenta nuevas condiciones como la movilidad y ubicuidad, la conectividad, las posibilidades de interacción mediante controladores táctiles y acelerómetros y la toma de conciencia del contexto situacional de los usuarios. (Martín, 2014)

Desde este orden de ideas, en el contexto de las series web, el estudio de las pantallas, y sobre todo las de tiempo real (Manovich, 2017) o las cuartas pantallas (Martín, 2014), permiten indagar por las nuevas características que deben tener los contenidos audiovisuales, porque producir series que requieren de la web y de dispositivos computacionales (ya sea computador,

tablet, smartphone o smart tv), obliga a los realizadores a pensar en otros relatos que se adapten a los nuevos medios.

En síntesis

El estudio de las narrativas serializadas audiovisuales en contextos web evidencia, por una parte, la necesidad de acometer un arduo proceso de comprensión de un nuevo medio como es el caso de *YouTube*, y por la otra, la creación de narrativas más complejas. Para resumir lo esencial de este capítulo es preciso volver a las certeras palabras de Mittel (2006):

Ha surgido un nuevo paradigma de narración televisiva de las últimas dos décadas, con una reconceptualización de los límites entre formas episódicas y seriales, un aumento grado de autoconciencia en la mecánica de contar historias, y demandas para una mayor participación del espectador centrada tanto en placeres diegéticos como en conciencia formal²⁸ (p. 38-39).

Mittell considera clave en esta complejidad narrativa de las series de los últimos años, el aporte que han hecho las industrias y tecnologías de los medios, las técnicas creativas y las prácticas de la vida cotidiana. Estos factores han resultado en otras formas de narración más interactivas gracias a los medios digitales y la evolución de la web “que ponen en primer plano las habilidades de comprensión narrativa y alfabetización mediática que la mayoría de los espectadores han desarrollado” (2006, p. 39).

Siguiendo a Mittell, el fenómeno de la serialidad en tiempos de convergencia debe ser analizado no sólo a partir de la narratología formal sino también de otros métodos, que permitan

28 En el original aparece en inglés y es como sigue: “This account of narrative complexity suggests that a new paradigm of television storytelling has emerged over the past two decades, with a reconceptualization of the boundary between episodic and serial forms, a heightened degree of self-consciousness in storytelling mechanics, and demands for intensified viewer engagement focused on both diegetic pleasures and formal awareness.” La traducción es del autor.

identificar tanto las estructuras narrativas y sus límites, como aspectos propios de la actuales industrias creativas que involucran “las innovaciones tecnológicas, las prácticas participativas y la comprensión del espectador” (2006, p. 39).

En los siguientes capítulos revisaremos, además de los estudios narratológicos y de géneros audiovisuales, otros aspectos que involucran innovaciones en las formas de narración más interactivas y las prácticas participativas y de rutinas laborales en los procesos creativos audiovisuales en el contexto de la Cultura de Convergencia. (Deuze, 2009; Jenkins, 2008)

2. El estudio de los relatos narrativos

Después de estudiar en el capítulo anterior la narrativa serial desde su historia, tipologías, comportamiento en medios audiovisuales y entornos digitales, en este apartado se profundizará en las formas y estructuras de dichas narrativas; estudio que ha sido del interés de la narratología, disciplina perteneciente a la semiótica y que tuvo particular importancia en movimientos académicos como el formalismo ruso y el estructuralismo francés.

A partir de esas ideas, en primer término se identificarán a través de los enfoques formalistas y estructuralistas algunas propuestas de análisis del relato desde la teoría de los textos narrativos. Posteriormente, se hará énfasis en las estructuras narrativas cinematográficas, que han sido del interés de creadores audiovisuales con vocación formalista. Finalmente, se indagará por las narrativas en otros medios, dado que los relatos audiovisuales en escenarios web son los protagonistas de esta investigación. En particular, se revisarán los fundamentos teóricos de la *narratología transmedial* (Ryan, 2005) que se encarga de estudiar el comportamiento de los relatos en diferentes medios.

2.1 El análisis estructural de las narrativas

El estudio de los relatos ha sido del interés de la lingüística desde la segunda mitad del siglo XX gracias a movimientos como el formalismo ruso, interesado en el desarrollo de procesos y técnicas que sirven para la descripción de la obra literaria (Todorov, 2006) y el estructuralismo francés, preocupado por el análisis de la forma narrativa (Barthes, 2012). Estos movimientos influyeron en la aparición de teorías vinculadas al estudio de los textos literarios.

En primera instancia, la teoría del *análisis estructural de la narrativa* propuesta por Todorov (2006) parte de la premisa de que “la obra será siempre considerada como la

manifestación de una estructura abstracta” (p. 80)²⁹ y que su análisis se subdivide en el estudio de la sintaxis narrativa, el estudio temático y el estudio retórico.

Particularmente, el análisis realizado por Todorov al *Decamerón* de Bocaccio le permitió identificar en sus diferentes cuentos una narrativa ideal representada a través de un ciclo de acciones que comienza por una situación estable, la aparición de algo que perturba dicha situación y el posterior desequilibrio, que luego es restablecido gracias a la presencia de una fuerza dirigida en sentido inverso (Todorov, 1971). Este ciclo de acciones se puede dar en distintos órdenes. Luego, la narrativa se encarga de la organización de las estructuras textuales y aplica tanto para textos literarios como para otros sistemas simbólicos (Todorov, 1971, p. 44). Estas estructuras comunes le permitieron a Todorov proponer distintas categorías en pro de la construcción de una teoría de la narrativa, que proporciona a su vez el conocimiento de una gramática de los relatos y que se reconoce como *narratología*, una teoría que posteriormente abordaron otros autores como Bal y Genette.

La *narratología* según Bal (2008) “es la teoría de los textos narrativos” (p. 11), un sistema capaz de describir la forma en que se constituyen dichos textos. Proveniente de la *semiótica*, se encarga del análisis estructural del relato y del estudio de cada uno de los componentes de los textos narrativos (Barthes, 2012). Para el *estructuralismo*, la narratología se compone de dos elementos fundamentales: la *historia* que aborda el contenido y el *discurso*, es decir, la expresión (Chatman, 1980). Esta idea es similar a la que propone el *formalismo* que también reconoce una composición dual: por un lado, la *fábula*, encargada del esquema

29 En el original aparece en portugués y es como sigue: “A obra será sempre considerada como a manifestação de uma estrutura abstrata”. La traducción es del autor.

fundamental de la narración, los eventos y personajes, y por el otro la *trama*, el hecho tal como es narrado. (Chatman, 1980; Eco, 1993)

El enfoque narrativo dual, *fábula y trama*, es asumido por Bal (2008), quien acepta a estos dos elementos como constitutivos de los textos narrativos. El estudio narratológico que Bal realiza hace énfasis en las *fábulas*, que según explica, están compuestas por *objetos y procesos*, los primeros entendidos como los elementos *fijos* de una historia, es decir personajes, lugares y cosas, mientras que los *procesos* se refieren a las partes *variables* de la historia, en otras palabras, los *acontecimientos*. Según la autora, “ambos tipos de elementos —objetos y procesos— son indispensables para la construcción de una fábula. No pueden operar sin su presencia mutua” (Bal, 2008, p. 155)³⁰.

Dentro del ejercicio de la construcción de una fábula, existe un ciclo narrativo que se da a partir de tres condiciones: una posibilidad, un acontecimiento y un resultado. El fin de este ciclo puede resultar positivo o negativo para el personaje.

La teoría narrativa para el análisis estructural de los relatos también fue abordada por Roland Barthes (2012). Este autor considera concepto decisivo al *nivel de la descripción*, puesto que da cuenta de la organización como esencia de todo sistema de sentido. Así, Barthes ordena el relato a partir de tres niveles interdependientes: *de las funciones, de las acciones y de la narración*.

2.1.1 Nivel de las funciones

Según Barthes (2012), hay que tener en cuenta que todo en un relato debe ser funcional, es decir, cada cosa, personaje o situación que aparece debe tener un sentido. Por eso, el análisis estructural del relato parte de la idea de que este se divide en dos clases de unidades: las

³⁰ En el original aparece en inglés y es como sigue: “Both sorts of elements – objects and processes – are indispensable for the construction of a fabula. They cannot operate without each other”. La traducción del autor.

funciones, que indican que una acción deberá tener una correlación y los *indicios*, planteamientos más o menos difusos que son necesarios al sentido de la historia. Barthes sugiere que estas dos clases de unidades permiten generar una clasificación primaria de los tipos de relatos, así “algunos relatos son marcadamente funcionales (como los cuentos populares) y, por el contrario, otros son marcadamente indiciales (como las novelas psicológicas)” (Barthes, 2012, p. 15).

La primera clase de unidades, la referida a las funciones, permite identificar que en un relato hay unidades más importantes que otras capaces de generar nudos; a estas unidades se les denomina *funciones cardinales*. Asimismo, existen funciones complementarias, que sirven para llenar el relato y que Barthes denomina *catalizadoras*. Por su parte, la segunda clase de unidades, las *indiciales*, también se compone de dos tipos: los *indicios* propiamente dichos, que refieren a significados implícitos, y los *informantes*, “que sirven para identificar, para situar en el tiempo y en el espacio” (Barthes, 2012, p. 16).

2.1.2 Nivel de las acciones

En el análisis estructural de los relatos que propone Barthes, el segundo nivel, el referente a las acciones, se ocupa de los personajes y su función dentro de la narración. Barthes parte de la idea de que “no existe en el mundo un solo relato sin personajes” (Barthes, 2012, p. 22), entendiendo que personaje no se refiere exclusivamente a personas. Así, una historia está compuesta por personajes que cumplen el ciclo narrativo: tienen una posibilidad de que un acontecimiento suceda y eso conlleve a un resultado esperado o no.

Esta teoría sobre la estructura de los relatos centrada en los personajes tuvo un importante desarrollo en el ejercicio realizado por Greimas (2012), que Barthes (2012) y Bal (2008) reconocen clave para la descripción y el análisis de las acciones dentro de una narrativa. Greimas plantea que dentro de la fábula existen diferentes clases de actores o *actantes* que cumplen

labores específicas para el desarrollo de la historia. Así, identifica que dentro de una fábula los *actantes* transitan por diversas etapas cumpliendo una serie de funciones. Además, que los diversos personajes se relacionan entre ellos a partir de *relaciones contractuales*, las mismas que cada personaje cumple desde un rol actancial específico.

Greimas ubica dentro de las fábulas tres parejas de roles en las que uno o varios actantes cumplen una función particular: 1) *fuelle vs. destinatario*; 2) *sujeto vs. objeto*, y 3) *ayudante vs. opositor* (Greimas, 2012, 59). La relación entre una pareja actancial se da a partir de una función específica. Esta idea de los roles actanciales es compartida por Bal quien la explica de la siguiente manera:

[El sujeto es] un actor X que aspira al objetivo Y. X es un sujeto actuante, Y un objeto actante [...] El dador no es en la mayoría de los casos una persona, sino una abstracción: por ejemplo, la sociedad, el destino, el tiempo, el egocentrismo humano, la inteligencia, Sin embargo, el dador se puede encarnar también en una persona [...] El destinatario suele coincidir con la persona del sujeto. Desea para sí algo o alguien. (Bal, 2008, p. 167-168)³¹

La última pareja actancial para el autor, *ayudantes* y *oponentes*, regularmente se representan a través de varios personajes que se dividen. Por un lado, los que están para ayudar al sujeto a lograr el objetivo sin importar que ellos tengan un final triste y, por el otro, quienes se oponen a que el sujeto consiga el objeto. Es importante aclarar que un actante puede ocupar uno o varios roles a la vez y un rol puede ser ocupado por uno o varios actantes. (Greimas, 2012)

31 En el original está en inglés y es como sigue: “actor x aspires towards goal Y; x is a subject-actant, Y an object-actant (...) Often the power is not a person but an abstraction – for example, society, fate, time, human self-centredness, or cleverness. The receiver may also be embodied in a person (...) the sender or power is generally a person, such as a king who under certain conditions gives his daughter in marriage to the aspiring subject”. La traducción es del autor.

2.1.3 Nivel de la narración

El tercer nivel dentro del análisis estructural de los relatos se ocupa de la narración que incluye al *dador* del relato. Barthes critica las ideas precedentes sobre el papel del narrador en el relato: primero, que un relato es emitido por una persona, es decir, hay un autor. Segundo, que quien emite esa historia es un narrador que puede estar en una doble instancia, interior (con los personajes) o exterior (cuando no se identifica con algún personaje en particular). Tercero, que cada narrador se debe limitar a observar lo que saben los personajes.

Según Barthes, esas tres ideas suponen al narrador en una relación directa con el autor y este, como persona, no permite un análisis objetivo como lo propone el estructuralismo en los relatos: “*quien habla* (en el relato) no es *quien escribe* (en la vida) y *quien escribe* no es *quien existe*” (Barthes, 2012, p. 26).

Al preocuparse por el dador del relato, en el análisis estructural se concibe la narración como un nivel superior compuesto por una serie de operadores que permiten la articulación de los dos niveles primarios: de las funciones y las acciones. Dicha articulación se da sobre la base del *dador* de ese relato (el narrador) y su destinatario (el narratario).

El análisis estructural en Barthes, como él mismo lo propone, no aplica sólo a textos escritos sino a otro tipo de soportes como la imagen fija o móvil sin importar su género narrativo. En esa línea, Gaudreault y Jost (1995) distinguen dos tipos de relatos: el oral y el escrito. El primero, de carácter inmediatesta, permite la relación entre un narrador que cuenta una historia y un narratario que la escucha. De ahí que el relato oral se da *en presencia* y en directo. Contrario a esto, el otro tipo de relato, el escrito, requiere de un intermediario entre la relación narrador-narratario. Ese mediador, según Gaudreault y Jost, puede ser cualquier soporte escritural, como el libro, la televisión o el cine. Es decir, el relato escrito es en diferido y se da en ausencia.

El estudio de los relatos cinematográficos para Gaudreault y Jost se basa en una narratología modal, que refiere a las maneras de expresión según el soporte, es decir, a las formas cómo se manifiesta el narrador, los aspectos narrativos, el manejo temporal del relato y el punto de vista. Según los autores, esta tipología narratológica permite “mediante la manipulación darle forma al relato” (Gaudreault y Jost, 1995, p. 20).

Ahora bien, para darle forma al relato es pertinente acercarnos a la teoría narratológica a través del modelo triádico de Genette (1989), en el que involucra, además del relato como nivel susceptible de análisis en la teoría de los textos narrativos, a la historia y la narración.

2.2 El Discurso del relato

El enfoque narratológico del *discurso del relato* propuesto por Genette (1989; 1998) identifica, a diferencia del planteamiento dual de los formalistas, una triada de elementos presentes dentro del conjunto del hecho narrativo en un texto de ficción: la *historia*, el *relato* y la *narración*.

Para el autor, la *historia* se refiere a los eventos narrados que existen dentro de un texto; en otras palabras: el *qué* se está contando y que supone una linealidad cronológica al tratarse de un hecho acontecido. Por su parte, el *relato* da cuenta de lo que leemos en un texto escrito escuchamos en uno sonoro o vemos en uno audiovisual. El *relato* se refiere al *cómo* se cuenta la *historia*, es decir a la forma de organización de los eventos, que puede ser cronológica tal como sucedieron los hechos o en otros órdenes temporales, según sea la intención del narrador. Precisamente, el tercer componente, la *narración*, da cuenta de ese narrador, que es el *quién* expresa los hechos ocurridos.

El *relato* se puede entender a partir de tres acepciones: como enunciado narrativo, sucesión de acontecimientos y acto de narrar (Genette, 1989, p. 81-82). Consecuentemente, de

los tres niveles (*historia, relato, narración*), es en el del *relato* donde se pueden realizar análisis textuales debido a que es el discurso materializado en un soporte escritural. “Así pues, historia y narración no existen para nosotros sino es por mediación del relato” (Genette, 1989, p. 83-84).

Desde esas ideas, en lo referente al nivel del relato existen tres categorías que sirven para analizar las relaciones que se dan entre la historia y el relato, el relato y la narración y entre la narración y la historia. Dichas categorías, que insistimos, se evidencian a partir del relato como “instrumento de estudio” son: 1) el *tiempo*, que media entre el relato y la diégesis³²; 2) los *modos*, que permiten entender las maneras de representación que se dan entre la historia y la narración, y 3) la *voz*, que se ocupa del narrador y cuál es su ubicación frente al relato.

La Figura 1 muestra los tres niveles del discurso del relato como un triángulo, en el que cada uno de sus vértices involucra un nivel. Si uno de estos dejara de existir se perdería la figura, por eso es que se decide, a partir de la propuesta de Genette, que cada uno de estos niveles son interdependientes. Asimismo, las relaciones entre los vértices se dan a través de las dimensiones (tiempo, modo, voz), que permiten la identificación de variables posibles dentro de la construcción de un relato.

³² Cuando Genette se refiere al concepto de *diégesis*, alude “al relato puro (sin diálogos), opuesto a la *mímesis* de la representación dramática y a todo lo que, por medio del diálogo, se insinúa dentro del relato, que, de ese modo, se hace impuro, es decir, mixto” (1998, p. 16). Esta definición es clave en Genette porque distingue de la *diègése* que es una noción propuesta para el relato fílmico y que no se puede utilizar como sinónimo de historia, sino del universo en el que ocurre.

Figura 1

Niveles del discurso del relato.



Nota. Representación gráfica de los niveles del discurso del relato y las relaciones que existen entre dichos niveles. Elaboración propia a partir de las nociones de Genette (1989).

2.2.1 Las dimensiones de análisis del relato: tiempo, modo, voz.

2.2.1.1 Dimensión de tiempo. Como se planteó líneas atrás, las relaciones entre el relato y la historia se dan a través del tiempo, porque un relato alude a una doble temporalidad: la que involucra a la historia, y que se da de forma cronológica y lineal según sucedieron los hechos, y la que encarna el relato en la materialización del discurso. Esta segunda temporalidad corresponde al ordenamiento que haga el narrador, que no necesariamente debe coincidir con cómo sucedieron los hechos. Así, el *tiempo del relato*, que es el que podemos analizar dentro de un texto, debe ser visto a través de tres aspectos clave: 1) las formas de *ordenamiento* de los acontecimientos y del (*pseudo*) *tiempo del relato*; 2) la *velocidad*, que funciona como una variable temporal porque se ocupa de las longitudes del relato o las velocidades con que este es

presentado, y 3) la *frecuencia*, las posibilidades de contar una o varias veces la historia dentro del mismo relato o relatar una o varias veces la misma historia.

2.2.1.1.1 Primera determinación: orden. En el relato, los eventos de una historia no tienen que ser contados de manera lineal, según sucedieron. El narrador puede empezar por el final, por el pasado o por un punto intermedio. Luego, el relato tiene la posibilidad de darle un *orden* a los acontecimientos en la diégesis y organizar el tiempo a voluntad. De ahí que el acondicionamiento del tiempo se puede dar a través de saltos temporales hacia atrás (*analepsis*) o hacia adelante (*prolepsis*). Estos movimientos son conocidos en los estudios sobre la narrativa como *anacronías* (Bal, 2008; Genette, 1989) y se entienden como “las diferentes formas de discordancias entre el orden de la historia y del relato” (Genette, 1989, p. 91-92).

Las *anacronías* son la forma más común del relato occidental, el mismo que utiliza con frecuencia la figura del *in medias res*, es decir, el que empieza el discurso a partir de un punto de clímax y regresa al pasado. En la misma línea de las *anacronías* que involucran el pasado o el porvenir de un relato es importante tener en cuenta, por un lado, las distancias que hay entre el presente y el punto en el que se encuentra la *anacronía*, es decir el *alcance*; y por otro, cuánto tiempo del relato está abarcando esa forma temporal, *la amplitud* (Genette, 1989).

Los relatos serializados, como lo veíamos en el capítulo anterior, tienen distintas posibilidades de manejo del tiempo. Por ejemplo, los relatos *antológicos*, no le ofrecen al espectador aspectos del origen de los personajes en muchas oportunidades (Calabrese, 1984). En este tipo de narraciones, el uso de las *analepsis* o *flashbacks* (Eco, 1993; Sánchez-Navarro, 2006) siempre se da dentro del tiempo de la historia que conocemos de los personajes; nunca antes. A ese tipo de *anacronía*, Genette (1989) la denomina *analepsis internas*. Por el contrario, como sucede en narraciones del tipo *serial*, al existir una continuidad narrativa, es más probable

que los relatos vayan a un pasado mucho antes del punto de inicio del relato, es decir se presentan *analepsis externas*.

Por otro lado, las *prolepsis* que son reconocidas en el campo de los estudios audiovisuales como *flash-forwards* (Sánchez-Navarro, 2006; Vilches, 2017), son anticipaciones o avances al tiempo porvenir que, como lo indica Genette (1989), no son tan comunes en los relatos occidentales como sucede con las *analepsis*.

Las *prolepsis* también se pueden identificar del tipo internas y externas a partir del límite que traza el marco temporal del relato. Cuando un punto de la historia se encuentra en una posición de tiempo posterior al del último momento del relato, se habla de *prolepsis externas*. En el caso de los relatos audiovisuales esto sucede, por ejemplo, cuando al final de la historia se presentan, regularmente a través de textos escritos, epílogos de los personajes en los que se cuentan brevemente sus vidas en el futuro. (Cuevas, 2014)

Por otro lado, las *prolepsis internas* se refieren a saltos hacia adelante en el tiempo, pero sin salirse de la amplitud temporal que instala el relato dentro de su diégesis. Genette presta especial atención a las *prolepsis internas* que “plantean la misma clase de problema que las *analepsis* del mismo tipo: el de la interferencia, el posible doble empleo del relato primero y el que asume el segmento proléptico” (Genette, 1989, p. 124).

En los estudios cinematográficos, a las anacronías tipo *analepsis (flashbacks)* o *prolepsis (flashforward)*, se suman otras figuras para el ordenamiento del tiempo de los relatos, como los *flash sideway* (Barra, 2011; Drzakowski, 2018) y los *racconto*. El *flash sideway* es una técnica narrativa que permite mostrar tiempos simultáneos o paralelos cuando el relato propone realidades alternativas a los personajes. Por su parte, el *racconto* en el campo de las narrativas audiovisuales es similar al *in medias res*, porque el relato arranca en un momento avanzado de la

historia, va al pasado y, en lugar de saltar rápidamente al punto de arranque del relato como sucedería con un *flashback*, avanza más o menos cronológicamente hasta el final. (Bal, 1990)

En síntesis, la primera determinación dentro de la dimensión *tiempo* es el *orden*, que supone la organización temporal de la historia respecto al relato y que, además de lineal, puede tener formas discordantes de organización, lo que en palabras de Genette (1989) son las *anacronías*. Éstas desde una mirada general son de dos tipos principalmente *analepsis* y *prolepsis* y cada una de ellas tiene a su vez diferentes maneras de representarse dentro del relato.

2.2.1.1.2 Segunda determinación: velocidad. Un segundo análisis de la dimensión del tiempo tiene que ver con la velocidad simulada por el relato, el ritmo que existe en la narrativa respecto a la historia (Genette, 1998). Recordemos que *el relato es una secuencia dos veces temporal* porque refiere al tiempo de la historia y al tiempo del relato. Entre dichas temporalidades se pueden dar diferentes tipos de relaciones.

La primera relación supone que el tiempo de la historia es mayor que el tiempo del relato. Se trata de un hecho muy común en textos audiovisuales, porque una película, por ejemplo, que tiene una duración en promedio de 90 minutos (tiempo del relato), puede condensar muchos años, incluso siglos de historia. Los estudios narratológicos de Genette (1989; 1998) reconocen esta relación de dos maneras, como *sumario*, cuando en una suerte de resumen y a partir de varios sucesos, el relato comprime un tiempo determinado de la historia. El otro tipo sucede, cuando se da una supresión indeterminada del tiempo de la historia. Esta supresión es conocida como *elipsis* y puede ser explícita cuando se declara en el texto o implícita si se deja a la interpretación del lector / espectador.

La segunda relación supone que los dos tiempos (historia y relato) son exactamente iguales. Esta relación es conocida como *escena*. En los textos audiovisuales, esto es mucho más fácil de identificar cuando se dan por ejemplo planos secuencia.

La tercera relación tiene que ver con que el tiempo del relato es mayor que el tiempo de la historia. Existe la posibilidad de que el narrador se detenga en detalles sobre un evento específico de la historia y lo que sucedió quizás en minutos se pueda llegar a contar incluso en horas. A esta tercera posibilidad se le conoce como *pausa descriptiva*.

Algunos estudios cinematográficos para el análisis del relato, como el realizado por Gaudreault y Jost (1995) y Sánchez-Noriega (2018), partieron del enfoque narrativo de Genette para identificar las similitudes y diferencias entre los relatos literarios con relación a los audiovisuales. Precisamente, Gaudreault y Jost reconocen en los relatos audiovisuales el *sumario*, la *elipsis*, la *escena* y la *pausa* pero agregan una posibilidad más: la *dilatación*, que es el procedimiento en el que el tiempo del relato se alarga indefinidamente gracias a la inclusión de segmentos descriptivos o comentarios del narrador. (Gaudreault y Jost, 1995; Sánchez-Noriega, 2018)

En síntesis, cada una de las variables (sumario, elipsis, escena, pausa y dilatación) se dan a partir de tres relaciones posibles entre el tiempo de la historia y el tiempo del relato y permiten generar variaciones en el ritmo del hecho narrado.

2.2.1.1.3 Tercera determinación: frecuencia. Hemos considerado, a partir de la narratología en Genette, la relación entre las dos temporalidades desde cómo se organiza el tiempo y las relaciones de velocidad del relato respecto a la historia. La tercera determinación de la dimensión tiempo implica la *frecuencia*, es decir, las veces que el relato cuenta la historia.

Puede suceder que se cuente una sola historia a través de un relato. Esta relación es definida como *singulativa*. Por otro lado, hay situaciones en las que suceden diversos eventos y estos son narrados por medio de distintos relatos. Esta posibilidad es similar a la anterior en tanto hay una equivalencia entre el número de relatos versus las historias. Por lo tanto, también se trata de una frecuencia singulativa, pero como hace referencia a algo ya mencionado se reconoce como *singulativo anafórico*. Una tercera relación de frecuencia entre historia y relato sucede cuando una historia se cuenta varias veces, cuando existe un *relato repetitivo*. Contrario al anterior, existe la opción de que un solo relato cuente distintas historias, es decir se da un *relato iterativo*. (Genette, 1989)

2.2.1.2 Dimensión de modo. La figura 1 que presentamos antes permite identificar las relaciones entre relato, historia y narración; precisamente la mediación entre estos dos últimos niveles se da a partir del *modo* (Genette, 1989; 1998), es decir, la forma cómo se transmite la información narrativa a partir del narrador. Al tratarse de una relación que involucra el nivel de la narración frente a los eventos sucedidos, se debe tener en cuenta la óptica con que es orientado el relato por parte del narrador. Genette se refiere a esto como la *focalización*. Ahora bien, ese narrador ocupa un lugar frente al hecho narrado, es decir, se ubica a una *distancia* determinada. Así las cosas, *focalización* y *distancia* “son las dos modalidades esenciales de la regulación de la información narrativa” (Genette, 1989, p. 220).

2.2.1.2.1 Primera modalidad: focalización. El análisis narratológico de los relatos advierte que, además de quién habla, refiriéndose al narrador, un relato también requiere de unos ojos a través de los que se muestra la historia, es decir, debe haber una perspectiva o *focalización* (Bal, 2008; Genette, 1989). Esta característica-aspecto-propiedad permite identificar desde dónde está viendo la historia el narrador o cuál es el enfoque narrativo de un personaje.

Para los estudios cinematográficos (Gaudreault y Jost, 1995; Sánchez-Noriega, 2018; Stam et al., 1999), el concepto de focalización es importante, más que en un sentido óptico, como la perspectiva general de un personaje. Esto significa tener en cuenta distintas facetas: sensorial, cognitiva e ideológica. (Rimmon-Kenan, 2005)

La *focalización* puede establecerse en un personaje (fija), desplazarse de un personaje a otro (variable) o permitir que un hecho sea visto a través de varias perspectivas (múltiple) (Stam et al., 1999). Además, dependiendo de dónde esté instalada, puede ser *focalización cero*, cuando se ubica en el narrador que lo sabe todo, incluso los pensamientos de los personajes, o *focalización interna*, si la perspectiva está en uno de los personajes y todo lo vemos a través de él (Genette, 1989). Esta posición de la focalización en el cine también se ha descrito como narración en primera persona (Stam et al., 1999). El otro tipo de focalización es la *externa*, referida a cuando un narrador o personaje mediatiza la mirada del espectador y no provee mayor información, por lo que nuestro conocimiento de la historia “está restringido simplemente a sus acciones externas y sus palabras, sin que la ‘subjetividad’ de los personajes, sus sentimientos y pensamientos, sean invocados” (Stam et al., 1999, p. 113).

En la misma línea de los estudios narratológicos aplicados a los relatos cinematográficos, Gaudreault y Jost (1995) ven un problema en la categoría *focalización* cuando se traslada tal cual de lo literario a lo audiovisual. Los autores consideran que al contar con la cámara para saber *quién mira* y con el micrófono para saber *quién habla* se establecen dos tipos de puntos de vista: uno sonoro y otro visual. Así proponen, además del concepto de *focalización*, las nociones de *ocularización* como “la relación entre lo que la cámara muestra y lo que el personaje supuestamente ve” (1995, p. 140) y la *auricularización*, definido así para el tratamiento de todo lo que se escucha dentro del relato.

Por otra parte, los estudios narrativos sobre los nuevos medios también se han encargado del concepto de focalización (Ciccoricco, 2012). En las narrativas de ficción en medios digitales interactivos, la focalización se representa a través de nodos que permiten cambiar de perspectivas y puede ser entendida más que como punto de vista, “como un punto de acción” para el usuario (Ciccoricco, 2012, p. 262).

2.2.1.2.2 Segunda modalidad: distancia. Como la dimensión *modo* refiere a la relación entre la historia y la narración, la mediación de estos dos niveles se da a partir del narrador y su ubicación en un lugar determinado del relato. En un principio en el estudio sobre el *discurso del relato*, Genette (1989) plantea la noción de *distancia* para referirse al modo narrativo con el que el narrador asume el discurso, ya sea a partir de la *mímesis* mediante la escena dialogada o la *diégesis*, cuando el narrador habla en su nombre, es decir, “el relato puro” (Genette, 1989, p. 221).

La noción de *distancia* ha sido debatida en otros estudios basados en la narratología como el realizado por Mieke Bal (1990) e incluso por el mismo Genette cuando propone el *Nuevo discurso del relato* (1998). Para Bal, la distancia es la separación que existe entre un acontecimiento presentado mediante una *anacronía* respecto al presente, “esto es, del momento en el desarrollo de la fábula al que se refiere la narración en el instante en que la anacronía se interrumpe” (Bal, 1990, p. 67). Así, la *distancia*, para Bal, se ocupa de un aspecto de la desviación cronológica, mientras que para Genette alude a la mediación del narrador para presentar el relato.

Los problemas que surgieron alrededor de la noción de *distancia* fueron retomados por Genette en el *Nuevo discurso del relato* (1998), obra en la que vuelve sobre la distinción entre *mímesis* y *diégesis*, pero sobre la que clarifica: no se trata de la equivalencia *mostrar (showing)* y

contar (telling), como lo sugirió en su trabajo anterior, sino en términos de *diálogo y relato* (Genette, 1998). Así, narrativamente, la *distancia* se refiere a la posición de la narración entre el relato de acontecimientos y el relato de palabras (Genette, 1989) que más tarde denomina “*modo de (re)producción del discurso*” (Genette, 1998, p. 36).

Dichas distinciones permiten identificar dos modos de discursos, el del narrador y el del personaje, que se contrastan con dos objetos, los acontecimientos y las palabras. Así, la clasificación narratológica propuesta por Genette (1998) plantea que el discurso del narrador frente a los acontecimientos ofrece un relato primario. Mientras que para el caso del discurso del personaje frente al mismo objeto da como resultado un relato secundario.

Por su parte, frente al objeto de las palabras, el discurso del narrador da como resultado un *discurso narrado*; se trata de un *discurso citado* cuando este es de personaje. En ambos modos, discurso de narrador y discurso de personaje frente a las palabras como objeto, se da un *discurso traspuesto* refiriéndose a los estilos indirectos al tratarse de un tipo de discurso con una voz dual (Genette, 1998, p. 45).

En síntesis, el discurso del narrador es un discurso primario y se materializa en la figura de un narrador extradiegético. Respecto al discurso del personaje, este se considera un discurso secundario con un narrador que está al interior de la diégesis. Cuando un narrador finge ceder el discurso al personaje, el relato de palabras se manifiesta en un discurso citado; en ese caso la narración se ubica cercana a la mimesis. Por otro lado, cuando el discurso primario (el del narrador) hace uso de las palabras da como resultado un discurso narrado y ahí la narración se acerca a la diégesis (Genette, 1998).

2.2.1.3 Dimensión de voz. La relación entre el nivel de la narración y el nivel del relato se da a través de la dimensión *voz* que corresponde a todo el análisis de la enunciación, es decir,

que involucra un sujeto que efectúa la narración, a quienes participan en el proceso de la narración y al contexto en el que se lleva a cabo el proceso de enunciación. El estudio de estas instancias para la narratología se realiza a partir de tres categorías: el *tiempo de la narración*, el *nivel narrativo* y la *persona*. (Genette, 1989)

2.2.1.3.1 Primera categoría: el tiempo de la narración. La construcción de un relato, como lo propone el estudio de corte narratológico de Genette (1989), involucra la historia, el relato y la narración como tres niveles interdependientes. El acto de la enunciación del relato que se da a través de la voz de un narrador adquiere una característica de temporalidad que no se debe confundir con la dimensión tiempo en la que se organiza el relato, sino que se refiere al tiempo de la instancia narrativa, ya sea pasado, presente o futuro. Estas posibilidades de la posición temporal del relato se pueden manifestar en cuatro tipos: *ulterior*, cuando la instancia narrativa está en pasado; *anterior*, cuando el relato se anticipa, es predictivo y se instala en futuro; *simultáneo*, cuando el relato utiliza el tiempo presente, e *intercalada*, que utiliza distintas posiciones del tiempo para la instancia narrativa.

2.2.1.3.2 Segunda categoría: el nivel narrativo. El relato debe ser guiado por un narrador y éste puede ubicarse dentro o fuera de la diégesis. Para entender el nivel narrativo, Genette parte de un principio fundamental: “Todo acontecimiento contado por un relato está en un nivel diegético inmediatamente superior a aquel en que se sitúa el acto narrativo productor de dicho relato” (Genette, 1989, p. 284). Ahora bien, como la presencia del narrador se da a partir de la diégesis, pueden suceder varias alternativas: 1) que el narrador se ubique al interior de la historia, es decir, esté vinculado con la diégesis, es por lo tanto un *nivel intradiegético*; 2) que, al contrario del anterior, el narrador se ubique fuera de la diégesis, se instala como un narrador omnisciente, un *nivel extradiegético*, o 3) que dentro del relato existan a su vez más relatos, esto

es un *nivel metadieético*. Genette busca evitar confusiones con el nivel metadieético explicando que el prefijo *meta* no debe ser leído a partir de un uso lógico-lingüístico en el que se entendería como un relato que habla de otro relato, sino como “un metarrelato que se cuenta en otro relato” (Genette, 1998, p. 62).

2.2.1.3.3 Tercera categoría: la persona. Insistimos en la premisa de que un relato siempre requiere de un narrador. Éste, como se vio en puntos anteriores, puede estar representado por un personaje y formar parte de la diégesis o estar fuera de esta, en la línea de lo que sucede con los narradores omniscientes. Ahora bien, esta última categoría de la *voz* está directamente relacionada con el nivel narrativo, donde se debe distinguir entre dos tipos de narradores: el *homodieético*, presente como personaje dentro de la historia o el *heterodieético*, ausente de la historia que narra.

Los estudios sobre el relato cinematográfico (Cuevas, 2014; Gaudreault y Jost, 1995), reconocen la pertinencia del trabajo narratológico literario de Genette en la definición de lo que él denomina *persona* para referirse al narrador. Sin embargo, para el contexto audiovisual, es importante reconocer la figura de un *meganarrador* entendido como “el responsable del relato audiovisual fílmico” (Gaudreault y Jost, 1995, p. 59). Asimismo, en este tipo de relatos, es importante considerar otros narradores que aparecen en la instancia de la enunciación como delegados. (Cuevas, 2014; Gaudreault y Jost, 1995)

A este respecto, al igual que la distinción que hace Genette entre narrador *homo* y *heterodieético*, en el ámbito audiovisual se puede definir la figura de los *narradores delegados* en cuatro tipologías (Cuevas, 2014): 1) *narrador delegado no personaje*, que es aquel que habla al espectador regularmente con una voz en *off* desde el exterior de la diégesis; 2) *narrador delegado personaje extradieético*, que narra desde el exterior a los espectadores situaciones en

las que participó como personaje a manera de recuento de sucesos del pasado, y 3) *narrador delegado personaje intradieético*, cuando el narrador está en la diégesis, se le ve y la narración se la hace a otro personaje. Un cuarto tipo de narrador delegado, al que Cuevas (2014) no le da un nombre específico, es aquel en el que la narración está a cargo de un personaje que, “en el presente del relato, empieza a narrar a otro una historia pasada, lo cual sirve como motivo para que se produzca una vuelta al pasado audiovisual, que suele naturalizarse prolongando brevemente en off la narración de ese personaje” (Cuevas, 2014, p. 9).

En síntesis, los estudios narratológicos que parten de la literatura ofrecen las bases para estudiar los narradores dentro de los relatos audiovisuales. Sin embargo, como advierten Gaudreault y Jost (1995), al tratarse lo audiovisual de un soporte que involucra a la vez dos fuentes, sonora y visual, ofrece diversas posibilidades para materializar la presencia del narrador.

2.3 Las estructuras narrativas

Hasta este momento hemos hecho un recorrido por algunas de las más importantes propuestas narratológicas para el análisis de los relatos, no sólo en textos escritos sino también en audiovisuales. Precisamente, derivado de este tipo de estudios diversos autores (v.g., Bremond, 2012; Greimas, 2012; Vogler, 2002) han hecho especial énfasis en la morfología de los textos narrativos, particularmente en sus estructuras.

A partir del estudio semiológico del relato, el examen de los textos narrativos según Bremond (2012), se puede dividir en dos sectores: “el análisis de las técnicas de narración y la investigación de las leyes que rigen el universo narrado” (p. 99). De este último sector, hay que tener en cuenta por una parte las exigencias lógicas que ordenan el relato y por otra, las convenciones del universo narrado en aras de ser verosímil.

El autor parte de la idea de que “el relato es un discurso que integra una sucesión de acontecimientos de interés humano” (Bremond, 2012, p. 102) y considera que el hecho de que haya este encadenamiento de eventos permite que la narración no se limite simplemente a descripción. La sucesión, provista a través de *secuencias elementales*, posibilitaría que se efectúe el ciclo narrativo que arranca con un *proceso de mejoramiento* o de *degradación* del héroe y que va pasando, a través de operaciones lógicas, por distintas funciones: *cumplimiento de la tarea, intervención del aliado, eliminación del adversario, negociación, agresión, retribuciones (recompensa y venganza)*. Bremond plantea que cuando un proceso de mejoramiento finaliza, y con este se logra el equilibrio, el narrador puede cerrar el relato o continuarlo creando “un estado de tensión” (Bremond, 2012, p. 114). Desde ese orden de ideas, si prosigue el relato, el ciclo narrativo continua a través de otras funciones adicionales como *el proceso de degradación, la falta, la obligación, el sacrificio, la agresión sufrida y el castigo*.

Así de la misma manera que en el primer ciclo, el narrador, cuando llega al final del *proceso de degradación*, puede finalizar o continuar. Si continúa se introduce una nueva fase de mejoramiento que representa una reparación. Luego, Bremond a través del ciclo narrativo propone tres fases: “*mejoramiento, degradación, reparación* [que constituyen] el círculo del relato” (2012, p. 119) y que, como son un ciclo lógico, pueden repetirse de manera indefinida según proponga el narrador.

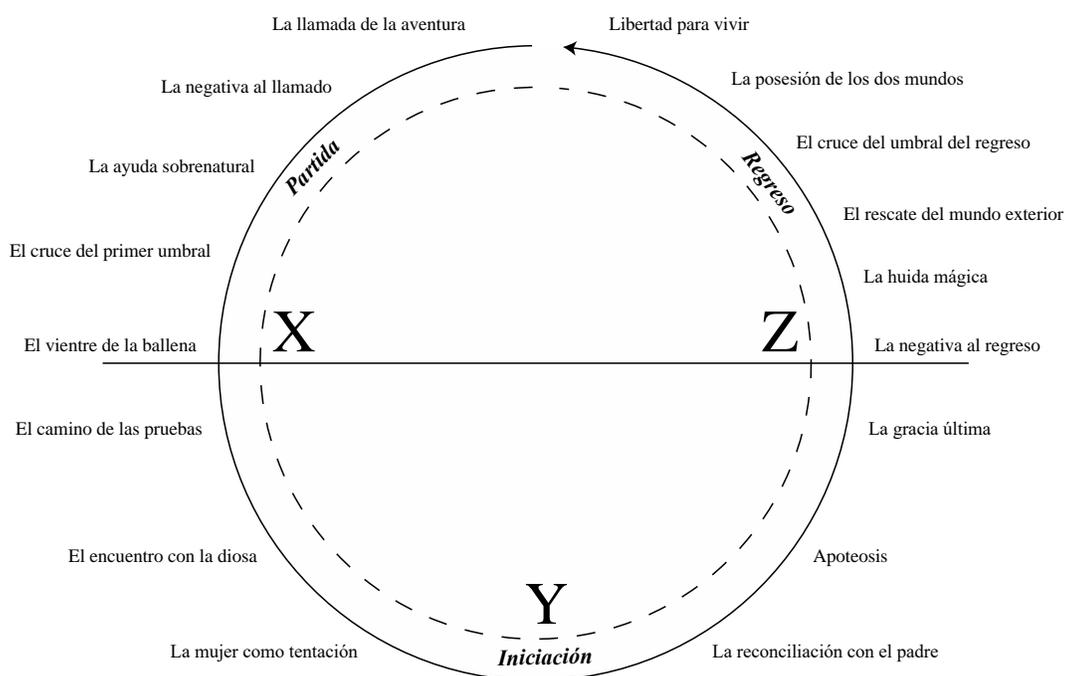
Esta idea de *secuencias elementales* tiene relación con las *unidades narrativas* de la teoría semántica, que, a través de la problemática sobre la legibilidad y la explicación de los textos míticos estudia las estructuras del relato. A partir de ello, Greimas (2012) propone el *armazón* del relato, refiriéndose a la organización a partir de unidades narrativas que encuentra en el ensayo antropológico *Lo crudo y lo cocido* de Claude Lévi-Strauss y en el que identifica

seis etapas: 1) *la secuencia inicial*; 2) *la expedición al nido de las almas*; 3) *la expedición al nido de los guacamayos*; 4) *el retorno del héroe*; 5) *la venganza*, y 6) *la secuencia final*.

El estudio antropológico de los mitos fue influyente en el análisis de los relatos. Precisamente, la observación de las figuras de la religión y la mitologías de distintas partes del mundo fue del interés de Campbell (2017), quien desde una perspectiva psicoanalista como método de aproximación, estudió como descifrar la gramática del lenguaje simbólico. El ejercicio de Campbell dio como resultado la *teoría del monomito* o *la aventura del héroe*, que identifica una estructura común en las narraciones históricas, define como “la unidad nuclear del monomito” (2017, p. 45) y representa con la fórmula *separación - iniciación - retorno*, propia de los ritos de iniciación. Campbell desarrolló su propuesta de la fórmula de las tres etapas en diecisiete pasos.

Figura 2

El monomito.



Nota. La figura toma como base la representación gráfica que Campbell (2017, p. 45) hizo del monomito. A esta figura se le integran cada uno de los pasos que debe dar el héroe en las fases de partida, iniciación y regreso.

La teoría del viaje del héroe propuesta por Campbell fue fundamental para el trabajo posterior de Christopher Vogler, quien, con un enfoque en la producción cinematográfica, compiló los diecisiete pasos de Campbell en una estructura de doce etapas divididas en tres actos. La estructura de Vogler representada en un gráfico tipo diamante, es comparada por el autor como una cancha de *beisbol* “que bien puede leerse como metáfora de la vida, siendo los jugadores que corren entre las bases como los héroes que cubren diversas etapas en pos del objetivo final del viaje” (Vogler, 2002, p. 26).

Además de los doce pasos que debe transitar un héroe en pro de alcanzar un objetivo, Vogler define ocho *arquetipos* basado en las teorías de Carl Jung, que representan a los *personajes* del relato, y “que aluden a los modelos de la personalidad que se repiten” (2002, p. 60). Los *arquetipos* para Vogler más que tratarse de roles rígidos “se refieren a funciones que los personajes desempeñan temporalmente” (Vogler, 2002, p. 61). Esta propuesta coincide con la idea de los *roles actanciales* de Greimas (2012), porque un personaje para Vogler puede ocupar distintas funciones en un relato, similar a la síntesis de que un actante puede ocupar varios roles actanciales como lo sugiere Greimas.

Si bien no todas las historias cuentan con los mismos arquetipos, según Vogler, existen ocho funciones más comunes que se convierten en indispensables para una historia: *héroe*; *mentor*; *guardián del umbral*; *heraldo*; *figura cambiante*; *sombra*; *embaucador*. Vogler insiste en que estos no son los únicos arquetipos existentes, pues siguiendo las ideas de Jung, hay tantos como cualidades humanas.

Figura 3

Los arquetipos como emanación del héroe.



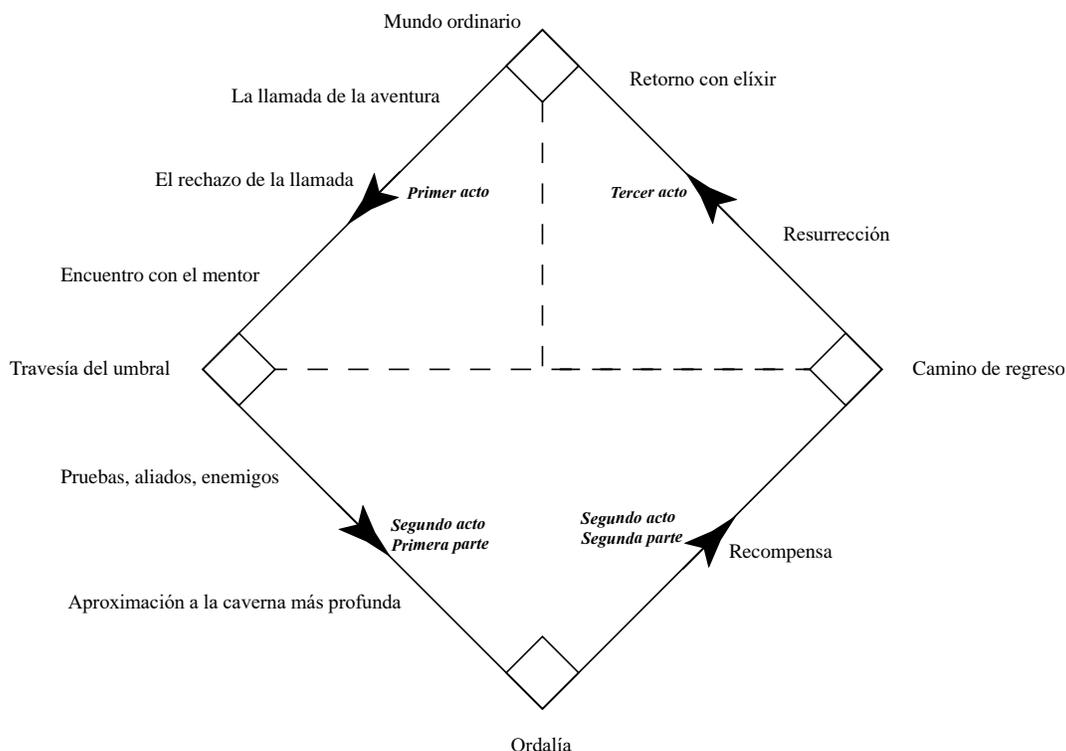
Nota. La figura muestra la representación gráfica realizada por Vogler sobre los arquetipos más comunes de los relatos. (2002, p. 62)

La definición de los *arquetipos* en la obra de Vogler es importante porque permite identificar cómo es el comportamiento de éstos en el relato. De ahí que, a partir de la figura del *héroe* como el personaje principal, se construye una marcha de doce etapas en las que los arquetipos cumplen una o varias funciones según les corresponda. Así las cosas, los doce pasos del héroe en Vogler son: 1) *mundo ordinario*; 2) *llamado a la aventura*; 3) *rechazo al llamado*; 4) *encuentro con el mentor*; 5) *travesía del primer umbral*; 6) *pruebas, aliados y enemigos*; 7) *aproximación a la caverna más profunda*; 8) *odisea*; 9) *recompensa*; 10) *camino de regreso*; 11) *resurrección*; 12) *retorno con elixir*. Estas doce etapas, como lo plantea Vogler, “proporcionan

simplemente unas pautas. No es una receta de cocina ni una fórmula matemática que pueda aplicarse a cualquier historia” (2002, p. 271).

Figura 4

El viaje del héroe.



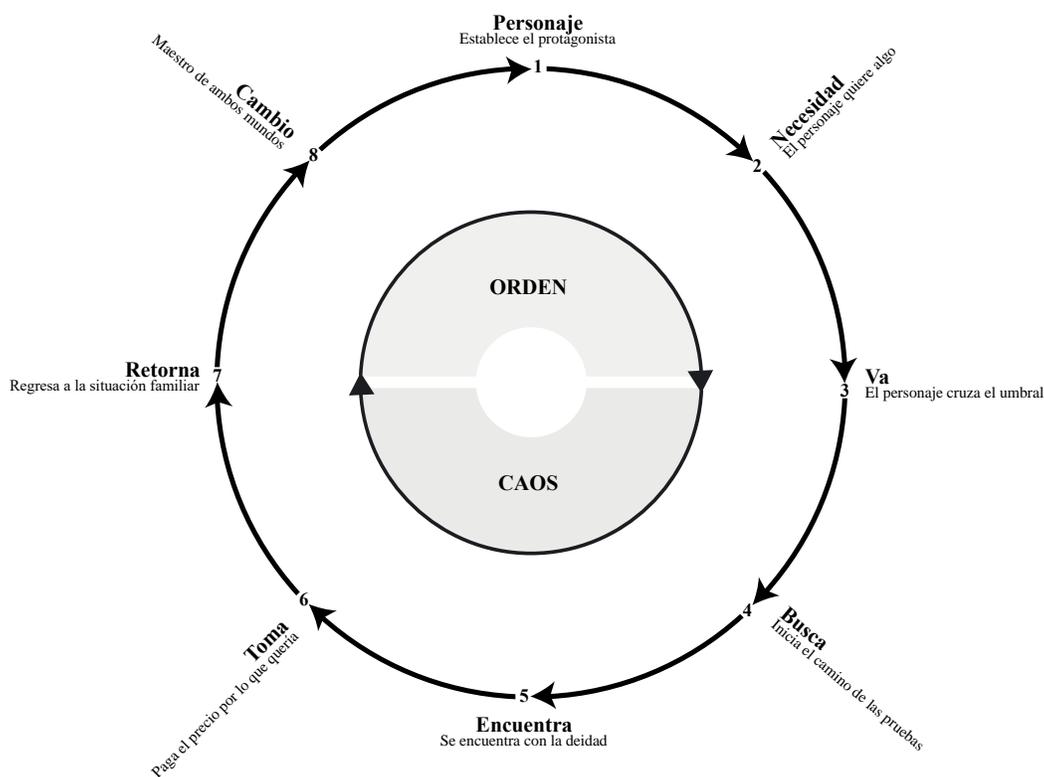
Nota. La figura toma como base la representación gráfica que realizó Vogler (2002, p. 26) sobre la teoría del Viaje del Héroe.

Así como la propuesta del *monomito* de Campbell fue reducida por Vogler de diecisiete a doce pasos, esta a su vez la simplificó Harmon (2009) en una estructura de ocho pasos en la que:

- 1) existe *un personaje que se encuentra en una zona de confort*; 2) este personaje *necesita o quiere algo*; 3) para ello *entra en una situación desconocida*; 4) *empieza un camino de pruebas*; 5) *se encuentra con lo que buscaba*; 6) pero para alcanzarlo *debe pagar un precio*; 7) después de lograr el objetivo, *emprende el viaje de regreso*, y 8) *evidencia un cambio*.

Figura 5

El círculo de la historia.



Nota. La figura toma como base la representación gráfica que realizó Dan Harmon (2009) sobre la estructura narrativa de ocho pasos.

En la misma línea de Vogler (2002) y Harmon (2009) con relación al estudio de las estructuras narrativas en relatos audiovisuales, se encuentran los aportes de autores relacionados con el cine (Field, 2005; Grove, 2009; McKee, 2015; Snyder, 2016), quienes con una vocación formalista centrada en la construcción de la estructura, realizan una serie de propuestas más que teóricas, de modelos conceptuales para la escritura de guiones cinematográficos. Field (2005) por ejemplo, parte de la premisa aristotélica de los tres actos para instalar lo que define como el

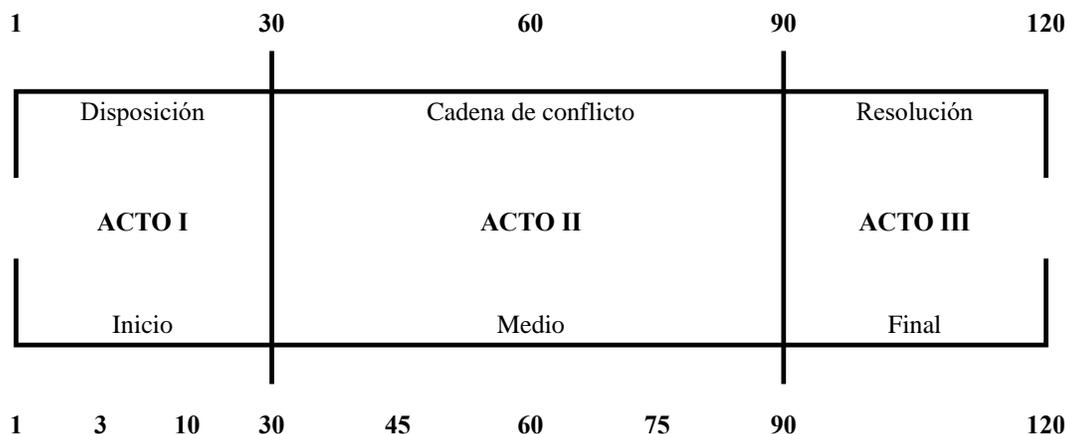
paradigma de la estructura dramática, refiriéndose a “un modelo, ejemplo o esquema conceptual” (p. 21), que sirve para la construcción de la narración. El *paradigma* de Field comprende tres momentos o actos unidos por dos *plots points* (puntos de giro); el primero instala el conflicto y el último propone la resolución.

Es importante hacer notar en este tipo de propuestas, la relación existente entre el relato estructurado y los personajes. De hecho, Field considera la definición del personaje principal a partir de lo que él denomina la “*necesidad dramática*” (2005, p. 25) para referirse a lo que desea ganar, obtener o alcanzar a lo largo del relato. El paradigma de la estructura sugiere una relación directa entre la necesidad dramática y el primer punto de giro; además propone dentro del segundo acto, el de la *confrontación*, la inserción de nuevos incidentes en la mitad para darle importancia al punto medio del relato. Asimismo, agrega otros puntos de enlace que define como *pinzas* y que resultan funcionales para el desarrollo del momento de la confrontación.

El modelo del *paradigma de la estructura dramática* es considerado una propuesta seminal para la estructuración de relatos cinematográficos. Sin embargo, para Grove (2009) se trata de un modelo limitado que, al partir de los *performances* teatrales, se divide en tres momentos, como sucede con las obras, que son separados por telones que bajan sobre el escenario. Grove sugiere que, para los relatos cinematográficos, la estructura no se limita sólo a tres puntos de giro (conflicto, punto medio, clímax) como lo propone Field, sino que se complementa con una estructura con más puntos de giro: nueve en total. Por lo tanto al dividirla en tres actos, como lo propone Field, estos en su interior tienen incidentes instalados más cerca para permitir que el relato sea interesante.

Figura 6

Estructuras narrativas de base aristotélica.



Nota. La figura toma como base las representaciones gráficas de las estructuras narrativas de base aristotélica de Syd Field y Elliot Grove. Los datos de la parte superior corresponden a los planteamientos de Field (2005) y los de la parte inferior a los de Grove (2009). Elaboración propia.

Otro modelo formalista para la construcción de relatos audiovisuales es el de McKee (2015), que parte de la construcción de una secuencia estratégica a partir de la selección de acontecimientos que le suceden a un personaje. A esta selección, McKee la reconoce como la estructura, mientras que considera que los acontecimientos son los cambios cargados de significado que sufre un personaje.

El modelo de McKee alude a conceptos propios del análisis estructural de los relatos como *las funciones* (Barthes, 2012), *las secuencias elementales* (Greimas, 2012) y *las unidades narrativas* (Bremond, 2012). Incluso McKee, en su propuesta de estructuración del relato, asume el concepto de *trama*, muy importante para los formalistas rusos, al que se refiere como “la pauta

de acontecimientos internamente coherentes e interrelacionados, que se deslizan por el tiempo para dar forma y diseño a una narración” (McKee, 2015, p. 65).

El modelo de McKee a diferencia del de *paradigma* (Field, 2005) o de la estructura de nueve pasos (Grove, 2009), no se centra en la instalación de puntos específicos en lo que se supone debe cambiar la trama. McKee parte de un conflicto para el personaje principal que denomina *incidente incitador* y que define como “el primer gran acontecimiento del relato, la causa principal de todo lo que ocurre después” (2015, p. 223). Además, en una idea más cercana a la propuesta de *los pasos del héroe* (Campbell, 2017; Vogler, 2002), inserta cuatro elementos dentro de la construcción de la trama por los que el personaje debe transitar: *las complicaciones progresivas, la crisis, el clímax y la resolución*.

Como lo hemos dicho, estos modelos propuestos desde el análisis a relatos mitológicos y la práctica de la construcción de relatos en contextos audiovisuales, son modelos conceptuales con vocaciones formalistas y que destacan el trabajo de construcción estructural de los relatos.

2.4 La narratología a través de otros medios

Hasta aquí hemos concentrado el estudio formal de las narrativas a dos medios en particular, el literario y el cinematográfico. Sin embargo, estudios más recientes han vinculado la narratología con otros medios (Punday, 2019; Ryan, 2004, 2005, 2006, 2012). Precisamente, el trabajo de Ryan (2012) parte de la polisemia del concepto de *medio*, que involucra tanto a los *canales* de transmisión de información, como a los *lenguajes* que dan forma a dicha información. Para Ryan, ambas concepciones respecto al medio son clave para el estudio de la narrativa, pues “la forma de la tubería afecta el tipo de información que se puede transmitir, altera las

condiciones de recepción y, a menudo, conduce a la creación de obras a medida para el medio" (Ryan, 2012, p. 221).³³

Esta noción amplia de medio fue precisa para los estudios sobre la forma de la narrativa en el trabajo de Ong (2006), quien concibe importante el papel que jugaron las tecnologías de la escritura en la estructura de los relatos. Incluso, este autor entiende que es gracias a la escritura que los relatos orales se pudieron estructurar, porque es por medio de la narración y su relación directa con la secuencia de los eventos en el tiempo que se puede hablar de tramas. Para Ong, las tecnologías escritas, impresas y electrónicas permitieron distintas formas de organización temporal, pero, sobre todo, la considerada como la forma más básica, la estructura lineal que resulta imposible en el relato oral.

Una cultura oral desconoce la trama lineal climática y larga, de la extensión de una epopeya o una novela. No puede organizar ni la narración más breve de la manera climática implacable y elaborada que los lectores de la literatura de los últimos 200 años han aprendido a desear cada vez más y, en décadas recientes a despreciar tímidamente (Ong, 2006, p. 140).

Si bien en un principio el origen estructural de la narratología sirvió para el estudio lingüístico (Ryan, 2012), los trabajos del enfoque estructuralista empezaron a coincidir con la propuesta de Ong (2006), de que la narrativa es posible en diversos medios tanto de base oral como escrita, lo que incluye el teatro, la televisión, el cine y muchos otros canales y lenguajes. No obstante, fue con el estudio a los nuevos medios (Bolter y Grusin, 2000) que se profundizó en el análisis de las formas narrativas resultado de los procesos de *remediación*, en los que se

33 En el original aparece en inglés y es como sigue: "the shape of the pipe affects the kind of information that can be transmitted, alters the conditions of reception, and often leads to the creation of works tailor-made for the medium". La traducción es del autor.

aprovecharon las características técnicas (canales) y las funciones narrativas (lenguajes) de medios predecesores en el surgimiento de nuevos medios. (Bolter y Grusin, 2000)

La *remediación*, un resultado del estudio de medios, sugiere que en las relaciones entre estos los contenidos se afectan, y desde la narratología, como lo indica Ryan (2012), “los textos narrativos crean redes de conexiones entre diferentes medios” (p. 224)³⁴. Este hecho permite hablar de una aproximación narratológica transmedial (Ryan, 2005) que no limite la narrativa exclusivamente a textos verbales o a actos de habla narrativos como ha sido concebida por la narratología tradicional. Desde ese orden de ideas, la propuesta de Ryan para el estudio de la narrativa plantea la importancia de que las historias contengan tres dimensiones que permiten definir los grados de narratividad de un texto: *espacial; temporal y lógica; mental y formal* (2005, p. 4). Así, un texto puede no ser narrativo si contiene solo la dimensión espacial, levemente narrativo si contiene la espacial y temporal o completamente narrativo si cuenta con las tres dimensiones. Estos grados de narratividad, según Ryan, permiten distinguir dos posibilidades en un texto: que sean narrativos o que posean narratividad (2005, p. 6).

La propuesta de una narrativa más allá de los medios implica pensar otras maneras de presentar los textos narrativos. En esta idea, Ryan utiliza la categoría *modos narrativos* “para significar una manera distinta de recordar la construcción cognitiva que define la narratividad” (2005, p. 11)³⁵. Cabe mencionar que esta idea de *modo* es distinta a la propuesta de Genette (1989) que refiere al cómo se cuenta la información narrativa a partir del narrador.

34 En el original aparece en inglés y es como sigue: “In its narratological applications, “remediation” directs attention to how narrative texts may create networks of connections between different media”. La traducción es del autor.

35 En el original aparece en inglés y es como sigue: “in a personal sense, to mean a distinct way to bring to mind the cognitive construct that defines narrativity”. La traducción es del autor.

La idea de los *modos narrativos* en Ryan se puede distinguir a partir de un listado clasificatorio de pares binarios, conformados por un primer término que da cuenta de textos convencionalmente aceptados como narrativos y un segundo término que refiere a textos con menor narratividad (Tabla 1).

Tabla 1

Modos narrativos del relato en los nuevos medios.

| Textos narrativo | Textos con menor narratividad |
|---|--|
| Externa. El significado narrativo está codificado en signos materiales. Está textualizado | Interna. No implica una textualización: historias en la privacidad de nuestras mentes. |
| Diegético. Presupone lenguaje, ya sea oral o escrito; es, por tanto, el modo típico de la novela y de narración oral. | Mimético. Al formar una interpretación narrativa, el receptor trabaja bajo la guía de una conciencia de autor, pero no hay una figura narrativa. |
| Autónomo. El texto transmite una historia que es nueva al receptor. | Ilustrativo. El texto vuelve a contar y completa una historia, basándose en el conocimiento previo de la trama del receptor. |
| Receptivo. El receptor recibe el relato de una acción narrativa, imaginándose a sí mismo como un testigo externo. | Participativo. El destinatario se convierte en un personaje activo de la historia ya través de su agencia contribuye a la producción de la trama. |
| Determinado. El texto especifica un suficiente número de puntos en la trayectoria narrativa para proyectar un guión razonablemente definido. | Indeterminado. Sólo se especifican uno o dos puntos, y depende del intérprete que imagina una (o más) de las curvas virtuales que atraviesan estas coordenadas. |
| Literal. Satisface plenamente la narración. | Metafórico. El grado de la metafóricidad de una narrativa depende, pues, de cuántos rasgos se conservan y de cómo importantes son para la definición. |

Nota. Elaboración propia a partir de los conceptos de Ryan (2005, p. 11-12).

La narratología transmedial en Ryan comprende el concepto de *medio* a partir de una doble significación: 1) canal o sistema de comunicación, y 2) medios materiales o técnicos de expresión artística. Ambas ideas son interdependientes, en tanto reconocen la forma y el tamaño del canal y la influencia en el tipo de relatos que transmiten, pues el contenido narrativo de un medio específico adquiere los aspectos propios de su configuración.

Si bien el contenido nativo de un medio, por ejemplo la narrativa fílmica creada para el cine, puede ser transmitida por un medio distinto como la televisión, las particularidades del consumo del texto son distintas. Cada medio *expresivo* le imprime a sus narrativas las propias características, así estas narrativas puedan transitar a otros medios para su reproducción. (Ryan, 2005)

Desde ese orden de ideas, los lenguajes de los medios deben ser observados a partir de tres dimensiones distintas: *semiótica*, referida a “los códigos y canales sensoriales que pueden ser verbal, visual y auditivo” (Ryan, 2005, p. 14); *material-tecnológica*, relacionada con la anterior dimensión y que da cuenta de las materias primas necesarias para la producción de contenidos narrativos, y *cultural*, que identifica el uso social de un determinado medio. Estas tres dimensiones de la perspectiva narratológica transmedial permiten definir los medios a partir de la forma, las intenciones y las maneras de consumo de las narrativas. Esto es el estudio de las historias (semántica), los discursos (sintaxis) y los usos (pragmática).

Asimismo, Ryan sugiere cuatro características que deben cumplir los medios para ser considerados narrativos: contar con una *extensión espacial y/o temporal*; que sus contenidos tengan *propiedades cinéticas*, es decir, el medio puede ser estático o dinámico; que contengan uno o más *canales* o dimensiones para la recepción (visual, auditiva, táctil) y que prioricen los *canales sensoriales* (Ryan, 2005, p. 19).

Finalmente, la idea de observar las narrativas en conexión con las posibilidades que ofrecen los medios permite diferentes juegos de relaciones entre textos y canales. Así lo sugiere Ryan cuando plantea que “los nuevos medios dan nacimiento a nuevas formas de texto y a

nuevas formas de narrativa, que a su vez puede configurarse en géneros” (Ryan, 2005, p. 20)³⁶. En ese sentido, una primera relación se da cuando un texto narrativo específico utiliza todos los recursos que le ofrece su medio. Por ejemplo, cuando una serie audiovisual hecha para ser transmitida por la web puede aprovechar los recursos de interactividad que ofrece un medio como *YouTube*. Un segundo juego de relación entre medio y narrativa se da cuando, a pesar de que el medio ofrece muchas posibilidades, el texto narrativo no las explota y simplemente hace uso del medio como canal de transmisión. En tercera instancia, puede suceder que el texto narrativo vaya más allá de lo que le ofrece el medio, como sucedió con *Rayuela* de Julio Cortázar que, a pesar de utilizar el libro impreso como medio de lectura lineal, usó una narración hipertextual no lineal. El cuarto juego de relaciones se da cuando el texto narrativo demuestra los mayores potenciales que tiene el medio, antes no explotados.

En síntesis

La evolución de los entornos web y las posibilidades de aparición de nuevos medios permite el tránsito de las narrativas, de tipologías textuales escritas y audiovisuales a otras multimediales. Esto, desde la perspectiva de una *narratología transmedial*, permite entender, según Ryan (2004), cómo los medios digitales afectan las narrativas en varios niveles. En el pragmático, por ejemplo, las posibilidades de interactividad que ofrecen los medios en la web posibilitan otras maneras de participación de los usuarios respecto a los medios, distintas a las que siempre han permitido los medios escritos y audiovisuales.

36 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Insofar as media are sets of affordances, or possibilities, new media give birth to new forms of text and to new forms of narrative, which in turn may be codified into genres.”. La traducción es del autor.

Por su parte, desde un nivel sintáctico, los medios digitales admiten otras formas de organización de los discursos, a través de tramas que utilizan técnicas como las del hipertexto y que alteran con ellos los ordenamientos del relato de maneras antes difícil de imaginar en medios tradicionales. No menos importante es la afectación de los nuevos medios a las narrativas en el nivel semántico, pues como lo indica Ryan, “el impacto de la digitalidad en la narrativa no es una cuestión de desarrollar una nueva lógica, sino más bien una cuestión de encontrar el ajuste correcto entre el medio y la forma y la sustancia del contenido narrativo” (2004, p. 356)³⁷.

Consecuentemente, el estudio de los relatos en textos escritos y audiovisuales desde un enfoque *semiótico-narratológico* con el que abordamos este capítulo, ofrece un esquema conceptual para analizar las formas narrativas, que en esencia se mantienen independientemente de los medios. No obstante, a dicho enfoque es preciso incorporar teorías contemporáneas como la *narratología transmedial*, que suma ideas a tener en cuenta, como aquellas que implican entender las afectaciones a las que se ven expuestos los relatos cuando estos transitan por medios digitales.

37 En el original aparece en inglés y es como sigue: “the impact of digitality on narrative is not a matter of developing a new logic but, rather, a matter of finding the right fit between the medium and the form and substance of the narrative content”. La traducción es del autor.

3. Los géneros en contextos audiovisuales

Los estudios audiovisuales (v.g., el cine, la televisión y ahora el video en contextos web) se han preocupado a lo largo de los años por la clasificación de los textos. La conceptualización de los géneros en el audiovisual se basa, originalmente, en los estudios literarios, aunque existen otras propuestas críticas como la que defiende la *teoría del auteur*³⁸ (Sarris, 2009; Wood, 2012). Además, a la cuestión del género como herramienta taxonómica de textos audiovisuales, se añaden otras nociones, la de formato y macrogénero (Carrasco, 2010; Gordillo, 2009; López Vigil, 2005; Saló y Maestro, 2018) que, en oportunidades, se confunden y usan indiscriminadamente.

Este capítulo hace un breve recorrido por las nociones relativas al género. Revisa los principales cuestionamientos surgidos alrededor de la teoría del *auteur* en el cine y busca una distinción entre género y formato. Finalmente, presenta diversas propuestas de clasificación de los textos audiovisuales en los distintos contextos específicos (cine, televisión e internet), con el fin de proponer una clasificación de las series web como tal, e identificar la naturaleza de sus relatos.

3.1 Los géneros audiovisuales: orígenes y definiciones

El término género, que viene del latín *genus*, hace referencia entre muchas cosas “a una cuestión de discriminación y taxonomía: de organización en clases reconocibles” (Frow, 2006, p. 51)³⁹, y se aplica a campos tan diversos como las ciencias, la botánica, la zoología y las artes, entre otros.

38 Conservamos la palabra *auteur* como lo sugiere Sarris (2009).

39 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Genre is, amongst other things, a matter of discrimination and taxonomy: of organising things into recognisable classes”. La traducción es del autor.

En el contexto de las industrias culturales y creativas (v.g., la literatura, la música, la pintura, el cine, la televisión, etc.), los géneros, según Frow (2006), se conciben “como una forma de acción simbólica” (p. 2),⁴⁰ que permiten la interpretación del mundo a través de la organización genérica de las distintas tipologías textuales.

Por la tradición del texto escrito, el estudio de los géneros tiene su origen en la literatura y se remonta a las clasificaciones hechas por Aristóteles en su *Poética* (2014), de ahí que diversos estudios sobre los géneros cinematográficos aludan a los estudios literarios como su origen o su procedencia (Altman, 2000; Neale, 2000, Staiger; 1997).

Sin embargo, Todorov plantea en su ya clásico ensayo *The Origin of Genres* (1976), que antes de buscar el origen de los géneros por su naturaleza histórica, es importante hacerlo por su configuración sistémica. Para el autor, más que una pregunta por la procedencia de los géneros se debe ahondar en qué es lo que determina siempre el nacimiento de un género, en tanto estos son el resultado de un proceso de transformación de uno o varios géneros precedentes; hecho que se da por “inversión, por desplazamiento o por combinación” (Todorov, 1976, p. 161)⁴¹.

Si bien el trabajo de Todorov sobre los géneros está dirigido al campo literario, en su definición deja claro que puede aplicarse a cualquier otro contexto. Así, define los géneros como “la codificación de propiedades discursivas [...] Una expresión que se entienda en un sentido exclusivo” (Todorov, 1976, p. 162), es decir, la codificación que dan los receptores a partir de sus correspondientes ideologías.

40 En el original aparece en inglés y es como sigue: “I understand genre as a form of symbolic action: the generic organisation of language, images, gestures, and sound makes things happen by actively shaping the way we understand the world.” La traducción es del autor.

41 En el original aparece en inglés y es como sigue: “A new genre is always the transformation of one or several old genres: by inversion, by displacement, by combination.” La traducción es del autor.

La propuesta de Todorov le atribuye importancia al contenido, lo que coincide las reflexiones de otros autores (Altman, 2000; Moine, 2008; Sobchack, 2012) particularmente sobre los géneros en contextos audiovisuales.

Precisamente desde los estudios cinematográficos, Altman (2000) está de acuerdo con Todorov sobre el origen de los géneros cuando explica que estos “se toman prestados de otros géneros ya existentes en otros medios [o fruto] de la unión entre una forma preexistente y una nueva tecnología” (Altman, 2000, p. 55).

Para Altman (2000), los géneros cumplen una función primordial en los textos cinematográficos porque contienen varios aspectos: “las estructuras que definen a cada uno de los textos; las decisiones de programación [y] la interpretación de las películas” (p. 34). Esta idea coincide con la propuesta de Tous (2010) quien afirma que los géneros son el “conjunto de reglas que se usan para codificar y decodificar un texto, un conjunto de instrucciones de su funcionamiento y la institucionalización y codificación de estas reglas” (p. 44). Luego, hacer referencia a los géneros involucra las formas de creación de textos por parte de la industria, los aspectos de distribución y las pautas de interpretación de los espectadores.

Por su parte, desde la perspectiva de la televisión, Mittel (2004) también propone una definición de los géneros que va en línea con las ideas de Altman para los estudios cinematográficos. Para Mittel (2004), “el género televisión se entiende mejor como un proceso de categorización que no se encuentra en los textos de los medios, sino que opera en los ámbitos culturales de las industrias de los medios, el público, las políticas, los críticos y los contextos históricos” (Mittel, 2004, p. XII).⁴²

42 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Television genre is best understood as a process of categorization that is not found within media texts, but operates across the cultural realms of media industries, audiences, policy, critics, and historical contexts”. La traducción es del autor.

Estas ideas sobre los géneros audiovisuales dan cuenta de un concepto complejo que involucra distintos significados. Altman refiere a la polivalencia del término así:

[Son un] esquema básico o fórmula que precede, programa y configura la producción de la industria; [una] estructura o entramado formal sobre el que se construyen las películas; [la] etiqueta o nombre de una categoría fundamental para las decisiones y comunicados de distribuidores y exhibidores; [el] contrato o posición espectral que toda película de género exige a su público. (Altman, 2000, p. 35)

Esta polivalencia es entendida por otros autores (Andrew, 1984; Powers, et al., 2018) como una categoría extraña e incluso difícil de definir por la abstracción que conlleva la divergencia de conceptos. (Powers et al., 2018)

Consecuentemente, la noción de género es clave porque refiere a todo el proceso por el que pasa un contenido audiovisual: producción, distribución, consumo (Altman, 2000; Andrew, 1984; Lacalle, 1990; Lobato y Ryan, 2011; Ryall, 1970), un hecho que diferencia el concepto en el campo de los estudios cinematográficos y televisivos de los literarios.

Para diversos autores (Altman, 2000; Andrew, 1984; Beugnet y Schmid, 2017; Ryall, 1970; Schatz, 2009; Wheatley, 2016) definir el género implica, además de aludir a la estructura del texto audiovisual, incluir a los espectadores, porque son ellos quienes a través de una serie de convenciones reconocen la particularidad de cada texto y con esto logran realizar una clasificación más o menos estándar. En palabras de Altman, “los géneros son categorías públicas [...] certificados por la industria y compartidos por los públicos” (2000, p. 36-37).

Estas ideas de Altman coinciden con las propuestas por Andrew (1984) quien, al revisar los estudios de género en contextos cinematográficos, advierte que los géneros deben ser entendidos como sistemas dinámicos de las relaciones laborales en la cultura. Es decir, que suponen la interacción necesaria en el ciclo producción, distribución, recepción, y no son simplemente “un almacén de artículos y temas reproducidos constantemente” (Andrew, 1984, p. 112).⁴³

Al tratarse de convenciones que reconocen los públicos, resulta imposible, por lo menos en el contexto audiovisual, lograr un estándar que permita que todos los públicos reconozcan en un producto el mismo género; en esa línea cabe anotar la sugerencia de Neale (2012) cuando plantea que “el concepto de verosimilitud es central para entender el género, al igual que la cuestión de las funciones sociales y culturales que desempeñan los géneros” (p. 178)⁴⁴. Es por eso por lo que algunos autores (Altman, 2000; Mittel, 2004; Sánchez-Noriega, 2018) proponen, para facilitar la clasificación de productos audiovisuales, dividirlos en unidades de menor tamaño (Altman, 2000, p. 39). Respecto a esto, Neale, por ejemplo, sugiere para identificar las unidades de menor tamaño, hablar de temas y subgéneros, entendidos estos últimos como “tradiciones o agrupaciones específicas dentro de los géneros” (Neale, 2000, p. 7).⁴⁵ Estas ideas de género, tema y subgénero, las comparte Altman (2000) cuando propone que, los productos audiovisuales deben mantener estructuras y temas comunes para que se consideren como pertenecientes a un género particular.

43 En el original aparece en inglés y es como sigue: “genre, as a dynamic system of working relations in culture rather than as a storehouse of items and issues constantly reproduced”. La traducción es del autor.

44 En el original aparece en inglés y es como sigue: “The concept of verisimilitude is central to an understanding of genre, as is the question of the social and cultural functions that genres perform.”. La traducción es del autor.

45 En el original aparece en inglés y es como sigue: “To specific traditions or groupings within these genres”. La traducción es del autor.

Desde ese orden de ideas, hablar de género implica hacer referencia a la forma y el contenido, o en los términos de Altman a la “semántica y la sintaxis”, refiriéndose con la primera a “temas o tramas en común, escenas clave, tipos de personajes, objetos familiares o planos y sonidos reconocibles” (2000, p. 128), y la segunda, la sintaxis, a las formas cómo se organizan los textos: “la estructura de la trama, las relaciones entre personajes o el montaje de imagen y sonido” (Altman, 2000, p. 128). En esa misma línea, Andrew (1984) sostiene que los “géneros son redes específicas de fórmulas, que entregan un producto certificado a un público que lo espera” (p. 110).⁴⁶

Por otra parte, propuestas contemporáneas sobre el estudio de los géneros audiovisuales en contextos web sugieren la existencia de transformaciones respecto al concepto gracias a los desarrollos tecnológicos. Según Giltrow (2017), “las innovaciones socio-técnicas producen un cambio en la forma” (p.47) ⁴⁷.

En dicho sentido, en la conferencia titulada *Bridging the gap: a genre analysis of weblogs*, Herring et al. (2004), definieron los blogs como “un género emergente [...] impulsado por la web interactiva y las tecnologías” (p. 1-2).⁴⁸ Herring y sus colegas partían de la idea de que un género son acciones recurrentes de comunicación basadas en la forma y el contenido, y que, como lo hemos visto en otros autores (Altman, 2000; Gordillo, 2009; Todorov, 1976), mantienen estructuras similares, características estilísticas comunes y son reconocidos por los públicos según la cultura en la que se encuentran. (Herring et al., 2004)

46 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Genres are specific networks of formulas which deliver a certified product to the waiting customer”. La traducción es del autor.

47 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Socio-technical innovation produced a change in form”. La traducción es del autor.

48 En el original aparece en inglés y es como sigue: “emergent genres driven by interactive web technologies”. La traducción es del autor.

Cabe anotar que el trabajo que realizan Herring y sus colegas sobre los blogs se centra en un análisis al medio, porque revisan las características estructurales de los sitios web, la aparición por ejemplo de imágenes, *ads*, funciones de búsqueda, etc., e inclusive el número de palabras, fragmentos, citas, entre otros. Al respecto, trabajos como los de Lüders et al. (2010) y Giltrow (2017) rechazan el término género con que Herring y sus colegas definen los blogs, por tratarse de un análisis “al uso de la tecnología y no al género” (Giltrow, 2017, p. 49), lo que reduciría su importancia.

3.2 Sobre los géneros y sus críticas

En el libro *Concepts in film theory* (1984), Andrew define a la noción de género como “una categoría rara” que comprende distintos aspectos como la industria, los públicos, la necesidad social de producción de mensajes, las tecnologías y las distintas prácticas significativas: “Es una rara categoría ya que involucra abiertamente todos los aspectos de esta economía; estos aspectos siempre están en juego cuando se trata del cine, pero su interrelación es generalmente muy difícil de percibir” (Andrew, 1984, p. 110).⁴⁹

En esa misma línea de pensar la categoría género, aunque desde la economía, se encuentra la idea de Paszkiewicz (2017, p. 42), quien sostiene que “el género es visto hoy como la clave para la producción comercial y permanece separado de la práctica artística.”⁵⁰ El trabajo de Paszkiewicz remite a una discusión sobre dos aspectos: 1) la mirada crítica del concepto como fórmula que combina patrones (Braudy, 2009; Sarris, 2009), y 2) la idea de optar por una

49 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Genres are now to be thought of not as changeless structures ordained by some natural or psychological law and destined to repeat themselves to every society; nor are they merely the taxonomic constructs of analysts. They serve a precise function in the overall economy of cinema, an economy involving an industry, a social need for production of messages, a vast number of human subjects, a technology, and a set of signifying practices. Genre is a rare category in that it overtly involves every aspect of this economy; these aspects are always at play whenever the cinema is concerned but their interrelation is generally very difficult to perceive.” La traducción es del autor.

50 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Genre is today seen as the key to commercial production and remain separate to artistic practice”. La traducción es del autor.

concepción más amplia en la que se tiene en cuenta todo el proceso de producción, distribución y recepción (Altman, 2000; Andrew, 1984; Ryall, 1970).

Frente a esto último, algunos críticos (Braudy, 2009; Sarris, 2009) cuestionan el hecho de que ciertas definiciones de géneros desconocen en parte la acción creadora de los autores, y son concebidos como un producto de la industria que tiene en cuenta los procesos de producción, distribución y recepción.

Las películas en general han sido criticadas por su atractivo popular y comercial, aparentemente diseñadas principalmente para el entretenimiento y el escape en lugar de la inspiración. Las películas de género son especialmente criticadas porque parecen atraer a una audiencia preexistente, mientras que la película "clásica" crea su propia audiencia especial a través del poder único de la sensibilidad creativa personal del artista. (Braudy, 2009, p. 535)⁵¹

En el planteamiento de Braudy, se considera al género no sólo como característica que unifica diversos textos, sino como aspecto particular de algunas películas a las que se les califica *de género*. Esta doble dimensión del término es tratada por Schatz en su texto *Film genre and the genre film* (2009), quien recomienda no confundir los géneros cinematográficos con las películas de género, pues los primeros se comportan como sistemas de convenciones para la creación que son asumidos por diversos textos audiovisuales; mientras que, las películas de género, son aquellos textos en particular que manifiestan por completo ese sistema de convenciones (Schatz,

51 En el original aparece en inglés y es como sigue: "Films in general have been criticized for their popular and commercial appeal, seemingly designed primarily for entertainment and escape rather than enlightenment. Genre films especially are criticized because they seem to appeal to a preexisting audience, while the film "classic" creates its own special audience through the unique power of the filmmaking artist's personal creative sensibility". La traducción es del autor.

2009). En esos textos, el creador, como lo afirma Braudy, “parece desaparecido y solo la audiencia está presente” (2009, p. 535).⁵²

Por otra parte, Ryan (1970) considera que películas de género debe ser una distinción reservada a ciertos productos pertenecientes a géneros particulares como el *gángster* y los *westerns*, pues son estos géneros en especial los que más conservan características propias de una cultura, distinto a lo que sucede con otros géneros como el drama.

Por otra parte, las críticas frente a las nociones de géneros cinematográficos y películas de género como las presentadas por Braudy y Schatz, se originaron entre los años 50 y 60 del siglo XX con la teoría del *auteur*. Ésta última es una propuesta que procura resaltar el ejercicio individual del director de la película, que le provee al texto audiovisual una cualidad distintiva (Sarris, 2009). Según Wood, esta teoría “concentró la atención exclusivamente en las huellas digitales, temáticas o estilísticas, del artista individual” (Wood, 2012, p. 78)⁵³.

La teoría del *auteur* para Sarris (2009) invita ver los directores de cine como autores cuando estos cumplen con tres premisas clave: demuestran la competencia en la técnica cinematográfica como un criterio de valor; preservan una personalidad distinguible dentro de las obras de un mismo director, es decir, el estilo, y dotan la obra de un significado profundo.

Tanto las ideas que defienden las teorías de los géneros cinematográficos como las que los critican, reconocen que el cine remite a creación, ya sea desde una mirada enfocada en el autor como genio creador, o a un proceso de producción amplio en el que la industria está presente.

52 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Too often in genre films the creator seems gone and only the audience is present”. La traducción es del autor.

53 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Auteur theory, in its heyday, concentrated attention exclusively on the fingerprints, thematic or stylistic, of the individual artist; recent”. La traducción es del autor.

Ahora bien, con esto hemos dado cuenta de un concepto de género que nace de los estudios literarios para el contexto audiovisual y que ha sido abordado de distintas maneras. Precisamente para este trabajo, después de revisar las distintas ideas sobre los géneros, asumimos la propuesta de Altman (2000) cuando afirma que los géneros comprenden la semántica y la sintaxis de los textos, es decir, los contenidos de los relatos y las formas como estos se organizan.

3.3 Formato y macrogénero

Similar a lo que sucede con el concepto de género, no existe una definición única de formato. Algunos autores le consideran una construcción creativa (Rincón, 2013; Suing et al., 2015), mientras que otros adoptan una mirada comercial (Calbreath-Frasieur, 2016; Saló y Maestro, 2018).

La investigación de Villegas (2019) revisa las múltiples definiciones que se han hecho respecto al formato y determina que éstas se pueden agrupar en tres perspectivas: 1) a partir de su diferencia conceptual con el género; 2) como una práctica económica e industrial, y 3) como un producto cultural (Villegas, 2019, p. 102). En este trabajo, aunque tenemos en cuenta las tres perspectivas que propone Villegas, por el interés de identificar el tipo de texto que son las series web, nos centramos en la noción de formato a partir de su distinción con el género.

Según Saló y Maestro (2018), una de las acepciones de formato está vinculada con la configuración de un producto audiovisual que puede ser comercializado en el mercado internacional para su adaptación local (p. 7). En palabras de los autores, se trata de una “receta” que, como tal, contiene una serie de ingredientes que deben ser utilizados de una manera precisa con el fin de lograr un resultado específico. (Saló y Maestro, 2018)

En un trabajo previo, Saló (2003) definió al formato como “el desarrollo concreto de una serie de elementos audiovisuales y de contenidos, que conforman un programa determinado y lo diferencian de otros” (p. 13). Esta definición es compartida en parte por Carrasco (2010), quien acepta que el formato tiene en cuenta un conjunto de características que diferencian un programa de otro. Sin embargo, el autor considera que dentro del formato no es necesario recurrir a los contenidos como criterios de demarcación.

Esta idea de formato de Carrasco distingue sobre la noción de género. Para el autor, es “necesario reconocer la operatividad de la distinción forma - contenido” (Carrasco, 2010, p. 181), una distinción que coincide con los postulados de López Vigil (2005) quien afirma:

[El género] tiene una raíz griega que significa generación, origen. [Formato] viene del vocablo latino forma. Son las figuras, los contornos, las estructuras en las que se vierten los contenidos imprecisos. [...] Los géneros, entonces, son los modelos abstractos. Los formatos, los moldes concretos de realización. (López Vigil, 2005, p. 80)

En esta misma línea de ubicar la independencia entre género y formato está la propuesta de Gordillo (2009) quien indica que el género, en los contextos audiovisuales, “organiza la esencia ontológica de cada espacio televisivo, mientras que el formato lo configura y materializa sus componentes morfológicos y sintácticos” (p. 42).

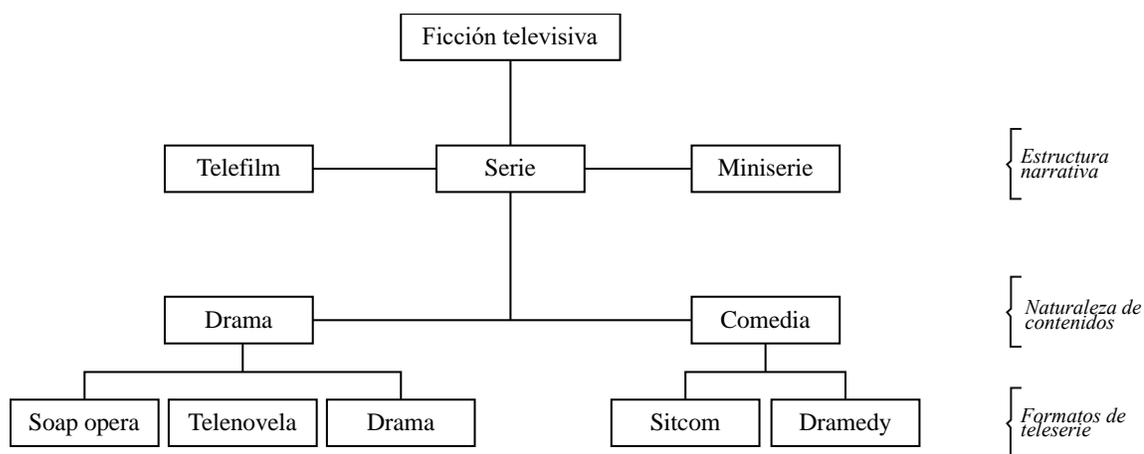
Al igual que Gordillo, Carrasco sugiere la distinción entre género y formato en contextos audiovisuales cuando plantea que “determinados contenidos”, refiriéndose a los géneros, “exigen y reclaman ser puestos en pantalla a través de determinados formatos” (2010, p. 181). Esta diferencia entre forma y contenido le permiten a Carrasco presentar un modelo de clasificación basado en tres dimensiones: las estructuras narrativas, la naturaleza de los contenidos y los formatos.

El modelo taxonómico de Carrasco (Figura 7), pone en un primer nivel lo que él denomina el género de la ficción, categoría que otros autores (Mínguez, 2014; Saló, 2003) entienden como *macrogénero* y definen como los “modos o características de representación de un universo imaginado” (Mínguez, 2014. p. 127). El tema de los macrogéneros lo abordaremos más adelante en detalle.

La ficción para Carrasco es una categoría contenedora de estructuras narrativas en la que existen formatos como el telefilm, la serie y la miniserie. Estas estructuras pueden ser narradas a partir de dos grandes tipos de contenidos: el drama y la comedia. Estos, a su vez, son representados en formatos específicos como los *soap opera*, *sitcoms*, telenovela, etc. La figura 7 ilustra el modelo.

Figura 7

Formatos básicos de teleseries.



Nota. La figura muestra un diseño jerárquico elaborado por Carrasco (2010) que parte de la ficción televisiva como género a los formatos básicos de las teleseries (p. 184).

Contraria a la posición de Carrasco (2010), Saló no hace una distinción entre género y formato. En cambio, desde una propuesta de dimensiones, entiende los géneros como “los grupos

en los que se clasifican los formatos y programas según su estructura y desarrollo” (2019, p. 53).

A su vez, y en la misma línea de dimensiones, ofrece la idea de los macrogéneros como una categoría contenedora de los géneros y los formatos. Según Saló: “En cada macrogénero se engloban los géneros, grupos de programas con elementos comunes que desarrollan sus contenidos en diferentes formatos en los que se engloban los espacios televisivos” (2019, p. 55).

Para Saló existen tres tipos de macrogéneros: 1), entretenimiento, allí se ubican *game shows*, *realities*, *talk shows*, etc.; 2), ficción, compuesto por *series*, *sitcoms*, *mini series* y *tv films*, y 3) informativo, en el que incluye *noticias*, *reportajes*, *infoshows* y *documentales*. (Saló, 2019, p. 58)

Por otra parte, Mínguez, al igual que Saló, asume la idea de macrogénero como categoría amplia que permite la clasificación de géneros. Sin embargo, a diferencia de Saló, centra los macrogéneros en solo dos categorías: ficción y no ficción. La primera que comprende como la representación de un universo imaginario, y la segunda como la representación de la realidad. (Mínguez, 2014)

En la misma línea de los macrogéneros como categorías amplias está la propuesta de Gordillo (2009) quien, similar a autores mencionados anteriormente, reconoce la existencia del macrogénero referencial, encargado de los géneros informativos o de no ficción; el macrogénero de ficción y el macrogénero de entretenimiento o lúdico. Esta idea es similar a la de Jost (2005), quien sostiene la misma triada de macrogéneros pero prefiere llamarlos *archigéneros* y caracteriza como “tres mundos que reagrupan numerosos géneros” (Jost, 2005, p. 55).

El trabajo de Jost, que se fundó en el estudio a los *reality shows* (2005), profundiza en el mundo lúdico, que se define por ser un macrogénero (o archigénero) híbrido, pues “es un intermediario entre el mundo de la ficción, cuyas reglas toma prestadas, y el mundo real, que

entrelaza de manera diversa al jugador con el mundo del juego” (Jost, 2005, p. 56). Considerar el mundo de lo lúdico como un macrogénero híbrido es pertinente, no solo para identificar propuestas en el contexto audiovisual televisivo, sino porque permite moverse a otros escenarios como el de los videojuegos. (Vargas-Iglesias, 2020)

La idea de macrogéneros es recurrente en diversos autores y resulta adecuada como un primer nivel del análisis de los géneros y formatos audiovisuales. Sin embargo, es necesario centrarnos en la propuesta de Gordillo, que, como dijimos líneas atrás, busca revisar los géneros y los formatos en contextos de la hipertelevisión.

Así, para la autora, el análisis y la evolución de los géneros se debe hacer en paralelo con las fases de la televisión propuestas por Umberto Eco (2007). Así las cosas, los macrogéneros que surgen en la *paleotelevisión*, y que guardaban con celo sus límites, se enriquecen en la *neotelevisión* al permitir la hibridación. Estos, a su vez, se convierten en hipergéneros en el contexto de la hipertelevisión, gracias a las potencialidades que ofrece la red y los dispositivos tecnológicos para el surgimiento de nuevos formatos, resultado de mezclas de fórmulas contemporáneas y tradicionales.

Además, según la autora, los límites entre los diferentes hipergéneros de la hipertelevisión se vuelven borrosos, hasta desaparecer en incontables ocasiones. La información se disfraza con mecanismos formales propios de los discursos ficcionales, lo que provoca emociones en el espectador y otorga al sentimiento un lugar privilegiado en detrimento de la razón o el entendimiento. También, existen elementos propios de la publicidad y de los programas de entretenimiento para contar la actualidad de forma amena, fragmentada y en ocasiones, descontextualizada, como un verdadero espectáculo. (Gordillo, 2009)

Gordillo en su idea de los hipergéneros sumó a los anteriores macrogéneros (informativos, ficcionales y de entretenimiento o lúdicos), dos categorías más, la del hipergénero docudramático y el hipergénero publicitario.

Como se deduce de lo anterior, la idea de macrogénero, género y formato son acepciones interdependientes que se requieren para la clasificación de textos, en nuestro caso, audiovisuales. A los efectos de este trabajo nos es pertinente distinguir entre género y formato (Villegas, 2019). Así, optamos por aquellas ideas que conciben los formatos como los moldes concretos de realización (Carrasco, 2010; Gordillo, 2009; López Vigil, 2005) porque nos permite aplicarlos al audiovisual en contextos web.

Por otra parte, reconocemos los macrogéneros como categorías amplias que engloban los géneros (Gordillo, 2009; Jost, 2005; Mínguez, 2014; Saló 2019) y, en línea con la propuesta de Jost (2005), asumimos los tipos ficción, no ficción e híbridos.

3.4 La clasificación de los textos audiovisuales

Hasta este punto hemos hecho un recorrido por los géneros a partir de su origen, definición y crítica. Además, revisamos una noción cercana como es la de formato y el surgimiento de otras categorías como la de los macrogéneros. Ahora bien, debido a que una de las funciones primarias de los géneros es la de clasificar textos, dedicaremos este apartado final a revisar propuestas taxonómicas que nos proporcionen maneras efectivas para clasificar los textos audiovisuales, no solo para medios tradicionales sino también para contextos web.

Así, consideramos los géneros como convenciones que permiten la clasificación de textos de acuerdo a sus temas y características (Romaguera, 1999). Esta función, la de clasificadores, ha sido abordada por diversos autores (Carrasco, 2010; Romaguera, 1999; Sánchez-Noriega, 2018) quienes han propuesto distintas formas de agrupación para textos audiovisuales. Particularmente,

Romaguera parte de la idea de que antes que los géneros existen dos grandes categorías: la comedia y el drama, “en cuyo interior se ordenan los diversos géneros. Visto de esa manera, el *western*, el *film* bélico y el policíaco son dramas. Y todo drama, tratado en clave cómica, deviene comedia” (Romaguera, 1999, p. 47).

La propuesta de Romaguera de clasificación de los géneros se concentra en aspectos referentes al contenido, es decir, a los temas y abordajes de los textos audiovisuales. Es ahí que difiere de ideas que asumen aspectos como las técnicas audiovisuales dentro de los géneros. Es el caso de las animaciones, que Romaguera, a diferencia de varios autores (Agel, 1996; Della, 1981; Núñez y Loscertales, 2008), define como técnica y “no como género, ni subgénero” (Romaguera, 1999, p. 47).

Desde ese orden de ideas, la propuesta de Romaguera sobre la clasificación de los géneros plantea, en primera instancia, una agrupación para lo que él considera como los *géneros específicos del cine* entre los que reúne documental, *western*, policíaco, musical, comedia, terror-fantástico y ciencia ficción (Romaguera, 1999).

Similar a la idea de géneros específicos del cine, está la de *géneros canónicos* que presenta Sánchez-Noriega (2018), y en la que tiene en cuenta ocho géneros: drama, *western*, comedia, musical, terror, fantástico o ciencia ficción, aventuras o acción y criminales (cine negro, policíaco, *thriller*).

El trabajo de Sánchez-Noriega destaca, además, la importancia de diferenciar en el campo de los estudios visuales, tanto los géneros cinematográficos y televisivos, como los referentes al video en contextos web. Desde esta idea, su trabajo procura un escenario sobre lo audiovisual en general que, según el autor, ofrece diversas tipologías de clasificaciones

concernientes al soporte o medio, al formato, a la duración, al objeto o la finalidad, a la estética, etc.

Esta idea de hacer un análisis más amplio de los géneros que incluye lo cinematográfico, lo televisivo y el audiovisual web, es consecuente con el trabajo que hace Gordillo (2009) sobre los géneros y formatos audiovisuales en el contexto de la *hipertelevisión*, considerada la tercera fase de la televisión, después de la *paleo* y la *neotelevisión*, anunciadas por Eco (2012).

Según Gordillo, los cambios que sufrió la televisión gracias a la aparición de la web tal como la conocemos hoy, obligan a revisar nuevamente la cuestión sobre los géneros, pues esta etapa posee características como “la convergencia, la continuidad, la disgregación y multiplicación de formatos a partir de la hibridación de géneros y la aparente contradicción entre fórmulas viejas reiteradas y nuevas creaciones, o entre lo global y lo local” (Gordillo, 2009, p. 15).

A partir de lo anterior, Gordillo propone una tipología específica de formatos producto de la hibridación de géneros en el marco de lo que ella denomina hipertelevisión. Este ejercicio tipológico permite identificar cuestiones referentes a estructuras, tiempos de duración y personajes (Tabla 2). Cabe aclarar que, a pesar de que el modelo de Gordillo se plantea para el contexto de la hipertelevisión, maneja tiempos de duración fijos propios de la televisión tradicional.

Tabla 2

Tipologías de los formatos ficcionales en la hipertelevisión.

| Formato | Estructura | Duración | Personajes |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------|-------------------|
| Telecomedia o <i>sitcom</i> | Episódica | 25” | Fijos |
| <i>Soap opera</i> | Arcos de episodios abiertos | 44” – 50” | Fijos |
| Telenovela | Serial cerrado | 50” | Fijos |
| Antológicas | Episodios independientes | 50” | Variables |

| | | | |
|-----------------|-----------------------------|-----|-------------------|
| Serie dramática | Arcos de episodios (mixtas) | 45" | Fijos y variables |
| Miniserie | Serial cerrado | 50" | Fijos |
| Telefilme | Autocontenido | 90" | Fijos |

Nota. Elaboración propia a partir de la tipología de formatos elaborada por Gordillo (2009, p. 106).

La propuesta de Gordillo de revisar los formatos audiovisuales en la era de la hipertelevisión va en línea con trabajos como el de Pérez y Gómez (2013), en el que se preocupan por clasificaciones del audiovisual en la red. En primera instancia, estos autores hacen una distinción entre las producciones realizadas por la industria y las creaciones *amateurs*, específicamente en la plataforma *YouTube*.

En lo concerniente a la producción de la industria, Pérez y Gómez (2013) reconocen formatos comunes dentro del cine y la televisión. Respecto a las producciones audiovisuales de aficionados, hacen referencia a formatos alternativos propios de contextos web como *remix*, *fandom*, *lip-dubs*, habilidades artísticas, *vlogs*, *webisodes*, *sketches*, animaciones, tutoriales, *gameplay* y registros documentales.

Por otra parte, el interés que tuvieron Gordillo (2009) y Pérez y Gómez (2013) por caracterizar los formatos audiovisuales a partir de los realizadores, ya sean profesionales o aficionados, coincide con la clasificación sobre los géneros de Miller (2017), quien propone una tipología basada en el realizador de los textos. De hecho, éste sugiere que en los géneros que se originan en los campos cinematográfico, televisivo y literario, los roles entre el productor y el consumidor están mediados por lo comercial, de ahí que los denomine *géneros industriales* y explique que “estos géneros emergen y sobreviven si ofrecen algo que “vende”, ya sea a un

mercado masivo o a una audiencia con más criterios estéticos especializados” (Miller, 2017, p. 23)⁵⁴.

En la misma tipología de géneros según el productor, Miller propone también los *administrativos* e *institucionales*, aquellos que están regidos por textos que se producen en escenarios como la escuela, las entidades gubernamentales, la iglesia, etc. Asimismo, la autora propone otra distinción basada en las producciones realizadas por los usuarios que denomina *géneros vernáculos*, refiriéndose a aquellos producidos en contextos web como *fan-fiction*, *shreds* videos, *mashups* de música, etc. (Miller, 2017).

Estas formas de clasificación general de los géneros de Miller coincide con las ideas de Frow (2006) quien, en la misma línea, identifica tres tipologías: los conceptuales, industriales y populares, estos últimos entendidos como los vernáculos en Miller.

Las ideas de Frow (2006) y Miller (2017) son importantes para la investigación de los géneros porque permiten una organización general a partir de los creadores de las obras. Es clave eso sí, y como lo expresa Miller, entender que “no se trata de categorías herméticas” (p. 25) sobre todo en lo que refiere a los llamados géneros industriales y vernáculos, pues en los contextos de convergencia (Deuze, 2007a; Jenkins, 2008a), un género producido por la industria con fines comerciales luego puede ser apropiado por los usuarios y viceversa.

El tema de revisar géneros y formatos audiovisuales en contextos web cada vez toma más interés, no sólo en estudios cercanos al campo de la comunicación y los medios, sino también en otra áreas como la informática. Así pues, a través de diversas propuestas de automatización (Álvarez et al., 2019; Simões et al., 2016; Wehrmann y Barros, 2017) y, teniendo en cuenta

54 En el original aparece en inglés y es como sigue: “these genres emerge and survive if they offer something that “sells,” either to a mass market or to an audience with more specialized aesthetic criteria.” La traducción es del autor.

aspectos de sintaxis y semántica (Altman, 2000), se han logrado identificar los géneros más comunes a partir del uso de base de datos en internet.

Desde ese orden de ideas, el trabajo de Álvarez et al. (2019) destaca géneros como acción, aventura, comedia, crimen, drama, horror, romance, ciencia ficción y *thrillers* en uno de los modelos de automatización empleados a través del *machine learning algorithms*. Un resultado igual sucede con la propuesta de Wehrmann y Barros (2017) lograda a partir del análisis automático del contenido de *trailers* de películas pertenecientes a distintas épocas.

De esta manera podemos dar cuenta que la clasificación de los géneros puede ser abordada de distintas maneras, ya sea por contenidos, estructuras, formas y hasta por sus realizadores como en el caso de Miller (2017) y Frow (2006). Inclusive, las maneras de automatización producto del uso de algoritmos aportan novedosas formas de clasificar los textos audiovisuales. Estas categorías nos permiten ver que los géneros están en permanente mutación y eso los hace inestables, sobre todo y como lo plantea Miller, porque “no solo son producto del cambio tecnológico y la transformación de los medios” (2017, p. 26) sino de múltiples influencias propias de los ejercicios de creación.

En síntesis

La definición de los géneros ha interesado a diversos campos del conocimiento por el afán que tenemos los humanos de generar taxonomías. Para el caso particular de los géneros audiovisuales, en este apartado hemos dado cuenta de diversos enfoques, críticas e intereses, que los convierte en conceptos polisémicos. Además, hemos revisado nociones que comparten fronteras semánticas que ayudan a delimitar, o por lo menos, proponer diversas maneras de clasificación de los textos audiovisuales en contextos de convergencia.

En consecuencia, y a efectos del análisis de las producciones webseriales, partiremos de la propuesta de géneros canónicos (Sánchez-Noriega, 2018), que coincide en su mayoría con los resultados de las investigación sobre los géneros más comunes en los consumos audiovisuales en internet empleando algoritmos de aprendizaje automáticos. (Álvarez, *et. al.*, 2019; Wehrmann y Barros, 2017)

Finalmente, en esta investigación partiremos de reconocer las series web como un formato a partir de la propuesta de Saló (2003), López Vigil (2005) y Carrasco (2010), quienes conciben que el formato tiene en cuenta las características concretas de un determinado programa, “sin recurrir a los contenidos como criterios de demarcación” (Carrasco, 2010, p. 180). Es decir, el formato tiene que ver con la forma, mientras que el género con el contenido; y la ficción, es un macrogénero al tratarse de una categoría contenedora de los géneros y los formatos. (Saló, 2003).

4. La Interactividad

La interactividad es un fenómeno que puede ser visto como un proceso cuando se trata de la interacción entre personas o como un producto cuando esta interacción se da entre usuarios y tecnologías (Stromer-Galley, 2004). El hecho de que la interactividad pueda ser vista desde dos categorías distintas, ha provocado que su estudio se aborde desde diversos campos: la sociología (Downes & McMillan, 2000; Goffman, 1961; Jensen, 1998; Silverston, 2005), la informática (Rogers, 1986), el diseño (Moreno, 2015; Northrup, 2001) y la comunicación (Castells, 2000; Cebrián, 2009), entre otros.

Por ejemplo, desde una perspectiva sociológica, la interactividad es considerada “la relación entre dos o más personas quienes, en una situación dada, mutuamente adaptan sus comportamientos y acciones del uno con el otro” (Downes & McMillan, 2000, p. 158)⁵⁵. Por su parte, desde un enfoque comunicativo, la interactividad se observa como “un atributo del canal a través del cual la comunicación ocurre. La comunicación es vista como un proceso dinámico e interdependiente entre emisores y receptores” (Kiouisis, 2002; p. 359).⁵⁶

Esta diversidad de miradas ha hecho que autores como Tim O’Sullivan (1994) consideren la interactividad como un concepto multidiscursivo, “en tanto su significado para que sea claro depende en gran medida de su contexto” (p. 190).

4.1 Propuestas sobre el concepto de interactividad

Dentro del campo de la comunicación, en los últimos años el concepto de interactividad ha tomado fuerza por su relación con la cultura de convergencia (Jenkins, 2008) y los estudios

55 En el original aparece en inglés y es como sigue: “the relationship between two or more people who, in a given situation, mutually adapt the behavior and action to each other”. La traducción es del autor.

56 En el original aparece en inglés y es como sigue: “interactivity is an attribute of the channel through which communication occurs. Communication is seen as a dynamic, interdependent process between senders and receivers”. La traducción es del autor.

con perspectiva interacción humano computador (Bannan-Ritland, 2002; Jensen, 1998; Kiouisis, 2002; McMillan, 2002; Rafaeli, 1988; Rafaeli & Sudweeks, 1997). Desde esta perspectiva, McMillan (2000) y Kiouisis (2002) plantean que las discusiones sobre interactividad en comunicación son tan variadas, que han sido abordadas como función del medio en sí, como característica determinada por la tecnología e inclusive como procesos y percepciones que tienen los participantes sobre la capacidad de interactuar.

Precisamente esta última idea es fundamentada por Rafaeli y Sudweeks (1997) quienes consideran que se debe tener en cuenta la interactividad como proceso en “la medida en que los mensajes en una secuencia se relacionan entre sí, y especialmente la medida en que los mensajes posteriores cuentan la relación de los mensajes anteriores” (*S.N.*).⁵⁷

Otra propuesta para explicar este concepto es la que parte de entender la diferencia entre interacción e interactividad. Según Cebrián (2009), la interacción se refiere a “la acción recíproca entre dos personas, animales u objetos, y la interactividad al diálogo mediante un programa informático entre usuarios y ordenador” (p. 10).

Opuesto a Cebrián, está la propuesta de Jensen (1998), quien distingue los conceptos dependiendo de los enfoques con que son observados. Según Jensen dentro del contexto informático a diferencia del sociológico, “es posible tener interacción (humano-máquina) sin tener comunicación entre dos personas, pero no (mediación computarizada) comunicación sin tener (humano-computador) interacción” (1998, p. 190).⁵⁸

57 En el original aparece en inglés y es como sigue: “interactivity is not a characteristic of the medium. It is a process-related construct about communication. It is the extent to which messages in a sequence relate to each other, and especially the extent to which later messages recount the relatedness of earlier messages”. La traducción es del autor.

58 En el original aparece en inglés y es como sigue: “it is possible to have (human-machine) interaction without having communication, but not (computer mediated) communication without also having (human-computer) interaction”. La traducción es del autor.

Dejando a un lado la distinción entre interacción e interactividad, en las últimas décadas el estudio de los medios tecnológicos aportó otras definiciones en torno al concepto de interactividad. En esa línea está la investigación en televisión interactiva de Prado, et. al. (2006), quienes proponen la interactividad como “la condición que implica la ejecución de acciones entre diferentes polos que participan en el proceso comunicativo” (p. 9 -10)⁵⁹ y que se puede dar a partir de dos implicaciones: una tecnológica y otra situacional. La primera evidente cuando existe una vía de retorno, ya sea *intrínseca*, es decir que la provea el mismo sistema o *extrínseca*, si el sistema debe valerse de otras herramientas para generar esa vía de retorno, y la segunda, "caracterizada por la existencia de una acción mutua que puede existir tanto si hay vía de regreso como si no la hay" (Prado, et. al. 2006, p. 10).

Siguiendo con las propuestas de Prado y sus colegas, en un trabajo posterior (2008) sobre las tipologías funcionales de la televisión interactiva, los investigadores hacen énfasis en el hecho de que la interactividad se da a partir de la siguiente condición fundamental: “que sea posible algún tipo de interacción entre el usuario y el sistema o entre el usuario y los contenidos” (2008, p. 18). No obstante, según los autores hay que tener claro que dicha interacción requiere una condición de reciprocidad, la cual en contextos mediados por tecnologías es distinta a la dada en los procesos de interactividad más elementales: la comunicación cara a cara.

Un recorrido por las distintas acepciones en torno a la interactividad similar al que hemos hecho, permitió a autores como Kioussis (2002) construir una noción amplia sobre el fenómeno de la interactividad:

[...] el grado en que una tecnología de comunicación puede crear un entorno mediado en el que los participantes pueden comunicarse (uno a uno, uno a muchos y muchos a

59 El original aparece en catalán y es como sigue: “la condició que implica l’execució d’accions entre els diferents pols que participen en el procés comunicatiu”. La traducción es de este autor.

muchos), tanto sincrónicamente como asincrónicamente, y participar en mensaje recíproco intercambios (dependencia de tercer orden). Con respecto a los usuarios humanos, también se refiere a su capacidad de percibir la experiencia como una simulación de comunicación interpersonal y aumentar su conciencia de la telepresencia. (Kiouisis, 2002, p. 372)⁶⁰

De la idea de autores como Downes y McMillan (2002), Kiouisis (2002) o Steuer (1993) se destaca que la interactividad es una variable que implica grados para evaluar el nivel de participación de los usuarios, ya sea “para influir en la forma o el contenido” (Steuer, 1993, 10-11)⁶¹, o para “intercambiar roles y tener control sobre su discurso mutuo” (Rogers, 1995, 314 citado en Downes y McMillan, 2002, 159)⁶².

4.2 Modelos de interactividad por grados

Diversas propuestas relacionan la noción de grados en evaluación de los procesos de interactividad con la existencia de dimensiones o niveles. Precisamente en esta línea, Rafaeli (1988) propone distinguir entre niveles interactivos, cuasi-interactivos (reactivos) y secuencias de comunicación no interactivos.

Según Rafaeli, la diferenciación entre los niveles interactivos y reactivos respecto a los no interactivos radica en que, en los dos primeros existe la posibilidad de intercambio de roles entre emisor y receptor en cada uno de los mensajes que se van dando. En el caso de los niveles de no interactividad, existe una total ausencia de interacción.

60 En el original aparece en inglés y es como sigue: “the degree to which a communication technology can create a mediated environment in which participants can communicate (one-to-one, one-to-many, and many-to-many), both synchronously and asynchronously, and participate in reciprocal message exchanges (third-order dependency). With regard to human users, it additionally refers to their ability to perceive the experience as a simulation of communication and increase their awareness of telepresence”. La traducción es del autor.

61 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Interactivity, refers to the degree to which users of a medium can influence the form or content of the mediated environment”. La traducción es del autor.

62 En el original aparece en inglés y es como sigue: “exchanges roles in and have control over their mutual discourse”. La traducción es del autor.

La interactividad es una expresión de la medida en que en una serie dada de intercambios de comunicación, cualquier tercera (o posterior) transmisión (o mensaje) está relacionada con el grado en que los intercambios anteriores se referían incluso a transmisiones anteriores. (Rafaeli, 1988, p. 111)⁶³

Esta definición de interactividad reconoce tres niveles relevantes: comunicación bidireccional (no interactiva), comunicaciones reactivas (o cuasi-interactivas) y comunicaciones interactivas. La comunicación bidireccional está presente tan pronto como los mensajes fluyen bilateralmente. Las configuraciones reactivas requieren, además, que los mensajes posteriores se refieran (o sean coherentes con) los anteriores. La interactividad completa (capacidad de respuesta) difiere de la reacción en la incorporación de referencias al contenido, la naturaleza, la forma o simplemente la presencia de referencias anteriores. (Rafaeli, 1988)

Otro autor que contempla la interactividad por niveles o dimensiones es Jensen (1998). En su investigación recogió una serie de propuestas acerca de la interactividad por dimensiones (Rafaeli, 1988) y propuso un modelo basado en cuatro dimensiones: de transmisión, consultiva, registracional y conversacional.

Según Jensen, la interactividad de transmisión es la posibilidad que un medio le ofrece a los usuarios de escoger entre un flujo de información, pero sin retorno. Contrario a esto, la interactividad consultiva por su parte permite a los usuarios la elección entre una serie de opciones preexistentes de información y aquí sí existe ese canal de retorno. En la interactividad conversacional, el usuario está en la capacidad de producir e ingresar información. Esto se da en un sistema de doble vía ya sea almacenado o en tiempo real. La interactividad de registro es la

63 En el original aparece en inglés y es como dice: “is an expression of the extent that in a given series of communication exchanges, any third (or later) transmission (or message) is related to the degree to which previous exchanges referred to even earlier transmissions”. La traducción es del autor.

habilidad de un medio para registrar información, adaptarse y/o responder a las necesidades y acciones de un usuario. (Jensen, 1998, p. 201)

En la misma línea de las dimensiones, Downes & McMillan (2000) proponen seis reunidas en dos grupos: dimensiones basadas en el mensaje y dimensiones basadas en el participante. Para los investigadores el nivel de interactividad aumenta a medida que se dan cada una de las seis dimensiones que presentamos en la siguiente tabla (3).

Tabla 3

Dimensiones de interactividad basadas en el mensaje y en el participante.

| Basadas en el mensaje | Basadas en el participante |
|--|---|
| Dirección de comunicación: La comunicación bidireccional permite a todos los participantes comunicarse activamente. | Nivel de control: Los participantes perciben que tienen un mayor control del entorno de la comunicación. |
| Flexibilidad de tiempo: El tiempo de comunicación es flexible para satisfacer las demandas de tiempo de los participantes. | Sensibilidad: Los participantes encuentran que la comunicación es receptiva. |
| Sentido de lugar: El ambiente de comunicación crea un sentido de lugar. | Propósito percibido de comunicación: Los individuos perciben que el objetivo de la comunicación está más orientado al intercambio de información que al intento de persuadir. |

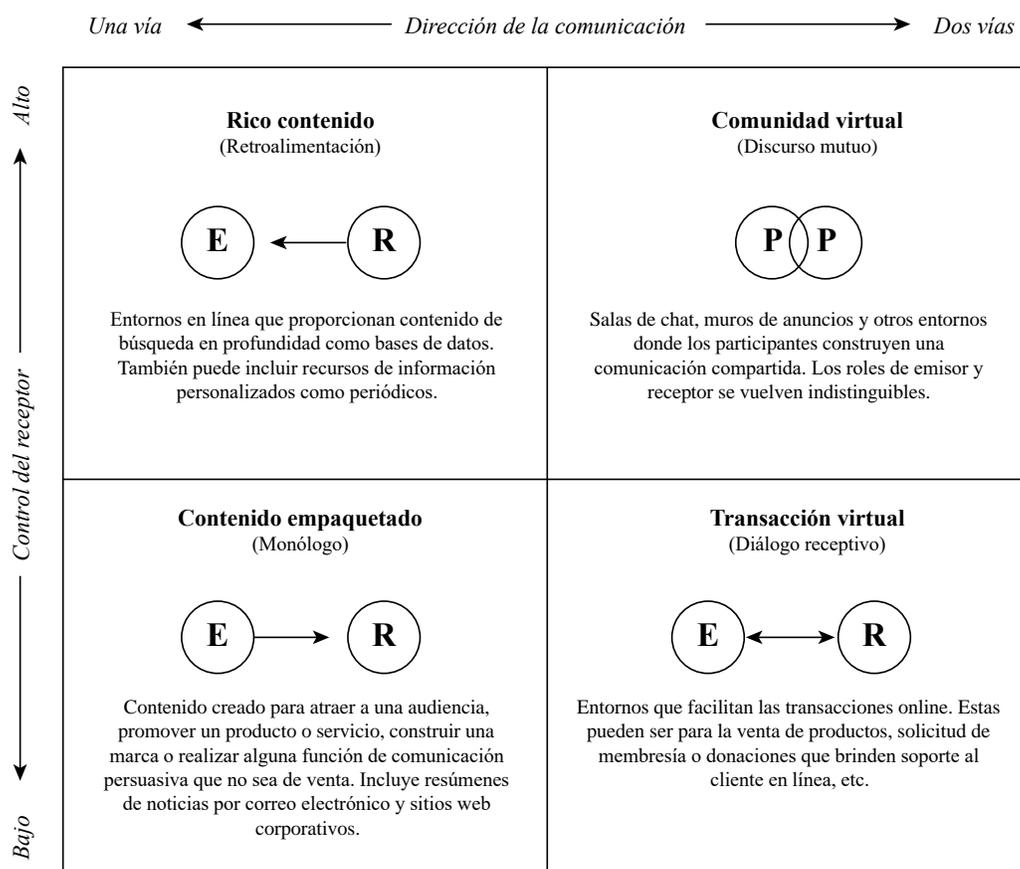
Nota. Elaboración propia a partir de la propuesta de Downes y McMillan (2000, p. 173)

El modelo de las dimensiones de interactividad basadas en el mensaje y en el participante de Downes y McMillan, fue reelaborado por la misma McMillan (2002) en un estudio posterior. La investigadora lo presenta como el modelo de cuatro partes de ciberinteractividad y recoge las ideas previas de interactividad y las reelabora a partir de dos categorías: el nivel de control del receptor (si es alto o bajo) y la dirección de la comunicación (si es en una o doble vía).

La figura 8 elaborada por McMillan (2000) y ajustada por ella misma en su modelo de *cuarta parte de ciberinteractividad* (2002), explica los cuatro niveles de interactividad a partir de las dos dimensiones previamente descritas.

Figura 8

Cuatro modelos de ciberinteractividad.



Nota. En la figura E se refiere a emisor, R a receptor y P a participante (Los roles emisor y receptor son intercambiables). (McMillan, 2000, P. 72). Traducción del autor.

El modelo presentado en la figura anterior distingue cuatro posibilidades dependiendo la interacción que exista entre emisor y receptor y la probabilidad de intercambio o no de estos roles. Desde este orden de ideas, el modelo propuesto por McMillan (2002) plantea un nivel

primario de interactividad denominado Monólogo, en el que el control del receptor es bajo y solo se da dirección de una sola vía. Un segundo nivel o de *feed-back* que permite al receptor cierta comunicación con el emisor, pero se sigue manteniendo la unidireccionalidad de la comunicación y los roles siguen siendo claramente de emisor y receptor. El tercer nivel es el del diálogo sensible, el cual se da en una comunicación de doble vía. Sin embargo, el control sigue manteniéndose por parte del emisor (ejemplo un portal bancario para pago de servicios). El cuarto nivel, de discurso múltiple, es el escenario de interactividad más completo que existe, en el que los roles emisor y receptor no se distinguen y estos cambian permanentemente, es decir, no existe un control definido y hay comunicación de doble vía (*chats*).

Siguiendo la línea de los niveles de interactividad, en contextos audiovisuales está la propuesta de Prado et. al. (2006). Según los autores el estudio de la televisión interactiva se puede analizar a partir de seis niveles que van en aumento con relación a la participación que tiene el usuario respecto al texto⁶⁴.

Un primer nivel, denominado *de Control*, es el estadio básico de interactividad evidente a partir del uso del mando a distancia con el que se pueden ajustar configuraciones básicas del producto audiovisual. El segundo nivel, *Plebiscitario*, permite una respuesta del usuario. Esta interactividad no implica necesariamente comentarios de ida y vuelta en tiempo real. Un tercer nivel, la interactividad *De Selección* permite que el usuario pueda elegir la forma de navegación y esta interacción se da entre el receptor y la aplicación. El cuarto nivel de interactividad en la televisión, denominado *De Interrogación*, se evidencia en:

64 Cabe recordar que el trabajo de los investigadores de la UAB si bien está enfocado exclusivamente al estudio de la televisión interactiva, para efectos de este trabajo nos parece pertinente traerlo a colación porque permite revisar el fenómeno de la interactividad en producciones audiovisuales en contextos web.

[...] aquellos sistemas y aplicaciones en que, manteniendo una considerable asimetría entre los canales de ida y vuelta, el usuario puede interrogar el medio con un elevado grado de precisión y obtener satisfacción individual a sus demandas sobre un universo preestablecido de opciones finitas. (Prado et al., 2006, p. 11)⁶⁵

Los autores citados también se refieren a un quinto nivel de interactividad, el reconocido como *Simétrica* y que se caracteriza por contar con vías del emisor para satisfacer las demandas de los receptores de manera simultánea y generando diálogos directos. En este tipo de interactividad, el receptor tiene la posibilidad de convertirse en un emisor en la medida que puede entrar en diálogo con el emisor / receptor. (Prado et al., 2006)

Finalmente, para los investigadores, un sexto nivel de interactividad reconocido como el más alto nivel posible dentro de un sistema de televisión interactiva es el denominado *Metainteractivo*, en el que las comunicaciones entre emisor y receptor se dan a través de flujos bidireccionales claros. (Prado et al., 2006)

Además de los niveles para evaluar la interactividad, es importante tener en cuenta los factores que se dan en un proceso interactivo de comunicación. Para Steuer (1993) tres factores son clave: velocidad, rango y mapeo.

[...] *velocidad*, referida a la celeridad de entrada que puede asimilarse en el entorno mediado; *rango*, que se refiere al número de posibilidades de acción en un momento dado; y [...] el *mapeo* se refiere a la forma en que las acciones humanas están conectadas a las acciones dentro de un entorno mediado. (Steuer, 1993, p. 15-16)⁶⁶

65 En el original aparece en catalán y es como sigue: “aquells sistemes i aplicacions en què, tot i mantenint una considerable asimetria entre els canals d’anada i tornada, la persona usuària pot interrogar el mitjà amb un elevat grau de precisió i obtenir satisfacció individual a les seves demandes sobre un univers preestablert d’opcions finites”. La traducción es del autor.

66 En el original aparece en Inglés y es como sigue: “speed, which refers to the rate at which input can be assimilated into the mediated environment; range, which refers to the number of possibilities for action at any given

Factores como el tiempo y el rango en Steuer, son también comunes en propuestas como las de Downes & McMillan (2000), quienes destacan además otros factores claves como “el esfuerzo del usuario, los roles del emisor y el receptor [y] las características del medio [...]” (p. 151). Por su parte Rafaeli (1988) que asimismo resalta la importancia de una respuesta rápida, hace hincapié en otros aspectos como en el “aumento en la medida combinatoria de cantidad de respuestas posibles, la elección y variedad puesta a disposición del usuario” (p. 116).

4.3 La interactividad en los textos

Hasta aquí tres aspectos gruesos hemos reunido para entender el fenómeno de la interactividad: los grados con que se puede evaluar, los niveles o dimensiones como se puede clasificar y los factores que se dan dentro de un proceso de comunicación interactiva. Sin embargo, es importante anotar que autores como Ryan (2004) suman a esta revisión los tipos de interactividad que se pueden presentar en los textos.

Ryan quien en sus estudios se ha preocupado por la naturaleza de los textos narrativos, explica que los medios digitales al poseer “capacidades multimedia”⁶⁷ tienen el potencial de darle un efecto interactivo a los textos.

Para dar cuenta de los efectos que sufre la narrativa cuando los medios son de naturaleza interactiva, Ryan se basa en la participación de los usuarios a la que reconoce desde dos dicotomías que pueden cruzarse entre ellas: Interna/Externa y Exploratoria/Ontológica (Ryan, 2004, p. 339). Estas dualidades permiten clasificar los textos narrativos y de ahí hallar la manera en la que el usuario puede participar con relación al texto.

time; and [...] mapping refers to the way in which human actions are connected to actions within a mediated environment.” La traducción es del autor.

67 M.L. Ryan plantea que los medios digitales poseen “capacidades multimedia” porque son multisensoriales y semióticos, permiten trabajar en red, están contenidos por signos volátiles y poseen modularidad (Ryan, 2004, p. 38).

La tabla 4 permite ilustrar a partir de la propuesta de Ryan, cómo se da la presencia del usuario frente a los medios digitales y cuál es su participación sobre la historia.

Tabla 4

Tipos de participación del usuario con relación al texto interactivo.

| Presencia del usuario Decisión sobre la historia | Interna | Externa |
|---|--|---|
| Exploratoria | Usuario que forma parte de la historia como un personaje (en primera persona), pero su participación es más de observación y exploración porque no altera el curso de la narración. | Usuario que se encuentra fuera de la diégesis, es siempre un observador. Tiene la posibilidad de explorar la historia en distintos escenarios, pero no altera la narrativa. |
| Ontológica | Usuario que forma parte de la historia como un personaje (en primera persona), y su participación hace que la historia pueda llegar a cambiar, alterando el mundo posible instalado previamente. | Usuario que se encuentra fuera de la diégesis, pero tiene la posibilidad de hacer que la historia cambie. |

Nota. Elaboración propia a partir de los conceptos de M.L Ryan (2004, p. 339).

Para Ryan, la característica interna se refiere al modo en que el usuario se proyecta en el mundo posible instalado, ya sea en primera o tercera persona, pero siempre como un personaje del relato. La presencia externa hace alusión a los textos narrativos en los cuales el usuario se sitúa fuera del mundo posible, puede ser como un dios que controla el mundo o como un usuario que lo recorre, pero siempre desde el exterior.

La segunda dicotomía, sobre la participación del usuario frente a las decisiones de la historia, existe la posibilidad exploratoria en la que el usuario es libre de moverse por todo el mundo posible instalado, pero sin alterar la historia. La posibilidad ontológica se refiere a las decisiones del usuario que permite alterar la historia llevándola por bifurcaciones que determinan el mundo posible y las consecuencias de la historia. Precisamente estos tipos de participación del usuario permiten develar a su vez dos clases de interactividad: selectiva, en la que el usuario

participa mediante clics en botones que lo llevan a otros espacios o le abren otros textos; y productiva, en la que el usuario participa de manera profunda mediante los cambios en la narrativa a través de diálogos y gestos (Ryan, 2004, p. 339).

Este interés en Ryan por analizar los efectos en los textos causados por las *capacidades multimedia* de los medios digitales coincide con los trabajos de Freitas y Castro (2010) y Soto-Sanfiel et al (2010), en los que se exploraron las ficciones audiovisuales interactivas.

Freitas y Castro explican que en los contextos actuales de la televisión se ha agregado una *capa de interactividad* que permite la participación de los usuarios en el proceso de comunicación. Agregan además que en este contexto “las audiencias tienen la posibilidad de elegir su propio montaje de la narrativa a partir de las ofertas del campo de la producción, en una (re)interpretación personal de la historia” (Freitas y Castro, 2010, p. 34). Por su parte Soto-Sanfiel et al (2010) plantean a partir de sus investigaciones, que en las ficciones audiovisuales la interactividad “redefine los modos de relación de las audiencias con el mensaje” (p. 825).

Estas propuestas (Freitas y Castro, 2010; Soto-Sanfiel et al, 2010), coinciden con el nivel de selección propuesto por Prado y sus colegas (2006) cuando se refieren al nivel de participación de los usuarios frente al medio. Dichas propuestas tienen relación directa con nociones como las de hipertextualidad⁶⁸ e hipermedialidad (Landow, 2009) y que se manifiestan de manera técnica por medio de hipervínculos.

68 George Landow (2009) en su libro *Hipertexto 3.0* parte de la definición propuesta por Ted Nelson en los años 60 y que planteó como “una escritura no secuencial, a un texto que se bifurca, que permite que el lector elija y que se lea mejor en una pantalla interactiva” (Nelson citado por Landow, 2009, 25). Bajo esa premisa Landow sostiene que un hipertexto es “un texto compuesto por fragmentos de textos” (2009, 25) y hace una extensión a que cuando esos textos son sonoros, visuales, audiovisuales se puede considerar como hipermedia.

En síntesis

Este recorrido por entender el concepto de interactividad propone comprender el fenómeno partiendo de la distinción entre dos nociones que comparten frontera semántica: interacción e interactividad. Asimismo, el tránsito por las diferentes apuestas conceptuales permite afirmar que la interactividad pueda ser concebida como proceso de comunicación y como atributo de los medios tecnológicos. Estas dos ideas derivaron en considerar que, cuando se da un proceso interactivo, la evaluación y clasificación de la profundidad o superficialidad del proceso se puede dar a partir de grados y niveles. Estos grados y niveles responden a las *capacidades multimedia* de los medios digitales y redundan en la generación de efectos de interactividad en los textos.

Así las cosas, para el estudio de las series web y partiendo de las nociones revisadas, se analizará la interactividad a partir de los grados de relación de los usuarios con los textos, entendiendo, eso sí, que porque las *webseries* son un formato que utiliza internet para su circulación, adquieren las características interactivas propias de los *nuevos medios* (Manovich, 2017) en particular de las plataformas web.

5. Los realizadores y sus prácticas

En este capítulo revisaremos las prácticas laborales que se dan al interior de las empresas dedicadas a la comunicación. Para ello, repasaremos la teoría de la sociología de las profesiones y cómo esta en particular permite leer los procesos en las industrias creativas y del entretenimiento. Posteriormente, nos centraremos en las prácticas de los públicos y, desde un enfoque crítico, revisaremos aspectos referentes a la precarización, el trabajo inmaterial y las labores gratuitas desarrolladas por las audiencias, sobre todo en una industria mediada por lo digital. Finalmente, consideramos el fenómeno de la cultura de convergencia como una perspectiva emergente que permite dar cuenta de un contexto complejo, donde cada vez se difuminan más las fronteras construidas por los medios en sus procesos de comunicación.

5.1 Un acercamiento a las teorías de las profesiones

Desde una perspectiva funcionalista, la *sociología de las profesiones* es una teoría que, a partir de la década de los años 30 del siglo XX, se preocupó por estudiar “la evolución conjunta de actividades económicas y formas de organización social” (Urteaga, 2008, p. 172). Su principal exponente fue Durkheim (1984) quien propuso las bases que luego desarrollarían autores como Carr-Saunders y Wilson (1933) o Parsons (1939), entre otros.

Precisamente, uno de los trabajos fundacionales de la sociología de las profesiones fue el realizado por Parsons en el que distingue entre dos tipos de profesiones: de *servicio*, que considera como actividades altruistas y que son ejecutadas por *profesionales*, y las de *negocio*, en las que sobresale un interés de lucro. En éstas los ejecutantes son definidos por Parsons como *hombres de negocios*.

Según la teoría sociológica, en el desarrollo de una actividad laboral, ya sea realizada por profesionales o por hombres de negocio, existen una serie de motivaciones adicionales a las

remuneraciones económicas, como “el respeto de sí-mismo y el reconocimiento de los demás, el placer del trabajo, el prestigio, la afección y la emoción estética” (Urteaga, 2008, p. 174).

Asimismo, para que se concrete la actividad profesional, es necesario que exista la mediación a través de una relación contractual. No obstante, como lo sugiere Durkheim (1984), el contrato por sí mismo no es suficiente, pues más que crear nuevas reglas, debe facilitar las relaciones particulares con las normas preestablecidas.

Desde ese orden de ideas para la teoría sociológica, el concepto de *profesión* se define entonces a partir de una serie de criterios: 1) que la actividad laboral sea ejercida a jornada completa; 2) que existan reglas claras para el desarrollo de la actividad; 3) que los miembros que desarrollan la actividad tengan una formación especializada; 4) que estos miembros además pertenezcan a organizaciones profesionales; 5) que dicha organización profesional vele por una protección legal de la actividad, y 6) que exista un código deontológico, es decir, que se ocupe de los aspectos más sustanciales y fundamentales del ejercicio de la profesión. (Urteaga, 2008)

Además, y en la misma línea del pensamiento sociológico surgieron propuestas que abordan el estudio de las profesiones. Algunas de ellas son el *interaccionismo de las profesiones*, el *profesionalismo* y la *acción profesional*. Las revisaremos a continuación.

5.1.1 El interaccionismo

La teoría interaccionista de las profesiones propone, desde diversos autores (Becker, 2008; Bucher y Strauss, 1961; Hugues, 1952), una serie de conceptos que son clave para entender la idea de *profesional*. Para comenzar, Hugues comprende la configuración de un profesional mediante la *licencia* y el *mandato*. La primera, entendida como la autorización existente para la ejecución de una profesión, y la segunda, referida al compromiso de cumplimiento de una actividad que adquiere la persona frente a un trabajo. Por su parte, Bucher

y Strauss destacan las nociones de *carrera* y *segmentación*. Para los autores la *carrera* son las etapas y lugares por lo que se mueve la experiencia de una persona (1961, p. 334), y la *segmentación* alude a las funciones sobre las que se fracciona una misma profesión.

De igual forma, para el interaccionismo, en el estudio de las profesiones es clave el concepto de *mundo social* (Becker, 2008), que supone el espacio en el que las personas cooperan a través de una serie de esquemas convencionales para desarrollar las actividades profesionales. Los Mundos Sociales se componen de cuatro dimensiones: 1) las rutinas laborales; 2) el espacio laboral; 3) los códigos culturales, y 4) el potencial de creatividad.

5.1.2 El profesionalismo

La teoría del profesionalismo propuesta por Freidson (1999), define las profesiones como un tipo determinado de ocupaciones, y "la actividad genérica de una ocupación es trabajo" (p. 117). Freidson parte de la idea que el profesionalismo es el control ocupacional del trabajo, y que este control puede ser ejercido por los directivos, los consumidores o los mismos trabajadores.

Además, para esta teoría, las profesiones se definen a partir de lo que Freidson llama *constantas* y *variables* institucionales. Las primeras se contemplan desde los conocimientos adquiridos y habilidades reconocidas oficialmente, la existencia de una clara división del trabajo y la inscripción en un mercado laboral. Por su parte, las variables institucionales "representan las contingencias que interactúan en el proceso de profesionalización" (Freidson, 1999, p. 118).

5.1.3 La acción profesional

Esta propuesta surge como alternativa para analizar las actividades laborales sobre la idea de que "la profesión produce los profesionales que la producen simultáneamente" (Urteaga, 2008, p. 185). En esta teoría no existe distinción entre los profesionales y la profesión, sino que la asociación de ambos elementos permite entender que la actividad laboral es, como lo plantea

Urteaga, "plural, reflexiva, intersubjetiva y situada" (p. 185). Plural, en tanto una organización profesional cuenta con distintas personas, diferenciadas por sexo, edad, origen, etc. Reflexiva e intersubjetiva, porque, por una parte, los profesionales son individuos capaces de argumentar y justificar sus acciones y, por la otra, así pertenezcan a una organización laboral, conservan sus ideologías que ponen de manifiesto frente a la objetividad propuesta por la institución. Y situada, porque los profesionales hacen parte de contextos que definen sus comportamientos. (Urteaga, 2008)

La idea de una *acción profesional* comprende las profesiones a partir de cuatro sistemas en los que se desarrollan las personas. Así, en primera instancia esta teoría propone que la actividad se rige por un *sistema de integración*, que permite, a través de valores y patrones, la unión de los profesionales (Urteaga, 2008). Desde este orden de ideas, un profesional cuando entra a ejercer una actividad dentro de un grupo llega con una serie de valores aprendidos en experiencias pasadas, ya sea del orden de las prácticas laborales, como de los conocimientos adquiridos en sus procesos de formación.

Sin embargo, y como lo señala Urteaga, a pesar de existir ese sistema de integración, el profesional es a la vez autónomo y racional, por lo tanto, forma parte dentro del ejercicio de la profesión un segundo sistema, el de *interdependencia*. Un tercer sistema dentro de la configuración de la profesión es el de *representación*. La profesión es también una cultura, a la que los profesionales aspiran obtener a través de la realización personal.

El cuarto sistema que compone las profesiones es el de *la relación profesional*, en el que las personas pertenecen mediante tipos de gremios o asociaciones en busca de que se preserven sus derechos. Estos cuatro sistemas permiten entender que las profesiones como lo explica

Urteaga, no son totalmente unificadas, sino que existen segmentos profesionales “más o menos identificables, más o menos organizados, más o menos competitivos” (2008, p. 193).

5.2 La sociología de las profesiones en los medios de comunicación

Durante los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial, esta teoría se interesó en las labores propias de los medios (McLeod & Hawley, 1964; Tuchman, 1973). En el campo de la comunicación, el periodismo es la profesión más analizada a través de esta perspectiva funcionalista por autores como McQuail (2010) o White (1950). De hecho, este último aplicó a las prácticas periodísticas la noción de *gatekeeper* tomada de Lewin (1947) y que se refiere a la función ejercida por una persona dentro de un equipo periodístico, que actúa como especialista que filtra la información a publicar.

En lo que respecta a los procesos que ocurren en el interior de las industrias creativas, la *sociología de los profesionales del entretenimiento y de la producción cultural* (Maigret, 2005, p. 299) es una propuesta teórica alternativa a los medios informativos. Su principal exponente, Morin (1966), la presentó como una mirada crítica a una industria en la que “la creación tiende a ser producción” (p. 38).

Para Morin, los grandes autores en las industrias culturales son sujetos *maniatados* por las empresas de producción, que a través de altos salarios controlan el genio creador para lograr ese juego entre *individuación* y *standarización*⁶⁹ (Morin, 1966, p. 35). Esta dicotomía de las industrias es la que permite la relación entre autor y público mediatizada por la producción:

En cada caso se establece una relación específica entre la lógica industrial-burocrática-monopolística-centralizante-standarizante y la ‘contra-lógica’ individualista-inventora-competencial-autonomista-renovadora [...] es un juego de fuerzas sometido al conjunto de

69 Así en el original.

las fuerzas sociales, las cuales mediatizan la relación entre el autor y su público; de este juego de fuerzas depende al fin y al cabo la riqueza artística y humana de la obra producida. (Morin, 1966, p. 37)

Morin analiza las prácticas al interior de las industrias creativas e identifica las *zonas marginales* y las *zonas centrales*, que permiten a los autores mayores o menores grados de creación. Según Morin, en el caso de una película, por ejemplo, el director puede expresarse con mayor libertad cuando ésta es independiente de la industria, es decir, se encuentra en una *zona marginal*. Por el contrario, cuando la producción forma parte de la industria cultural (*zona central*), el director tiene menos posibilidades de experimentación.

Otro autor que, desde una perspectiva sociológica, aporta sentido a la discusión es Pierre Bourdieu, quien, en su idea de “*el sentido de las prácticas*” (2007), plantea una serie de conceptos para analizar los rituales sociales. Aunque Bourdieu no dedica su reflexión a las prácticas profesionales, ofrece ideas que pueden servir para guiar el análisis de los aspectos propios de la producción de medios. Así, Bourdieu (2007) entiende las prácticas profesionales a manera de *modos de conocimiento* que identifica como *doctos* y *prácticos*. Los primeros referentes al saber teórico y los otros que dan cuenta de “la experiencia ordinaria del mundo social” (Bourdieu, 2007, p. 43).

Para entender la configuración de los *modos de conocimiento*, Bourdieu propone las ideas de: 1) el *mundo social*, la representación donde se configuran las prácticas; 2) los *habitus*, referido a todas las experiencias del pasado; 3) las *prácticas*, “el producto de la participación en el juego y de la presencia en el futuro que ella implica” (Bourdieu, 2007, p. 131), y 4) el *capital económico* y el *capital simbólico*, este último referido a toda la acumulación cultural de las personas.

Las ideas de Bourdieu para analizar el sentido de las prácticas coinciden en cierta medida con el modelo propuesto por Levine (2001) que distingue cinco categorías para la investigación de la praxis de la producción televisiva: las restricciones de producción, el entorno de producción, las rutinas y prácticas de producción, la producción de personajes e historias y el papel de la audiencia en la producción (2001, p. 68).

Estas categorías permiten identificar aspectos relevantes dentro de las prácticas laborales en la industria audiovisual como: a) las diversas restricciones producto del medio, el género, el espectáculo, las ideologías, los presupuestos y las personas, entre otras; b) los ambientes laborales, en lo que se destacan “el entorno general del lugar de trabajo y la jerarquía organizacional” (Levine, 2001, p. 70); c) las rutinas y prácticas en diversos niveles: de producción, creativos, técnicos, artísticos, etc., d) la producción de personajes e historias, contempladas dentro de las rutinas y prácticas de los creativos, y e) el papel de la audiencia en la producción, referido al cómo dentro de una producción audiovisual se tiene en cuenta al público.

El trabajo de Levine sobre *General Hospital*, un *soap opera* de la televisión norteamericana de finales de los años 90 del siglo XX, muestra que en este tipo de producciones había un personal dedicado exclusivamente a recoger las cartas y llamadas telefónicas que los televidentes hacían a la producción, para con esta información categorizarlas en respuestas positivas y negativas. Sin embargo, y como apunta Levine, “aún, cuando los productores estaban lo suficientemente interesados en la respuesta de la audiencia, en raras ocasiones, ajustaron las historias” (2001, p. 79)⁷⁰. Esta observación de Levine es importante pues sugiere un cambio sustancial con lo que sucede en la actualidad, cuando a partir del *big data*, las audiencias son

70 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Still, the network and the producers are interested enough in audience response that they have, on rare occasion, adjusted storylines accordingly.” La traducción es del autor.

tenidas en cuenta en la definición de las historias (Fernández, et al., 2016; Fernández, 2017; Smith y Telang, 2016).

Lo anterior permite ver cómo las categorías expuestas por Levine conservan una relación directa con los conceptos propuestos por Bourdieu. Así, los *modos de conocimiento* son similares al *mundo simbólico* que configura los *entornos de producción*, los espacios en los que se construye un *habitus* a través de las *rutinas y prácticas* que desarrollan las personas con sus experiencias.

En la misma línea, todo ejercicio de producción requiere de capitales *económicos* y *simbólicos* para su configuración, éstos se convierten en las llamadas *restricciones de producción*. Por otra parte, el *papel de las audiencias en la producción* debe ser revisado a través de los actuales entornos digitales, que ahora las ubica en una relación más directa en la producción de contenidos. (Sugihartati, 2017)

5.3 Las prácticas de los públicos: prosumidores, precarización y labor gratis

“Las distinciones entre los actores tradicionales del proceso creativo se disuelven”

(Deuze, 2009, p. 475).

Hasta este punto hemos revisado las prácticas profesionales, primero desde un escenario general en el marco de la sociología y luego con énfasis en las profesiones que tienen que ver con el campo de la producción audiovisual. Ahora, a partir del concepto cultura de convergencia (Jenkins, 2008), analizaremos la presencia de las audiencias como productores de contenidos y los efectos que esto causa en las labores de las industrias creativas.

En los últimos años, las prácticas de la industria audiovisual incluyeron a los públicos (Levine, 2001), lo que se hizo recurrente a medida que avanzó el siglo XXI y evolucionó la web. En este contexto, el llamado fenómeno de la cultura de convergencia (Deuze, 2007a; Jenkins,

2008; Scott, 2019) facilitó la participación de los consumidores de medios en los procesos de producción, convirtiéndolos en co-creadores de contenidos y experiencias (Banks y Deuze, 2009; Deuze, 2007b).

Como indica Benkler (2006), los ambientes digitales desarrollados por la red permitieron una emergencia de la producción de los usuarios que poco a poco pasó de la periferia al centro de la economía cultural. Esta afirmación es refrendada por el informe sobre la Economía de Información presentado por la *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) en 2007 centrado en el crecimiento de los contenidos creados por los usuarios gracias a la participación que permite la web.

Cabe anotar cómo la idea de Benkler, coincidente en el informe de la OECD, concuerda con los planteamientos de Morin (1966) sobre *zonas marginales* y *zonas centrales*, ligadas a la libertad para crear que tiene un realizador.

Ahora bien, en la discusión sobre las prácticas de producción audiovisual en los actuales contextos que facilitan la presencia de los consumidores, es válida la pregunta de si esto supone una forma de labor, una consideración que según Bank y Deuze (2009) no es nueva (Smythe, 2006) para los estudios de la economía política de la comunicación (Mosco, 2009). Pero antes de ahondar en este punto es importante hacer una distinción entre dos conceptos que parecen sinónimos: *labor* y *trabajo*.

Según Arendt (2009) el concepto de *labor* está directamente relacionado con los procesos naturales de los seres humanos “y están ligados a las necesidades vitales” (p. 21), a diferencia de la noción de *trabajo* que se refiere a “la actividad que corresponde a lo no natural” (p. 21), es decir, a la acción de fabricar las cosas que le permiten construir una vida artificial.

En los entornos de las industrias creativas y en contextos digitales, las categorías de *labor* y *trabajo* se articulan con el tema de las prácticas de co-creación en las que se ven vinculados productores y consumidores. Para diversos autores (Banks y Deuze, 2009; Terranova, 2000), esta es una cuestión que explica “las transformaciones en la relación entre productores de medios y consumidores, además entre profesionales y aficionados” (Banks y Deuze, 2009, p. 421).⁷¹

Precisamente estos vínculos entre productores y consumidores, mediados por la praxis de la co-creación son entendidos por Postigo (2009) como “la relación que existe entre los productores comerciales de contenido o bienes y la mano de obra gratuita de los fanáticos, aficionados y otros que contribuyen al mantenimiento y la producción de esos bienes” (p. 467)⁷².

Por el contrario, otros autores (Fuchs, 2012; Roos, 2009; Terranova 2000, 2004) tienen una posición crítica frente al hecho de considerar como una especie de trabajo las prácticas de co-creación de los usuarios. Así, aparecen la *economía digital*, examinada por Terranova como “un mecanismo específico de ‘captura’ interna de grandes grupos de conocimiento social y cultural” (2000, p. 38)⁷³ o la precarización del trabajo que, para Ross, se materializa “en la reducción de los precios de los creativos profesionales” (Ross, 2009, p. 22).

Desde este orden de ideas, es necesario analizar las prácticas de los consumidores en la producción de medios desde un espectro más amplio; uno que tenga en cuenta “aquellas formas de trabajo que no reconocemos inmediatamente como tales” (Terranova, 2000, p. 38)⁷⁴, es decir, los *blogs*, las historias de vida, las creaciones audiovisuales, las expansiones narrativas de

71 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Transformations in the relations among media producers and consumers, as well as between professionals and amateurs”. La traducción es del autor.

72 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Here co-production is understood as the relationship that exists between commercial producers of content or goods and free labor of fans, hobbyists and others that contribute to the maintenance and further productions of those goods”. La traducción es del autor.

73 En el original aparece en inglés y es como sigue: “the digital economy as a specific mechanism of internal ‘capture’ of larger pools of social and cultural knowledge”. La traducción es del autor.

74 En el original aparece en inglés y es como sigue: “also about forms of labor we do not immediately recognize as such”. La traducción es del autor.

personajes de ficción, etc. En esa misma línea, se encuentran los argumentos de Fuchs (2012) quien reconoce que plataformas como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *YouTube*, etc., son medios que existen y se lucran por la producción de los usuarios.

Justamente Fuchs trae a colación la noción de prosumidor que en 1980 propuso Alvin Toffler, y que, gracias a internet retomaron diversos autores durante las últimas décadas (Bruns, 2008; Fisher, 2015; Pauwels, 2015) bajo la premisa de que, a partir de la estructura descentralizada de la web, los consumidores de medios participan en actividades creativas de comunicación y producción de contenidos.

En la misma línea de definir a las nuevas audiencias como prosumidores, están autores que se encargan del fenómeno con el estudio del *fandom* (De Kosnik, 2012; Jenkins, 1992, 2006; Hills, 2002) y específicamente de la producción en distintos medios que los usuarios realizan sobre un producto junto a las repercusiones positivas de ello. De Kosnik (2012), por ejemplo, destaca que la actividad de los *fans*, antes que una pérdida de tiempo, es una forma adicional a la publicidad de los productos. La autora, por lo tanto, considera que “la producción de los fanáticos es una categoría de trabajo” (De Kosnik, 2012, p. 100)⁷⁵, porque el trabajo de los *fans* es un primer escalón para mostrar los talentos y aspirar a alcanzar una compensación, por ejemplo, “un empleo a tiempo completo”:

La realización de cualquier posibilidad para que los fanáticos ganen el pago por su trabajo dependerá de qué tanto los fanáticos como las corporaciones reconozcan que el *fandom* es una forma de trabajo que agrega valor a los productos producidos en masa y que merece una compensación. (De Kosnik, 2012, p. 110)⁷⁶

75 En el original aparece en inglés y es como sigue: “fan production is a category of work”. La traducción es del autor.

76 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Fan labor could eventually be regarded as the first rung on the reputation ladder for aspiring creative professionals, with the highest rung on the ladder being full-time employment.

Precisamente, el merecimiento de una compensación para los fanáticos, como sugiere De Kosnik, es compartido por Hesmondhalgh y Baker (2011) quienes además resaltan que este hecho genera una devaluación del trabajo en comunicación: “la digitalización ha llevado a una proliferación de nuevas formas de producción *amateur* y semiprofesional” (p. 56), lo que en términos de autores como Banks y Deuze (2009), Craig y Cunningham (2019), Gill y Pratt (2008), Ross (2009), entre otros, se conoce como precarización del trabajo.

Por su parte, y antes que reconocerlo como una forma de precarización del trabajo, Postigo (2009) defiende la idea de que el fenómeno de la participación activa de los usuarios convertidos en productores sin recibir nada a cambio, puede verse a través del concepto de *labor apasionada*, descrita como “las condiciones estructurales del trabajo co-creativo, las posiciones de los sujetos que realizan labores gratis y los discursos y perspectivas que la hacen posible” (Postigo, 2009, p. 467)⁷⁷.

Gill y Pratt (2008) comparten la misma idea. Estos autores, en su trabajo sobre la *fábrica social*⁷⁸, encuentran que, en el interior de las industrias creativas, la mayoría de las personas sienten que su labor es profundamente satisfactoria e intensamente placentera. No obstante, la misma Gill, en un trabajo posterior con Alacovska, complementa que las políticas de las industrias creativas son criticadas por la precarización de la labor “principalmente porque, bajo la

The realization of any possibility for fans to earn payment for their labor would depend on both fans and corporations acknowledging that fandom is a form of labor that adds value to mass-produced commodities and is worthy of compensation”. La traducción es del autor.

77 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Passionate labor in this sense, describes the structural conditions of co-creative work, the subject positions of those doing free labor and the discourses and perspectives they make possible. an admittedly unruly labor force. At the same time it means incentivizing the various factors that motivate co-production: community, creativity, and monetary compensation”. La traducción es del autor.

78 El concepto de fábrica social se refiere al hecho como los procesos de trabajo se han trasladado de lugar de la fábrica a la sociedad (Terranova, 2000). Postigo por su parte lo reconoce en el contexto actual en las interacciones sociales y de ocio que tienen lugar en las redes digitales que pueden ser comercializadas” (postigo, 2009, p. 463)

apariencia de un trabajo apasionado e informal, tales políticas perpetúan [diversas] inequidades” (Alacovska y Gill, 2019, p. 207).⁷⁹

La precarización laboral en las industrias culturales se ve reflejada en aspectos como la flexibilidad en la contratación, la autonomía y la informalidad que se dan en los contextos sobretodo de las microempresas del ámbito cultural en entornos digitales. Cada vez se hacen más frecuentes los trabajos temporales, intermitentes y precarios, caracterizados, según Gill y Pratt (2008), por jornadas laborales extensas, bajos sueldos y espacios informales que no permiten la estabilidad de las personas.

Otra forma de precarización laboral en la que hacen énfasis algunos autores tiene que ver con aspectos de género (Gill, 2014; O’Brien, 2019; Wreyford, 2018). A raíz de una serie de investigaciones sobre las actividades en las industrias creativas, se identifica una fragilidad mayor en las mujeres respecto a los hombres; sobre todo, y como lo resalta Gill (2014), en funciones clave que implican un trabajo más creativo. Es el caso de industrias como la del diseño de videojuegos, en la que es mínima la presencia de mujeres, o en la realización cinematográfica, donde los roles femeninos dominan el vestuario y maquillaje (Gill, 2014, p. 5)⁸⁰.

Si bien la precarización en términos de género, tiempos o informalidad, entre otros factores, no es un problema exclusivo del fenómeno de los prosumidores, estas posibilidades de participación que ofrece la web convierten el “tiempo libre” en “labor gratis” (Terranova, 2004).

79 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Under the guise of passionate and informal work, such policies perpetuate gender, race and ethnic inequalities, as well as leading to workplace abuse, exploitation and self-commodification”. La traducción es del autor.

80 En el original aparece en inglés y es como sigue: “In terms of gender, there is a more complex picture. In some industries (e.g., computer games), women are barely present at all—averaging 5% across the different component fields (online, multimedia, etc.). In others, the issue is one of occupational segregations. In the film industry, for example, women dominate in wardrobe and make-up yet constitute only a small minority (average 15%) in key creative roles such as directors, screenwriters, and cinematographers”. La traducción es del autor.

Luego, a medida que las personas pasan el tiempo en plataformas tipo *social media*, generan contenidos que permiten la permanencia de éstas.

La noción de *labor gratis* para Terranova no alude necesariamente a que se trate de un trabajo explotado, pues en la construcción de las primeras comunidades virtuales realizadas por los usuarios, el tiempo invertido no se compensaba con pagos por parte de las plataformas, lo concedían los mismos usuarios de una forma voluntaria “a cambio de los placeres de comunicación e intercambio (por lo tanto, era ‘gratis’, placentero, no impuesto)” (Terranova, 2004, p. 91).⁸¹

5.3.1 La labor creativa

Para algunos autores, hablar de las industrias culturales implica referirse a industrias creativas (Garnham, 2005; Hawkins, 2002; Moore, 2014), entendidas como “aquellos sectores de actividad organizada que tienen por objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (UNESCO, 2010, p. 17).

Según Moore (2014), “las industrias creativas contienen las nociones de la era digital, que cambiaron el contexto de las industrias culturales” (p. 745)⁸². Dichas nociones involucran no solo la participación de los productores, sino también de los usuarios, que ahora desempeñan *labores creativas*.

81 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Free labor, however, is not necessarily exploited labor. Within the early virtual communities, we are told, labor was really free: the labor of building a community was not compensated by great financial rewards (it was therefore “free,” unpaid), but it was also willingly conceded in exchange for the pleasures of communication and exchange (it was therefore “free,” pleasurable, not imposed)”. La traducción es del autor.

82 En el original aparece en inglés y es como sigue: “Creative industries contain the notions of the digital era, which changed the context of cultural industries”. La traducción es del autor.

Para Huws (2010), una labor es creativa cuando involucra la mente en las actividades realizadas y no únicamente acciones repetitivas y automatizantes. A diferencia de otro tipo de actividades, debe considerar una satisfacción personal para el profesional que la realiza, pues permite experimentar el sentido de propiedad intelectual. Además, aparte de involucrar la mente innovadora del realizador en la producción de la obra, esa mente debe estar provista de significado; es decir: una labor creativa es una producción de sentido que debe contener una postura ética.

Las investigaciones etnográficas realizadas por Huws (2010) en contextos de industrias creativas, resaltan que las labores creativas involucran a un tipo de trabajador que, al estar más comprometido con la búsqueda de recompensas estéticas y morales, está más limitado a la participación en transacciones económicas. En esta misma línea, aparecen las ideas de Hesmondhalgh y Baker (2011) relativas al concepto de *labor creativa*, entendido como aquellos trabajos cuyo principal objetivo es la creación simbólica. Si bien reconocen que esto se halla en diversos sectores, Hesmondhalgh y Baker aclaran que, es en las industrias culturales, donde estas actividades tienen como objetivo primario el obtener ganancias.

En la misma línea de la producción cultural que proponen Hesmondhalgh y Baker, están las ideas de McGuigan (2010) quien distingue “el *trabajo cultural* como una subcategoría de la *labor creativa* (p. 324). A partir de los postulados marxistas sobre el ser humano como *homo-faber*, McGuigan reconoce en el trabajo cultural una condición propia de mujeres y hombres que imaginan antes de construir, a diferencia de otros animales que realizan una *labor* cuando construyen. (Arendt, 2009)

5.3.2 *El trabajo inmaterial*

Lazzarato y Negri (2001) plantean la distinción entre la producción de la *gran industria* y lo que ellos definen como *economía postindustrial* que da como resultado el *trabajo inmaterial*. Este último es entendido por los autores como aquel producto resultado de la intervención del consumidor y que, al estar en permanente evolución, hace más complejo “definir las normas de producción de los servicios y establecer una medida ‘objetiva’ de la productividad” (p. 45).

La producción audiovisual, la publicidad, la moda, la producción de software, la gestión del territorio etc., es definida a través de la relación particular que la producción mantiene con el mercado y los consumidores. *L’audimat* y la producción audiovisual, como también la publicidad y sus "objetivos", son ejemplos perfectos de integración del consumo en la producción. (Lazzarato y Negri, 2001, p. 45)

Según Lazzarato y Negri (2001), los trabajadores inmateriales son aquellas personas que se dedican a profesiones como la moda, el *marketing*, la publicidad, la televisión, etc.: labores cuyo objetivo es construir a sus consumidores en tanto no sólo satisfacen una demanda, sino que la constituyen con la producción de contenidos (p. 47). En este proceso, surge el *modelo de producción estética*, en el que intervienen “la producción industrial, [que] es reproducida por medio de formas tecnológicas específicas” (Lazzarato y Negri, 2001, p. 48).

Desde ese orden de ideas, el *modelo de producción estética* de Lazzarato y Negri se da a partir del ciclo *autor / reproducción / recepción*. En él, el *autor* no debe ser visto como un individuo solitario porque forma parte de un desarrollo industrial organizado. Por su parte, la recepción es un proceso masivo y el público, que forma parte del estado de la recepción, juega un doble papel como productor/consumidor.

Debe destacarse de los planteamientos de Lazzarato y Negri que el *trabajo inmaterial* se constituye a partir de formas colectivas y que en él se reconoce la creatividad como un proceso social. De esta manera, se superan las divisiones entre *trabajo material / trabajo intelectual*. (2001, p. 53)

En su texto *Media industries, work and life* (2009), Deuze recoge la noción de *trabajo inmaterial* de Lazzarato y Negri (2001) y la entiende como los cambios que, en el contexto actual, organizan el trabajo en industrias manufactureras, del conocimiento y creativas.

Los cambios a los que se refiere Deuze tienen que ver, por ejemplo, con las habilidades sociales que los productores/consumidores adquieren progresivamente para construir reputación o asignar estatus. Ello sucede con plataformas tipo *YouTube, Facebook o Instagram*, en las que un producto adquiere connotaciones dependiendo de los *views* o *likes* que obtiene.

La idea de *trabajo inmaterial* para Deuze, en línea con los planteamientos contemporáneos sobre la disolución de categorías clave como producción y consumo, sugiere la pregunta: ¿cómo explicar las industrias de medios hoy cuando los procesos mediáticos de productores, contenidos y usuarios se mezclan? La respuesta sería: la cultura de convergencia como perspectiva. (Deuze, 2009)

5.3.3 El fenómeno de la Cultura de Convergencia

Paralelo a los enfoques tradicionales con los que se estudia la industria de los medios (v.g., economía política y análisis de recepción), Deuze considera la cultura de convergencia como una tercera perspectiva que, al combinar las industrias, los contenidos y las audiencias es más compleja y desvela problemas a tener en cuenta como “la cooptación de la creatividad por

parte de las corporaciones mediáticas y la colonización de los consumidores/productores agenciados por los mercados” (Deuze, 2009, p. 470).⁸³

Contrario al pensamiento crítico sobre la participación de los usuarios en la producción de los contenidos como una precarización del trabajo, para autores como Jenkins (2008), Bruns (2008) y Tapscott (2009), el fenómeno de la *cultura de convergencia* es positivo porque evidencia el empoderamiento de los usuarios y el reconocimiento del *fandom* (Banks y Deuze, 2009; Bury, 2018; Fuller-Seeley, 2018; Jenkins, 2018). Además, la popularización de los medios y la participación de los usuarios se consideran positivas: “gracias a la democratización de la tecnología, ahora no sólo existen las herramientas, sino que cualquiera tiene acceso a ellas” (Tapscott, 2009, p. 209).

Para Jenkins (2008), la cultura de convergencia es “el 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 experiencias de entretenimiento” (p. 14).

Además de la idea de la cultura de convergencia a modo de un proceso tecnológico en el que se involucran plataformas, industrias y usuarios de medios (Jenkins, 2008), para Deuze, “la convergencia debe ser vista como una lógica cultural propia” (2009, p. 473)⁸⁴, porque diluye las fronteras construidas por los medios en sus procesos de comunicación.

Deuze sostiene que la cultura de convergencia cumple un rol importante en la actual ecología de medios, pues interpela a los públicos como una fuerza productiva en la creación y circulación de la cultura (2009, p. 474). Desde este planteamiento, las audiencias son productoras

83 En el original aparece en inglés y es como sigue: “particularly regarding the co-optation of all creativity by corporations, and the colonization of consumer/producer agency by markets”. La traducción es del autor.

84 El original aparece en inglés y es como sigue: “Media convergence must also be seen as having a cultural logic of its own”. La traducción es del autor.

cuando usan los medios desde escenarios más simples como la personalización de dispositivos, hasta cuando crean nuevos productos que, en ciertas oportunidades, son reproducidos por la misma industria.

En síntesis

La idea de la cultura de convergencia evidencia el complejo escenario de los medios contemporáneos del que forman parte las personas como productores y consumidores. En ese sentido, la proliferación de plataformas, sumada a la masificación de tecnologías para la creación y recepción (evidentes en dispositivos móviles tipo *smartphones*), aumentan las posibilidades de creación de contenidos por parte de las empresas. Por otro lado, los públicos tienen más facilidad, no sólo para acceder a estos contenidos, sino también para comentarlos, compartirlos y hasta intervenirlos. No obstante, las llamadas nuevas tecnologías de la información y la comunicación son las responsables de una convergencia más: la de los procesos industriales y los procesos creativos (Deuze, 2009) resultado de “una relación de innovación, de producción y de consumo” (Lazzarato y Negri, 2001, p. 46).

En consecuencia, la cultura de convergencia como perspectiva emergente permite que las audiencias cada vez ganen más espacios como co-creadoras. Este fenómeno, sin ser totalmente responsable, influye en la precarización del trabajo, y la proliferación de labores gratuitas, aunque simultáneamente motiva al crecimiento de las labores creativas.

En este capítulo, se identificó las categorías clave para analizar las profesiones desde una perspectiva sociológica (Becker, 2008; Bucher y Strauss, 1961; Hugues, 1963; Urteaga, 2008), con énfasis en los aspectos propios de las profesiones del entretenimiento y la producción cultural (Moran, 1966). Asimismo, se aproximó a estudios previos en las prácticas de la televisión, como el realizado por Levine (2001), que sirven de base para entender, en los

contextos audiovisuales, las características de los medios, sus ambientes laborales, las rutinas de producción y las principales restricciones con las que se enfrentan los realizadores.

En la misma línea, se reseñaron las teorías sobre la labor creativa y apasionada, dos conceptos pertinentes en el contexto de la economía digital (Terranova, 2000), donde la producción se comparte entre profesionales y aficionados, lo que deriva en la existencia de laborales gratuitas y la precarización del trabajo (Fuchs, 2012; Gill, 2014; O'Brien, 2019; Roos, 2009; Wreyford, 2018).

2 Parte **Metodología**

6. Método

Como se explicó en la introducción, el objeto de estudio de esta investigación son las *webseries* de ficción producida en el contexto colombiano hasta finales de la segunda década del siglo XXI. Tras revisar en detalle la literatura vinculada y, ante la notable ausencia de conocimiento relacionado, la presente investigación formuló un conjunto de objetivos que permitirían obtener datos sobre tres aspectos fundamentales: las características del contenido de las *webseries*, los procesos de realización relacionados y las estructuras narrativas más frecuentes en ellas. Particularmente, esta investigación definió tres objetivos generales y sus respectivos objetivos específicos que, a fin de facilitar la comprensión del presente capítulo dedicado al método para darles alcance, los recordamos seguido:

OG1: Identificar las características formales de las series web de ficción a partir de la producción colombiana como estudio de caso. Esto implica el desarrollo de una catalogación exhaustiva y sistemática de las obras.

OG2: Conocer las dinámicas de producción y las motivaciones de realizadores profesionales y *amateurs* para la producción de series web. Este segundo objetivo general busca en particular conocer las características de las personas que participaron en los procesos de creación, las formas de producción, las rutinas laborales, etc. Finalmente,

OG3: Caracterizar las formas narrativas que componen las series web colombianas pertenecientes al macrogénero de ficción, a partir del análisis estructural de los relatos en una muestra de producciones. En este objetivo en particular se profundiza en el estudio de los aspectos referidos a la historia, el relato, la narración, los personajes y las formas de desarrollo de estos en las *webseries*.

Para dar alcance a dichos objetivos, se opta por aplicar un método de enfoque mixto, con técnicas de indagación cualitativas y cuantitativas usadas de modo complementarias, que permite obtener interpretaciones más profundas sobre el objeto de estudio. Esta investigación considera, coherente con Creswell (2015, p. 19) “[...] que cuando un investigador combina tendencias estadísticas (datos cuantitativos) con historias y experiencias personales (datos cualitativos), esta fuerza colectiva proporciona una mejor comprensión del problema de investigación que cualquier forma de datos por sí sola”⁸⁵. A pesar de ello, el presente estudio reconoce que las técnicas cualitativas tienen, visto el trabajo en su conjunto, un mayor peso. Ello se explica por la naturaleza de las preguntas y objetivos de investigación a los que dar respuesta.

Por otra parte, en la investigación se definen dos tipos de alcances: exploratorio y descriptivo. El primero se deriva del hecho de que las *webseries* son un fenómeno de la comunicación relativamente reciente y poco estudiado por la literatura académica, en especial en el contexto colombiano. Dada la ausencia de un corpus consolidado de información científica sobre los aspectos observados en la presente investigación, se requiere identificar conceptos que preparen el terreno para análisis posteriores.

Por otra parte, la caracterización de la producción de *webseries* de ficción en Colombia, requiere de una aproximación descriptiva, pues esta, según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), permite dar respuesta a tres condiciones:

- [1] especificar propiedades y características de conceptos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado.
- [2] Definir y medir variables y caracterizarlas, así como al fenómeno o planteamiento referido y
- [3] cuantifican y muestran con precisión los ángulos

85 En el original es en inglés y es como sigue: “A core assumption of this approach is that when an investigator combines statistical trends (quantitative data) with stories and personal experiences (qualitative data), this collective strength provides a better understanding of the research problem than either form of data alone.” (Creswell, 2015, p. 19)

o dimensiones del fenómeno, problema, suceso, comunidad, contexto o situación. (p. 106)

Definidas la metodología y los alcances de la investigación y teniendo en cuenta los tres objetivos generales descritos, se procede a informar de las distintas técnicas de muestreo para la recolección y el posterior análisis de los datos ejecutados en esta investigación.

6.1 Definición de la muestra

Como sucede en gran parte de las investigaciones que adoptan enfoques mixtos, el presente estudio requiere un proceso de muestreo polietápico (Igartua, 2006) que se desarrolla en tres fases: la primera destinada a la selección de las series web a analizar para determinar las características de contenido. La segunda, que tiene como propósito seleccionar a las personas que participan en la realización de series web colombianas y que informan de los procesos de realización y producción. Finalmente, la tercera, enfocada en la elección de las obras sobre las que se realiza el análisis de las estructuras narrativas.

6.1.1 Primera fase: características de las series web

La primera fase en la definición de la muestra se dedica a la identificación y selección de las *webseries* para ser analizadas cuantitativamente mediante una matriz creada ad hoc. Para ello, se aplicó un muestreo no probabilístico por conveniencia (Otzen & Manterola, 2017), que buscaba obtener el mayor número posible de series web de ficción realizadas en Colombia y publicadas en la plataforma *YouTube* entre el 2005, año de su creación, y el 31 de diciembre de 2019.

Para identificar y caracterizar las series web que cumplían con las condiciones establecidas se partió de la recolección sistemática de las obras que dieran cuenta con la definición sobre el formato adoptada para esta investigación: todas aquellas producciones

audiovisuales con estructuras narrativas serializadas ya sean de tipo serial (cuando la historia es transversal a todos los capítulos), serie (cuando sus capítulos son autoconclusivos) o antológicas (cuando la unidad la da el tema, no los personajes), de ficción o no ficción, creadas para ser emitidas por internet con al menos tres capítulos, cada uno de ellos con duraciones temporales que pueden ser variables. Vale recordar que si bien la definición acepta obras que pertenecen a los macrogéneros de ficción y no ficción, para efectos de delimitar el objeto de estudio solo se tuvieron en cuenta las series web de ficción.

Para identificar el mayor número posible de *webseries* que cumplieran con dichas características (ficciones web seriadas producidas en Colombia entre 2005 y 2019), en primera instancia se buscó en *YouTube* utilizando como palabras clave las denominaciones del formato: serie(s) web y *webserie(s)*. Posteriormente, en una segunda etapa, se identificó y accedió a sitios web dedicados específicamente a la difusión de este tipo de obras (p.ej.; las páginas *online* de diversos festivales de series web en el mundo para detectar dentro de sus listados las producciones nominadas y ganadoras provenientes de Colombia). Después de la obtención de estos listados, se verificó la presencia de cada una de las obras en *YouTube* y si contaban con los criterios de tiempo de publicación y pertenencia al macrogénero de ficción y origen. El mismo proceso se siguió para redes sociales como *Facebook* donde han empezado a aparecer comunidades de realizadores y usuarios de *webseries* (véase, por ejemplo, la *Web Series World Cup*, un grupo independiente que realiza constantemente clasificaciones de series web y festivales).

De igual forma, y en un tercer momento de esta primera fase, se consultó los canales de *YouTube* de productoras, agencias, canales de televisión, laboratorios de medios universitarios y de otras organizaciones dedicadas a la producción audiovisual, con el fin de revisar en sus

realizaciones si existían productos que cumplieran con los criterios establecidos para formar parte de la muestra, pero que no habían sido indexados con las etiquetas o *tags* indicados antes.

Finalmente, y para hacer más exhaustiva la recolección de obras para la muestra, se utilizaron en motores de búsqueda las etiquetas *webserie(s)* y *serie(s) web*, para identificar noticias de prensa, entradas en blogs, comentarios en redes sociales, etc., que permitieran reconocer más producciones que alimentaran la muestra.

Después de llevar a cabo estos pasos y mecanismos de búsqueda, se logró obtener una muestra formada por 241 series web de ficción de origen colombiano que fueron publicadas en *YouTube* desde el nacimiento de la plataforma hasta el último día del año 2019. Dichas *webseries* fueron dispuestas en una matriz de datos creada ad hoc y cuyo diseño se explica detalladamente más adelante.

6.1.2 Segunda fase: análisis de los procesos de realización

La segunda fase del muestreo polietápico tuvo que ver con la selección de los creadores que informarían sobre las características de los procesos de producción y realización de series web colombianas.

Este segundo muestreo también fue de conveniencia, por un lado, por la dificultad que implica consultar a todos los realizadores de series web de un país. Por otro, porque las muestras de conveniencia son pertinentes en investigaciones sobre fenómenos de los cuales no se tiene mucha información y que se enmarcan en estudios de alcance exploratorio, como la presente (Riffe, et al., 2014).

Debido a que una de las características clave del formato *webserie* es que éste es producido tanto por realizadores profesionales como por *amateurs*, para definir la muestra de creadores se decidió que existiera un número equivalente de unos y otros dentro de ella. Para

identificar los potenciales participantes de esta muestra, se partió de la información que ofrecían los créditos de las obras identificadas en la primera parte del estudio.

El acceso a las personas que participaron de esta segunda fase y muestra se realizó mediante el siguiente procedimiento: 1) acudir a los contactos personales que se tenían de productores, realizadores, guionistas, directores de festivales de *webseries*, etc.; 2) contactar directamente a los potenciales creadores en redes sociales tipo *Facebook*, *Instagram* o *LinkedIn*, y 3) consultar con colegas en contextos universitarios donde se ofertan las carreras de comunicación, producción audiovisual o artes visuales en los que se producían series web con estudiantes como parte de las actividades académicas.

El número de realizadores participantes en esta muestra se determinó por saturación. Primero, se decidió que se llevarían a cabo entrevistas semiestructuradas como técnica de recolección de información al mismo número de profesionales y *amateur*. A medida que se realizaron las entrevistas (audiogradas) se transcribieron textualmente hasta que se halló el punto de saturación válido en investigaciones de corte cualitativo (Guest et al., 2016; Martínez-Salgado, 2012). Finalmente, en esta segunda fase del muestreo se entrevistó a treinta realizadores, la mitad pertenecientes al grupo de profesionales y la otra mitad al de aficionados o *amateurs*.

6.1.3 Tercera fase: análisis de los relatos

La tercera fase de muestreo, dedicada a seleccionar un grupo de *webseries* de ficción al que se realizó un análisis exhaustivo de la estructura de sus relatos (Genette, 1989; Greimas, 2012; Zavala, 2003), se llevó a cabo sobre las obras en las que los participantes de la fase anterior (los entrevistados cualitativamente). Debido a que dichos entrevistados en algunos casos

participaron de una misma *webserie*, al final, esta muestra quedó conformada por un total de 26 obras.

6.2 Técnicas de análisis

Como ya se ha avanzado, dar respuesta a cada uno de los tres objetivos generales de la investigación requería aplicar distintas técnicas de investigación. Concretamente, se utilizaron tres técnicas de análisis distintas con sus respectivos instrumentos según los objetivos generales previamente definidos. La explicación en detalle de cada fase sigue a continuación.

6.2.1 Fase 1: Identificación y catalogación de las series web producidas en Colombia: análisis de contenido

Para lograr la caracterización de las series web colombianas se estableció como técnica de investigación el análisis de contenido que, como lo explica Igartua (2006), permite “comprender su génesis o proceso de formación, obtener descripciones precisas de su estructura y sus componentes, analizar su flujo o patrones de intercambio, trazar su evolución e inferir su impacto” (p. 180).

El análisis de contenido como técnica de investigación posibilita la observación y la interpretación del objeto de estudio de una manera sistemática, objetiva y cuantitativa (Igartua, 2006; Krippendorff, 2004; Neuendorf, 2017; Piñeiro-Naval, 2020). Asimismo, el análisis de contenido es en una técnica pertinente en la medida que permite la extracción de resultados a partir de criterios predefinidos: “De este método de análisis se destaca, además de la recolección de datos cuantitativos, su capacidad de recoger datos cualitativos, de formular conclusiones según lo puramente estadístico” (Caro-González, 2014, p. 841).

Desde ese orden de ideas, durante la etapa de recolección y sistematización de las series web se obtuvo datos cuantitativos sobre el año de creación, el número de temporadas y capítulos

que contenía cada una de las obras, los tiempos de duración en minutos de cada episodio, etc. Asimismo, se extrajo datos de carácter cualitativo como los referentes a géneros, subgéneros, temáticas y demás aspectos referidos a los contenidos narrativos. La información completa sobre los datos obtenidos sigue más abajo.

6.2.1.1 Instrumento del análisis de contenido. Para operativizar el análisis de contenido se definieron dos tipos de unidades: la *de recogida de datos* y la *de análisis* (Igartua, 2006). En esta investigación, la primera, de *recogida de datos* se refiere a las distintas series web colombianas que circulan por *YouTube* y definidas dentro de la primera muestra de la investigación. Por otra parte, las *unidades de análisis* fueron las variables y dimensiones que emergieron del marco teórico y que conformaron una matriz ad hoc creada para la sistematización de las series web objeto de estudio. Así, tras la revisión de la literatura, se propuso seis unidades de análisis distintas, junto a sus respectivas variables: 1) el origen de la obra a partir de las variables ciudad de producción y año de publicación; 2) el contenido, analizado a través del género, subgénero, temas e intenciones adicionales al entretenimiento; 3) el formato, analizado desde la tipología, la interactividad, el número de temporadas y capítulos y el tiempo de duración de los episodios; 4) los aspectos de la publicación, comprendido por las variables periodicidad, tipo y forma de publicación de los contenidos en la plataforma *YouTube*; 5) la calidad, reconocida a través de las variables *broadcasting* o *no broadcasting* y los posibles fallos en cuestiones técnicas como la cámara, el sonido y la edición a partir de las dimensiones fallos leves o notorios, y 6) los datos de la realización, en los que se procuró identificar las personas que participaron en las distintas obras en el rol de dirección, el sexo atribuible a estas a partir del nombre, y las posibles fuentes de producción y/o financiamiento de las series web.

Una vez definidas las seis unidades de análisis y sus respectivas variables, se procedió con la elaboración del libro de códigos y la respectiva ficha de análisis como instrumentos propios del análisis de contenido.

6.2.1.1.1 Libro de códigos y ficha de análisis. Tras la definición de las unidades de análisis, junto a sus variables, se procedió a determinar cuáles serían las dimensiones observadas en cada caso. Posteriormente, se elaboró un libro de códigos y una ficha de análisis, ambos, instrumentos propios de la técnica de análisis de contenido. El libro de códigos como lo explica Igartua (2006), “es el instrumento que describe con claridad y precisión los conceptos y procedimientos necesarios” (p. 205) para que se pueda llevar a cabo la codificación de cada una de las unidades de recogidas de datos. Asimismo, la ficha de análisis, que surge de la elaboración del libro de códigos, es la herramienta en la que se registra la información. En otras palabras, mientras el libro de códigos explica cada una de las unidades de análisis y los procedimientos que se deben llevar a cabo para sistematizar cada una de las series web, la ficha de análisis es la planilla donde se deposita la información. Para lograr una mejor visualización de las unidades de análisis (UA.) y variables (Var.) descritas en el punto anterior y que se consignaron en el libro de códigos, a continuación se elaborará una tabla por cada una de dichas unidades de análisis.

Tabla 5

Libro de códigos para la sistematización de series web: unidad de análisis 1.

UA. Aspectos de identificación de las series web

Var. Año de publicación: Año de publicación del primer capítulo de la serie web declarado en el canal de *YouTube*.

Var. Ciudad de producción: Lugar donde se produce la serie web. Puede ser explícito en los créditos o evidenciarse en la narrativa de la serie web. También se puede identificar por el lugar de procedencia de la productora, canal, institución educativa, etc.

Nota. Unidades de análisis sobre los aspectos de identificación de las series web y sus respectivas variables definidas para la sistematización de las series web. Elaboración propia.

Tabla 6

Libro de códigos para la sistematización de series web: unidad de análisis 2

UA. Aspectos del contenido

Var. Género principal: Se refiere al género que se evidencia en la serie web. La casilla código del género se diligencia automáticamente al seleccionar el género de la lista.

Drama: Se trata de historias en las que se representan episodios o conflictos en la vida de los seres humanos

Comedia: Son historias cercanas al género drama porque encarna situaciones o conflictos de personajes pero siempre opuestas a la tragedia. Relacionado casi siempre con historias con final feliz. Sátiras, situaciones cotidianas se pueden representar en este género.

Western: Se trata de aquellas historias contextualizadas en paisajes similares al Oeste americano en las que regularmente hay enfrentamientos entre un comisario o *sheriff* y unos villanos o ladrones. También se puede caracterizar por la presencia de indios que combaten en estos territorios.

Fantástico / Ciencia Ficción: Se trata de historias llenas de elementos imaginarios y poco realistas. Los eventos en una fantasía operan fuera de las leyes del universo real y típicamente involucran elementos sobrenaturales, como criaturas mágicas, extraterrestres, robots, etc.

Aventuras y Acción: En este género las historias reflejan un mundo heroico de combates y aventuras, y en el que suele predominar la acción y valores caballerescos. Se caracteriza por héroes o heroínas que recorren el mundo y salvan a desvalidos de villanos.

Suspense: Son historias cuyo principal objetivo es mantener al espectador en un estado de tensión, de lo que le pueda ocurrir a los personajes, y por lo tanto, atento al desarrollo del conflicto. El suspense se puede generar como resultado de un secreto que desconoce el protagonista y mantiene la tensión en el espectador.

Terror: Se trata de historias que causan miedo. En el terror se incluyen criaturas que transgreden de cierta manera las reglas o convenciones del mundo diegético en que es situado. Puede también tratarse de un humano el responsable de los hechos que aterrorizan a la audiencia.

Otro: Si no se identifica un género de los antes descritos se selecciona Otro y en la casilla Otro Género se debe explicitar cuál.

Var. Subgénero: Se refiere al subgénero evidente en la serie web. Se debe seleccionar un subgénero de la lista. Si se elige otro subgénero en la casilla otro subgénero se debe indicar cuál. La casilla código del subgénero se diligencia automáticamente al seleccionar el subgénero de la lista.

1.1 Melodrama, 1.2 Drama romántico, 1.3 Drama histórico, 1.4 Drama político, 1.5 Drama social, 1.6 Drama Judicial, 1.7 Drama de Investigación, 1.8 Drama Biográfico, 1.9 Drama Religioso, 1.10 Drama musical, 1.11 Otro drama, 2.1 Comedia satírica, 2.2 Comedia física (golpes, caídas, *slapstick*), 2.3 Comedia excéntrica o de disparate (*screwball*), 2.4 Comedia romántica, 2.5 Parodia o burla (*spoof*), 2.6 Comedia negra, 2.7 Comedia verbal o intelectual, 2.8 Comedia musical, 2.9 Comedia de situación o de enredos, 2.10 Otro tipo de comedia, 3.1 *Western* histórico, 3.2 Psicológico, 3.3 Proindios, 3.4 *Western* crepuscular o revisionista (Oeste en decadencia), 3.5 *Spaghetti western*, 3.6 Otro *western*, 4.1 Fantasías históricas, 4.2 Héroes y animales mitológicos, 4.3 Metáforas futuristas, 4.4 Otro SciFi, 5.1

Acción espectacular, 5.2 Piratas y aventuras marinas, 5.3 Leyendas medievales, 5.4 Capa y espada, 5.5 Espacios exóticos, 5.6 Artes marciales, 5.7 Aventuras futuristas, 5.8 Otro Aventura, 6.1 Cine negro, 6.2 Misterio, 6.3 *Gansters*, 6.4 Policiaco, 6.5 Suspenso psicológico, 6.6 Otro suspenso, 7.1 *Gore* (Mutilaciones, sangre, terror explícito), 7.2 Psicópatas y asesinos en serie (*slasher*), 7.3 Horror (eventos paranormales), 7.4 Monstruos, 7.5 Muertos vivos, 7.6 Otro terror

Var. Temas: Se refiere al tema principal que aborda la serie web. Se debe elegir uno de la lista.

Identifique el que más se aproxima a la serie web analizada

Amores imposibles, Búsqueda del amor, Amor y Muerte, Desamor y separación, Reencuentros, Descubrimientos de sexualidad, Ritos de adultez, Familias en crisis, Mundo de la infancia / juventud, Minorías étnicas, Personas en condición de discapacidad, Pérdida de memoria, Luchas obreras y clases sociales, Racismo y derechos humanos, Emigración y choque cultural, Guerrilla y terrorismo, Biografías, Descolonización e independencia, Enfermedades físicas y mentales, Muerte y sentido de la vida, Pena de muerte, Drogas y alcoholismo, Descenso a los infiernos, Prostitución, Desaparición de personas, Situaciones familiares y/o laborales cotidianas, Búsqueda de oportunidades, Encuentro casual, Sainete (jocoso popular), Cámara oculta, Parodias, *Horse opera*, Conquista del oeste, Indios, Relatos de venganza, Pandillas, Guetos, Cuatros, *Western Latino* (El Zorro...), Invasiones del espacio, Monstruos de laboratorio, Robots y máquinas del tiempo, Brujas, magos y héroes medievales, Transformaciones (de tamaño, de género, etc.), Poderes extraordinarios, Deportivas, Huidas, fugas y persecuciones, Animales, Espionaje, agentes secretos, *Buddy films* (Historias de amigos), Intriga psicológica, Policiaco-documental, Denuncia social, Investigación criminal, Penitenciario, Mafia, Atracos y timos, Falso culpable, Psicópatas, Asesinos en serie, Zombis, Fantasmas, Vampiros, Maldiciones, Muertes explícitas, Uso de canciones y bailes para narrar la historia, Estilos de bailes coreográficos, Números de bricolaje (Cuando el actor se sirve de cualquier objeto presente en su entorno para recrear un mundo imaginario), Mitos y leyendas, Accidentes.

Var. Propósito adicional al entretenimiento: Partimos del hecho que las *webseries* tienen como fin principal entretener a los públicos, sin embargo en algunas *webseries* se identifican intereses adicionales en el contenido. Seleccione de la lista si identifica alguno de los siguientes.

Promocionales o publicitarios: identifica que hay una intención de promoción de una campaña o la publicidad de un producto.

Educativos, formativos o instructivos: hay una intención clara en el contenido de educar, formar o instruir a los espectadores con el contenido.

Informativos: se evidencian intereses informativos en el contenido de la *webserie*.

Contenidos incluyentes: la *webserie* aborda temáticas incluyentes que pueden ser en temas de sexualidades diversas o en historias donde se incluyen personas en condición de discapacidad.

Nota. Unidades de análisis sobre los aspectos del contenido y sus respectivas variables definidas para la sistematización de las series web. Las variables género y subgénero son tomadas de la Tipología de textos filmícos de Sánchez-Noriega (2018). Elaboración propia.

Tabla 7

Libro de códigos para la sistematización de series web: unidad de análisis 3

UA. Aspectos del formato

Var. Tipo de imagen: Hace referencia al formato de registro audiovisual utilizado

Imagen real: Si toda la serie web es grabada, es decir el tipo de imagen es video

Imagen Sintética: Si se trata de una serie web animada

Mixta: Si mezcla el video y la animación en la serie web

Var. Presencia de interactividad. Partimos del hecho que todas las series web que se publican en una plataforma como *YouTube* tienen posibilidades de interactividad gracias al soporte web. Sin embargo en algunas *webseries* se invita a la interactividad de los usuarios. Indique si la *webserie* propone interactividad adicional con Si o No.

Var. Nivel de interactividad. Si en la casilla anterior se eligió Sí, identifique qué nivel de interactividad hay en la serie web.

De interrogación: Aquellos sistemas y aplicaciones en que, manteniendo una considerable asimetría entre los canales de ida y vuelta, el usuario puede interrogar el medio con un elevado grado de precisión y obtener satisfacción individual a sus demandas sobre un universo preestablecido de opciones finitas”

Simétrica: En este tipo de interactividad el receptor tiene la posibilidad de convertirse en un emisor en la medida que puede entrar en diálogo con el emisor / receptor.

Metainteractiva: En el que las comunicaciones entre emisor y receptor se dan a través de flujos bidireccionales claros

Var. Tipología de la *webserie*: Las narrativas serializadas se identifican de tres tipos. Seleccione de la lista la que corresponda a la *webserie* visualizada

Serie: Capítulos autoconclusivos. La unión entre los capítulos la da los mismos personajes y temas

Serial: Tramas con relación entre los capítulos

Antológica: Capítulos autoconclusivos con diferentes personajes entre capítulos, la relación la da el tema y el nombre de la *webserie*

Var. Número de temporadas: Escriba el número de temporadas que tiene la serie web

Var. Temporada a analizar: Escriba la temporada que se está analizando

Var: Número de capítulos: Escriba el número de capítulos que tiene la temporada que está analizando.

Var. Tiempo de duración de los capítulos: Cada casilla con el número consecutivo corresponde al capítulo visualizado. En cada capítulo escriba el tiempo de duración de éste. Siga la siguiente forma de escritura 0:00:00 (horas : minutos : segundos) Por ejemplo, si un capítulo duró 3 minutos 40 segundos regístrelo como 0:03:40

Var. Tiempo de duración de toda la temporada de la *webserie*: Registra automáticamente el tiempo total de la *webserie* a partir de la suma de los tiempos de cada capítulo

Var. Promedio de duración por capítulo: Registra automáticamente el promedio de duración de cada capítulo.

Nota. Unidades de análisis sobre los aspectos del formato y sus respectivas variables definidas para la sistematización de las series web. La variable nivel de interactividad fue tomada de Prado, et. al. (2006). Asimismo, la variable tipología de la *webseries* se asumió a partir de los trabajos de Comparato (1999), Douglas (2011) y Schültz (2015). Elaboración propia.

Tabla 8

Libro de códigos para la sistematización de series web: unidad de análisis 4

| | |
|---|---|
| UA. Aspectos de publicación | |
| <hr/> | |
| Var. Forma de publicación de la serie web: | Seleccione la característica correspondiente |
| | Subida completamente: Todos los capítulos de una temporada se subieron el mismo día. |
| | Subida por capítulos: Los capítulos de una temporada se subieron en días distintos. |
| Var. Periodicidad de la publicación de la serie web: | Seleccione la característica correspondiente. |
| | Diaria: Después de publicado el primer capítulo, cada capítulo del resto de la serie web fueron publicados diariamente |
| | Semanal: Cada capítulo de la <i>webserie</i> tuvo una periodicidad semanal en su publicación |
| | Quincenal: Cada capítulo de la <i>webserie</i> tuvo una periodicidad quincenal en su publicación |
| | Mensual: Cada capítulo de la <i>webserie</i> tuvo una periodicidad mensual en su publicación |
| | N.A: No Aplica porque la serie web fue publicada completamente |
| | Otro: Seleccione y explique en la siguiente casilla qué otro tipo de publicación existió |
| Var. Tipo de publicación: | Seleccione la característica correspondiente. |
| | Regular: La publicación de cada capítulo respeta el periodo de tiempo de manera ordenada. |
| | Irregular: No hubo regularidad en la forma de publicación y los capítulos se publicaban en cualquier momento sin conservar un orden periódico de tiempo |
| | N.A: No Aplica porque la serie web fue publicada completamente |

Nota. Unidades de análisis sobre los aspectos de publicación y sus respectivas variables definidas para la sistematización de las series web. Elaboración propia.

Tabla 9

Libro de códigos para la sistematización de series web: unidad de análisis 5

| | |
|---|--|
| UA. Aspectos de la calidad técnica de la serie web | |
| <hr/> | |
| Var. Calidad de la serie web: | Seleccione la característica correspondiente |
| | Calidad Broadcast. La serie web contiene cabezote o I.D original (no usa plantillas o <i>templates</i>). Puede estar acompañada de graficación adicional al interior de los capítulos. En lo referente a la cámara, la imagen de la serie web en términos generales es muy buena, se evidencia el uso de una cámara de grabación de alta calidad. Tiene riqueza en planimetría y los |

movimientos de cámara se evidencian realizados por un profesional (son movimientos definidos, buenos encuadres, perfectos enfoques de cámara, buen manejo de color e iluminación. Puede llegar a evidenciar el uso de cámaras aéreas tipo drone con un muy buen manejo de éste. Respecto a la edición, el montaje es bueno, se usan las transiciones adecuadas, hay evidencia en la colorización en postproducción, puede llegar a tener efectos visuales y estos están bien logrados. El sonido de la serie web en general tiene un muy buen manejo, son claros los diálogos, la microfonía usada es la correcta para el logro de un sonido de alta calidad. Tiene musicalización adecuada extra o intradiegetica.

Calidad No Broadcast. En cámara, la imagen de la serie web es deficiente, la cámara se evidencia que no es de muy buena calidad. Tiene problemas de foco, encuadres mal logrados, movimientos deficientes. Tiene problemas con la iluminación, hay tomas muy oscuras o sobre expuestas que afectan el color de la imagen. El sonido está mal logrado, no se usó microfonía o esta no logró el buen resultado en la captura. No se entienden los diálogos, no usa música para ambientar o si la usa esta se convierte en un ruido más que en un apoyo expresivo. La música no es original, puede que use piezas musicales de bibliotecas genéricas o música con derechos reservados de autor y muy reconocida comercialmente pero no hace ningún pago por el uso de esta. El montaje no mejora la producción, no existe colorización, puede llegar a tener problemas en transiciones, no tiene efectos visuales o si los tiene son muy ficticios y se evidencia la falsedad del resultado. No tiene cabezote o el que tiene demuestra muchos errores en su producción. Puede que el ID sea un *template* predeterminado y hasta puede presentar errores de ortografía.

Var. Aspectos sobre la calidad. Si seleccionó que la *webserie* es de calidad no *broadcasting*, elija en cuál o cuáles de los siguientes elementos encontró fallos. Puede elegir uno o varios. Defina el grado del fallo si es leve o notorio.

Nota. Unidades de análisis sobre la calidad y sus respectivas variables definidas para la sistematización de las series web. Elaboración propia.

Tabla 10

Libro de códigos para la sistematización de series web: unidad de análisis 6

UA. Aspectos referentes a la realización

Var. Créditos artísticos: Seleccione Sí o No si la serie web visualizada tiene créditos artísticos (actores, directores, productores, guionista, equipo técnico, etc.) en por lo menos uno de los capítulos.

Var. Dirección constante: Seleccione según corresponda

SI. Es el mismo director o directora de todos los capítulos de la serie web

NO. Hay distintos directores o directoras entre capítulos

N.A. No aplica si no aparecen los créditos artísticos

Var. Dirección (sexo atribuible al nombre): Seleccione según corresponda

Mujer

Hombre

Sin identificar

N.A.

Var. Codirección (sexo atribuible al nombre): Seleccione según corresponda

Mujer

Hombre

Sin identificar

N.A.

Var. Equipo de producción que participa en la serie web: Seleccione 1 si la respuesta es SI o 0 si es NO. Puede seleccionar más de un tipo de crédito. Por ejemplo, una serie web puede tener créditos de una productora audiovisual y de un canal de televisión, ahí se selecciona 1 en las casillas de canales y productoras y 0 en las otras.

Canal de televisión: Se refiere a producciones realizadas por un canal de televisión tradicional sea nacional, regional, local y que emita por aire o cable

Productora o agencia audiovisual. Se refiere a empresas productoras de cine, televisión o múltiples medios que tengan reconocimiento o se evidencie un recorrido en la producción audiovisual.

Empresas comerciales: Se refiere a series web que demuestran que la producción de estas fue un encargo de alguna empresa o compañía comercial que no necesariamente está ligada con la producción audiovisual.

Entidades o instituciones gubernamentales: Se refiere a series web que demuestran en sus créditos que la producción de esta fue un encargo o tuvo un financiamiento principal de una institución estatal o gubernamental ya sea del orden local, departamental o nacional.

ONG o Fundaciones: Se refiere a series web que demuestran en sus créditos que la producción de esta fue un encargo o tuvo un financiamiento principal de una organización no gubernamental o fundación.

Colectivos audiovisuales: Grupos de estudiantes universitarios, colectivos de actores, colectivos audiovisuales o personas independientes que se definen como productoras pero no evidencian recorrido o evidencian incursiones pequeñas en la producción audiovisual, regularmente en ejercicios independientes.

Centros universitarios: Se trata de instituciones universitarias con una carrera de cine, televisión o multimedios que cuenta con equipos de producción profesional (técnicos y/o humanos) y que apoyó la producción de la serie web.

N.A: No presenta información sobre quién es el productor y no se muestra ningún tipo de evidencia ya sea en la serie web o en el canal de *YouTube* de donde esta se extrae.

Otro.

Var. Tipo de realización: A partir de las anteriores selecciones automáticamente se define si la realización fue de tipo profesional o *amateur* teniendo en cuenta los siguiente criterios.

Profesional: Si en la serie web se identificó la presencia de una productora, empresa, agencia, sponsor de entidades públicas o privadas o instituciones educativas promocionando campañas propias.

Amateur: Si se identificó que se trató de una serie web producida por estudiantes en procesos académicos, colectivos audiovisuales o personas naturales sin recorrido profesional o la calidad de vela que es producción de aficionados.

Nota. Unidades de análisis sobre la realización y sus respectivas variables definidas para la sistematización de las series web. Elaboración propia.

Con base en el libro de códigos, se construyó la ficha de análisis en el programa *Excel* que sirvió como herramienta para la sistematización de las series web colombianas de ficción publicadas en *YouTube* hasta el 31 de diciembre de 2019. El listado de las 241 series web de ficción recolectadas para la investigación se encuentra en el anexo 1 y el formato de la ficha de análisis para llevar a cabo la sistematización en el anexo 2. Asimismo, la ficha completa se encuentra en un sitio web privado presentado en el anexo 4.

6.2.1.1.2 Fiabilidad de codificación. Como sugieren las investigaciones que utilizan la técnica del análisis de contenido, es necesario que la codificación sea confiable en su proceso de intercodificación (Krippendorff, 2004; Igartua, 2006), con el fin de garantizar que los datos obtenidos en el instrumento utilizado para el análisis sean lo suficientemente fiables al capturarse por distintos analistas y que “cualquier medición debe ser consistente en el tiempo, lugar y circunstancia” (Igartua, 2006, p. 218).

Aunque el trabajo de búsqueda, recolección y análisis de las series web estuvo a cargo del autor de este trabajo, en aras de validar la confiabilidad de la ficha de análisis se recurrió a un equipo de intercodificadores y se aplicó un proceso de verificación de la fiabilidad de la ficha en dos etapas: fase de pilotaje y fiabilidad de intercodificadores.

La fase de pilotaje se llevó a cabo al inicio de la investigación para validar la construcción de la ficha de análisis (tabla 11). En dicha instancia se hizo un entrenamiento a un equipo de cinco estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad EAFIT que formaban parte de la asignatura Seminario de Investigación y que era orientado por el autor de esta tesis. Los estudiantes formaron parte del proceso de manera voluntaria y se realizó como una

opción que hizo parte de los requisitos de la asignatura. A dichos intercodificadores este autor les explicó cómo aplicar la ficha y les pidió que codificaran una muestra de veinte series web.

Nótese que, en la etapa inicial de construcción de la ficha de análisis, esta contenía menos variables de las que se incluyeron en la ficha definitiva. Precisamente la fase de pilotaje para la validación de la ficha de análisis sirvió para reconocer la importancia de ampliar en aspectos del contenido como la inclusión de temas y propósitos del contenido. Esto porque se presentaban mayores diferencias entre los codificadores para identificar en una misma serie web variables como el género. Asimismo, se incluyeron más variables en el formato como las referentes a la interactividad y al tiempo de duración de los capítulos. En este proceso también se evidenció la necesidad de identificar los aspectos de publicación de las series web y la calidad de las producciones al tratarse de obras que son producidas tanto en contextos profesionales como *amateurs*. En la misma línea de los datos obtenidos en la fase de pilotaje se observó la oportunidad de detallar a través de más subdimensiones los aspectos referentes a los realizadores y a los equipos de producción.

Tabla 11

Ficha de análisis de series web en la etapa de pilotaje.

| Serie web | Año | Ciudad | Género | Subgénero | Tipo de contenido | Tipo de serie | Tipo de imagen | Promedio de duración | Realización |
|-----------|-----|--------|--------|-----------|-------------------|---------------|----------------|----------------------|-------------|
| | | | | | | | | | |

Nota. Esta ficha de análisis permitió validar el instrumento de recolección de las series web y su fiabilidad en los datos obtenidos sin importar la persona que hiciera el análisis. Elaboración propia.

Posteriormente, al finalizar el procedimiento de sistematización de las series web se realizó la fase de fiabilidad de intercodificadores. En esta etapa se contó con el apoyo de dos

personas que analizaron de manera independiente una misma sub-muestra de 25 *webseries* colombianas (10%) que formaron parte de la muestra de análisis.

Para realizar el cálculo de confiabilidad se utilizó el método de *coeficiente de acuerdo* “que mide el grado de acuerdo simple a partir de considerar el número total de acuerdos alcanzados entre dos jueces sobre el total de juicios o unidades analizadas” (Igartua, 2006, p. 221). Este cálculo de confiabilidad se representa a través de la siguiente fórmula:

$$PA^{\circ} = \frac{A}{n}$$

PA° se refiere al coeficiente o porcentaje de acuerdo observado. A es el número de acuerdos y n las unidades analizadas. Debido a que se trataba de una ficha de análisis que evaluó 20 variables en 25 series web, el porcentaje de acuerdo observado se realizó sobre cada una de las variables. Los resultados se condensaron en la siguiente tabla.

Tabla 12

Cálculo de la fiabilidad intercodificadores.

| Variable | Acuerdos (A) | Coficiente de Acuerdo Observado (PA°) |
|---------------------------------|-----------------|---|
| Año de publicación | 25 | 1 |
| Ciudad de producción | 25 | 1 |
| Género | 22 | 0,88 |
| Subgénero | 21 | 0,84 |
| Temáticas | 22 | 0,88 |
| Propósito adicional | 23 | 0,92 |
| Tipo de imagen | 25 | 1 |
| Presencia de interactividad | 23 | 0,92 |
| Tipología de la <i>webserie</i> | 23 | 0,92 |
| Temporada a analizar | 25 | 1 |
| Número de capítulos | 25 | 1 |

| | | |
|---------------------------------------|----|------|
| Tiempo promedio por capítulo | 25 | 1 |
| Forma de publicación | 25 | 1 |
| Periodicidad de publicación | 25 | 1 |
| Tipo de publicación | 25 | 1 |
| Calidad de la <i>webserie</i> | 25 | 1 |
| Créditos artísticos | 24 | 0,96 |
| Dirección (sexo atribuible al nombre) | 24 | 0,96 |
| Tipo de realización | 24 | 0,96 |
| Año de publicación | 25 | 1 |

Nota. Tabla que incluye el porcentaje de acuerdo de los intercodificadores de la ficha de análisis construida para la sistematización de las series web. Elaboración propia a partir de los conceptos de Igartua (2006).

Para considerar fiabilidad en la codificación de los datos se deben obtener valores superiores al 0.70. No obstante, en ocasiones, sobre todo en investigaciones de alcance exploratorio, se pueden considerar adecuados valores que superan el 0.60 (Igartua, 2006). Como se observa en la tabla 12, el coeficiente de acuerdo en todas las variable supera dicho índice.

6.2.2 Fase 2: la entrevista semiestructurada con los realizadores de series web

Como se avanzó, para dar respuesta al segundo objetivo general de conocer las experiencias de las personas que participaron en los procesos de realización de las series web y con ello identificar las formas de producción, las rutinas laborales y demás aspectos del proceso de creación, se hizo entrevistas semiestructuradas, una técnica propia de la investigación cualitativa que, como lo plantean Díaz-Bravo, et. al. (2013), es útil para estudios con alcances descriptivos y exploratorios como el presente. Las entrevistas semiestructuradas “ofrecen un grado de flexibilidad aceptable, a la vez que mantienen la suficiente uniformidad para alcanzar interpretaciones acordes con los propósitos del estudio” (Díaz-Bravo, et.al., 2013, p. 163).

Este estudio entrevistó a treinta realizadores profesionales y *amateurs* definidos en la muestra.

6.2.2.1 Instrumento de la entrevista semiestructurada: el cuestionario. Para llevar a cabo la entrevista semiestructurada a los realizadores de series web se partió de la construcción de una matriz ad hoc creada a partir de una serie de variables y dimensiones extraídas de conceptos abordados en el marco teórico y que sirvieron de guía para la posterior construcción del cuestionario como herramienta.

La matriz que abordó los aspectos de la realización de las series web en Colombia se asumió desde una perspectiva sociológica (Becker, 2008; Bucher y Strauss, 1961; Hugues, 1963; Urteaga, 2008), con acento en los aspectos propios de las profesiones de la comunicación, el entretenimiento, la producción cultural (Morin, 1966) y las prácticas de la televisión (Levine, 2001) que retomamos del capítulo 5 de esta tesis. Consecuentemente, se trabajó a partir de tres variables centrales: 1) aspectos del desarrollo de la labor particular; 2) aspectos motivacionales, y 3) modos de producción. Estas tres variables a su vez se dividieron en las dimensiones y subdimensiones que guiaron las preguntas orientadoras incluidas en un cuestionario que finalmente se aplicó a los realizadores profesionales y *amateurs*. La tabla 13 muestra la matriz con cada uno de sus componentes.

Tabla 13

Matriz de aspectos de la realización.

| Variables | Dimensiones | Definición | Subdimensiones |
|--|-------------|--|----------------|
| Aspectos del desarrollo de la labor particular | License | Se trata de la autorización de ejercer, lo que asegura cierta seguridad del empleo limitando la competencia. | |
| | Carrera | Se trata de la trayectoria de una persona durante toda su vida. | |

| | | | |
|----------------------------|-------------------------------|---|---|
| | Mandato | Obligación de la misión. | |
| | Segmentación | "Las profesiones son un conglomerado suelto de segmentos reunidos bajo la misma bandera"(Bucher, Strauss, 1992, p. 68). | Serie de rutinas Son las costumbres, evidencias. |
| | Mundo social | son «esquemas convencionales» (sistemas de creencias compartidas) y «redes decadenas de cooperación» (un conjunto de individuos coordinados) necesarios para la acción. | Espacio el lugar donde existe cierta organización Códigos culturales el conjunto de códigos que permiten cierta organización |
| | Restricciones de producción | | Potencial de creatividad la posibilidad que tienen los integrantes de un grupo de inventar soluciones a los problemas que encuentran y a los conflictos que afrontan Por género Por ideología De presupuesto Otras |
| | Ambientes laborales | | |
| | Rutinas y prácticas creativas | | Producción de personajes e historias |
| | Papel de la audiencia | | |
| | Respeto de sí mismo | | |
| | Reconocimiento de los demás | | |
| Aspectos motivacionales | Económico | | |
| | Placer del trabajo | | |
| | Prestigio | | |
| | Afición | | |

| | | |
|--------------------|------------------|--|
| | Emoción estética | |
| | Otro | |
| | Labor apasionada | “Las condiciones estructurales del trabajo co-creativo, las posiciones de los sujetos que realizan labores gratis y los discursos y perspectivas que la hacen posible” (postigo, 2009, p. 467) |
| Modo de producción | Fábrica social | En el interior de las industrias creativas, la mayoría de las personas sienten que su labor es profundamente satisfactoria e intensamente placentera. |
| | Labor creativa | Aquellos trabajos cuyo principal objetivo es la creación simbólica. |
| | Labor inmaterial | Aquel producto resultado de la intervención del consumidor y que al estar en permanente evolución hace más complejo “definir las normas de producción de los servicios y establecer una medida ‘objetiva’ de la productividad” |

Nota: Tabla de variables, dimensiones y subdimensiones para indagar los aspectos propios de la realización. Elaboración propia.

Siguiendo dicha matriz, el cuestionario final de preguntas abiertas que se elaboró tomaba en cuenta las siguientes preguntas:

1) Sobre la formación y la experiencia: estas preguntas abordaron los aspectos del desarrollo de la labor particular (variable 1) y permitieron identificar dimensiones como *license*⁸⁶, la carrera, el mandato y la segmentación.

⁸⁶ Así en el original.

2) Sobre las rutinas laborales: estas preguntas también se relacionaron con la primera variable, específicamente con las dimensiones mundo social, ambientes laborales y restricciones de producción.

3) Sobre el proceso creativo: este grupo de preguntas abordó las prácticas creativas, el papel de la audiencia y otros aspectos referidos a las motivaciones (variable 2)

4) Sobre los modos de producción: estas preguntas abordaron temas referentes a las remuneraciones económicas para identificar dimensiones de la variable 3, como la labor apasionada, la labor creativa y la labor inmaterial.

El cuestionario completo realizado para la entrevista semiestructurada puede consultarse en el anexo 3.

Las entrevistas a los realizadores profesionales y *amateurs* de las series web colombianas se realizaron entre los meses de septiembre y diciembre del año 2020 y tuvieron duraciones aproximadas entre cuarenta y noventa minutos. Todas las entrevistas fueron realizadas vía *online* y se registraron en formato audiovisual a través del uso de la aplicación *Zoom* para comunicaciones sincrónicas. Las transcripciones textuales de las entrevistas están disponibles para consulta se encuentra en el sitio web privado y que aparece como anexo 4 de esta tesis.

6.2.2.2 El análisis temático. Dentro de esta segunda fase y después de aplicar las entrevistas a los realizadores se realizó el proceso de examinar los datos obtenidos a través del análisis temático, un método propio de la investigación cualitativa que permite, según Braun y Clarke (2006), “identificar, analizar e informar patrones (temas) dentro de los datos⁸⁷” (p. 79).

Para aplicar el análisis temático, autoras como Mieles, et. al. (2012) proponen seguir distintos pasos: primero, de transcripción y lectura con el fin de que el investigador se familiarice

87 En el original está en inglés y es como sigue: “Thematic analysis is a method for identifying, analysing and reporting patterns (themes) within data”. La traducción es del autor.

con la información recogida. Segunda, de relectura del material para extraer códigos iniciales de análisis y finalmente búsqueda, revisión y definición de los temas que agrupan los códigos.

Precisamente, para cumplir con estas recomendaciones, después de obtener las entrevistas y realizar las respectivas transcripciones, se pasó a la etapa de generación de los códigos iniciales. Para esto se utilizó el *software Atlas.ti*, que permitió una mayor eficacia de codificación. La lectura y relectura de las entrevistas a profesionales y *amateurs* se hicieron por separado.

Posterior a esto y siguiendo con la etapa tres del análisis temático se pasó a buscar, revisar y definir los temas, con los que se hizo un nuevo análisis a las transcripciones, pero ahora con la información en conjunto de los realizadores profesionales y *amateurs*.

Vale anotar que seguir el método del análisis temático para examinar las entrevistas semiestructuradas sirvió porque como lo explican Mieles, et. al. (2012), este permite “inferir resultados que propicien una adecuada comprensión/interpretación del fenómeno estudiado” p. 217).

6.2.3 Fase 3: el análisis estructural de las series web

Para dar respuesta al objetivo general tres que pretende conocer cómo se caracterizan las formas narrativas de las *webseries* colombianas se utilizó como técnica el análisis estructural de los relatos, que profundizar particularmente sobre aspectos de la forma y el contenido.

Ahora bien, para llevar a cabo dicho análisis estructural de los relatos, se tomó como base algunos conceptos propios de la narratología expuestos en el apartado teórico de la investigación. Así, se buscó identificar aspectos referentes a los personajes, las tramas y la estructuración del tiempo, modo y la voz narrativa de las series web, además de otras características propias de las obras en las que se contaron aspectos de producción.

6.2.3.1 Instrumentos del análisis de los relatos. Para el análisis estructural de las series web se trabajó con tres fichas de análisis que se complementaron entre sí: la primera destinada a revisar en profundidad las historias buscó identificar de cuántas tramas se componían cada una de las series web. Este análisis se realizó para dar cumplimiento al objetivo de identificar las características de las serie web en términos de macro y microestructura. Asimismo, en esta ficha de análisis se describió los aspectos esenciales del relato representados en cada uno de los capítulos de las *webseries*. La tabla 14 muestra la matriz que se construyó para este análisis.

Tabla 14

Matriz de tramas.

| Líneas Argumentales | Capítulo 1 | Capítulo 2 | Capítulo 3 | Capítulo 4 | Capítulo 5 |
|----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Línea Argumental Central | | | | | |
| Subtrama 1 | | | | | |
| Subtrama 2 | | | | | |
| Subtrama 3 | | | | | |

Nota. Ficha de análisis de las líneas argumentales de las series web. Elaboración propia.

La segunda ficha construida para este análisis se enfocó en responder al objetivo de identificación de los personajes y las formas de desarrollo de estos a través de dos perspectivas: la propuesta estructuralista de Greimas (2012) sobre los roles actanciales y las características de un personaje que propone Field (2005) propia de los manuales cinematográficos.

Este instrumento se construyó en dos tablas teniendo en cuenta, por una parte, el análisis del personaje principal (tabla 10), que se hizo a partir de las cuatro características que según Field (2005) tiene un personaje protagonista: necesidad dramática, punto de vista, actitud y cambio. Cada una de estas características fue tomada como una unidad de análisis. Asimismo, la

matriz se encargó de revisar la participación de los personajes secundarios y sus relacionamientos con el principal (tabla 15) a partir de los roles actanciales que, según Greimas (2012), un personaje cumple dentro de un relato: sujeto, objeto, destinador, destinatario, ayudante, oponente. Así, como se explicó en el capítulo 2 del apartado teórico, un personaje puede ocupar uno o más roles actanciales o un rol actancial puede ser ocupado por uno o más personajes. Cada uno de estos conceptos también fueron usados como categorías de análisis para entender cómo fue el desempeño de los personajes dentro del relato.

Tabla 15

Matriz de personaje principal.

| Tabla del Protagonista | |
|---------------------------------|--|
| (Rol actancial : Sujeto) | |
| Personaje Principal (Sujeto) | |
| Necesidad Dramática | “Se define como lo que su personaje quiere ganar, adquirir, obtener o lograr en el transcurso de su guión.” |
| Punto De Vista | “Cómo ve el mundo un personaje. Un buen personaje siempre expresará un punto de vista bien definido. Todo el mundo tiene un punto de vista individual. Un punto de vista es la expresión de la manera de ver el mundo de una persona.” |
| Actitud | “La actitud de un personaje puede ser positiva o negativa, de superioridad o de inferioridad, crítica o ingenua.” |
| Cambio | “¿Experimenta su personaje algún cambio a lo largo del guión? Si es así, ¿cuál es?” |

Nota. Tabla del protagonista en la que se identifican las características principales de éste.

Elaboración propia a partir de los conceptos de Field (2005).

Tabla 16*Matriz de otros personajes.*

| Tabla de Relaciones de los Personajes | | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Roles actanciales | | | | |
| Personaje | Personaje | Personaje | Personaje | Personaje |
| Rol actancial | Rol actancial | Rol actancial | Rol actancial | Rol actancial |
| Descripción | Descripción | Descripción | Descripción | Descripción |

Nota. Tabla de los demás personajes de la serie web en la que se identifican los roles actanciales que ocupan dentro del relato. Elaboración propia a partir de los conceptos de Greimas (2012).

Por otra parte, la tercera ficha buscó profundizar en el contenido de cada una de las series web para identificar mediante descripciones el género, aspectos de la producción de las imágenes en espacio (interior o exterior) e iluminación (diurna o nocturna), las particularidades de las obras y las características del discurso narrativo (Genette, 1989), elementos pertinentes para un análisis estructural de las *webseries*.

Vale aclarar que esta ficha de análisis de los contenidos de las series web tomó como base algunos aspectos de la matriz sobre los elementos del análisis cinematográfico propuesta por Zavala (2003) para sistematizar las experiencias de visualización de películas y se construyó a partir de categorías y sus respectivas dimensiones (tabla 17).

Tabla 17*Matriz de análisis estructural y de contenido de las series web.*

| Categoría | Pregunta Orientadora | Elementos |
|------------------|---|--|
| Sinopsis | ¿De qué trata la serie web? | Relato y tipos de conflictos. |
| Género | ¿Cuál es el género al que pertenece el texto? | Estructuras convencionales: fantástico, policíaco, erótico, etc. |

| | | |
|------------------------------|--|---|
| Aspectos propios del formato | ¿Qué particularidades se destaca del producto? | Particularidades |
| Inicio | ¿Cuál es la función del inicio? | <p>Plants y Payoff: ¿existen implantes en el inicio (indicios) que luego son resueltos en el climax?</p> <p>¿Existe relación entre el inicio y el final? (¿Se resuelve el conflicto en el climax?)</p> <p>Protagonista o Sujeto: Personaje focalizador de la atención</p> <p>Tipo de conflicto: Sigo mismo, Otro, Naturaleza</p> <p>Necesidad dramática (Objeto): Cuál es el objetivo que tiene el personaje (Conflicto)</p> <p>Edad y sexo del personaje principal</p> <p>Punto de vista: Cómo es su visión de mundo</p> |
| Personajes | <p>¿Cuáles son las características del personaje principal?</p> <p>¿Qué roles actanciales desempeña?</p> | <p>Actitud: cómo actúa frente a su visión de mundo</p> <p>Cambio: cuando se enfrenta a la necesidad dramática cómo se manifiesta el cambio del personaje</p> <p>Destinador: Quien pone la tarea sobre el sujeto</p> <p>Destinatario: Sobre quién recae la acción a realizar</p> <p>Ayudantes: Quiénes le ayudan al sujeto (protagonista) a resolver el conflicto</p> <p>Oponentes: Qué personajes se oponen a que cumpla el objetivo</p> |
| Espacio | ¿Dónde transcurre la historia? | Interiores / Exteriores |

| | | | |
|--------------------|--------|--|--|
| | | ¿Cuándo ocurre lo narrado? | Tiempo referencial: diurno / nocturno |
| | | ¿Cómo es ordenado el relato? | Anacronías: Analepsis /Prolepsis Lineal cronológica Racconto |
| | Tiempo | ¿Cómo se presenta la velocidad del tiempo del relato versus el tiempo de la historia? | Pausa Sumario Dilatación Elipsis Escena |
| | | ¿Cómo se da la frecuencia, es decir, la periodicidad del relato en relación a la historia? | Relato singulativo Relato anafórico Relato repetitivo Relato iterativo |
| Discurso narrativo | Modo | ¿Qué tipo de focalización predomina en el relato? | El narrador sabe más que todos los personajes, conoce hasta los pensamientos El narrador filtra su relato por uno de los personajes, su óptica se convierte en el punto de vista de referencia. No conoce pensamientos y sentimientos. El narrador queda fuera de los personajes, sólo informa sobre lo que los personajes hacen y dicen. El narrador está fuera de la diégesis |
| | | ¿En qué nivel de la narración se encuentra la voz narrativa? | El narrador está dentro de la diégesis (un personaje) Existe una narración dentro de otra narración |
| | Voz | ¿En qué tiempo del relato se encuentra la voz narrativa? | Predomina el tiempo pasado Predomina el futuro Predomina el presente Cambian con frecuencia el tiempo de la voz narrativa |
| Final | | ¿Qué tipo de final tiene la serie web? | Final cerrado Final abierto |

Nota. Matriz de análisis estructural y de contenido de la serie web. Elaboración propia a partir de los conceptos de Genette (1989), Greimas (2012); Zavala (2003)

Ahora bien, todos estos instrumentos de recolección de la información de las series web se condensaron en una matriz de análisis ad hoc que permitió sistematizar los datos (tabla 18). Luego, para la interpretación de la información se utilizó como método el análisis del film como relato (Aumont, et. al., 1990; Brisset, 2010) específicamente desde su dimensión narrativa, con la que se pretende estudiar en profundidad la estructura del relato; esto es, “el universo diegético (espacio-tiempo, evocaciones), personajes: atributos y roles, esferas de acción y relaciones entre el *relato* y la *historia*⁸⁸” (Brisset, 2010, p. 142).

Tabla 18

Matriz de análisis de las series web como relato.

| Característica de la <i>webserie</i> | | Aspectos de los personajes | | | Aspectos del relato | | | Otros aspectos | |
|--------------------------------------|-----------|----------------------------|-------------------|------------------------|---------------------|--------------|------------------------|------------------------|---------------|
| <i>Webserie</i> | Tramas | Personaje principal | Roles actanciales | Personajes secundarios | Tiempo | Modo | Voz | Aspectos de producción | Tipo de final |
| Nombre | Cantidad | Edad | Sujeto | Cantidad | Orden | Focalización | Nivel narrativo | Interiores | Abierto |
| Sinopsis | tramas y | Sexo | Objeto | | Velocidad | Distancia | Tiempo de la narración | Exteriores | Cerrado |
| Tipo de conflicto | capítulos | | Destinador | | Frecuencia | | Persona | Día | |
| | | | Ayudante | | | | | Noche | |
| | | | Oponente | | | | | | |

Nota. La tabla condensa la información obtenida de las matrices de recolección de los datos referentes al relato en las series web. Elaboración propia.

El análisis de los relatos de las series web se encuentra para su consulta en el sitio web privado creado para esta tesis y que está en el anexo 4.

⁸⁸ Las cursivas en el original.

6.3 Modelo de análisis

Como se explicó en el diseño metodológico, esta investigación se basó en un enfoque mixto con una preponderancia cualitativa, y en la que se utilizó diversas técnicas para recolectar y analizar los datos para alcanzar los objetivos generales y específicos planteados (Creswell, 2015; Pereira, 2011). Ahora bien, para el desarrollo de cada una de las tres fases de la investigación descritas previamente, se decidió llevar a cabo la recolección de los datos simultáneamente (Creswell, 2015; Hernández, et. al., 2018; Pereira, 2011). Vale decir eso sí que por la cantidad de datos recabados en la primera fase, en la que se sistematizaron las series web colombianas alojadas en *YouTube*, esta etapa tomó el mayor tiempo del proceso de investigación. A medida que esta fase de recolección avanzaba, se realizaron tanto las entrevistas semiestructuradas a los realizadores profesionales y *amateurs* (fase 2), como el análisis en profundidad de las estructuras narrativas y demás elementos del contenido efectuado a una muestra de obras (fase 3).

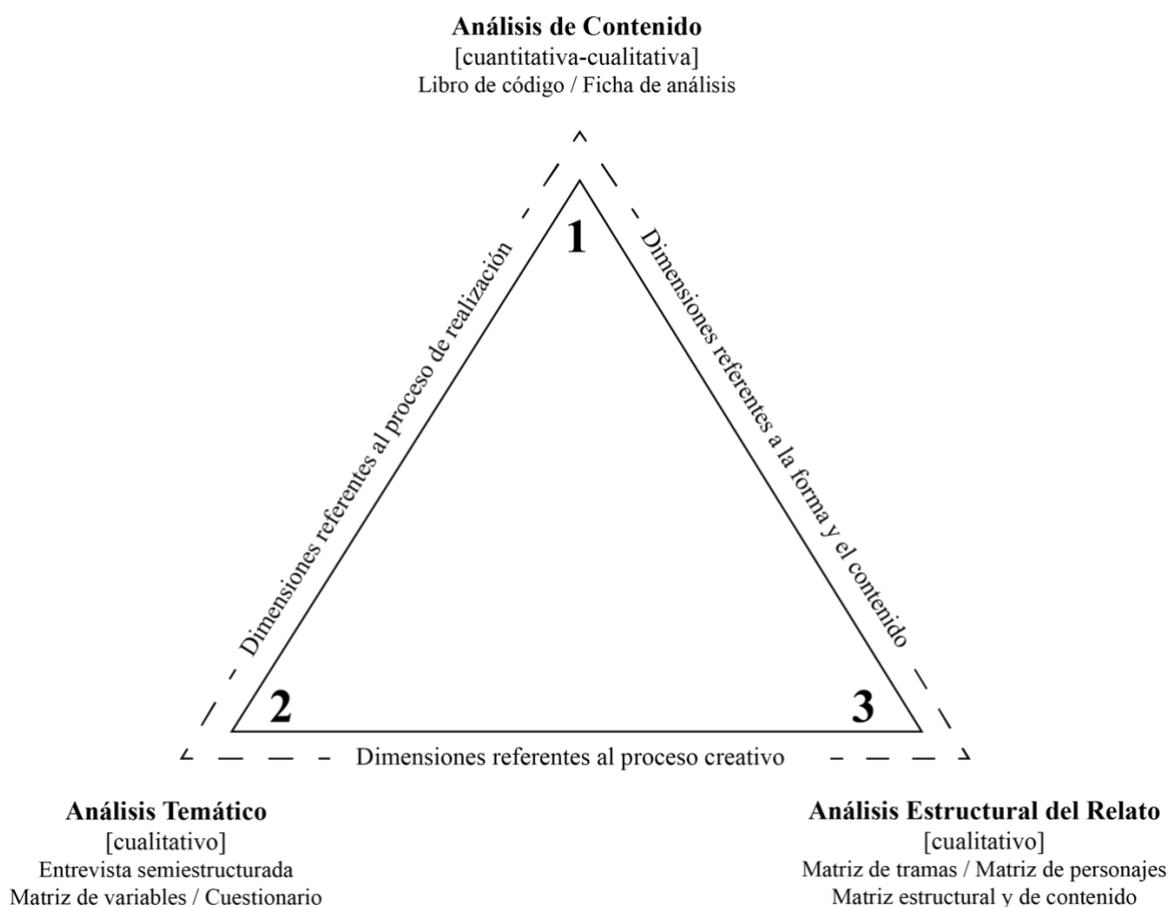
Desde ese orden de ideas, se optó por seguir un diseño incrustado concurrente de modelo dominante (Hernández, et. al., 2018). Como se sugiere en este tipo de diseños, el método con menor prioridad, en este caso el cuantitativo, se insertó en el dominante al responder preguntas sobre la caracterización de las series web. Según Hernández, et. al., “los datos recolectados por ambos métodos son comparados en la fase de análisis [y] al recolectar simultáneamente datos cuantitativos y cualitativos ofrece una visión completa y holística del problema de estudio” (2018, p. 641).

Así las cosas, para lograr una visión amplia del fenómeno de la producción de series web tomando como base Colombia, se hizo un análisis comparativo en el que se consideró las distintas técnicas de análisis empleadas para dar respuesta a cada objetivo por separado y se

contrastaron con el fin de profundizar en la información. De esta forma, se pretendía lograr una real caracterización del formato audiovisual, el eje central de la investigación. La figura 9 muestra el modelo de análisis comparativo propio de una metodología mixta y las relaciones entre las distintas técnicas.

Figura 9

Modelo de análisis de método mixto.



Nota. Modelo de análisis mixto para el contraste de las distintas técnicas. Elaboración propia.

Una de las principales características de los métodos mixtos de investigación no sólo es el uso de distintas técnicas de investigación con enfoques cualitativos y cuantitativos, sino también

la mezcla de estas al momento del análisis, para adquirir una visión más completa del fenómeno estudiado. La figura anterior resume el modelo mixto de análisis y recoge los métodos, las técnicas y los instrumentos también. Cada uno de los vértices del triángulo implica una de las técnicas con las que se abordaron los objetivos así: el vértice 1, dedicado a la caracterización de la producción de series web y que tiene el análisis de contenido como técnica, presenta como instrumento para el análisis el libro de códigos (*codebook*) (Piñeiro-Naval et al., 2018), que, a su vez, contiene las unidades de análisis que sistematizan las series web encontradas y su respectiva ficha de análisis.

Por otra parte, el vértice 2, referente a los aspectos de la producción incluye como técnica el análisis temático y la entrevista semiestructurada y, como instrumento, la matriz de unidades de análisis y el cuestionario producto de dicha matriz. El vértice 3 recoge los aspectos referidos al análisis estructural de los relatos en las series web y otros elementos propios del contenido. Aquí se identifican las distintas matrices de análisis como instrumentos.

Consecuentemente, como se explicó con anterioridad y evidencia el gráfico, esta investigación profundiza en el análisis al fenómeno a través de la comparación entre las distintas técnicas a través de aspectos como los procesos de realización (vértices 1 y 2), los aspectos del contenido y el formato (vértices 1 y 3) y los aspectos del proceso creativo (vértices 2 y 3).

3 parte **Resultados**

7. Análisis cuantitativo de las series web de ficción colombianas

Con el objetivo de analizar la muestra formada por las 241 obras identificadas, primero obtenemos los estadísticos descriptivos (frecuencias y porcentajes) de cada una de las variables y dimensiones. Posteriormente, cruzamos las variables para establecer relaciones entre estas y sus propiedades. Ello nos permite profundizar en la caracterización de las series web de ficción registradas.

7.1 Primer análisis: variables y dimensiones

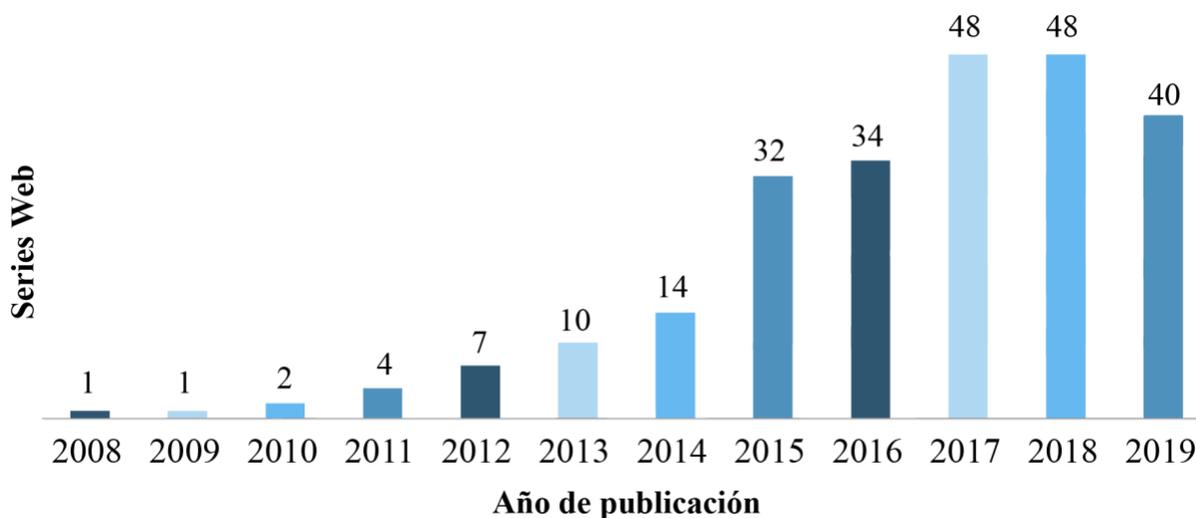
7.1.1 Fecha de la producción

Esta variable observa el año de publicación de las series web en *YouTube*. El análisis permite identificar que, desde el 2008, se dispone de producciones webseriales colombianas y, según lo registrado en la plataforma, la primera web serie publicada fue ‘4 extraños en DC’⁸⁹. En los primeros tres años de publicación observados (2008, 2009, 2010), en *YouTube* solo aparecen 4 series web. Ese mismo número de producciones (4) se publican en el 2011. En los tres años siguientes, el número de series web presentes en la plataforma crece poco a poco hasta alcanzar 7 en 2012; 10 en 2013 y 14 en 2014. En 2015, la producción de series web disponibles en la plataforma aumenta considerablemente pues ese año se publican 32 nuevas obras. Durante el año 2016, el número de series web en *YouTube* presenta un leve incremento con relación al año inmediatamente anterior al registrarse 34. En el 2017, nuevamente se evidencia un incremento notable con la publicación de 48 nuevas series web, mismo número de obras para el 2018. En el año 2019, se observa una leve caída al detectarse 40 series web.

⁸⁹ Según los registros que se pueden ubicar en internet, ‘Almas Perdidas’ creada por la agencia digital E-nnovva, es considerada la primera *webserie* colombiana. Sin embargo, de esta obra no se encontraron trazas en *YouTube* y tampoco en la plataforma que funcionó durante algunos años en alianza con el Canal RCN porque dicha plataforma dejó de existir.

Figura 10

Año de publicación de series web colombianas en YouTube (2008 - 2019).



Nota. La figura muestra el comportamiento de las publicaciones de series web en *YouTube* desde 2008 hasta 2019. Fuente: Elaboración propia.

En la figura 10 se observa con claridad la curva ascendente en la producción de series web en Colombia desde el año 2008, con la leve disminución referida en el último año. Es necesario indicar que, en el año 2012, se registran las primeras producciones webseriales realizadas por estudiantes en el marco de una asignatura académica en una de las universidades del país. Esta práctica es emulada en los años siguientes por instituciones en diferentes partes de Colombia, lo que se considera un dato relevante para explicar la publicación de *webseries*.

Asimismo, vale considerar que, como se observa en el gráfico, a partir de 2015, la publicación de *webseries* en *YouTube* tiene un aumento vertiginoso, lo que se puede relacionar con la entrada de canales de televisión al campo de la producción de series web y con que se

empezaron a abrir convocatorias con fondos públicos como Crea Digital de los Ministerios de TIC y Cultura de Colombia para apoyar la producción de este formato.

Otro hecho que puede contribuir a explicar el aumento en la publicación de *webseries* en Colombia, particularmente a partir del 2017, es la aparición de eventos creados para la exhibición y premiación de *webseries*: en orden de aparición, el Festival Internacional de Series Web de Medellín (FIS-MED) que surgió en 2016, el RoldaWebFest (Festival de Series web de Roldanillo, Valle) en 2017, y el Bogotá WebFest en 2018. De igual forma, en el mismo 2018, el Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias (FICCI) creó una categoría que premia las producciones webseriales.

Asimismo, el hecho de que en el último año de la segunda década del siglo XXI se haya producido una disminución en la publicación de series web en *YouTube*, no necesariamente se debe leer como un decrecimiento en la producción del formato. A partir del 2017, aparecen plataformas⁹⁰ en las que se publican de forma exclusiva muchas de las *webseries* colombianas profesionales o industriales. Un ejemplo de ellas es *Caracol Play*, una plataforma digital de acceso pago de propiedad del Canal Caracol en la que circulan muchas de las últimas producciones webseriales que realiza el medio u otras producciones que compra.

7.1.2 Lugar de procedencia las series web

Para definir el origen de las series web colombianas, además del tiempo, se tuvo en cuenta los lugares de realización. El análisis de la muestra revela que, en Colombia, semejante a como sucede con la producción audiovisual tradicional, la mayoría de producciones publicadas se realiza desde la capital. Así las cosas, 51,5% de la muestra (124 *webseries*) se produce en

90 Desde el 2016 en Colombia y en el mundo empezaron a aparecer plataformas para la distribución de series web como Caracol Play, Boonet, Indewall, Flixxo, Cine Ar Play, Familia Play, Mubi, entre otras en las que los creadores al circular sus series web por allí, recibían algunos pagos a cambio de una exclusividad. Algunas de estas plataformas se han transformado y otras han desaparecido.

Bogotá y, la producción del 48,5% restante (117), se lleva a cabo en 9 municipios más. De lo anterior se desprende que, a pesar de que Colombia es un país compuesto por 32 departamentos, sólo en 10 se detecta producción webserial.

Ahora bien, al observar las *webseries* realizadas fuera de la capital colombiana, se observa que el 50,5 % (59) de las 117 se producen en Medellín y su área metropolitana, la segunda región en importancia de Colombia por número de habitantes. A continuación, en otras dos ciudades intermedias, Pereira y Bucaramanga, con 18% (21) y 16,2% (19) respectivamente, se produce el siguiente mayor número producciones. Considérese que, en estas tres ciudades, Medellín, Pereira y Bucaramanga, hay una gran producción desde algunas universidades que, en sus carreras de Comunicación Social y afines, han incluido asignaturas la realización de *webseries*⁹¹ como prácticas de producción audiovisual. El resto de ciudades donde se identifican series web son Quibdó 7,7% (9), Cali y su área metropolitana 4,3% (5) y Cúcuta, Manizales, Armenia y Barranquilla, cada una con 0,8% (1).

91 A partir de la sistematización de series web logramos identificar que las universidades Eafit en Medellín, Tecnológica de Pereira (UTP) y Nacional Autónoma de Bucaramanga (UNAB) tienen en sus programas asignaturas en las que existe el requisito para los estudiantes de producir una serie web.

cuentan con instituciones de educación formal y no formal que han incluido entre sus programas el acercamiento a la realización de este tipo de formatos.

Llama la atención que la ciudad de Cali, que en los años 70 del siglo pasado se caracterizó por tener un importante papel en la producción cinematográfica y televisiva a través de su programa de Comunicación de la Universidad del Valle, tiene poca presencia en la realización de series web de la muestra. El caso contrario es Quibdó, capital del departamento del Chocó, que presenta un número mayor de series web respecto a Cali, a pesar de no tener tradición en la producción audiovisual. Precisamente en Quibdó se produce 7,7% (9) de las series web de la muestra. En este municipio se debe considerar el liderazgo de un joven con intereses en la producción audiovisual, de quien daremos cuenta en el capítulo que se encargará de analizar las experiencias de los productores *amateurs* (capítulo 8).

Finalmente, en este apartado reiteramos que las *webseries* han vivido un incremento sustancial favorecido por la existencia de convocatorias públicas, la aparición de festivales dedicados a la exhibición y promoción del formato, las prácticas de producción por parte de estudiantes y a la incursión de la industria representada en canales, productoras y agencias de publicidad. Además, la reducción reflejada en los años 2018 y 2019 podría explicarse por la aparición de otras plataformas distintas a *YouTube* que programan *webseries* en exclusiva.

7.1.3 Contenido

La tercera variable utilizada para el análisis de las series web de ficción publicadas en *YouTube* es el contenido: géneros, subgéneros, temas y otros propósitos manifiestos en las series web.

Respecto a la dimensión género, del total de series web, 49% (118) utiliza principalmente la comedia, seguida del drama en 40,2% (97). El restante 10,8% de las series web (26), se

distribuye en los demás géneros: suspenso 7,9% (19), fantástico y ciencia ficción 2,1% (5), aventuras y acción 0,4% (1) y terror 0,4% (1).

Por otra parte, en lo concerniente a los subgéneros, sobresalen las comedias de situación (27,3%, 66), los dramas sociales (17,8%, 43), las parodias (8,2%, 20) y los melodramas (6,2%, 15). Todos estos subgéneros tienen relación directa con los géneros drama y comedia.

Considérese que, según diversos autores que analizamos en el capítulo 3 (Altman, 2000; Andrew, 1984; Mittel, 2004), la cuestión de los géneros y subgéneros depende de diversos factores como los ámbitos culturales de la industria, las necesidades sociales, la producción de mensajes, los públicos, los críticos, etc. Por ello, a continuación, se profundiza en la categoría contenidos por medio de la revisión de los temas.

En dicho sentido, se encuentra que las *webseries* producidas en Colombia en su mayoría tratan temas como el mundo de la infancia y la juventud y las situaciones familiares y laborales cotidianas. Del total de la producción, 47,7% (115) aborda estos dos temas. De este 47,7%, el mundo de la infancia y la juventud se trata en 59,1% (68) de los casos y las situaciones familiares y laborales cotidianas en 40,9% (47).

Ahora bien, para abundar en el análisis de los contenidos se analiza si las *webseries* tienen propósitos manifiestos de carácter publicitario o de promoción, educativo, formativo o instructivo, de inclusión en diversos temas que hayan sido manifiestos en las producciones. Así, de las 241 *webseries* de la muestra, 19,5% (47) manifiestan propósitos como los descritos anteriormente. Específicamente, las series web que promocionan productos o campañas alcanzan 7,4% (18) y las que muestran intenciones educativas, instructivas o formativas en asuntos como la sexualidad, las historia, las TIC, la seguridad vial e inclusive el pago de impuestos representan 5,3% (13). Por su parte, 4,9% de las obras (12) trata temas de inclusión. De este 4,9%, 75% (9)

dedica sus relatos a asuntos de la comunidad LGBTI+ y 25% (3) a temas que involucran a personas en condición de discapacidad. Finalmente, sólo 1,6% (4) del total de las *webseries* trata temas relacionados con el conflicto colombiano, sea sobre las víctimas de la guerra armada entre distintos actores, la convivencia con los excombatientes o la violencia en frontera.

En síntesis, cuando analizamos los contenidos de las series web colombianas y cómo son representados a través de los géneros audiovisuales, obtenemos que la comedia y el drama son principalmente los géneros elegidos por los realizadores. Asimismo, sus temas mayoritariamente representan las acciones cotidianas de relaciones de amistad, familiares y laborales. Por otra parte, el predominio de estas características, de género y temas, puede explicarse porque son las más fáciles de producir y pueden precisar menos presupuestos para realización, a diferencia de los géneros de acción y aventura, fantasía y ciencia ficción o terror, que requieren mayores recursos para la producción de efectos especiales o creación de escenarios, maquillajes e iluminaciones, por ejemplo.

Respecto a los propósitos adicionales al entretenimiento, se observa que las series web con contenidos LGBTI+ empiezan a aparecer publicadas en *YouTube* a partir del 2014. Aunque solo se trata del 3,7% (9) del total de las series web de la muestra, parece obvio que este formato acoge historias que representan diversas sexualidades, a diferencia de lo que ocurre en la televisión tradicional de Colombia.

7.1.4 Formato

Una tercera variable que se utiliza para el análisis de las series web colombianas es el formato, que se definió en el apartado teórico a partir de diversos autores (Carrasco, 2010; López Vigil, 2005; Saló, 2003) y que para efectos de este trabajo se entiende como las estructuras, o

“los moldes concretos de realización” (López Vigil, 2005, p. 80) en los que se difunden los contenidos.

Desde este orden de ideas, la serie web para esta investigación es un formato que utiliza la web para la circulación de sus contenidos y que puede presentar flexibilidad en los tiempos de duración y en la cantidad de los capítulos. De igual forma, hace uso de estructuras seriadas que podrían adoptar tres maneras: 1) con continuidad en los capítulos definidas como seriales; 2) sin continuidad en los capítulos pero que mantienen los mismos personajes y la misma macro historia, es decir, las series, y 3) sin continuidad en los capítulos y con distintos personajes en cada uno de estos, pero con el mismo tema, hablamos de las antológicas.

Estas tres tipologías que vienen del estudio de las series de televisión tradicional, como lo vimos en el capítulo 1 (Comparato, 1999; Douglas, 2011; Mittell, 2006; Schlütz, 2016), fueron extrapoladas por esta investigación a las series web y tenidas en cuenta en este análisis de la producción del formato en Colombia.

Así las cosas, con referencia al tipo de serialidad, el análisis muestra que existe una amplia tendencia a producir *webseries* de tipo serial, pues de las 241 producciones registradas 74,3% (179) utiliza esta estructura, mientras que, con estructura de serie existen 19,5% (47). Solo 6,2% (15) emplea estructuras de forma antológica.

Por otra parte, y en la misma categoría formato, se revisa la dimensión tipo de imagen, que hace referencia a si las *webseries* utilizan video, animación o una mezcla de ambas. El análisis revela un uso mayoritario del video para la representación de los relatos (88,7% , 214). La técnica de animación se utiliza en 9,2% (22) de las ocasiones y sólo 2,1% (5) usa una mezcla de ambas técnicas, tanto de la imagen en video como sintética.

De igual manera, respecto a la forma de las series web, se identifica que 2,5% (6) de la muestra, a pesar de conservar el macrogénero de la ficción, utiliza estructuras similares a la no ficción como el *reality* y el documental. Así, de ese porcentaje, 66,6% (4) se representa en falsos realities y 33,3% (2) mediante falsos documentales.

Otra dimensión que se revisa es la interactividad. Recordemos que el análisis de esta variable, como lo estudiamos en el capítulo 4, entiende que la interactividad se da bajo una condición fundamental: “que sea posible algún tipo de interacción entre el usuario y el sistema o entre el usuario y los contenidos” (Prado, et al., 2008, p. 18). Debido a que las series web que forman parte de este análisis utilizan *YouTube* como plataforma de circulación, se considera que, naturalmente, cuentan con los tres primeros niveles de interactividad definidos por Prado et al. (2008): de control, plebiscitario y de selección. En *YouTube*, los usuarios pueden controlar la reproducción de los contenidos, indicar si es del agrado o no el contenido o seleccionar la forma de navegación. Consecuentemente, para el análisis se tiene en cuenta los tres niveles de interactividad restantes: de interrogación, simétrico y metainteractivo.

Así, el análisis informa que, de las 241 *webseries*, 1,6% (4) tiene interactividad de interrogación, 0,9% (2) simétrica y en ningún caso se detecta obras con nivel metainteractivo. A continuación, analizaremos las obras de cada uno de estos niveles.

Específicamente con relación al nivel de interrogación que hace referencia a cuando “el usuario puede interrogar el medio con un elevado grado de precisión y obtener satisfacción individual a sus demandas sobre un universo preestablecido de opciones finitas” (Prado et al., 2006, p 11), este nivel se observa en producciones que ofrecen opciones a los usuarios de elegir caminos por dónde continuar la historia o elegir otras perspectivas de visión.

Como se avanzó, el nivel simétrico, entendido como aquel en el que los realizadores construyen vías para satisfacer las demandas de los receptores de manera simultánea y generando diálogos directos, se identificó en 0.9% *webseries* (2). Este nivel de interactividad se observa en producciones que utilizan otras plataformas adicionales a *YouTube* para que los usuarios interactúen con los personajes o generen acciones que de alguna manera los afecten. De este porcentaje, una *webserie* utiliza, además de la plataforma *YouTube* para hacer circular los contenidos y recibir comentarios de los usuarios, la red social *Instagram* en la que crea un perfil de cada uno de los personajes principales y con los que expande la narrativa a partir de la interacción de los usuarios. En el otro caso, el último capítulo de la segunda temporada de una de las series web utiliza una plataforma para vender los productos que usaban las protagonistas. La interactividad se da en tanto este capítulo se realizó en vivo. Mientras los personajes actuaban, los usuarios compraban los productos, incluso accesorios utilizados por las protagonistas que eran retirados en pleno desarrollo de la historia. En algunos momentos, los personajes improvisaban y reaccionaban al hecho de que los usuarios compraban sus objetos.

Al tener en cuenta los aportes conceptuales estudiados en el capítulo 4 sobre la interactividad en los textos guiados por Ryan (2004), en general se identifica que las series web colombianas no exploran en ningún caso la interactividad *productiva* y, en los pocos casos que se observa interactividad, esta es *selectiva*. Al profundizar sobre este tema con base en los conceptos estudiados, se detecta que, cuando hay interactividad en las series web, esta por lo regular es de carácter *externo exploratorio* (Ryan, 2004).

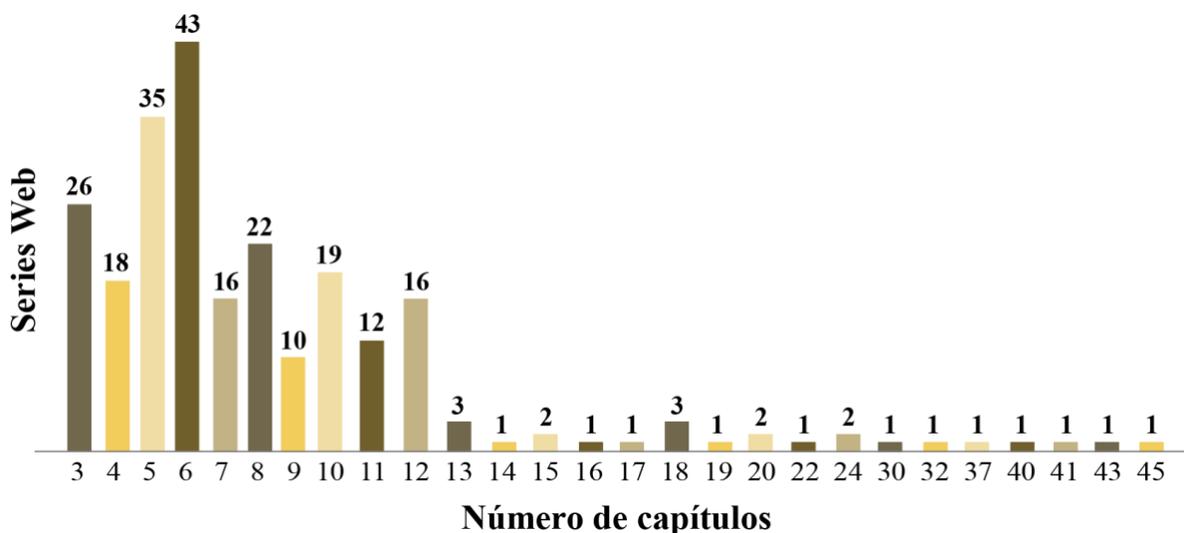
Por otra parte, respecto al número de temporadas de las producciones, el análisis reveló que de las 241 *webseries* estudiadas, 68,5% (165) realiza solo una temporada, 8,3% (20) dos temporadas, 1,6% (4) tres temporadas, 1,2% (3) siete temporadas, 0,8% (2) cuatro temporadas, y

0,8% cinco temporadas. Se aclara que cada temporada se registra en la plataforma *YouTube* como una serie web independiente porque en algunas oportunidades las historias y los personajes entre temporadas cambian por completo.

En relación al número de capítulos, el rango observado abarca entre 6 y 45 capítulos por serie web. Específicamente, 17,8% (43) cuenta con seis, 14,5% (35) con cinco y 10,8% (26) con tres capítulos. Si bien en la matriz de sistematización se identifican obras de hasta 45 capítulos, el grueso de producciones cuenta entre 3 y 12 capítulos. La figura 12 presenta las *webseries* agrupadas por cantidad de capítulos publicados y muestra claramente que es un formato con número de capítulos flexible.

Figura 12

Número de series web por capítulos.



Nota. La figura muestra el número de capítulos por temporada que utilizan las series web para narrar las historias. Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en la figura, 89,3% (215) de la muestra, tiene entre 3 y 12 capítulos.

Para analizar el tiempo de duración, obtuvimos un promedio a partir de la sumatoria de la duración total de la *webserie* dividido por el número de capítulos de esta. El análisis revela que, en primer lugar, 45,2% (109) de las obras tiene capítulos con duraciones promedio de entre tres y seis minutos. En segundo lugar, se halla que 32% (77) de las obras tiene duraciones capitulares de entre seis y nueve minutos. En tercer lugar, 12% (29) tiene duraciones promedio de entre nueve y doce minutos. En cuarto, 3,3% (8) alcanza duraciones de entre uno y tres minutos. En quinto, 2,9% (7), duraciones entre doce y quince minutos. En sexto, 2,1% (5), de entre quince y dieciocho minutos. En séptimo, 1,6% (4) de entre dieciocho y veintiún minutos y finalmente 0,8% (2) de las series tienen capítulos con duraciones promedio superiores a los veintiún minutos.

En síntesis, al analizar la variable formato se tienen en cuenta dimensiones como el tipo de estructura narrativa, el tipo de imagen con que se representaron los relatos, la interactividad, el número de temporadas y de capítulos y las duraciones de estos. Cada una de estas dimensiones permite reafirmar que estamos ante un formato audiovisual en el que predomina la diversidad, que se evidencia no solo en los temas, sino también en las amplias variaciones de capítulos y tiempos de duración.

Con relación a la dimensión interactividad se puede observar que, aunque algunas *webseries* colombianas han experimentado con ella, aún este tipo de producciones conservan las formas de producción y de consumo de los relatos audiovisuales para medios tradicionales.

Finalmente, respecto al factor tiempo se identifica claramente la flexibilidad del formato que aprovecha las libertades que ofrece una plataforma web como *YouTube*. Precisamente, aunque se detecta tiempos totalmente diversos, que van desde capítulos con menos de un minuto a otros que superan la hora, se puede hallar una tendencia hacia las duraciones entre tres y seis

minutos, lo que puede sugerir que aún en el imaginario de los realizadores colombianos se identifica el concepto de *webserie* con capítulos de corta duración. Esto, sin embargo, lo trataremos de confirmar en los apartados siguientes cuando analicemos las ideas de los realizadores profesionales y *amateurs*.

7.1.5 Publicación

Otra de las características que se revisa en las series web es la publicación de los diferentes capítulos en la plataforma *YouTube*. Para ello se trabaja a partir de tres dimensiones: las formas cómo son publicados los distintos capítulos, las periodicidades en la publicación y la regularidad de la publicación.

Respecto a las formas cómo se publican las *webséries*, se observa si estas son cargadas en la plataforma por episodios con una regularidad particular o si por el contrario se suben todos los capítulos de una temporada para que el consumo de estas lo relice el usuario con total libertad. Al respecto, se puede identificar una tendencia a publicar las creaciones colombianas paulatinamente por episodios, en una forma de distribución cercana a la que tradicionalmente realizan medios como la televisión. Precisamente, 85,9% (207) tiene esta forma de publicación. Por el contrario, solo 14,1% (34) de las series es subida por completo, una práctica que se ha hecho más común en los últimos años en plataformas tipo *Netflix*, *Prime Video*, entre otras, que ha resultado interesante para los usuarios porque pueden generar los consumos según sus intereses.

Ahora bien, para analizar la segunda y tercera variable, periodicidad y regularidad en las publicaciones, se tienen en cuenta los tiempos de publicación de las 207 series web que se suben por episodios. Particularmente, se identifican periodicidades diarias, semanales, quincenales,

mensuales y otras (cuando las series web se publicaban día de por medio o solo los fines de semana, por ejemplo).

Del total de las *weberies* que se subieron por episodios, 58% (120) es regular en los periodos de publicación. El restante 42% (87) es irregular. De las 120 series web que tienen periodicidades regulares, 69,2% (83) publica episodios semanalmente, 15% (18) diariamente, 10,8% (13) tiene distintas periodicidades de publicación y 5,8% publica quincenalmente. Finalmente, solo una *webserie* (0,8%) publica mensualmente sus capítulos.

Por otro lado, al observar las *webseries* que no son regulares en la entrega de sus episodios (como se dijo, 42% de las series web que se publican capítulo a capítulo), no se logra identificar tendencias. Así, se observan producciones que publican continuamente algunos de sus capítulos, inclusive se publican varios el mismo día. No obstante, en otras pasan días, semanas, incluso hasta más de tres meses, para hacer la siguiente entrega.

En resumen, respecto a las formas de publicación se observa flexibilidad en el formato, probablemente debido a que los creadores tienen el control de la distribución de sus propios contenidos en *YouTube*. Eso sí, vale considerar que el hecho de que las *webseries* sean en su mayoría subidas capítulo a capítulo, no significa que los usuarios consuman los contenidos con la periodicidad que proponen los realizadores, pues siempre estos productos quedan almacenados y son los usuarios quienes deciden cuándo consumir los capítulos a la par con las entregas o en la totalidad de las temporadas cuando estas han sido almacenadas por completo.

7.1.6 Calidad

Otro de los aspectos que se tiene en cuenta en el análisis de las series web publicadas en *YouTube* es el tema de la calidad, entendida a partir de criterios netamente técnicos. Para ello, en un primer análisis de las 241 producciones se hace una clasificación entre las obras que se

consideran con calidad *broadcast*, es decir, que cumplen con los parámetros que se requieren indispensables en una producción para considerarla bien realizada: correcto manejo de la imagen, el sonido y el montaje. Esta primera clasificación de las series web arroja que 62,7% (151) tiene calidad *broadcast*.

Ahora bien, para analizar el 37,3% (90) sin calidad *broadcast*, se revisa si existen fallos leves o notorios en imagen, sonido y edición. Así, del total de series web sin calidad *broadcast*, 63,3% (57) tiene fallos en la imagen, particularmente en aspectos como encuadres, movimientos y manejo del foco. En la misma línea de la imagen, pero específicamente teniendo en cuenta los aspectos de iluminación y color se notan fallas en 44,4% (40) de las *webseries*.

El aspecto en el que se encontraron más deficiencias es en el sonido. De las 90 series web sin calidad *broadcast*, 92,2% (83) las presentaron.

Finalmente, la postproducción, es decir la edición, el montaje, la graficación, etc., es el aspecto en el que menos problemas se identifica. Sólo 16,6% (15) de las series web sin calidad *broadcast* tiene esta clase de problemas.

En síntesis, la mayoría de las series web publicadas en *YouTube*, y revisadas en el marco de esta investigación, presentan buena calidad. Respecto a las series web calificadas como no *broadcast* se observa que es en el sonido de las obras donde se encuentran más fallos.

Recordemos que, para analizar si las *webseries* están bien elaboradas, se opta por utilizar el concepto *broadcast* que define a las series web que cuentan con los estándares mínimos de calidad para una producción audiovisual. Vale resaltar que, con este análisis, no se sugiere que las *webseries* con calidad *broadcast* en su totalidad tengan suficientes méritos para circular por medios como la televisión que tiene estándares de calidad muy elevados y profesionales. Con esta variable, se ha observado si la manufactura audiovisual de las producciones es cuidada y

respetuosa de la estética audiovisual, simplemente. Los criterios utilizados permiten contemplar el cuidado de los realizadores por los aspectos de imagen, sonido y postproducción de las distintas obras.

7.1.7 Realización

En lo que refiere a este último aspecto del análisis general de las 241 series web registradas, se tiene en cuenta quiénes son los directores; si son mencionados o no en los créditos; cuál es la participación de hombres y mujeres en la dirección de las distintas obras y si hay o no una sola persona en el rol de dirección. Para ello, se revisa detalladamente los créditos. Además, se observa si las distintas *webseries* tienen patrocinadores, si son realizadas en contextos universitarios o de la industria audiovisual y si cuentan con el apoyo de organizaciones de distintos tipos.

Vale aclarar que, en algunas series web, los créditos *per sé* no dejan claro si las obras son realizadas por equipos profesionales o *amateurs*, esto sobre todo porque, en muchas ocasiones, en las producciones realizadas por estudiantes o aficionados, se mencionan nombres de productoras, aunque realmente se trate de denominaciones que los estudiantes les dan a sus equipos de trabajo dentro de una práctica académica. Asimismo, no todas las producciones realizadas en contextos profesionales declaran los nombres de las productoras, especialmente en obras que son creadas con fines comerciales. En éstas regularmente aparece el nombre de la empresa financiadora o la fundación. Para superar esta situación, se revisa en profundidad los canales de *YouTube* y los sitios web donde son subidas las *webseries* para identificar quiénes son los creadores.

En primer lugar, este análisis observa si aparecen los créditos artísticos en las producciones. Del total de las obras revisadas, 81,3% (196) incluye créditos.

Ahora bien, del total de producciones (196) en las que se declara el rol dirección, en 81,6% (160) aparece una sola persona en ese papel. En 19,3% (38) aparece más de una persona vinculada a esta labor, ya sea porque la serie web es codirigida o porque los capítulos variaron de dirección. En cualquier caso, todas las personas que aparecen registradas son contadas. Así, se identifican 228 nombres de personas que desempeñan el rol de dirección. De este número, 63,6% (145) se relaciona con hombres y 36,4% (83) con mujeres.

Por otra parte, en lo referido a quiénes producen las distintas series web, en 36,5% (88) se identifica una casa productora o agencia en la realización. En la misma línea, 13,3% (32) se registra el nombre de un canal de televisión como productor principal.

De las 32 series web en las que aparece el nombre de un canal de televisión nacional, regional o local, en 34,4% (11) se identifica también la razón social de la productora o agencia que realiza la *webserie*. Así las cosas, para no duplicar información sobre las obras realizadas por profesionales, a las 88 *webséries* de una casa productora o agencia, se le suman las 21 obras en las que solo aparece el nombre del canal. En ese sentido, en 45,2% (109) hay presencia como mínimo de un canal, una agencia o una productora audiovisual en la realización.

Asimismo, se revisa la presencia de marcas de empresas comerciales o privadas como principal patrocinador de las series web. En esta variable, 14,9% (36) cumple este criterio. Precisamente de este número, en 13,9% (5) no aparece el crédito de productoras, canales o agencias. Sin embargo, se da por entendido que, por el tipo de obras y las marcas a las que hacen referencia los productos, las series web son realizadas por profesionales.

Algo similar sucede con las producciones en las que en los créditos principales aparece una institución pública o gubernamental, que alcanza 9,5% (23) del total de las series web. De este porcentaje, en 26,1% (6) no aparece el crédito de un canal, agencia o productora. Igual que

en el caso anterior, se parte del principio de que, por la calidad de las producciones, estas son producidas por profesionales.

Con relación a las instituciones de educación superior en Colombia, se identifica dos tipos de producciones: las profesionales, para las series web realizadas desde los centros audiovisuales de las universidades y las *amateurs*, para las creaciones de estudiantes en procesos académicos. Respecto a las primeras, en 4 *webseries*, es decir, 16,6% se vincula algún centro de producción, pero en una sola oportunidad la participación del centro no está acompañada de un canal de televisión, productora o agencia.

En resumen, si sumamos a las 109 series web de agencia, productora o canal de televisión, las 5 realizadas por marcas comerciales, las 6 de instituciones públicas o gubernamentales y la *webserie* creada exclusivamente por centros audiovisuales universitarios, se obtiene que, del total, 50,2% (121) tiene realización profesional.

Por otra parte, en lo referente al 49,8% (120) restante, se observa que 67,5% (81) es producida por estudiantes universitarios en prácticas académicas sin ayuda de profesionales.

Asimismo, en 32,5% (39) se identifican nombres de personas naturales, colectivos audiovisuales o de actores, etc., quienes aparecen como realizadores principales y en las que no se encuentra ningún apoyo de canales, productoras, agencias o del centro de producción de alguna universidad. A este tipo de realizaciones las consideramos *amateurs*.

En síntesis, la distribución de *webseries* por tipo de realizadores es casi igual tanto para profesionales (50,2%) como para *amateurs* (49,8%).

7.2 Segundo análisis: cruce de variables y dimensiones

Después de revisar de manera general las variables que conformaban la matriz de sistematización de las series web, se observan las características de las producciones dependiendo del tipo de realización, profesional o *amateur*.

7.2.1 Fecha de publicación

Recordemos que del total de las series web, 50,2% (121) son producciones profesionales y 49,8% (120) *amateurs*. Al observar el año de publicación, las producciones de aficionados empiezan en 2008, mientras que las profesionales en 2010.

Respecto a los picos de publicación, recordemos que los años 2017 y 2018 son los de mayor número de publicaciones registrando un 19,9% (48) del total de las producciones analizadas en cada uno de estos años.

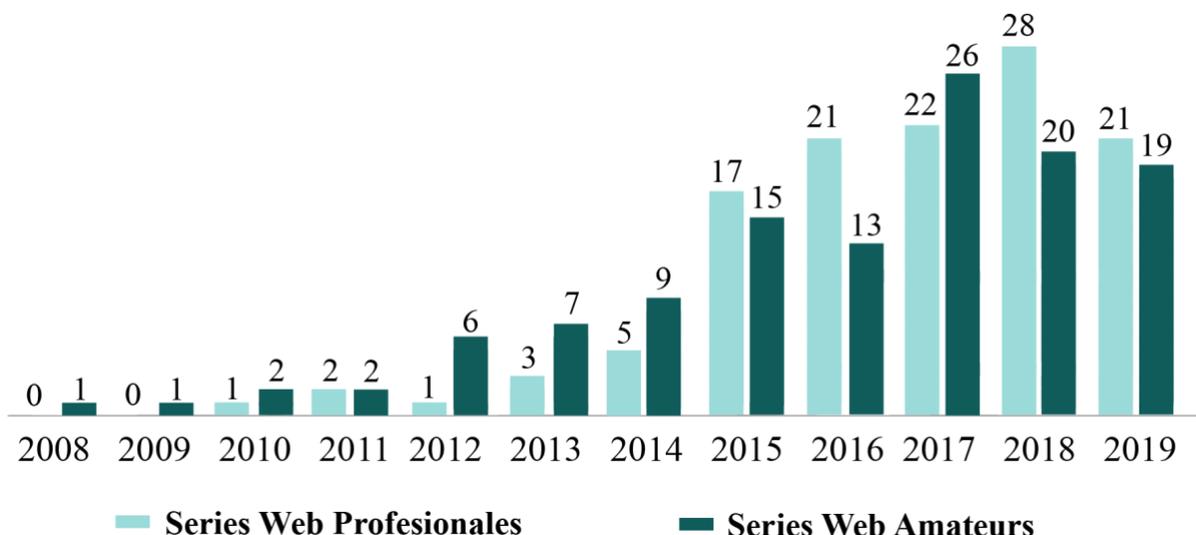
No obstante, en el 2017, son las series web *amateurs* las producidas en mayor proporción. De ese 19,9%, se publican 54,2% (26) obras de *amateurs* y 45,8% (22) de profesionales.

Por su parte, en 2018, la proporción se invierte: se producen más profesionales (58,3%, 28) que *amateurs* (41,7%, 20).

Durante los primeros años, las publicaciones *amateurs* aventajan a las profesionales. Hasta el año 2014 se publican 39 series web en total; de estas, el 69,2% (27) corresponde a obras *amateurs* y 30,8% (12) a profesionales. En solo los últimos cinco años de análisis (2015 a 2019) se publican 202 series web. En dicho período, la mayor representación está a cargo de las producciones profesionales con 54% (109) y 46% (93) las *amateurs*. La figura 13 muestra cómo ha sido la publicación de series web diferenciadas entre *amateurs* y profesionales.

Figura 13

Comparativo de series web según realizador por año.



Nota. La figura muestra el comportamiento de la publicación de series web producidas por *amateurs* y profesionales entre el 2008 y el 2019. Fuente: elaboración propia.

En síntesis, al comparar los datos anteriores, se observa claramente cómo ambos contextos en el caso colombiano han evolucionado de una forma similar tanto en las cifras totales de producción, como en los años en que se produce la publicación de mayor número de series web.

7.2.2 Lugares de producción

Respecto a los lugares donde se produjeron las obras, existe una marcada diferencia de esta variable cuando la comparamos en los tipos de producción. Las series web profesionales se producen en sólo 4 municipios. De ellas, las producciones en Bogotá son superiores a las de las demás ciudades. Específicamente, del 50,2% (121) de las series web producidas en contextos industriales, 90,1% se realiza en la capital colombiana, esto es, 109 series web. El restante 9,9% (12) se realiza en Medellín (7,5%, 9), Bucaramanga (1,6%, 2) y Cali (0,8%,1).

Algo diferente se observa en las producciones *amateurs*. De las 120 series web, 41,6% (50) se produce en Medellín y su área metropolitana. En segundo lugar, las obras de aficionados se producen en Pereira (17,5%, 21), en tercer lugar, en Bucaramanga (14,1%, 17) y en cuarto en Bogotá (12,5%, 15). El resto de ciudades ocupa los mismos lugares en el contexto general. Así, todas las producciones de Quibdó 7,5% (9) son *amateurs*. Por su parte, en Cali y su área metropolitana se identifica 3,3% (4) de estas obras. Finalmente, las ciudades de Manizales, Cúcuta, Armenia y Barranquilla cada una aporta 0,8% (1) de las series web *amateurs*.

7.2.3 Contenido

La siguiente variable que se cruza para analizar la forma cómo producen los profesionales versus los aficionados es el género. El análisis de los aspectos de contenido indica que el drama y la comedia son los géneros que más se utilizan en Colombia para vehicular los contenidos de las *webseries*. No obstante, existen diferencias en los géneros utilizados según el tipo de realizadores. En lo que respecta a las producciones profesionales, de las 121 *webseries* producidas 62% (75) son comedia y 29,8% (36) drama. El 8.2% restante se diversifica entre suspenso (5,7%, 7), aventuras y acción (1,6%, 2) y fantasía y ciencia ficción (0,8%, 1).

Por su parte, las producciones *amateur* son dramas en primer lugar (50,8%, 61) y comedias en segundo (35,8%, 43). El restante 13,4% de las series web *amateurs* son de suspenso (10%, 12), fantasía y ciencia ficción (2,6%, 3) y terror (0,8%, 1).

En la misma línea de los aspectos del contenido, se busca identificar cuáles son los temas que más tratan las *webseries*, dependiendo de la naturaleza de su producción. En el caso de las series web profesionales, las situaciones familiares y/o laborales cotidianas ocupan el primer lugar (12,8%,31), seguidas del mundo de la infancia o la juventud (12,4%,30). En el caso de las

producciones *amateurs*, el mundo de la infancia o la juventud ocupa el primer lugar (15,7%, 38) y las situaciones familiares y/o laborales cotidianas el segundo (6,6%, 16).

Otros temas que se observan en las producciones profesionales son la búsqueda del amor y la búsqueda de oportunidades 3,7% (9). Las historias de amigos son protagonistas en 2,5% (6) de los casos. Las parodias y las historias jocosas populares son tratadas en 2,1% (5) de las ocasiones cada una.

Por su parte, las series web *amateurs* también abordan temas como la búsqueda del amor (3,7%, 9), la desaparición de personas (2,9%, 7), y el amor y la muerte (2,9%, 7). La búsqueda de oportunidades, la emigración y los choques culturales son tratadas en 2,1% (5) de casos, cada una.

Como se explica en la primera parte del análisis, además de revisar los temas se profundiza en otros propósitos manifiestos en las producciones. En lo referente a las series web profesionales, 14,9% (18) de las series tiene interés en promocionar o publicitar algún producto o campaña. Por otra parte, la educación, formación o instrucción en temas como la salud, la sexualidad, la historia, las TIC o los impuestos es el objetivo del 10,7% (13). También se observa que 2,5% (3) de las producciones se interesa por la inclusión de personas en condición de discapacidad y otro 2,5% (3) aborda temas sobre sexualidades diversas.

Algo muy distinto a lo anterior sucede con las series web producidas en contextos *amateurs*, pues del total (120), en el 93,3% (112) no se detecta propósitos manifiestos. En el 5% (6) se toca temas sobre sexualidades diversas y en 1,7% (2) se habla del conflicto colombiano.

En síntesis, la variable contenido se comporta de manera similar tanto en producciones *amateurs* como profesionales en las dimensiones de género, subgénero y temas. Sin embargo, se

observa una marcada diferencia entre los dos tipos de realizaciones cuando se analizan los propósitos adicionales de las obras.

7.2.4 Formato

Respecto al modo de imagen, el análisis arroja que la mayoría de las series profesionales y *amateurs*, usa imagen real. Tal como sucedió en el análisis general, la imagen real fue la mayor tendencia y esto se reitera cuando se analizan las series web según el tipo de realización. Específicamente, del total de series que utiliza imagen real (214), 51,8% (111) es *amateur* y 48,1% (103) profesional. Recordemos que 9,1% de las *webseries* analizadas utiliza la técnica de animación. De estas, 63,6% (14) es hecha por profesionales y 36,4% (8) por aficionados. Finalmente, del 2,1% (5) *webseries* que mezcla animación y video, 80% (4) se realiza en contextos profesionales y 20% (1) *amateurs*.

Por otra parte, respecto a la variable interactividad, se observa que sólo las producciones profesionales la utilizaron.

En relación a las estructuras seriadas, debemos recordar que en el análisis general se identifica una marcada tendencia a la producción de narrativas con continuidad, pues de las 241 *webseries*, 74,3% (179) es de ese modo. Respecto a las series web profesionales, del total de estas (121), 67% (81) es serial. Con estructuras de tipo serie se detectó 27,2% (33) y de carácter antológico 5,8% (7). Por su parte, de las series web *amateurs* (120), 80,8% (97) tiene estructura serial, 12,5% (15) estructura de serie y 6,6% (8) antológica.

Por otra parte, respecto al número de temporadas utilizadas en las series web, se observa que, en el caso de las profesionales, 73,6% (64) presenta una sola temporada, 18,4% (16) tres temporadas y 3,4% (3) cuatro temporadas cada una. Por su parte, 93,6% de las *webseries*

amateur tiene una temporada, 3,7% (4) dos temporadas, 1,8% (2) siete temporadas y, finalmente, 0,9% (1) tres temporadas.

Respecto al número de capítulos de las *webseries*, se encuentra que, del total de producciones profesionales, 23,1% (28) tiene seis capítulos, 13,2% (16) ocho capítulos, 10,7% (3) doce capítulos y 8,3% (10) diez capítulos.

Por su parte, en las obras *amateurs*, se detecta que el número de capítulos más recurrente es cinco (21,7%, 26), seguido de las series web con tres capítulos (20,8%, 25). En tercer lugar se halla obras con seis capítulos (15%, 18) y en cuarto lugar con cuatro (9,2%, 11). Al comparar estos datos se puede identificar cómo las producciones *amateurs* presentan menor número de capítulos para narrar sus historias respecto a las producciones profesionales.

Del análisis de la duración promedio por capítulo se observa que 42,1% (51) de las *webseries* profesionales dura entre seis y nueve minutos, 37,2% (45) entre tres y seis minutos, 9,2% (11) entre nueve y doce minutos, 4,9% (6) entre doce y quince minutos, 3,3% (4) entre cero y tres minutos, 1,6% (2) entre dieciocho y veintiún minutos, 0,8% (1) entre quince y dieciocho y 0,8% (1) más de veintiún minutos.

Para el caso de las *webseries amateur* se observa que, 53,3% (64) dura entre tres y seis minutos, 21,7% (26) entre seis y nueve minutos, 15% (18) entre nueve y doce minutos, 3,3% (4) entre cero y tres minutos, 3,3% (4) entre quince y dieciocho minutos, 1,6% (2) entre dieciocho y veintiún minutos, 0,8% (1) entre doce y quince y 0,8% (1) más de veintiún minutos de duración promedio.

Obsérvese que la mayor proporción de obras se sitúa en un rango de duración de tiempo menor en las *amateurs* que en las profesionales. Es decir, las series web *amateurs* tienden a durar menos que las realizadas por profesionales.

7.2.5 Publicación

En torno a las formas de publicación, es decir, si las series web son subidas a la plataforma *YouTube* por episodios o todas completas, en el caso de las obras profesionales, 86,8% (105) de las *webseries* se sube por episodios y 13,2% (16) la temporada completa en un único día. Por su parte, en las producciones *amateurs*, 85% (102) se sube por episodios y 15% (18) completamente.

En relación al tipo de publicación, es decir, si hay regularidad o no en la publicación de las series web cuando estas se cargan por episodios, se encuentra que, del 86,8% (105) de las producciones profesionales, la periodicidad irregular se da en 51,4% (54) y en 48,6 % (51) con publicaciones regulares. Respecto a las series web *amateurs*, 85% (102), hay regularidad en las publicaciones de 67,6% (69) de los casos, respecto al 32,3% (33) que son irregulares.

Al observar la frecuencia de publicaciones cuando hay regularidad en la carga de las series web se observa, para el caso de las profesionales, que de las 51 que tienen esta característica, 74,5% (38) se sube semanalmente, 11,8% (6) diariamente, 9,8% (5) quincenalmente, 2% (1) mensualmente y 2,1% tiene otro tipo de periodicidad.

En lo que respecta a las producciones *amateurs*, al igual que en las anteriores, la mayor parte de las obras tiene periodicidad semanal. Específicamente, 65,2% (45) se publica de esa forma, 17,4% (12) diariamente, 14,5% (10) tiene otro tipo de periodicidad y 2,9% (2) es quincenal.

En síntesis, el análisis de las formas de publicación de las series web muestra que, independientemente del tipo de realizadores, las series web en su mayoría se publican por episodios en días distintos. Asimismo, que los realizadores *amateurs* tienen más regularidad en publicar los capítulos. Finalmente, la periodicidad semanal es la constante en la publicación por

entregas de las series web, algo que parece heredarse de las frecuencias habituales de la televisión tradicional.

7.2.6 Calidad

En torno a la calidad de las producciones profesionales, se observa que, del total (121), 95% (115) cumple con estándares mínimos en aspectos de cámara (movimientos, foco, encuadres), iluminación y color, sonido y postproducción (montaje, efectos, graficación). En el restante 5% (6) se encuentra fallos. Precisamente, del total de *webseries* profesionales con errores, 100% tiene problemas de sonido. En 83,3% (5) de las series profesionales con errores se observa defectos de cámara, iluminación y postproducción.

Del total de producciones *amateurs* (120), 70% (84), tiene algún tipo de fallo. El restante 30% (36) cumple con los estándares mínimos de calidad. Respecto al total de las series web *amateurs* con fallos, 91,7% (77) falla en sonido, 61,9% (52) en cámara, 41,6% (35) en iluminación y color y 17,8% (15) en postproducción.

7.2.7 Realización

Tal como se hizo en el análisis general, a partir de los créditos artísticos disponibles en la mayoría de las obras estudiadas, se identifica la presencia de mujeres y hombres en la dirección de las *webseries*. Específicamente, en 68,6% (83) de las series web profesionales, se describe el rol de dirección. De ellas, 79,5% (66), está vinculado a una sola persona y 11,6% (14) a más de una.

En el total de este tipo de obras se registran 96 nombres adscritos al rol de dirección. De este número, 78,1% (75) se identifica como perteneciente a hombres y 21,9% (21) a mujeres.

Por otra parte, en lo referente a las *webseries amateurs*, 94,2% (113) presenta créditos artísticos y, de estos, en 83,4% (94) se identifica una sola persona y en 14,2% (16) a más de una

persona en la dirección de una misma serie web. En total, en las producciones *amateurs* se registran 132 nombres de personas que desempeñan el rol de dirección. De este total, 53% (70) se identifican como hombre y 47% (62) como nombre de mujeres.

En conclusión, si bien en 18,7% (45) de las 241 series web de la muestra no se presentaron créditos artísticos que permitieran identificar el rol de dirección, en 81,3% (196) se observó la participación de hombres y mujeres como directores. Al distinguir entre producciones profesionales y *amateurs*, en ambos tipos de producciones, más hombres que mujeres ocupan el rol de dirección.

Síntesis del análisis cualitativo de las series web

Las conclusiones del análisis de la muestra de series web de ficción colombianas publicadas en *YouTube* hasta 2019 son las siguientes:

- Claramente se evidencia una producción de series web pertenecientes al macrogénero de la ficción en Colombia.
- Algunas universidades del país incorporan las series web a sus prácticas docentes.
- Casi la totalidad de las series web profesionales se producen en la capital del país, mientras que las series web no profesionales se producen en variadas regiones o territorios.
- La mayoría de las series web son dramas y comedias. En las obras profesionales se utilizan más comedias que dramas mientras que en las creaciones *amateurs* es al revés.
- Algunas series profesionales tienen propósitos publicitarios manifiestos, lo que no sucede en las producciones *amateurs*.

- Las narrativas que tratan contenidos vinculados a la diversidad sexual aparecen en profesionales y no profesionales.
- La mayoría de las producciones utilizan la imagen real para representar los relatos.
- La mayor parte de las series web tiene estructuras narrativas de tipo serial.
- Prácticamente la totalidad de las series web carece de interactividad. Las escasas producciones que incorporan atributos de interactividad son profesionales.
- La mayoría de las series web analizadas, profesionales y *amateurs*, tiene una única temporada.
- La mayor proporción de obras profesionales consta de seis capítulos, mientras que la de *amateurs* de cinco. Comparados ambos tipos de producciones, se observa que las obras profesionales tienen más capítulos que las no profesionales.
- La mayoría de las series web son publicadas por episodios en días distintos.
- Casi la totalidad de las series web profesionales presentan calidad *broadcast*.
- El fallo que más se presenta en las obras *amateurs* es en el sonido.
- La mayor parte de los realizadores de obras webseriales son hombres, tanto en contextos profesionales como *amateurs*. La diferencia es menor en las profesionales.

8. Análisis sobre los realizadores de series web en Colombia

8.1 Interpretación de resultados: realizadores *amateurs*

El análisis de las entrevistas a quince realizadores *amateurs* se presenta dividido en tres partes: en la primera, se describirán las personas que formaron parte de la muestra y que fueron caracterizadas como realizadores *amateurs* a partir de identificar su formación y experiencia, los motivos que les llevaron a producir por lo menos una serie web y las maneras cómo conciben el formato.

En la segunda parte, se profundizará en el proceso de realización de las series web. Para ello, se identificarán las maneras cómo los distintos creadores abordaron las fases de la producción y cómo se dieron los procesos de escritura de las diferentes series web y sus respectivos rodajes. Posterior a analizar dichos procesos, el análisis se centrará en los tiempos totales de realización de las diferentes producciones *amateurs*. Seguido, se considerarán aspectos vinculados con los realizadores y su relación con la producción, es decir, se concentrará en los roles que asumieron, en cómo fueron los ambientes laborales, cuáles las restricciones y dificultades que identificaron durante la realización y cómo fueron los presupuestos. Finalmente, dentro de este segundo apartado, se abundará sobre la relación de los realizadores con los usuarios y su satisfacción con la obra que finalmente produjeron.

En la tercera parte de este análisis se abordará el fenómeno de la producción de series web en Colombia desde la consideración de los aspectos generales sobre el formato. Así, se identificará cómo perciben los realizadores las series web producidas en contextos *amateurs* y profesionales, además de las distinciones y similitudes del formato dependiendo sus escenarios de creación (v.g., si fueron realizadas en contextos profesionales o no). Finalmente, se observará cómo imaginan el futuro del formato.

8.1.1 Caracterización de los realizadores amateurs.

8.1.1.1 Formación. Prácticamente todo el grupo de personas que produce una *webserie amateur* tiene una formación académica universitaria. Casi todos los que asistieron a la universidad, estudiaron la carrera de Comunicación Social. Sin embargo, algunos pocos se formaron en las carreras de Artes Audiovisuales o Realización Audiovisual. Solo uno de los entrevistados declara que no había estudiado nada formal que tuviera que ver con el campo de lo audiovisual y que fue autodidacta. Esta persona había culminado sus estudios de secundaria: “Yo no he estudiado; en sí no he estudiado nada sobre cine y televisión [...] Yo siempre me he considerado autodidacta” (R. Caicedo, comunicación personal, 4 de noviembre, 2020).

Cabe destacar que, en el caso de este realizador, aunque no tiene estudios profesionales para la creación audiovisual, sí cuenta con una experiencia en la que estuvo involucrada una universidad colombiana y en la que realizó una pasantía en el centro audiovisual de esa institución.

En la Universidad Javeriana descubrieron el canal de *Esta es mi Historia* (la primera serie web realizada). Se contactaron con una fundación que se llama Manos Visibles [...] y me llevaron a vivir a Bogotá y estuve viviendo allá unos meses e hice con ellos prácticas en la Javeriana, en el Centro Ático. Hice con ellos prácticas de cine y televisión como si yo estuviera estudiando la carrera. El director de esa carrera estaba muy sorprendido porque sus alumnos ya casi terminando la carrera, no sabían grabar, no se animaban ni siquiera a grabar una fiesta de quince años y yo con cámara prestada ya llevaba no sé cuántos capítulos de una serie. Entonces ellos estaban muy sorprendidos y pues gracias a esa visita de allá aprendí muchas cosas y la fundación me donó unos equipos. (R. Caicedo, comunicación personal, 4 de noviembre, 2020)

Por otra parte, del resto de realizadores que declara haber tenido formación universitaria en temas afines a los medios audiovisuales, unos pocos siguieron estudios de tercer ciclo que incluían programas de maestrías y especializaciones en el campo de la comunicación, los nuevos medios y la gestión cultural.

Al discutir la pertinencia de la formación académica para el desarrollo profesional audiovisual, la mayoría de los entrevistados reconoce la importancia de estudiar alguna carrera universitaria: “Creo que es muy importante la formación porque creo que eso le amplía a uno mucho la visión de las cosas” (L. Vallejo, comunicación personal, 21 de octubre, 2020). “Uno necesita mucha formación y conocimiento. Por ejemplo, está la formación de la academia y están estos talleres informales, por decirlo así” (J. Aguirre, comunicación personal, 21 de octubre, 2020).

Yo creo que es indispensable la formación académica. Sé que muchas personas que no se han formado específicamente en cine de las que hoy en día hacen parte de la industria audiovisual, pero sí se han formado en otras áreas que de alguna manera ofrecen una base para dedicarse a lo audiovisual [...] ahora, el universo del audiovisual es muy amplio y hay ciertos oficios que no necesitan una formación académica sino más una capacidad práctica de ejercer un oficio, pero hay otros espacios que yo sí creo que uno necesita tener cierta capacitación para poderlos ejercer (C. Arroyave, comunicación personal, 9 de octubre, 2020).

Solo una persona no considera necesaria una formación universitaria para el desarrollo profesional en el campo audiovisual: “No hay que tener estudios formales [...] sí es bueno saber sobre teoría, pero no creo que tenga que ser algo de educación formal, que tengas que tener en

una universidad. Creo que el autoaprendizaje basta si es algo que te gusta” (C. Díaz, comunicación personal, 13 de octubre, 2020).

Por su parte, algunas de las personas que estuvieron de acuerdo en la importancia de tener estudios formales para el desarrollo de la profesión, aceptan que la producción audiovisual como oficio puede ser desarrollada por una persona formada a partir de la experiencia empírica, pero consideran que estudiar una carrera universitaria aporta, entre otras cosas, referentes que permiten un mejor desempeño en la profesión: “Tal vez para dedicarte al oficio audiovisual como tal una carrera no sea necesaria cien por ciento, pero sí me parece importante tener un acompañamiento, unos referentes que a veces el trabajo de un autodidacta no puede llegar” (J. López, comunicación personal, 23 de octubre, 2020).

Lo que a mí más me gusta cuando estoy en un proceso de formación es que te muestran muchos referentes que uno no se imagina que existen. O sea, siento que en parte un poco el rol de los profesores es abrirle la mente a los estudiantes pues finalmente cuando uno es profe tiene la oportunidad de investigar, tiene acceso al material. Muchos profes por ejemplo han sido jurados en ciertos eventos y creo que tener la oportunidad de acceder a esos referentes hace que a uno le cambie la mirada, pues siento que cuando uno no ha visto casi o no ha estudiado casi, pues cree que sus ideas son las únicas o son súper novedosas entonces siento que esos espacios de formación sobre todo le brindan a uno la oportunidad de eso” (J. Argáez, comunicación personal, 3 de octubre, 2020).

En consecuencia, si bien hay un reconocimiento en algunos entrevistados de que para desempeñar actividades audiovisuales no se requiere haber estudiado una carrera profesional, existe una percepción general de la importancia de realizar estudios formales. De acuerdo a los

entrevistados, más allá del aprendizaje de herramientas para la producción, la formación académica amplía el panorama de la realización audiovisual.

8.1.1.2 Experiencia. Al analizar la experiencia de los realizadores *amateurs*, se identifican dos grupos de personas: aquellos que realizaron la serie web para cumplir con una tarea o práctica universitaria, y los que la crearon fuera de estos contextos, con un grupo de amigos o conocidos. Más adelante se abundará sobre el aspecto motivación para la creación de la *webserie*.

La mayoría de los entrevistados *amateurs* que realizó su serie web en el contexto de una asignatura universitaria, afirma que sus primeras experiencias de producción se llevaron a cabo en el marco de sus estudios. Algunos, además, indican que, como parte de su formación académica, en el periodo de práctica profesional obligatoria incluida en el currículo de sus carreras, tuvieron la oportunidad de trabajar por un tiempo no mayor a seis meses con alguna empresa audiovisual tipo canal, agencia o productora y allí realizaron actividades de montaje, producción o incluso guionización. De acuerdo a los entrevistados, esta experiencia les sirvió de formación para la posterior creación de la serie web: “Hice alrededor de dos o tres cortometrajes, todos netamente para clases. También participé al final como guionista en la producción de una *webserie* que se llama *Click Clack*, para culminar el último semestre de Comunicación” (S. Rúa, comunicación personal, 19 de noviembre, 2020). “Cuando entré al último semestre, que fue donde entramos a producir las series web, ya venía de haber pasado por Telemedellín. Yo estuve ocho meses con ellos [...] trabajé en muchos proyectos. Hacía asistencia de dirección y asistencia de producción” (J. Argáez, comunicación personal, 3 de octubre, 2020).

Hice la práctica⁹² en el grupo Familia. (Ahí) estuve también como practicante audiovisual y manejaba todo lo que eran las comunicaciones internas con fotografía y video y pues adicional a la práctica todo lo que fue el tema del trabajo de grado, del trabajo del énfasis que fue la serie web (I. Arango, comunicación personal, 27 de octubre, 2020).

Escribí unos guiones para un proyecto de RCN cuando estuve haciendo la práctica allá.

En las materias audiovisuales que vimos en la universidad, hicimos una animación en plastilina, un *stop motion*, pues varios cortos y la *webserie* del último semestre de producción en televisión (C. Díaz, comunicación personal, 13 de octubre, 2020).

Por otra parte, los entrevistados que dijeron haber realizado la serie web fuera del contexto universitario, explican también que aquella se convirtió en una de las primeras experiencias audiovisuales. Para ellos, a pesar de no haber realizado la serie web como parte de un programa de formación, fue una experiencia de aprendizaje de la producción audiovisual: “Yo inicié con ‘Esta es mi Historia’ y pues acá en Quibdó y en el Chocó me conocen mucho por eso” (R. Caicedo, comunicación personal, 4 de noviembre, 2020).

La experiencia como tal ha sido una escuela porque literalmente comencé esto de las series web cuando estaba en primer semestre [...] no sabía absolutamente nada además de saber manejar mi camarita y un *Sony Vegas* que era en lo que uno editaba en ese entonces. [...] Ese primer tiempo era como: *jjuemadre!*, quiero experimentar mucho, quiero conocer mucho, y lo digo como escuela porque afortunadamente di con personas que buscaban hacer lo mismo, pero entonces no teníamos como miedo de enfrentarnos a

92 En Colombia todas las carreras universitarias tienen como requisito dentro de sus currículos una práctica profesional para sus estudiantes antes de culminar sus estudios. Regularmente esta práctica se da durante un semestre, tiempo en el que el estudiante no asiste a la Universidad a tomar clases, sino que cumple las funciones para las que ha sido contratado por la empresa. Las prácticas profesionales son mediadas por la institución académica.

hacer una producción audiovisual y no estábamos preocupados porque el guión fuese coherente, porque incluso en *Yonkis* que fue la primer producción que yo hice, solo teníamos una escaleta y yo me preocupaba más por pasarla bien con mis amigos que por lo que grababa (J. Arango⁹³, comunicación personal, 25 de noviembre, 2020).

Creo que fue bastante el aprendizaje porque todos cuando la comenzamos a hacer en el 2015 empezamos la historia y en 2016 comenzamos a grabar, a hacer, a crear e ir haciendo [...] de pronto yo era el que más sabía de audiovisual, pero de resto nadie del equipo sabía de audiovisual y eso fue épico, nadie sabía nada, entonces fue un aprendizaje muy bacano y todos aprendieron de sonido, de cámaras, de arte, todos hacían producción, actuación, yo también actué, todos aportaban. Todo fue una mezcla de roles, de funciones, pero creo que fue parte del aprendizaje y a mí pues me nutrió mucho porque me tocó hacer de todo: sonido, edición, música, actuación, dirección, producción, entonces yo creo que eso nos permitió aprender muchísimo más (J. Aguirre, comunicación personal, 21 de octubre, 2020).

A partir de los comentarios de la mayoría de los entrevistados, se obtiene que la experiencia de producir la serie web, ya sea en contextos universitarios o fuera de ellos, es valorada como un proceso de aprendizaje muy importante de la labor audiovisual.

8.1.1.3 Motivaciones para la producción de la serie web. En línea con el aspecto anterior, debido a que la mayoría de las *webseries amateur* de la muestra fue producto de prácticas académicas, se puede considerar que esta es una de las principales motivaciones para la producción de este tipo de formatos. Así lo considera uno de los realizadores entrevistados: “Fue

⁹³ Jhon Arango fue uno de los realizadores *amateur* que realizó su serie web por motivaciones propias. A pesar de que en 2010 estudió una carrera técnica de edición audiovisual, su serie web no fue realizada para cumplir con ninguna asignatura académica.

un proyecto dentro del semestre, entonces la principal motivación pues era, digamos esa nota de semestre” (R. Salazar, comunicación personal, 26 de noviembre, 2020).

Sin embargo, se observa también que, además de cumplir con las tareas de una asignatura, los realizadores tienen otras motivaciones particulares, como la exploración del lenguaje audiovisual en la web o relatar historias con las que se sienten muy identificados: “Nos interesaba mucho explorar el lenguaje un poco *YouTuber* que, para ese momento, 2012, pues era muy novedoso para nosotras, porque había una mezcla entre ficción, realidad y cotidianidad que estaba bueno explotar” (J. Argáez, comunicación personal, 3 de octubre, 2020).

Empezamos a pensar qué hacer y en ese momento el país también estaba como en una situación importante política. Investigando, yo tenía muy buen contacto con un profesor de la universidad. Había trabajado de voluntaria en ciertos talleres de reconciliación y demás. Ahí conocí a una persona que ha trabajado mucho la parte audiovisual en Belén de los Andaquíes⁹⁴ y a mí siempre me ha apasionado mucho la educación. Me di cuenta que tenía una escuela audiovisual infantil⁹⁵ y pues que en Belén de los Andaquíes los niños tenían la posibilidad de ser soldado o ser guerrillero y a mí eso me tocó demasiado y me pareció muy bonito que Alirio les abriera una puerta a coger una cámara, a narrar el mundo desde otras realidades. Entonces empezamos a decir: bueno ¿qué podemos decir con estas personas? ¿qué historias podemos encontrar allá? y casualmente nos encontramos la historia de Memoria 36. (L. Vallejo, comunicación personal, 21 de octubre, 2020)

⁹⁴ Belén de los Andaquíes es un municipio ubicado al sur de Colombia, en el Departamento del Caquetá. Esta población, al estar ubicada en una zona de transición entre la parte andina y amazónica del país, fue utilizada por grupos al margen de la ley para sus operaciones ilegales.

⁹⁵ La Escuela Audiovisual Infantil de Belén de los Andaquíes es una iniciativa que busca que los niños y niñas de la región tengan otras opciones distintas a pertenecer a grupos armados o a cultivar coca. Su director es Alirio González y bajo la consigna “Sin historia no hay cámara”, trabaja con los niños y niñas en la construcción de otra historia de vida. <http://escuelaaudiovisualinfantil.blogspot.com/>

De las producciones *amateur*, una destaca por ser realizada en el contexto universitario no como una tarea para una asignatura, sino como producto de una investigación (trabajo de grado).

Deja Vú fue mi trabajo de grado en la Javeriana. Como que en ese entonces, digamos lo usual en los trabajos de grado es hacer un corto, grabar un cortometraje o escribir un guión de largometraje, era lo más usual o ya realizar una investigación específica. Yo quería hacer algo, digamos que fuera un poco más allá, no con ningún ánimo de pretensión sino lo que yo quería era poder hacer un producto que pudiera testear con audiencias directamente. (J. Pérez, comunicación personal, 9 de diciembre, 2020)

Por su parte, las motivaciones de los realizadores de las series web que no se realizaron como prácticas académicas son la posibilidad de contar historias y las facilidades de producción que ofrece el formato.

Primero, el querer contar una historia [...] Segundo, porque se quiere dar un mensaje y en el caso mío, personalmente, con Perspectiva Audiovisual⁹⁶, queremos dar mensajes que puedan ayudar a transformar el mundo así sea con pequeños granitos, porque por ejemplo, con nuestra primera experiencia con *Yonkis*, estuvo mal hecha con una cámara de 10 megapíxeles, con todos los errores del mundo actorales, guiones y todo, pero algo que nos motiva mucho es que literalmente muchas personas nos escriben y nos dicen: “esa historia me conmovió, eso me ayudó en una etapa de mi vida”. Por ejemplo, mucha gente me dice: “cuando veía *Yonkis* yo estaba saliendo del clóset” y muchos de esos casos también sucedieron con las otras series: “viendo tus series me doy cuenta de muchas cosas, viendo tus series me identifico con este personaje y eso lo llevo en mi vida y me

⁹⁶ Nombre del colectivo audiovisual.

ayuda a reflexionar”; entonces es algo muy bonito, eso lo impulsa a contar historias (J. Arango, comunicación personal, 25 de noviembre, 2020).

Primero por lo que yo siempre he tenido esa pasión y ese deseo. Aparte [...] es que acá hay muchas personas que les gusta el tema audiovisual, pero muchos no crean o muchos no creaban porque estaban esperando tener la cámara más cara, los lentes más caros o los micrófonos más estrambóticos para poder producir algo y pues yo quería demostrar que no había que tener todas esas cosas para al menos arrancar [...] Yo siempre había querido hacer una novela, pero pues obviamente no me daba para hacer algo de una hora, cien o doscientos capítulos, no me daba, entonces yo dije: hagamos webnovela (R. Caicedo, comunicación personal, 4 de noviembre, 2020).

Una motivación reiterada por los entrevistados es la de darle oportunidad a personas de la comunidad para participar en una producción audiovisual, algo que es muy difícil cuando se trata de televisión o cine tradicional.

Darles oportunidades a una cantidad de gente en la región que tenían muchos talentos y a pesar de que no estaban ganando nada, finalmente el reconocimiento y por haber estado en esa serie le dio un estatus, una experiencia en su hoja de vida (J. Aguirre, comunicación personal, 21 de octubre, 2020).

Además de darles oportunidades a las personas con talentos, uno de los realizadores que hizo la serie web en contextos no académicos, explica que su motivación también fue protestar contra los medios audiovisuales tradicionales, que no dan oportunidades de participación en roles importantes a personas que pertenecen a minorías étnicas.

También es que dentro del grupo de los que actúan, algunos han ido a la capital, a Bogotá, a buscar oportunidades para el tema de la actuación en los canales nacionales.

Ellos se quejaban porque a los negros siempre les ofrecían papeles de mayordomo, de sirvienta, de chofer, o sea cosas muy básicas y entonces se quejaban de la televisión, y yo dije: “dejemos de quejarnos porque si ellos no nos quieren en la televisión, nosotros podemos hacer nuestra propia televisión”. Entonces esa fue otra de las razones por la cual se creó Quibdó baila (R. Caicedo, comunicación personal, 4 de noviembre, 2020).

En síntesis, las motivaciones para la producción de series web en contextos *amateurs* se centran en utilizar, explorar o beneficiarse de las posibilidades que ofrece el formato para que cualquier persona, incluso con pocos recursos técnicos, pueda narrar sus propias historias, aprender más y obtener mayores experiencias. Asimismo,

Considérese, también, que a pesar de que muchas de las *webseries amateurs* fueron hechas en el marco de actividades académicas, casi la totalidad de los realizadores no dijo que su motivación principal fuese cumplir con la asignatura para ganar una calificación. Aunque esto era importante para ellos, las motivaciones iban más allá de alcanzar la nota: se trata de la posibilidad de contar esas historias que les interesan o experimentar con las formas narrativas, así como formar parte del mundo audiovisual.

8.1.1.4 Concepciones sobre el formato: definiciones y características. En relación con la definición del formato, todos los entrevistados consideran que las series web son un producto audiovisual hecho para ser transmitido fundamentalmente por plataformas web: “Es un formato narrativo audiovisual que debe estar creado en función de proyectarse en la web” (J. López, comunicación personal, 23 de octubre, 2020). “Es un producto audiovisual corto para internet”

(R. Salazar, comunicación personal, 26 de noviembre, 2020). “Es un contenido que se presenta por medio del internet” (J. Orozco, comunicación personal, 4 de diciembre, 2020).

Además, la mayoría de los entrevistados agrega a la definición del formato dos características: la secuencialidad de los contenidos y los tiempos cortos de duración. De hecho, según ellos, esta última es una condición particular de los contenidos audiovisuales que se transmiten por la web: “Una *webserie* es un formato episódico creado desde internet y para ser distribuido en internet, casi siempre es de duración corta” (S. Rúa, comunicación personal, 19 de noviembre, 2020).

Una serie web es un contenido que se hace de manera secuencial, que no es como una película que tú te sientas y la terminas de ver, sino que es un contenido que está dividido en varios segmentos, en varios episodios y que se aloja en una plataforma digital (C. Arroyave, comunicación personal, 9 de octubre, 2020).

Una *webserie* es un contenido exclusivo, o sea, que yo puedo ver a través de estas pantallas (dispositivos móviles), que me puedo llevar para cualquier parte. Es algo que yo no voy a poder encontrar en televisión, es algo que considero un formato más *light* en el sentido en que no es tan largo. (L. Vallejo, comunicación personal, 21 de octubre, 2020)

Asimismo, algunos de los realizadores indicaron que las series web presentan un formato alternativo flexible, tanto en las duraciones de los episodios, como en su número y temporadas, es decir, que van más acorde a un escenario web en el que no hay, como sucede en la televisión, rejillas de programación rígidas: “Es un producto audiovisual creado en formatos alternativos audiovisuales, con técnicas alternativas audiovisuales de corta duración. De episodios que se consumen y se distribuyen a través de entornos digitales” (W. Puche, comunicación personal, 8 de diciembre, 2020).

[Las *webseries*] son un producto que incluso a nivel de temporadas tiene como cierta libertad. Como que hay unos formatos en televisión que te exigen un límite de capítulos. A la hora de uno producir una serie web, las temporadas o los episodios son incluso más cortas. Creo que es un producto audiovisual en que la manera de narrar desde la línea narrativa tradicional de guión y la manera de producirla tiene un lenguaje súper diferente al de la televisión (J. Argáez, comunicación personal, 3 de octubre, 2020).

Igualmente, esta realizadora considera que aspectos que definen el formato, como la planimetría y los movimientos de cámara se ven afectados por el consumo en dispositivos móviles.

En todo este trasegar desde que produjimos la serie web nos preguntamos que si tendría que tener menos planos generales. Entonces había una reflexión en torno a si en la pantalla [de los dispositivos móviles], el plano general funciona o no. Si nos vamos siempre por uno más cerrado, si los movimientos de cámara, digamos los paneos, funcionan o no. Entonces siento que también es un tipo de producto donde los planos suelen ser incluso más estáticos, más cerrados porque se piensa en el consumo digital. (J. Argáez, comunicación personal, 3 de octubre, 2020)

Por otra parte, si bien no se detecta la existencia de una definición de las *webseries* compartida por los realizadores *amateurs* entrevistados, sí hay elementos comunes entre las formas de caracterizarlas. En general, los realizadores consideran que se trata de un formato distinto a los que tradicionalmente se han visto en medios como la televisión. Algunos coinciden en que las *webseries* son un formato alternativo que reflexiona sobre las particularidades del consumo en la web. Particularmente, creen que tienen tiempos de duración más cortos,

flexibilidad en el número de capítulos y un lenguaje audiovisual adaptado a las pantallas de los dispositivos móviles.

8.1.2 Proceso de realización de la serie web

Para el análisis de las creencias de los realizadores sobre el proceso de producción de *webseries*, primero se abordará desde lo más general la cuestión sobre las formas como fueron asumidas las fases de preproducción, producción y postproducción en las diferentes series web *amateur*. En segundo lugar, se observará cómo caracterizan los realizadores *amateurs* el proceso de escritura (v.g., las técnicas utilizadas y los tiempos dados a la construcción del guión).

Posteriormente, se examinará el proceso de producción en sí mismo: los tiempos de rodaje y las rutinas laborales. Finalmente, se estudiará el tiempo total de realización que les tomó a los creadores culminar las series web.

8.1.2.1 Las fases de producción. Del análisis de las respuestas se extrae que no existe una única forma de producir las diferentes series web *amateurs* porque el proceso de producción fue de variadas maneras. En el caso de las obras que formaban parte de procesos académicos, el análisis revela que en la mayoría de los casos se completó la escritura de sus guiones antes de iniciar la producción. Estas creaciones, por lo regular, seguían los pasos propios de las producciones audiovisuales tradicionales. Es decir, había un tiempo de preproducción en el que se hacía la investigación, se construían los guiones de todos los capítulos y se diseñaba la producción. A continuación, la producción emprendía el rodaje para finalizar con una etapa dedicada a la postproducción y difusión de la serie web: “Los grabamos como se hace cualquier producción de cine: todo en desorden, más en conveniencia de producción y de las locaciones, pero sí, grabamos los doce capítulos todos completos en dos semanas” (J. Pérez, comunicación personal, 9 de diciembre, 2020). “Los tres guiones los teníamos desde el principio, digamos que

todo guión ya estaba escrito, tanto el primero como el tercero, pero sí en este caso hicimos, lo hicimos en orden cronológico, del primero al tercero” (R. Salazar, comunicación personal, 26 de noviembre, 2020). “El guión ya estaba completamente listo y los actores ya lo tenían en su posesión aprendido y en el momento en el cual decidimos, grabamos” (S. Rúa, comunicación personal, 19 de noviembre, 2020).

Escribimos el guión de una [...] Como nosotros íbamos a estar lejísimos teníamos que grabar todo de una vez sí o sí, costara lo que costara. Entonces, lo que hicimos fue que escribimos todo el guión, nos sentamos con el profe, lo analizamos, él no hizo las correcciones pertinentes, pero allá se hicieron unos cambios sobre todo en lenguaje, en cómo decir las cosas particularmente”. (L. Vallejo, comunicación personal, 21 de octubre, 2020).

Por otra parte, un grupo reducido de series web realizadas en el marco de asignaturas académicas siguió un proceso diferente. Se hacía un primer documento en el que se construía todo el argumento de la *webserie* y luego, la realización, se hacía capítulo a capítulo, así: primero, la escritura del guión y diseño de la producción del capítulo. Luego, el rodaje del mismo, posteriormente su postproducción y se finalizaba con la difusión del capítulo. Este ciclo se repetía por el número de capítulos que tuviera la *webserie*: “Producíamos por cuestiones de entregas para la clase, un capítulo desde rodaje, montaje, publicación [...] y a los quince días: rodaje, montaje, publicación” (J. López, comunicación personal, 23 de octubre, 2020). “Cada ocho días escribíamos el capítulo que se producía la semana siguiente” (J. Argáez, comunicación personal, 3 de octubre, 2020). “Fuimos escribiendo de a dos capítulos y ahí ya luego hacíamos producción [...] No fue todo de una vez, menos mal, porque si no después hubiera sido un embale poder hacer algún cambio” (C. Díaz, comunicación personal, 13 de octubre, 2020).

Yo escribía un guión que era un borrador, póngale al principio de la semana. Ese guión pasaba a Sara y a David (los otros dos integrantes del equipo). Sara sobre todo se metía mucho más en la parte de los guiones, intervenía los guiones, decía: cambiemos este diálogo, hagamos esta otra cosa. Ella misma escribía ciertas cosas. Después de eso pasábamos ese guión a nuestro profe y después a nuestros lectores [...] esto pasaba en dos días porque luego había que grabar a los actores y mientras se grababa a los actores David animaba y dibujaba y al final de la semana, o sea no han pasado tres días, teníamos que montar el capítulo. Yo montaba el capítulo y lo entregábamos [...] Lo emitíamos el jueves y el viernes ya teníamos que tener una primera versión del guión del capítulo de la siguiente semana” (C. Arroyave, comunicación personal, 9 de octubre, 2020).

Esta misma forma de producción, en la que se realizaba cada capítulo de manera independiente, fue la que utilizaron las series web que no dependían de procesos académicos. En uno de los casos, el realizador explicó que ni siquiera se escribía el guión, sino una escaleta para producir el capítulo y después del rodaje, se editaba, se publicaba y se seguía un proceso similar con el siguiente capítulo: “Con Inadaptado fue un proceso totalmente diferente, lo que se hizo fue una escaleta puntual” (J. Arango, comunicación personal, 25 de noviembre, 2020).

Por su parte, otro de los realizadores que tampoco estuvo vinculado con prácticas universitarias, grabó los capítulos uno a uno. Sin embargo, como él mismo lo indicó, el guión de toda la serie web estaba escrito por completo: “Bueno pues yo ya los tengo escritos, obviamente me ha tocado modificar algunas cosas” (R. Caicedo, comunicación personal, 4 de noviembre, 2020).

Desde ese orden de ideas, en las series web descritas se identifican dos formas de producción similares a como siempre trabajó la industria. La primera, más cercana a los procesos

de realización de las series de televisión tradicional y el cine, en las que se tiene todo el guión de la película o serie escrito por completo, para pasar a su producción y posteriormente a la postproducción. Cabe considerar que hoy día, con las plataformas tipo *Netflix*, *Prime Video*, o *Apple TV*, la distribución o publicación de los capítulos se hace por completo, es decir, esta etapa también se desarrolla en un solo momento. Este modelo fue seguido por la mayoría de las series web que estuvieron adscritas a contextos académicos. La segunda forma identificada, y que es más parecida a la producción de telenovelas o teleseriales tradicionales⁹⁷, es la que realizó una preproducción general para marcar las bases de la historia de la serie web: sinopsis, argumento, escaleta. Pero, luego, para la realización de cada capítulo, se repetían las etapas de escritura, rodaje, edición y publicación por cada episodio. Este modelo de producción fue utilizado en algunas series web que eran parte de una asignatura universitaria y por todas las *webseries* ajenas a procesos académicos.

8.1.2.2 Proceso de escritura. Para complementar el análisis sobre los aspectos de producción de la serie web, observamos el proceso de escritura, pues todos los entrevistados tuvieron que ver con este rol, ya sea porque se dedicaron exclusivamente a la función de guionistas o porque, como sucedió en la mayoría de los casos, cumplieron con roles multivalentes en los que combinaban la dirección y la escritura.

Una constante en la mayoría de los procesos de escritura de las series web *amateur*, fue que, según los entrevistados, no usaban una técnica en particular para la realización del guión. En casi todos los casos revisados, los realizadores dijeron que se trataban de procesos naturales en los que no seguían al pie de la letra técnicas o estructuras de elaboración de guión propuestas por

⁹⁷ En entrevista a Fernando Gaitán, libretista de la telenovela colombiana *Betty la fea*, explica que muchos de los capítulos se escribían, se grababan, se editaban y se transmitían y ese ciclo se repetía una y otra vez. https://www.YouTube.com/watch?v=ByAmT2Ooojg&feature=emb_logo

autores en particular: “No teníamos como una estructura dramática en realidad muy profesional, ni esta serie sigue la teoría de x , sino que teníamos como una serie de componentes que buscábamos que sí existiera en cada capítulo” (J. Argáez, comunicación personal, 3 de octubre, 2020). “Apelamos a la naturalidad y a ser muy espontáneos en el formato del reality, pues creo que también era el mismo formato que se prestaba como para ser muy espontáneos y que la cosa saliera muy fácil y muy rápida” (J. Orozco, comunicación personal, 4 de diciembre, 2020).

Yo creo que fue más natural en este caso [...] no fue algo como de algún autor que ya haya creado una estructura así, pero lo que hacíamos nosotros era crear una estructura sin guión, sin diálogos, sin nada de cada capítulo y de ahí partíamos a rellenar toda esa estructura con el contenido, pero no seguimos un sistema estricto de algún autor que ya lo haya hecho o lo haya escrito, no lo seguimos así. (R. Salazar, comunicación personal, 26 de noviembre, 2020)

Yo lo iba contando de acuerdo a lo que yo creía [...] casi siempre sabía que tenía que tener unos antagonistas, que tenía que haber un conflicto, pero a medida que iba escribiendo se me iba olvidando y solamente me concentraba como si fuera un espectador y fuera viendo esto si me parecía chévere o no. (J. Aguirre, comunicación personal, 21 de octubre, 2020)

Además de esta forma de escritura, algunos de los entrevistados explicaron que, por tratarse de un proceso creativo, lo más importante para ellos era investigar antes sobre el tema que querían escribir. Preferían tener suficientes referentes para construir la historia y los personajes antes que seguir, paso a paso, un autor para la escritura del guión: “Yo creo que para mí ese es el proceso creativo y para mí esa sería la técnica: simplemente alimentarse mucho de lo que hay alrededor de lo que se ha hecho y ya de ahí siéntese a escribir” (D. Villa, comunicación personal, 23 de octubre, 2020). “Hacer un trabajo de investigación con cada uno de los

personajes. Todos los personajes literalmente sepan cómo vamos a actuar, cómo los vamos a ver, interactuar o qué acciones tiene bajo determinadas circunstancias” (J. Arango, comunicación personal, 25 de noviembre, 2020).

Yo necesito investigar, que también creo que eso tiene que ver con el periodismo. Yo necesito hablar con gente que se parezca a esos personajes que estoy escribiendo.

Necesito llenarme de la voz de esas otras personas y también tener en cuenta que eso va a ser actuado. Digamos que esas son como las dos cosas más relevantes que considero más específicas de mi proceso. (C. Arroyave, comunicación personal, 9 de octubre, 2020)

Aunque pocas series web *amateurs* fueron trabajadas a partir de recomendaciones de algún autor de referencia en guiones, las que recurrieron a alguna teoría en particular, lo hicieron con la estructura clásica de tres actos de Aristóteles. El Viaje del Héroe de Joseph Campbell fue usado también como referente.

La estructura de inicio, nudo y desenlace con sus puntos de giro y con su resolución de conflictos, entonces era como que esa estructura aplicarla a cada capítulo pero también al macro que eran los siete capítulos en general, para que todos tuvieran transformaciones, resoluciones, que cada uno tuviera sus doce pasos del héroe, que también tuvieran conflictos, sus derrotas, sus aprendizajes, que tuvieran el guía que les estuviera dando pistas y soporte y ayuda moral y que el tipo también llegara obviamente al punto inicial pero ya transformado. (W. Puche, comunicación personal, 8 de diciembre, 2020)

Sí fue algo pensado como desde un comienzo de esto es una historia clásica aristotélica y yo soy muy clásico en ese sentido. Entonces sí sabíamos que tenía que tener todos esos ingredientes de la ficción clásica y pues tal vez hubo autores que revisamos en ese entonces, pero básicamente yo creo que es como la condensación de los conocimientos

adquiridos en la universidad en general, como todos los autores McKee, Linda Seger. (J. Pérez, comunicación personal, 9 de diciembre, 2020).

Por otra parte, a pesar de que la mayoría de las series web no siguieron autores o referencias de manera estricta, el total de las personas entrevistadas pertenecientes a producciones que formaban parte de ejercicios académicos dijo tener conocimiento de autores base para la creación narrativa y la construcción de guiones como Aristóteles, Joseph Campbell, McKee, Linda Seger o Syd Field. A pesar de ello, una de las realizadoras entrevistadas consideró que era importante conocer a estos autores para escribir el guión, pero hay cuestiones fundamentales que no están consignadas en los manuales y que sólo las da la experiencia profesional.

Leí los manuales: a Sid Field, a McKee, me interesa mucho. Hay una autora que a mí me gusta mucho que es una profesora argentina que se llama Irene Ickowicz que también tiene libros de guión, yo trato de leer ese tipo de textos. Blake Snyder a Joseph Campbell, en fin, los libros de guión que son como obligatorios, que hay que leer. Los he leído y me parece muy importante seguirlos estudiando; pero cada vez, entre más escribo más me doy cuenta de que hay un millón de cosas que ahí no están, que no tienen como estar en un libro que te dice cómo escribir. A mí me parece importante conocer las estructuras narrativas (...) pero yo creo que en la medida en que me he ido volviendo también más directora que guionista o tan directora como guionista, yo he entendido que hay unos procesos que aparecen cuando uno dirige que tienen que ver específicamente con los actores que nutren el guión, entonces ahí hay como otra manera de entender el guión y eso ha hecho parte de mi proceso creativo. (C. Arroyave, comunicación personal, 9 de octubre, 2020)

Por otra parte, se indagó sobre los tiempos que dedicaron los guionistas a la escritura de las series web *amateur*. Cuando se trata de proyectos en los que se escribían guiones capítulo a capítulo, hay una gran diferencia en el tiempo de escritura de cada capítulo entre las series web producto de prácticas universitarias y las ajenas a estos contextos. En las primeras, el tiempo de escritura osciló entre uno y tres días por capítulo: “Los escribía en una tarde [...] se podría decir que un día en creación, un día de remojo en *feedback* y un día de reestructuración” (W. Puche, comunicación personal, 8 de diciembre, 2020). “Lo emitíamos el jueves y el viernes ya teníamos que tener una primera versión del guión del capítulo de la siguiente semana” (C. Arroyave, comunicación personal, 9 de octubre, 2020).

Por el contrario, la escritura de cada capítulo en las series web que no formaban parte de prácticas universitarias tardó entre dos y tres semanas: “El último episodio lo terminamos como en tres semanas antes de que lo grabáramos” (J. Arango, comunicación personal, 25 de noviembre, 2020).

Cabe considerar que una de estas *webseries* contó con un proceso de escritura muy distinto a las demás. Según su realizador, no se construyeron guiones para la serie, sino que se utilizó una novela que el mismo realizador había escrito en un blog personal hacía varios años:

Yo tenía un foro de internet donde yo escribía novelas, hay como 40 novelas terminadas. Una de ellas es Quibdó Baila aunque no se llamaba Quibdó Baila pero sí trataba de bailes. El protagonista se llamaba Jeison, la mamá pagaba arriendo. Entonces yo he tomado de eso mismo que ya tenía escrito y lo he renovado. (R. Caicedo, comunicación personal, 4 de noviembre, 2020).

En el caso de las series web cuyos capítulos fueron escritos antes de ser rodados, los tiempos de construcción oscilaron entre diez días y un mes mayoritariamente: “Ese guión lo

hicimos como en un tiempo súper record, como en 10 días” (L. Vallejo, comunicación personal, 21 de octubre, 2020). “En el proceso de escritura nos habremos gastado por ahí una semana o diez días” (J. Orozco, comunicación personal, 4 de diciembre, 2020). “Yo creo que fueron unas tres semanas, pero cuando yo ya tenía claro realmente lo que quería hacer, después de escuchar todo, después de leer, sí me demoré poquito tiempo escribiéndolo” (D. Villa, comunicación personal, 23 de octubre, 2020). “Esa escritura tuvo que haber durado máximo un mes” (J. López, comunicación personal, 23 de octubre, 2020). “Se nos fue alrededor de un mes realizando todo el guión” (S. Rúa, comunicación personal, 19 de noviembre, 2020).

Hubo dos *webseries* en las que sus realizadores superaron el mes para la escritura de todos los guiones. El realizador de uno de ellos (Cuarto Rojo) requirió entre dos y tres meses. El otro caso fue el de la serie web que se realizó como proceso de trabajo de grado (Dèja Vú), cuya escritura de los guiones tomó aproximadamente seis meses: “Lo que fueron los guiones yo creo que nos pudo tomar como entre cinco o seis meses más o menos” (J. Pérez, comunicación personal, 9 de diciembre, 2020).

De lo anterior se extrae que, en la mayoría de las *webseries amateurs*, los tiempos de escritura de guión son cortos, independientemente de que se realicen capítulo a capítulo o todos juntos. Una de las razones para la rapidez en la escritura tiene que ver con que muchas de las series web analizadas estaban relacionadas con actividades dentro de una asignatura universitaria que, por lo general, tienen una duración de cuatro meses.

8.1.2.3 Producción. Como se planteó páginas atrás, se halló dos maneras generales de producir las series web *amateurs*: una, común en la mayoría de las *webseries* adscritas a prácticas universitarias, en la que se realiza la preproducción y la producción de toda la *webserie* y luego se edita capítulo a capítulo. La otra forma, en la que se siguen las fases de

preproducción, producción y postproducción de cada capítulo de manera independiente. Esta última forma es común a unas pocas series web vinculadas a prácticas universitarias y en todas las *webseries* no relacionadas con tareas académicas.

Precisamente en las *webseries* que optaron por la producción capítulo a capítulo y que estuvieron vinculados a procesos universitarios, algunos de los entrevistados describieron las jornadas de rodaje como extenuantes, porque alcanzaron hasta catorce horas de producción en un solo día: “Grabamos cuatro fines de semana muy de lleno, pues desde encontrarnos a las seis de la mañana y terminar diez de la noche cada fin de semana” (C. Díaz, comunicación personal, 13 de octubre, 2020).

No importaba nada, era llegarle a la emisión del capítulo. Trasnochábamos mucho, trabajábamos todo el día, todo el tiempo y me acuerdo que además en ese momento pues pasábamos mucho tiempo en el MediaLab de la Universidad [...] pasábamos hasta el final de las tardes, hasta que ya la universidad estaba cerrada, hasta que todo estaba oscuro y nosotros nos íbamos muchas veces a seguir trabajando a la casa de David (uno de los integrantes del equipo). (C. Arroyave, comunicación personal, 9 de octubre, 2020)

Cabe notar que esta última *webserie* (Algo Animal) fue de animación, lo que implica procesos diferentes a los de una producción en video y que pueden llegar a complejizar la labor. Por su parte, a diferencia de lo anterior, las series web no relacionadas con trabajos académicos, a pesar de ser producidas capítulo a capítulo, tuvieron jornadas laborales más cortas. Aquí los realizadores explicaron la flexibilidad con la que llevaron a cabo los rodajes.

Por episodio a veces eran dos días, claro que fragmentado. Grabábamos el lunes en la mañana, luego el martes todo el día y el miércoles grabamos en la tarde y en la noche. Era así, éramos muy desordenados entonces teníamos así esos lapsos de tres días de rodaje,

cuatro días en rodaje en la mañana, luego el martes en la tarde y así (J. Aguirre, comunicación personal, 21 de octubre, 2020).

Las jornadas de grabación pues no sabría cómo explicarlo porque yo no grabo en orden, yo no grabo en orden de capítulos, yo grabo en desorden. Yo hoy te puedo grabar escenas del capítulo siete, mañana te puedo grabar escenas del capítulo cuatro (...) nunca he grabado un capítulo entero así secuencialmente. De hecho, en los capítulos que han salido incluso hay escenas del año pasado (R. Caicedo, comunicación personal, 4 de noviembre, 2020).

Las producciones webseriales que optaron por concentrar la grabación de todos los capítulos, tuvieron tiempos de rodaje distintos, tanto en la duración de las jornadas diarias como en los días o semanas utilizadas para grabar. En general, los realizadores no refirieron en esta etapa haber experimentado arduas jornadas de trabajo. De hecho, en varias de las respuestas se encontró que terminaban sus grabaciones diarias antes de las horas de la noche porque aprovechaban la luz natural para sus producciones: “Generalmente grabábamos de nueve de la mañana hasta las cuatro de la tarde que ya era como lo más que podíamos usar de luz natural para producir algo decente” (L. Vallejo, comunicación personal, 21 de octubre, 2020).

Creo que en ningún capítulo tuvimos un día de más de doce horas [...] Además nosotros pensábamos, para ahorrar costos, grabar con la mayor luz natural posible, entonces pues sabíamos que a las seis de la tarde se nos iba el sol entonces teníamos todo el día de siete de la mañana a seis de la tarde para grabar sí o sí [...] siento que no fueron súper extensas como a veces puede pasar en proyectos independientes (J. Pérez, comunicación personal, 9 de diciembre, 2020).

Esto no fue algo tan extenuante porque dividimos un poco las escenas en locaciones y era prácticamente una locación. Entonces teníamos en la mañana digamos dos actores, salíamos de ellos; después venía en la tarde otro que hacía el papel de Capa Blanca, pero no pasábamos de las nueve de la noche. Digamos que empezábamos ponerle ocho de la mañana, terminábamos a las doce, almuerzo normal, seguíamos a las dos hasta ocho o nueve de la noche (R. Salazar, comunicación personal, 26 de noviembre, 2020).

La serie se produjo en una semana de corrido [...] al final se hicieron cinco días de grabación. En cada uno de esos días arrancábamos de ocho de la mañana, a veces desde las seis, hasta que ya se escondiera el sol. A veces terminábamos siete u ocho de la noche en las grabaciones (S. Rúa, comunicación personal, 19 de noviembre, 2020).

Precisamente, este último entrevistado dio cuenta no solo de la duración de la jornada de grabación por día, sino también del tiempo total utilizado para grabar toda la serie. Sin embargo, considérese que en esta variable hubo mucha diferencia en las respuestas de los realizadores, pues mientras algunas series se rodaron en dos o tres días, otras tardaron hasta dos semanas: “Grabamos dos días, digamos de la cárcel donde iban a estar los protagonistas, y ya el final sí lo grabamos en una finca otro día, así que en realidad fueron 3 días de grabación” (D. Villa, comunicación personal, 23 de octubre, 2020). “Nosotros la teníamos pensada para grabarla en doce o trece días y se terminaron extendiendo dos días más” (J. Pérez, comunicación personal, 9 de diciembre, 2020).

El rodaje como tal fue un fin de semana. Fueron dos días, nos fuimos un viernes y volvimos un domingo [...] fue un fin de semana muy bien planeado, teníamos todo así muy bien planeado de qué se iba a hacer a cada hora. Como también el programa estaba medio planeado en momentos del día en una finca, pues estaba la escena del asado en la

noche, estaba la escena del desayuno en la mañana, en la piscina a medio día entonces por ese lado se nos facilitaba ahí como el orden de la grabación, aunque tuvimos que correr bastante con ese primer día que no nos rindió, pero fue un fin de semana de viernes a domingo (J. Orozco, comunicación personal, 4 de diciembre, 2020).

Esta diferencia en los tiempos totales de grabación puede explicarse porque una de las características de las series web es la flexibilidad en el tiempo de duración de cada capítulo y el número de capítulos por temporada. De hecho, en el grupo de series web *amateur* se identificaron producciones de 3, 6, 12 y hasta 37 capítulos y duraciones de 5, 10, 20 y hasta 60 minutos.

8.1.2.3.1 Tiempo de producción. Respecto a los tiempos de duración de todo el proyecto (v.g., preproducción, producción, postproducción y publicación) fue común que completar las series web de prácticas académicas llevase alrededor de cuatro meses. Como se informó anteriormente, este es el tiempo en el que transcurren los cursos o asignaturas universitarias. Solo una de las *webseries* vinculadas a trabajos universitarios requirió de más de un año de realización. Fue la serie web *Dèja Vú* que, según se explicó páginas atrás, no estuvo vinculada a la práctica de una asignatura sino a trabajos de grado para optar por el título universitario de algunas de las personas del equipo de realización.

Los guiones yo creo que nos pudo tomar unos cinco o seis meses más o menos [...] luego de ahí vino la producción que yo creo que eso fueron unos 3 meses más o menos como entre preproducción [...] el rodaje fueron dos semanas [...] La posproducción se demoró un poco más, casi que un año pero fue porque dependíamos de muchas partes. Por un lado nosotros la edición la hicimos con el productor, esa edición salió rápido pero digamos la mayor demora que hubo fue en la posproducción de sonido y la música pero

ya fue por una cuestión que los que hicieron el sonido lo convirtieron también en su trabajo de grado y quien hizo la música también lo convirtió en su trabajo de grado, entonces tuvimos que esperar por lo menos unos seis meses. Creo que fue más o menos un año a que estas personas digamos pudieran completar el proyecto para su trabajo de grado. Nosotros no teníamos un afán inmediato, entonces pues era chévere saber que había como un trabajo colaborativo de tres trabajos de grado (J. Pérez, comunicación personal, 9 de diciembre, 2020).

Llama la atención que, con las *webseries* que no tuvieron vinculación alguna con prácticas universitarias, los tiempos de realización total coincidieron en todos los casos en más de un año para todo el proceso: “Desde enero del 2016 hasta marzo del 2017” (J. Aguirre, comunicación personal, 21 de octubre, 2020). “Fue un año y dos meses en el que experimentamos” (J. Arango, comunicación personal, 25 de noviembre, 2020).

El que las series web analizadas tuvieran distintos tiempos para la realización, supone que el formato, a pesar de estar pensado en el escenario web, responde a las mismas dinámicas de la producción audiovisual tradicional, pues no existen tiempos estándares para la realización de una película, un cortometraje, una serie de televisión o cualquier otro producto. Diversos factores como la exigencia del contexto para el que es producido, los escenarios de realización, la complejidad de la producción o las mismas condiciones de la historia repercuten en la variabilidad de los tiempos de producción.

8.1.2.4 Roles. Por lo que respecta a los roles desempeñados por los realizadores entrevistados en todos los casos analizados, todos dijeron haber ejecutado más de uno durante la producción de la serie web. Por lo regular, quienes escribieron también se dedicaron a la dirección: “Particularmente yo hice toda la parte de montaje, hice una parte de guión y la

dirección básicamente, pero lo más fuerte que hice fue la parte de montaje y dirección” (L. Vallejo, comunicación personal, 21 de octubre, 2020). “Yo en toda esta serie (Mentes Alternas) he escrito, actuado, dirigido. En dos (Yonkis y Mentes Alternas) protagonicé y en Inadaptado me alejé como de eso” (J. Arango, comunicación personal, 25 de noviembre, 2020).

Yo fui el creador. Luego hicimos una co-escritura con el productor, entonces fui escritor, fui el director general y digamos que productor ejecutivo, por así decirlo del proyecto. También lo edité y también un poco como en estas producciones independientes también fui un poco de todo. (J. Pérez, comunicación personal, 9 de diciembre, 2020)

En esa *webserie* (Algo Animal) yo escribía los guiones y era la montajista. De alguna manera esa serie como la hacíamos entre tres personas, además muy cercanas entre nosotros, había una especie como de codirección. En esa serie no había un director o una directora sino que entre los tres un poco íbamos definiendo hacia dónde íbamos llevando la serie (C. Arroyave, comunicación personal, 9 de octubre, 2020).

Realizar diferentes labores dentro de una producción webserial fue visto de manera positiva en casi todos los casos. Solo una de las realizadoras dijo que la mezcla de roles le resultó negativa, inclusive para su futuro profesional. Según ella, la multitarea afecta indeseablemente a la especialización profesional.

Es súper malo, es lo peor porque uno puede ser bueno haciendo las cosas pero si uno no se dedica de lleno a algo, a un rol, nunca se logra estar como muy especializado y siento que es algo que me ha afectado mucho a mí ya como en mi carrera [...] nunca encontré algo como en lo que yo dijera: esto es en lo que quiero estar súper de lleno, dedicar mi vida entera a esto, entonces creo que todavía sufro un poco esas consecuencias de no

haberme enfocado en algo puntual. (C. Díaz, comunicación personal, 13 de octubre, 2020)

A diferencia de la anterior posición, el resto de los entrevistados explicó que la mezcla de roles en el proceso de realización de la serie web les permitió aprender diferentes oficios claves de la producción audiovisual: “Es positivo porque aprendí de muchos otros ámbitos que aunque mañana, tal vez no me dedicaría netamente a ello, pero me dieron como las bases para yo saber qué se puede lograr haciendo eso” (J. Pérez, comunicación personal, 9 de diciembre, 2020).

Todo fue una mezcolanza de roles, de funciones, pero creo que fue parte del aprendizaje y a mí pues me nutrió mucho porque a mí me tocó hacer de todo, sonido, edición, música, actuación, dirección, producción entonces yo creo que eso nos permitió aprender muchísimo más (J. Aguirre, comunicación personal, 21 de octubre, 2020).

Realmente me pareció interesante haber tenido otros roles y, como digo, me dio más experiencia. Ya uno sabe que hay que tener mucho cuidado por ejemplo con lo del sonido, evitar lugares donde uno vaya a tener mucho sonido ambiental porque fue muy complicado para después de la grabación, cosas que uno no nota cuando está grabando (D. Villa, comunicación personal, 23 de octubre, 2020).

No siento que esté mal si uno tiene unos tiempos adecuados para llevarlo todo a cabo y me parece que está bueno que el resto del equipo también tenga la posibilidad de transitar por esos diferentes roles. Obviamente pudiendo tomar decisiones como que si necesitamos a alguien que haga foto y nadie lo hace, pues poderlo tener. Igual con el sonido. Pero a mí me parece que tener diferentes roles puede jugar a favor del producto y lo puede fortalecer por supuesto. (J. Argáez, comunicación personal, 3 de octubre, 2020)

Lo ideal sería que cada uno tuviera su posición, su rol, pero estamos hablando que el contexto universitario toca doblarse o toca multiplicarse para llenar cosas. Acá en este caso créeme, si yo tuviera un colega que fuera música y que él me dijera tranquilo, yo hago la composición musical, ya por lo menos uno hubiera descansado más, pero ante la ausencia de esos roles, obviamente toca también llenarse y creo que eso como siempre es un punto para salirse de la zona de confort y asumir el reto (W. Puche, comunicación personal, 8 de diciembre, 2020).

Cabe señalar que varios de estos realizadores, que en términos generales consideraron positivo realizar distintas actividades dentro de la producción de la serie web, también afirmaron que en los escenarios profesionales sí es importante la concentración en un solo rol, sobre todo porque permite más eficacia: “Yo creo que podría ser más nutrido si fueran aparte, o sea, si no hubiese sido la misma persona porque creo que el cine y las producciones y la creatividad entre más personas hayan pues es más nutrido el proceso” (R. Salazar, comunicación personal, 26 de noviembre, 2020).

En mi etapa me benefició porque fue un aprendizaje conocer todos los roles, en ese momento con todos los que estábamos trabajando, pero si ahora lo hacemos y volvemos a hacer los mismos roles y todo, haciendo de todo, creo que estaríamos todavía cometiendo un error porque nos dimos cuenta que es muy muy difícil uno hacer todos los roles. (J. Aguirre, comunicación personal, 21 de octubre, 2020)

Una realizadora, quien después de producir su serie web dentro de un contexto académico pasó a realizar largometrajes y a trabajar para grandes producciones, indicó que la mezcla de roles no está mal, siempre y cuando sean roles compatibles. No obstante, enfatizó la importancia de mantener diferencias en aspectos como la dirección y el montaje:

En el ámbito profesional a mí me parece que eso es muy contraproducente porque uno no tiene distancia con lo que está haciendo entonces es mejor tener a alguien distinto que sea montajista, que te diga ojo, esto no funcionó o esto hay que ponerlo de esta manera, yo creo que ahí hay como una especie de contrapeso que es bueno tener entre la dirección y el montaje. (C. Arroyave, comunicación personal, 9 de octubre, 2020)

Por otra parte, respecto a cuáles roles consideran imprescindibles dentro de una producción webserial, no hubo un consenso. Sin embargo, la mayoría de las respuestas adujo lo valioso de contar con el mayor número de roles posibles como sucede con cualquier tipo de producción audiovisual, pues cada función es importante. Los roles que se estiman más importantes por la mayoría de los realizadores entrevistados son los de dirección, producción, actuación, guionistas y sonidistas.

8.1.2.5 Ambientes laborales. En la mayoría de las obras, la producción de las *webseries* se realizó en ambientes agradables. Aún cuando algunos realizadores reconocieron el exceso de trabajo, destacaron lo ameno que fue producir la *webserie*.

Nosotros trabajábamos demasiado pero había algo como muy emocionante de sentir que los actores ya iban a grabar que ya íbamos a mostrar el capítulo que era súper divertido porque la serie es cómica entonces era muy divertido montar. Yo me reía, yo me acuerdo que yo montaba y me moría de la risa, entonces había algo como muy placentero en hacer Algo Animal. (C. Arroyave, comunicación personal, 9 de octubre, 2020)

Fue muy bien, pues en general nos fue bastante bien, creo que obviamente hay estrés, el cansancio, yo creo que más que el estrés es el cansancio, a veces la frustración hace que uno como que llega un punto en el que está sensible, pero después de toda la jornada llegaba un momento en el que uno se sentía feliz y al día siguiente ya otra vez estábamos

abrazándonos y diciendo que era lo mejor que nos había pasado en la vida (C. Díaz, comunicación personal, 13 de octubre, 2020).

Algunos de los realizadores que trabajaron en ambientes agradables, explicaron también que eso tuvo que ver con la posibilidad de realizar la serie web en el contexto universitario con compañeros con los que siempre trabajaron juntos: “Lo bueno es que siempre estábamos hablando y nos la pasábamos bien. Lo bueno es que lo hicimos con nuestro ‘parhecito’⁹⁸ de la universidad entonces estábamos juntos todos los días” (J. López, comunicación personal, 23 de octubre, 2020).

Era gente con la que ya habíamos trabajado entonces digamos ya sabíamos cómo éramos, cómo trabajaba cada quien. Hubo algunos nuevos pero en general bien, en general siento que en las producciones que hacemos y que he hecho siempre hay un buen ambiente, sabemos manejar las tensiones, y sí, creo que en general fue muy bien, o sea creo que en general yo lo disfruté, creo que todos lo disfrutaron y todos pasaron un buen rato (J. Pérez, comunicación personal, 9 de diciembre, 2020).

No obstante, en algunos pocos casos de series web que estuvieron ligadas a prácticas académicas se reconocieron roces personales durante el proceso de producción. Para estos realizadores esos roces eran normales sobre todo por tratarse de prácticas académicas de jóvenes estudiantes que tenían la responsabilidad de conseguir una calificación positiva para finalizar bien una asignatura.

El ambiente laboral estuvo pesado pero pudo ser peor. Tampoco me voy a poner como Coppola en *Apocalipsis Now* diciendo que esto es Vietnam. No, no alcanzamos a ser

⁹⁸ La expresión *parhecito* o *parche* es usada en Colombia para referirse a un grupo de amigos.

Vietnam, pero *pelados*⁹⁹ de veintidós años haciendo *webseries* con ganas de graduarse siempre trae sus conflictos. (S. Rúa, comunicación personal, 19 de noviembre, 2020)

Había momentos muy de roces. Yo recuerdo que había momentos muy difíciles con una compañera puntualmente que no sé, tenía unas formas de interactuar con nosotros muy complejas y hacía cosas muy complejas y no hacía las cosas cuando tenía que hacerlas. Recuerdo con esa compañera que también fue un punto, no de enemistarnos, pero sí por lo menos de poner cosas muy claras y de hablarnos muy fuerte porque ya nos estaba comprometiendo a nosotros con las calificaciones si las funciones no se hacían. Eso también hacía que el resto del equipo se desmotivara y hubiera tensiones. La gestión del talento humano en ese sentido es básico. (W. Puche, comunicación personal, 8 de diciembre, 2020)

Al igual que sucede con la producción audiovisual tradicional en contextos profesionales, contar con ambientes laborales óptimos influye en la calidad del producto y en la relación que las personas que trabajan allí tienen con la obra en sí. Como se evidenció en algunas respuestas, esas relaciones en general fueron positivas, incluso en los equipos en que se dieron algunos roces. Eso permite deducir que una de las ventajas de las producciones *amateurs*, es que, al ser realizadas por personas que en su mayoría tienen vínculos de amistad fuertes, se generan en los equipos menos presiones, a pesar que, como lo expresaron líneas atrás cuando hablaron de los tiempos de producción, estas jornadas también fueron extenuantes y cargadas de estrés.

En el caso de las series web que no estuvieron ligadas a tareas académicas, los realizadores siempre hablaron de equipos de amigos. Además, daban a entender en algunas oportunidades que la realización de la serie web, más que ser tomada como un trabajo, se asumía

⁹⁹ En Colombia la palabra *pelado* es usada con frecuencia para referirse a personas jóvenes.

como un *hobby* o una labor recreativa: “Nosotros grabábamos solo los fines de semana, cada uno se iba a trabajar, estudiar, y los fines de semana se venía y desestrezaba en esta cosa” (J. Arango, comunicación personal, 25 de noviembre, 2020). “Lo que hacemos es un *parche*. O sea, vamos a grabar: ¿tal día puede? listo, vamos a grabar tal día, nos reunimos, damos para la comida, armamos el *parche*, nos divertimos, *recochamos*¹⁰⁰, o sea esto es un *parche*” (R. Caicedo, comunicación personal, 4 de noviembre, 2020).

Por las respuestas obtenidas, al parecer, en las producciones *amateur* cabe la relajación. A pesar de que muchas de las *webseries* fueron realizadas para cumplir con un compromiso dentro de una asignatura universitaria y de ellas dependía una calificación. Los realizadores en general mostraron una relación agradable con todo el proceso de producción. Asimismo, los creadores *amateurs* que no formaron parte de procesos académicos, en general tuvieron experiencias de producción agradables, en buena parte porque se llevaron a cabo entre amigos.

8.1.2.6 Restricciones y dificultades. La mayoría de los estudiantes que crearon sus series web en contextos académicos no encontraron restricciones por parte de los docentes o las instituciones educativas para abordar los temas que a ellos les interesaban. Sin embargo, algunos plantearon como una restricción importante los aspectos tiempo y dinero.

La restricción mayor era hacerlo en el tiempo que se tenía que hacer y un poco las posibilidades económicas con las que contábamos pero de resto creo que fuimos bastante libres temáticamente, estéticamente, creo que en el MediaLab¹⁰¹ eso se respetaba mucho, como que cada uno estaba en su búsqueda y había mucho apoyo a que cada uno trabajara en ella, en esa búsqueda. (C. Arroyave, comunicación personal, 9 de octubre, 2020)

¹⁰⁰ En Colombia la expresión *recochar* se refiere a pasar un momento de diversión en compañía de amigos.

¹⁰¹ El MediaLab es el laboratorio de nuevos medios de la Universidad Eafit de Medellín, Colombia. En ese espacio los estudiantes desarrollan sus proyectos webseriales.

Yo creo que nosotros tuvimos la fortuna de haber hecho lo que quisimos, pues lo que queríamos hacer. Tal vez recuerdo que nos habría gustado poder haber tenido otro día de rodaje, porque creo que nos tocó como el afán, pero eso era también normal de una producción de hacer ocho capítulos web en un fin de semana, pero recuerdo que todo lo que se nos ocurrió lo pudimos hacer. (J. Orozco, comunicación personal, 4 de diciembre, 2020)

En cuanto a restricciones de temática no tuvimos ninguna porque en eso pues la universidad es muy abierta, no había problema. Hubo problema con uno de los actores que al principio dijo que no porque no le parecía como moral, de pronto no había entendido muy bien de qué estábamos hablando y ya después nos volvimos a comunicar con él, le contamos otra vez, le explicamos de nuevo y ya después sí se dio. (R. Salazar, comunicación personal, 26 de noviembre, 2020)

No obstante, aunque como se dijo anteriormente no hubo restricciones de las universidades con respecto a qué temas tocar, en una serie web *amateur* realizada por estudiantes que abordó temas referentes al conflicto armado colombiano, los realizadores percibieron reticencias por su cualidad de no-locales en el lugar de grabación y por la existencia de potenciales peligros a la integridad física.

Con la universidad, más que restricción fue un aviso de: *pilas* (alerta), nosotros no podemos asumir ciertos riesgos que ustedes van a correr, pero allá sí fue mucha restricción con el tema. No todo el mundo quería hablarlo, nosotros éramos las extrañas, estábamos en un pueblo que está muy alejado, allá nos decían las monas, las europeas porque claro, éramos diferentes a todos y llamábamos la atención en todas partes porque

salíamos con cámaras, micrófonos y gente rara, gente que tú no has visto. (L. Vallejo, comunicación personal, 21 de octubre, 2020).

El tema de la seguridad fue una restricción súper grande porque nosotros no nos podíamos mover en el Caquetá¹⁰² sin decirle a alguien, sin estar acompañados. De hecho, cuando llegamos a Puerto Torres, que es donde se desarrolla toda la historia, ni siquiera nos hablaban por ser paisas¹⁰³, y la connotación en el Caquetá es que los paisas son paramilitares¹⁰⁴, entonces sí hubo un montón de temas de restricciones dadas por el imaginario colectivo que ya la gente de allá vive. (I. Arango, comunicación personal, 27 de octubre, 2020)

Cabe explicar que la serie web *amateur* Memoria 36, realizada por estudiantes universitarios, abordó el tema de una masacre perpetrada por grupos armados al margen de la ley en un municipio del sur de Colombia. En la actualidad y posterior a la firma del Acuerdo de Paz con la guerrilla de las Farc, aunque en la zona hay influencia del Ejército Nacional, aún se vive con temor por la historia de violencia que vivieron los habitantes de la región y porque todavía existen bandas criminales que operan en la zona por el control del narcotráfico. Este tipo de situaciones genera que, a pesar de haberse firmado un acuerdo de paz, las personas que no son oriundas de la región, sean vistas con prevención. Por eso, la realización de la serie web Memoria 36 tuvo presiones en temas de seguridad, según relató una de sus realizadoras.

Tuvimos una anécdota que se nos acercó el Ejército pues a hacernos una súper entrevista de ustedes quiénes son, por qué están acá, para qué y eso qué es. Entonces sí había una

¹⁰² La división política de Colombia se da por departamentos. Caquetá es un departamento ubicado al sur del país.

¹⁰³ Paisa es la forma como son llamadas las personas nacidas en la región cafetera colombiana y el departamento de Antioquia, cuya capital es Medellín.

¹⁰⁴ Se conocen como *paramilitares* a los grupos armados de extrema derecha que hacen parte del conflicto armado colombiano.

tensión y nos sentíamos observadas por ambos bandos porque yo te tengo que ser honesta, nosotros en las noches presenciamos las rutas y pues como toda esa dinámica que sucede en esos contextos, entonces uno sabía bueno, por la mañana estos son los que me vigilan pero por la noche son estos otros que vienen a hacer todo el trabajo que necesitan y sí, era maluco [...] Por ahí sí creo que hubo con la comunidad un poco de restricciones pero creo que es miedo y uno los entiende, porque nosotros pudimos conocer esa historia de primera mano y como te digo, después de ir a Puerto Torres que fue el lugar (donde ocurrió la masacre), allá nadie nos quería ver, o sea, nosotros llegamos allá y sentimos la cosa tan horrible que dijimos: grabemos lo más rápido posible, tratemos de no equivocarnos y vámonos porque el ambiente no es el mejor. (L. Vallejo, comunicación personal, 21 de octubre, 2020)

Según los testimonios, por la historia reciente de Colombia, los temas que tienen que ver con el conflicto armado o las bandas criminales son complejos de ser tratados. Otra *webserie* que se vio afectada en temas de seguridad, según lo comentó su realizador, fue *Frontera City*. Esta producción *amateur*, que no estuvo vinculada a procesos académicos, trató el tema del control de las bandas criminales en la frontera colombo-venezolana.

Notamos que sí había un poco la incidencia (en) el tema de la seguridad porque estábamos abordando el tema de las bandas criminales y hubo momentos que se sentían aludidos, pensaban que los estábamos ‘sapeando’¹⁰⁵ entonces nos contactaban, que no fuéramos sapos, que no contáramos eso, que si estábamos grabando en los lugares. Nos metimos con uno de los actores que estaba metido en esos cuentos y luego de dos semanas de grabar en uno de los billares nos dimos cuenta que el *man* con el que

¹⁰⁵ La expresión *sapeando* o ser *sapo*, se refiere en el contexto colombiano a delatar a una persona ante otra persona o autoridad.

estábamos grabando era parte de una banda criminal y lanzaron una granada a ese lugar (J. Aguirre, comunicación personal, 21 de octubre, 2020).

La violencia abordada en las series web *amateurs*, además de potencialmente afectar a la seguridad de las producciones, influyó de forma negativa en la consecución de recursos económicos por parte de posibles patrocinadores. Esto sucedió en algunas pocas *webseries* que, sin abordar temas tan sensibles en Colombia, como el conflicto armado o las bandas criminales, presentaron en sus narrativas escenas en las que se mostraban armas.

Nosotros intentamos buscar patrocinios pero en ese entonces creo que esto de las series web estaba muy en pañales. Entonces nos acercamos a muchas marcas y hubo marcas chéveres, por ejemplo Movistar, nos acercamos y entonces el proyecto gustaba y esto de las series web era innovador también pero siempre estaba el tema de: uno, es algo muy nuevo, no sabemos este tema de las series web va a funcionar en términos de publicidad y es mucho riesgo, y dos, pues el tema de la violencia en la serie, pues aunque no es ultra violenta pues sí tiene sus escenas de acción, entonces muchas marcas era como: qué bueno, me gusta pero mi marca no van con algo tan violento. Eso nos cerró muchas puertas. (J. Pérez, comunicación personal, 9 de diciembre, 2020)

Hubo una limitación en el sentido de qué va a pensar la gente que nos va a patrocinar de esto y al final de cuentas, pues por el tema de ser universitarios y de estar tocando un tema tan sensible, hay que decirlo, no éramos Benicio del Toro con un bigote postizo fingiendo ser Pablo Escobar en una producción de Hollywood, sino que éramos estudiantes de una universidad, no recibimos ningún tipo de patrocinio. Se tocaron muchas puertas, ninguna se abrió, todos al final por el tema de que se iba a utilizar un arma de fuego con un experto, eso siempre se dejó claro, ya eso era un muro y encima no,

no, no, van a tocar la legalización de las armas, eso no nos conviene. (S. Rúa, comunicación personal, 19 de noviembre, 2020)

Llama la atención que en las series web producidas en contextos ajenos a los académicos, uno de los realizadores planteó que las restricciones venían de él mismo frente a qué contar y qué no contar en su serie web. Aunque el realizador recibía comentarios de los usuarios, quienes le pedían que mostrara la realidad de su ciudad tal cual como era, decidió no mostrar temas de violencia. Se autocensuró.

Hay cosas que yo mismo he decidido no hablar. Por ejemplo, yo no he mostrado violencia, aunque no hablo de violencia física porque obviamente hay golpes, pero me refiero a violencia de extorsión, secuestro, mostrar armas. Yo en ningún capítulo he mostrado una pistola. O sea, yo no he querido aunque me lo han criticado, porque son temas que se viven acá o que se viven en todo el país y me han criticado eso (R. Caicedo, comunicación personal, 4 de noviembre, 2020).

Este comentario da cuenta de que las *webseries*, a pesar de que son un formato considerado alternativo, más flexible en su producción y en los contenidos que trata por encontrarse en el contexto de la web, cae en la autocensura por parte de algunos de los realizadores. Precisamente, y en línea con esto, otras personas entrevistadas sugirieron como necesidad que exista regulación en los contenidos que reproducen las series web: “Aquí poniéndose un poco purista ¿quién regula lo que pasa, lo que vemos, lo que está creando la gente? nadie lo puede hacer” (J. López, comunicación personal, 23 de octubre, 2020).

Se debe empezar a generar unas reglas [...] gracias a la era de internet que uno ve que hay demasiado contenido [...] que es tan apabullante, que es gratuito. Entonces uno no sabe equiparar o decir, o saber qué producto audiovisual es bueno o qué producto audiovisual

es malo y por qué debo ver este y por qué no ver este [...] Yo creo que son los gremios, las organizaciones, las asociaciones, los festivales, todo esto que empiezan a generar este tipo de reglas, de políticas para encaminar esto que si hay una producción audiovisual que sea negativa o que no genere nada [...] hay producciones que se están creando que pueden ser superfluas, no sé y que no aportan nada (J. Aguirre, comunicación personal, 21 de octubre, 2020).

En síntesis, las series web y sobre todo las realizadas en contextos *amateurs*, comparten ciertas restricciones similares a las que se dan en producciones audiovisuales para medios tradicionales. Por ejemplo, como sucede con cualquier tipo de producción audiovisual, las *webseries* que dependen de recursos económicos provistos por una empresa o institución, pueden verse restringidas en el contenido a publicar. Sin embargo, las facilidades de producción que ofrece el formato, permite a los realizadores mayor libertad para producir sin depender exclusivamente de esos recursos.

En el caso de las *webseries* que fueron realizadas para prácticas universitarias, vale notar que salvo aquellas que trataron temas sobre el conflicto armado y la violencia, ninguna abordó asuntos que fueran en contra de los intereses de las instituciones educativas con las que estaban relacionadas. Quizás, esto podría haber influido en que no tuvieran restricciones por parte de docentes o directivas de dichas instituciones. Asimismo, estas producciones no precisaron de grandes patrocinadores que pudieran influir en sus contenidos.

Algo similar sucedió con las series web realizadas fuera de contextos académicos, pues estas tampoco requirieron presupuestos de empresas patrocinadoras que pudieran opinar sobre los contenidos. Justamente dos de estas *webseries* contaron con apoyos de organizaciones no

gubernamentales que veían positivo tratar los temas que allí se abordaron, inclusive en la serie web que tuvo como tema la violencia en la frontera colombo-venezolana.

8.1.2.7 Presupuestos. Como se dijo al principio del apartado anterior, en algunas ocasiones los realizadores indicaron que una de las restricciones que enfrentaron durante la producción de la serie web fue su financiamiento, dados los pocos recursos económicos con que contaron. Según algunos realizadores, haber contado con más presupuesto les hubiera permitido lograr mejores resultados, pues hubieran invertido en equipos, alquiler de locaciones o incluso en pagos para actores: “Podríamos contratar a los actores, podríamos tener una mejor locación, mejor ambientación, mejor luz, mejor sonido definitivamente sí, yo sí creo que podría ser posible” (D. Villa, comunicación personal, 23 de octubre, 2020).

Sí, hubiera podido darle un nivel de producción más alto que hubiera tal vez resultado en otro tipo de acogimiento por otro tipo de públicos, de audiencias, porque al final del día la serie está muy hecha con las uñas. A pesar de haberla grabado con equipos de la universidad y toda la cosa pues se nota, si uno ve los videos se nota que está hecha en casa, por así decirlo. (J. López, comunicación personal, 23 de octubre, 2020)

Es que el dinero le da a uno la opción de jugar con muchas más cosas, de pronto de haber grabado con mejores equipos, mejores cámaras, haber tenido más juguetes como una grúa, cosas así que son cosas que le suman a cualquier proyecto audiovisualmente (J. Pérez, comunicación personal, 9 de diciembre, 2020).

No obstante, y a pesar de que algunos realizadores calificaron los presupuestos como una restricción a enfrentar, ante la pregunta de si un mejor presupuesto hubiese mejorado la serie web, una realizadora explicó que los problemas de su serie web no tuvieron relación con factores económicos.

Lo que le veo yo hoy a mi *webserie* no es digamos tanto el presupuesto, porque técnicamente está bien (...) en general me parece que es de buena calidad técnicamente, incluso grabamos con una cámara que daba buena imagen, teníamos los equipos de la universidad entonces grabábamos bien el audio, yo creo que el problema de mi *webserie* no fue el presupuesto, sino la historia, pues como la resolución de la historia (C. Díaz, comunicación personal, 13 de octubre, 2020).

Este testimonio pone de relevancia que algunos de los entrevistados asocian el tema de presupuestos a variables técnicas, cuando otros aspectos, en particular la historia, son relevantes para el éxito de la producción.

Precisamente respecto a la resolución de asuntos técnicos, algunos realizadores *amateurs* reconocieron también que el abaratamiento del audiovisual y el acceso a equipos domésticos, democratiza la producción y beneficia a la realización de *webseries* por personas no profesionales.

Hay personas que ni siquiera tienen equipos, pero entonces acá nace algo muy bonito que es que por ejemplo gracias a las nuevas tecnologías, hay muchos canales, personas, *influencers* que solo cogen un celular y a grabarse y a editarlo, e incluso por ejemplo, ya en plataformas como lo son *Tik Tok*, no necesitas tener un súper programa de edición y cosas así, entonces literalmente puedes hacer lo que tú quieras (J. Arango, comunicación personal, 25 de noviembre, 2020).

La verdad ahorita no necesitamos una cámara de diez millones de pesos (dos mil quinientos euros aproximadamente) para poder hacer un corto, una serie o lo que sea. Con la cámara que tengo, que es una cámara digamos formato medio que es asequible, yo creo que la mayoría de realizadores y con unas luces que no pasan de ciento cincuenta dólares,

uno ya puede empezar a crear algo. O sea, creo que la tecnología ha hecho que podamos crear contenido de calidad con muy pocos recursos y lo siento así, siento que ha sido muy bueno ese cambio (R. Salazar, comunicación personal, 26 de noviembre, 2020).

Frente a la pregunta sobre si un mejor presupuesto hubiese mejorado la serie web, la realizadora de una de las *webseries* adscritas a tareas universitarias destacó que la carencia de recursos le permitió enfrentar más problemas de producción lo que le resultó en un mayor aprendizaje.

A mí no me hubiera gustado tener más plata creo que gracias a las limitantes de presupuesto que tuvimos la serie web salió como salió, si nosotros hubiéramos tenido más plata pues le hubiéramos pagado a una persona profesional en cámara, a una persona profesional en sonido y hubiera salido perfecto y realmente no hubiéramos aprendido nada. Entonces creo que el tema no es de plata, creo que nuestro tema no era de presupuesto, creo que la serie web es un laboratorio de aprendizaje audiovisual y que también le enseña a uno, no solamente a contar historias que no es tan fácil como uno piensa, cómo contar un cuento, sino a cómo enganchar al público y si nosotros hubiéramos tenido un presupuesto ilimitado, no sé, no hubiéramos aprendido todo lo que aprendimos. (I. Arango, comunicación personal, 27 de octubre, 2020)

Por otra parte, el responsable de una de las *webseries amateurs* producida fuera de contextos académicos, indicó que, si bien los recursos económicos son necesarios, él en particular ha evitado recibir dinero que viene de personas vinculadas a escenarios como la política.

Sí hace falta la plata, sí hacen falta los que quieran invertir pero también hemos tenido cuidado [...] siempre hemos esquivado algunas ayudas porque usted sabe pues que hay

personas que no vienen pues con buenas intenciones, hemos evitado política y todos esos temas y pues por ahora ahí vamos y ver qué pasa más luego. (R. Caicedo, comunicación personal, 4 de noviembre, 2020)

Para profundizar sobre el tema de los presupuestos en las series web *amateurs*, se indagó sobre los costes de estas producciones. Según los realizadores que ofrecieron un valor aproximado, estas tuvieron inversiones muy variables. Las series web que necesitaron menos presupuesto costaron alrededor de los dos millones de pesos (cuatrocientos cincuenta euros), mientras que las más costosas estuvieron entre los diez y quince millones de pesos aproximadamente (dos mil trescientos y tres mil quinientos euros). Considérese que los menores y mayores costos corresponden a dos series web que no tenían vinculación con actividades académicas: “Mentes Alternas nos valió como dos millones (cuatrocientos setenta euros), por así decirlo, porque pues teníamos equipos propios, vestíamos con nuestra propia ropa al personaje [...] literalmente era algo como muy familiar, como muy de nosotros” (J. Arango, comunicación personal, 25 de noviembre, 2020). “Yo creo que nos costó entre un millón quinientos y dos millones de pesos (trescientos cincuenta y cuatrocientos setenta euros). Más o menos fue el costo de la *webserie*” (D. Villa, comunicación personal, 23 de octubre, 2020). “Yo le pongo unos seis o siete millones de pesos (entre mil cuatrocientos y mil seiscientos euros) por ahí. O sea, fue algo también muy económico” (R. Salazar, comunicación personal, 26 de noviembre, 2020). “Yo no me acuerdo bien el precio final, pero fueron más o menos cinco o seis millones de pesos (mil cien y mil cuatrocientos euros)” (I. Arango, comunicación personal, 27 de octubre, 2020). “Creo que la serie costó un poquito más de 6 millones (mil cuatrocientos euros)” (S. Rúa, comunicación personal, 19 de noviembre, 2020). “Yo creo que ese rodaje de ese fin de semana si uno lo pone en términos de dinero, eso no baja de diez millones (dos mil trescientos euros), le

pongo yo” (J. Orozco, comunicación personal, 4 de diciembre, 2020). “Yo presupuesté así por bajito, pongámosle que hayan costado (los episodios) por ahí quince millones (tres mil quinientos euros)” (J. Aguirre, comunicación personal, 21 de octubre, 2020).

Entre ocho y diez millones de pesos (mil novecientos y dos mil trescientos euros) costó toda la producción que para nosotros era un presupuesto re grande pero pues para una producción de un gran canal, con eso producen un solo capítulo. A nosotros eso nos costó todo el proyecto. (J. Pérez, comunicación personal, 9 de diciembre, 2020)

Consecuentemente, la mayoría de los realizadores dieron cifras de costes aproximados para sus series web.

Sin embargo, en algunos casos las obras no tuvieron presupuesto formal: “Yo la verdad no me acuerdo cuánto nos costó hacer *La Lista*, es que incluso no hicimos un presupuesto” (J. Argáez, comunicación personal, 3 de octubre, 2020). “A mí siempre me preguntan eso y siempre me quedo corchado porque es que yo no sirvo para eso, yo siempre para las gestiones siempre llamo a otras personas porque como que no sirvo para temas de gestionar cosas” (R. Caicedo, comunicación personal, 4 de noviembre, 2020).

Ahora bien, los presupuestos en las series web tuvieron diversos orígenes, según explicaron las personas responsables. Un grupo mayoritario financió la realización con presupuestos propios o apoyos familiares: “Lo financiamos pues a través de nuestras familias que nos apoyaron y que creyeron en nuestro proyecto” (L. Vallejo, comunicación personal, 21 de octubre, 2020). “Todo lo hicimos nosotros, es decir, todo lo sacamos de nuestro bolsillo para pagar a la productora que nos ayudó en los temas audiovisuales y a los actores” (S. Rúa, comunicación personal, 19 de noviembre, 2020).

Este fue un dinero que salió mitad y mitad a riesgo entre el productor y yo, y que fue un presupuesto que al final terminamos recuperando en festivales y en algunas ventas que hemos tenido. O sea, digamos por lo menos la inversión se recuperó pero más o menos eso fue lo que costó. (J. Pérez, comunicación personal, 9 de diciembre, 2020)

Otro grupo de realizadores logró conseguir apoyos de empresas que, en la mayoría de los casos les aportaron productos o servicios. En general, aunque existieron estos apoyos, algunos de los entrevistados completaron el presupuesto con recursos propios o de sus familias: “Nosotras sí logramos un pequeño apoyo de una empresa que se consiguió el patrocinio una de nuestras compañeras y ya lo demás lo hicimos nosotras, o sea el bolsillo familiar” (D. Villa, comunicación personal, 23 de octubre, 2020). “Había patrocinios de marcas muy conocidas, de comida, de vestidos de baño [...] el transporte también fue patrocinado [...] a nosotros no nos valió un peso, todo fue regalado y prestado y de buena fe” (J. Orozco, comunicación personal, 4 de diciembre, 2020).

Recuerdo por ejemplo que a través de muchos patrocinios lográbamos conseguir por lo menos los alimentos de los muchachos, más que todo dándoles prioridad a ellos que a nosotros mismos y también los transportes [...] las dos empresas de mis padres [...] creo que entre las dos, o sumaban un millón o se acercaban a un millón de pesos (doscientos treinta euros), esos sí fueron patrocinios reales en dinero. El resto de los patrocinios eran en especies, como se dice popularmente, y obviamente de esos presupuestos nosotros hicimos una recolecta grupal. (W. Puche, comunicación personal, 8 de diciembre, 2020)

Debe precisarse que dichas formas de financiamiento correspondieron a series web que tuvieron vínculos con tareas universitarias. Las producciones ajenas a escenarios académicos, además de utilizar recursos propios, tuvieron otras formas de consecución de

fondos como el apoyo de fundaciones y organizaciones no gubernamentales o la realización de actividades extras para conseguir dineros que luego serían utilizados en la producción: “Fueron ellos (las organizaciones USAID¹⁰⁶ y ACIDI VOCA¹⁰⁷) los que me ayudaron con el tema de los equipos al principio y pues digamos que yo debía poner los créditos de ellos en los primeros capítulos, en los tres primeros capítulos” (R. Caicedo, comunicación personal, 4 de noviembre, 2020).

Varias organizaciones: La Fundación El Camino nos colaboraba con las locaciones, con algunos actores que eran habitantes de calle, yo he trabajado con ellos entonces los metía allí. Otras personas también nos colaboraban con pasajes, con logísticas de las locaciones, prestarnos las discotecas. El tema de las armas, no, las armas yo sí las compré [...] el sonido también lo fui comprando y de resto fueron las mismas personas que aportaban la comida, la indumentaria, los transportes que es lo que más uno se va, transportes, comidas y hospedaje que de pronto, de vez en cuando nos quedábamos a dormir en la misma casa de alguno de los actores. (J. Aguirre, comunicación personal, 21 de octubre, 2020)

Hacíamos eventos para mostrar exclusivas del proyecto, una banda, un bar, cobrábamos el *cover* y nos daban como la mitad y nosotros qué hacíamos con esa mitad del *cover* de esa noche pues ya nosotros mirábamos cómo lo presupuestábamos, necesitábamos esto, aquella cosita, cositas pequeñas. (J. Arango, comunicación personal, 25 de noviembre, 2020)

¹⁰⁶ USAID por sus siglas en inglés es la Agencia de los Estados Unidos para el desarrollo internacional y que se encarga de distribuir ayuda al exterior a programas que no tienen que ver con aspectos militares.

¹⁰⁷ ACIDI VOCA es una Organización No Gubernamental norteamericana que cuenta con una serie de programas de intervención en Colombia y que apoya a comunidades afrodescendientes e indígenas en proyectos que mejoren la calidad de vida de estas comunidades.

Finalmente, en la misma línea de los presupuestos cabe considerar que, en todas las series web, los equipos de realización no recibieron ningún tipo de pago. En algunos casos, los creadores hicieron pagos simbólicos a los actores: “Acordamos ciertas cifras módicas muy simbólicas pero que obviamente también ellos se sintieran motivados con los respectivos pagos para no generar malos ambientes” (W. Puche, comunicación personal, 8 de diciembre, 2020).

Los actores fueron los únicos que recibieron un pago que pues obviamente no era un gran pago, pero pues era un pago, era lo que podíamos. Igual creo que fue justo, pero como eran diez o quince personajes, obviamente no todos ganaban igual, pero eran muchas personas entonces eso se empieza a multiplicar [...] El resto del equipo pues éramos compañeros que cada uno se desempeñaba en el rol que le gustaba y pues no cobraron porque era una experiencia y era la oportunidad de hacer [...] de resto pues se nos fue un buen presupuesto en transportar toda esta gente todos esos días, alimentar toda esa gente todos estos días, básicamente como eso. (J. Pérez, comunicación personal, 9 de diciembre, 2020)

Todo inició de manera voluntaria por lo que le digo que todo el mucho quiere salir en Quibdó Baila, pero hoy en día se le da, de los ingresos de *YouTube*, a los principales, no a todos porque pues no alcanza porque tampoco es mucho, entonces sí se le da como un auxilio a los más principales. (R. Caicedo, comunicación personal, 4 de noviembre, 2020)

Siempre quisimos respetar que la gente tuviera alguna retribución económica por su trabajo, eso evidentemente era muy difícil, pero nosotros cubríamos ciertas cosas, el transporte, la alimentación de los actores, y eso de alguna forma siempre ha sido cómo algo que nos han agradecido a nosotros las personas que han trabajado con Rara¹⁰⁸, que

¹⁰⁸ Rara es un colectivo audiovisual formado por estudiantes de algunas universidades de Medellín. Cuando estos jóvenes terminaron sus estudios el colectivo se consolidó como empresa de producción.

así sea muy poquito, algo se le ha retribuido a esas personas entonces Algo Animal también operó bajo esa lógica. (C. Arroyave, comunicación personal, 9 de octubre, 2020)

Nosotros le pagábamos el transporte a los actores, a los que podíamos recogerlos, les dábamos desayuno, almuerzo y comida. No sé eso cuánto haya sido, pero fue eso más o menos, transporte, alimentación y sí, le pagamos a la actriz. (C. Díaz, comunicación personal, 13 de octubre, 2020)

Algunos de los realizadores entrevistados manifestaron que no hicieron estimaciones acertadas en los presupuestos. De hecho, se observa que, cuando las personas consultadas dieron cifras, no incluían el valor de equipos, pues al ser de propiedad de los realizadores o préstamos de las instituciones universitarias, no entraban dentro del presupuesto. Asimismo, algunas de las personas consultadas al hablar de los recursos obtenidos para la producción, denominan regalos a los recursos recibidos, y no como lo que eran, patrocinios con la contraprestación de mencionar a la empresa u organización financiadora en los créditos.

Todos estos asuntos demuestran cómo en contextos *amateurs*, los realizadores, ya sean vinculados o no a actividades académicas, carecen de un conocimiento amplio del manejo de los presupuestos, quizás por distintos factores como la escasa formación en temas económicos o la poca experiencia previa en la producción audiovisual.

8.1.2.8 Relación con los usuarios. Una de las características de las series web es que, al tratarse de productos audiovisuales distribuidos por plataformas web, en este caso *YouTube*, los realizadores pueden interactuar con los usuarios y tener en cuenta comentarios para tomar decisiones sobre los contenidos. Respecto a esta posibilidad, la mayoría de los realizadores entrevistados expresó haber estado pendiente de los comentarios. Sin embargo, las respuestas sobre si hicieron o no cambios en los capítulos a partir de las interacciones con los usuarios

estuvieron divididas. Por una parte, las series web que optaron por producir todos los capítulos antes de empezar a emitir, no hicieron cambios. Sus realizadores dijeron leer las opiniones de los públicos y tomarlas en cuenta para futuros proyectos: “Teníamos un *feedback* directo, no podíamos hacer ese tipo de correcciones, pero creo que para nuestra vida profesional pues fue importantísimo tener en cuenta todos esos comentarios” (L. Vallejo, comunicación personal, 21 de octubre, 2020). “Si bien estábamos pendientes de los comentarios y de la retroalimentación de las personas, había poco para hacer, más allá de pronto de que cambiáramos el orden de alguna editada por así decirlo” (J. Orozco, comunicación personal, 4 de diciembre, 2020).

Hacer cambios ya sobre la marcha era muy complejo porque implicaba cambios en muchos procesos y pues ya no se podía. Los capítulos se editaron y ese fue el corte final, pero sí leíamos todos esos comentarios, o sea a mí todo eso me parece interesantísimo, tanto lo negativo como lo positivo [...] Para mí eso es enriquecedor porque hubo gente que de pronto criticaba cosas que uno decía: bueno, yo no caí en cuenta de eso, chévere el comentario, son cosas que lo ayudan a uno a mejorar, como de darse cuenta de cosas que uno no tomó en cuenta o que pudieron haber sido mejor, entonces sí tuvimos muy en cuenta eso más bien para nutrirnos como profesionales posteriormente, pero la serie se estrenó así tal cual, no había oportunidad para cambios. (J. Pérez, comunicación personal, 9 de diciembre, 2020)

Los comentarios que veíamos eran comentarios como de que les gustaba, que estaba muy chévere, pero no los teníamos muy en cuenta porque ya estaba todo hecho. Entonces no decíamos, *okay*, en el segundo capítulo cambiamos esto porque de pronto la gente le gusta más, no porque ya lo teníamos todo hecho, pues era ya el capítulo listo, se

publicaba y no esperábamos más. (R. Salazar, comunicación personal, 26 de noviembre, 2020)

Por otra parte, los realizadores de las series web que eligieron producir capítulo a capítulo tuvieron distintas respuestas. Por un lado, algunos dijeron que, a pesar de leer los comentarios, no los tuvieron en cuenta para hacer cambios posteriores aunque otros sí los consideraron e implementaron variaciones en el guión original. En los primeros, la mayoría argumentó que la naturaleza de los proyectos no les daba tiempo de reaccionar para hacer cambios: “Por la naturaleza del proyecto como que era chévere verlo y: gracias amigo, ya viene el próximo capítulo, estén pendientes. Pero así, usarlo como retroalimentación pues no. No nos daba el tiempo ni por la naturaleza del proyecto académico” (J. López, comunicación personal, 23 de octubre, 2020).

En redes sociales empezaron a ver personajes creados que nosotros no sabíamos quiénes eran, que se relacionaban con el universo de la serie, entonces Sara mi compañera empezaba a decir: ‘no, tenemos que meter estos personajes en la serie o tenemos que hacer que esto se involucre con lo que está pasando en redes sociales’. Lo que pasa es que eso era muy difícil pues porque no solamente no había tiempo de dibujar nuevos personajes, de animar nuevos personajes, sino que además ya teníamos como unas ideas de los guiones que venían desde el principio. (C. Arroyave, comunicación personal, 9 de octubre, 2020)

Como se dijo, algunas series web *amateurs*, sí tuvieron en cuenta los comentarios de los usuarios para realizar algunos cambios. Según los realizadores, las intervenciones de los públicos tuvieron que ver con la duración de los capítulos y fueron manifestadas a manera de comentarios en *YouTube* o al analizar los datos de visualización en la plataforma. Precisamente, estos

cambios en los capítulos siguientes de los que se obtuvieron los comentarios se vieron traducidos, como lo manifestaron los realizadores, en duraciones más cortas o más largas, según había sido el interés de los seguidores.

Si tuvimos en cuenta los comentarios de los usuarios. Sobre todo en *Facebook* se empezó a ver a partir del tercero o cuarto episodio y del primero y segundo fueron los comentarios en *YouTube*. Pero sí los tuvimos en cuenta porque decían que más cortos, que los otros eran muy largos. El sexto quedó muy largo entonces volvimos ya el séptimo y octavo a dejar más corto. Entonces siempre tuvimos en cuenta los comentarios en cada episodio. (J. Aguirre, comunicación personal, 21 de octubre, 2020)

A pesar de que la gente se reía con los comentarios de esos tres pelados, que como he dicho son inmaduros, son medio tontos, son vivos pero tontos al mismo tiempo, me tocó cambiar esa escritura porque las analíticas me estaban diciendo que no se estaban aguantando diez minutos y tocó obviamente recortar muchos diálogos. (W. Puche, comunicación personal, 8 de diciembre, 2020)

Nosotros empezamos con una serie web con episodios de veinte o treinta minutos.

Después las mismas seguidoras de la serie decían: “necesitamos un capítulo con más”; entonces paulatinamente fuimos aumentando la duración de los minutos y ellas morían, por así decirlo, por un episodio que durara una hora. Decidimos que el episodio final durara una hora (...) Entonces algo de las series web es que su público también tiene una gran importancia en esa interacción y la gente también se manifiesta (y) uno como creador audiovisual quiere mantener a su gente como: hagámoslo, dejemos esta gente ‘contentica’ y dependiendo de las exigencias que tomen pues uno ahí toma una decisión. (J. Arango, comunicación personal, 25 de noviembre, 2020)

Finalmente, sólo una realizadora dijo no haber tenido ningún tipo de interacción con los usuarios. Ello se debió a que antes de ser publicada en *YouTube*, la serie web se emitía por *Ustream*, un canal *streaming* que no ofrecía tantas posibilidades de interacción. Vale indicar que esta *webserie* fue producida en 2012, cuando el formato recién empezaba a ser reconocido por los públicos.

No teníamos una interacción directa con un público externo. Aunque nuestra señal de *MediaLab* la podía ver cualquier persona y estar la serie disponible, como que no hubo en ese momento. Como que tampoco se fomentó una interacción directa con los usuarios, digamos que en ese momento nosotras no pensamos en realidad en pongamos este capítulo en *Facebook* y miremos qué pasa. En ese momento la distribución la pensamos en que era en el canal de *MediaLab*, ese día a esa hora que teníamos esa cita allá en la universidad, y a partir de ahí era que nosotras nos sentábamos a escribir, no estuvimos en realidad monitoreando mucho las reacciones de otras personas ajenas. (J. Argáez, comunicación personal, 3 de octubre, 2020)

Las *webseries* son productos que se distribuyen en plataformas como *YouTube* que permiten ver las opiniones de los usuarios representadas en comentarios o reacciones a partir de *likes* o *dislikes* y las estadísticas de visualización.

A partir de las respuestas obtenidas, es evidente que las sugerencias y comentarios de las audiencias son tenidas en cuenta por algunos de los realizadores, aunque la introducción final de los cambios depende del proceso de producción y del presupuesto.

Es comprensible que las dinámicas de producción hacen que sea imposible realizar cambios en cada capítulo de una serie web, además también de tener en cuenta todos los comentarios que los seguidores tengan frente al producto. Sin embargo, y sobre todo por tratarse

de un formato que se produce en contextos académicos para permitir la práctica de estudiantes, es clave definir maneras de explotar estas herramientas para la integración de los públicos.

Además de utilizar la interactividad de manera creativa.

8.1.2.9 Satisfacción con la serie web. Respecto al resultado final del producto creado, todos los realizadores entrevistados dijeron quedar satisfechos con la serie web. Casi en su totalidad reconocieron que, pasados los años, encuentran errores en la producción, pero entienden que la *webserie* fue parte de un proceso de aprendizaje y esa fue la mayor satisfacción: “A mí me gustó mucho la verdad. O sea, no es una serie perfecta, de ninguna manera, pero me parece que teniendo en cuenta todo lo que se propuso, lo que se quería hacer, se logró” (J. López, comunicación personal, 23 de octubre, 2020). “Me parece bien y me siento orgullosa de haberlo hecho en ese momento. O sea, si hubiera hecho eso hoy no me sentiría muy orgullosa realmente, pero me siento orgullosa de mí en ese momento” (C. Díaz, comunicación personal, 13 de octubre, 2020). “Yo quedé muy satisfecha, pienso que es un producto muy bonito, pienso que es un producto que narra algo que como colombianos debemos saber, que debemos tener presente siempre, no olvidarlo, sobre todo para no repetirlo” (L. Vallejo, comunicación personal, 21 de octubre, 2020). “Yo me siento totalmente satisfecho, siempre habrán cosas por mejorar pero me siento feliz porque primero es algo que siempre me ha nacido hacer de corazón y ha sido toda una escuela para mí. Me siento satisfecho y sobre todo orgulloso” (J. Arango, comunicación personal, 25 de noviembre, 2020).

En esa misma línea, una de las creadoras entrevistadas agregó que su satisfacción no fue solo con el resultado materializado en la *webserie*, sino con la posibilidad de experimentar en el desarrollo de modelos de producción y la experimentación con la narrativa.

Nosotras pudimos jugar mucho con esa serie y estoy recordando la vez que hicimos el cierre del año del MediaLab que llevamos incluso el capítulo y empató con el evento. Era la primera vez que incluso los personajes como que salían del set, porque en realidad todo era 'Betty la Fea', todo ocurría en el set. Solamente al final como que hubo unas secuencias exteriores y llevamos ese capítulo hasta que los actores llegaban a la universidad al auditorio y en el auditorio los recibían, entonces nosotros estábamos viendo el capítulo ahí y eso fue súper bonito. O sea, fue muy chévere porque era jugar con las posibilidades que teníamos de llevar nuestro producto a donde quisiéramos. Entonces, mi satisfacción también está en que nos inventamos un modelo de producción y eso pensándolo uno ahora en términos profesionales, eso es muy valioso; como uno llegar a descubrir cómo uno puede trabajar con un equipo de seis estudiantes que además cada ocho días produzcan un capítulo de once minutos y que además logren hacer cruces con la realidad con la cotidianidad en un evento, es una cosa muy chévere, distinta y que es lo que te permite la universidad. (J. Argáez, comunicación personal, 3 de octubre, 2020)

Por su parte, uno de los entrevistados que se desempeñó como guionista, aunque también se mostró satisfecho con el producto realizado, reconoció que su *webserie* pudo haber sido mejor, pues en el guión se escribieron líneas que, según él, hubieran aportado a la narrativa, pero que al final no se tuvieron en cuenta en la versión producida. Esto indica que, en estos procesos, también hay variaciones entre los guiones iniciales y lo que se produce. Luego, a pesar de que se planifique de antemano, ocurren cambios, como sucede en la producción audiovisual tradicional.

Yo quedé muy satisfecho con lo que se realizó en el guión. Ahora, hay que dejar claro que en temas de ya lo que se vio, como guionista personalmente me quedó un sinsabor en la boca porque lo que tú escribes, igual de cuenta un director decide si lo corta o no y eso

es algo que es indispensable tener en cuenta porque los roles se tienen que respetar y si en las dos personas que se encarguen de ser directores dicen que tal cosa sale, tal cosa sale. Entonces al final el material que los dos guionistas consideramos que era muy importante, no estuvo en la producción. Al final de cuentas se contó una historia, se logró el objetivo, pero desde la versión escrita se pudieron haber puesto muchísimas otras cosas que de verdad fueran simbólicas para la narrativa. (S. Rúa, comunicación personal, 19 de noviembre, 2020)

Un caso concreto que es necesario observar fue el de una de las series web ajena a los procesos académicos. Su realizador contó que fue tanta la acogida que tuvo su serie web que fue descargada por otras personas sin su autorización y reeditada para ser distribuida de forma ilegal como película. Aunque este realizador entiende lo malo que es esto para la industria audiovisual, lo vivió como una forma de reconocimiento.

Yo me siento muy satisfecho, yo la sigo viendo y digo: ¡uy juepucha!, que cosa tan dura, ahorita volverla a hacer muy difícil. O sea, de pronto dicen que el punto de giro, que los actores, que hay diálogos, sí, yo sé que hay una cantidad de errores porque hay muchos errores, digo: sí, lo hubiera hecho de otra forma, pero aún así creo que no habiéramos sido capaces de hacerlo de otro modo y toda mi familia, los amigos, todos estamos muy contentos porque fue un proyecto de muy buena calidad, a pesar de las condiciones, y sigue vigente, e inclusive piratearon la serie y la compilaron como si fuera una película y eso los revendedores de Venezuela, la frontera, San Cristóbal y en el centro Cúcuta vendían la película así pirateada (...) Se ganaron bastante plata ellos [pero] nos dio mucho reconocimiento. Uno iba en la calle y lo reconocían a uno. Entonces, fue muy chévere

porque fue un producto de muy buena calidad y por algo la piratearon. (J. Aguirre, comunicación personal, 21 de octubre, 2020)

Aquí es importante resaltar cómo este tipo de obras audiovisuales, al circular de forma libre por plataformas como *YouTube*, quedan expuestas a la redistribución sin consentimiento de los creadores, en una suerte de lo que comúnmente se conoce como *piratería*. Esto, que se evidenció en la *webserie* referenciada como un acto de extracción del material y transformación por parte de segundos agentes en una obra autocontenida, también se ve en otras series web que son redistribuidas por otros canales de la misma plataforma *YouTube* sin el debido consentimiento de los creadores, lo que pone de manifiesto cómo el tema de los derechos de autor debe tenerse en cuenta en obras distribuidas por la red.

Por otra parte, es constante entre los realizadores entrevistados hablar de satisfacción con el producto realizado y con todo el proceso de realización.

Como se insistió en varios momentos de esta segunda parte de la interpretación de las respuestas de los realizadores *amateurs*, el que la serie web haya sido producida en contextos no profesionales, permitió que los creadores valoraran el producto como un ejercicio de aprendizaje, en el que pudieron narrar sus historias, experimentar con las técnicas, ser flexibles en la producción e inclusive equivocarse en los procesos. Esto, como lo relataron en gran parte de este texto, les evitó presiones propias de escenarios profesionales.

8.1.3 El formato serie web

En la tercera parte de este análisis se abordó las percepciones de los realizadores acerca del formato *webserie* según sus contextos de producción —profesionales o *amateurs*—. Se intentó establecer junto a ellos, las características que diferencian o asemejan los distintos tipos de producciones. Posteriormente, se les solicitó que reflexionasen sobre el futuro del formato.

8.1.3.1 Percepción sobre las series web.

8.1.3.1.1 Las obras amateur. Para todos los realizadores entrevistados, el formato *webserie* es ideal para que cualquier persona cuente sus propias historias y las ponga fácilmente en circulación a través de la red, gracias a que su producción es favorecida por tecnologías cada vez más asequibles. Esto, además, permite que el formato se convierta en una herramienta para que personas jóvenes mejoren sus habilidades técnicas y ganen experiencia en el campo audiovisual.

Tener el asunto técnico a la mano pues lo que hace es que uno desde muy rápido pueda empezar a poner sus ideas en circulación, entonces creo que eso está muy chévere y sobre todo porque pues también se empieza a ganar experiencia desde ahí y se puede narrar los propios relatos de uno así no los vea nadie, pero solo tener la posibilidad expresiva porque tengo un teléfono y un computador o solo un teléfono pues siento que eso está muy bueno, a mí me parece fantástico que ocurra. (J. Argáez, comunicación personal, 3 de octubre, 2020)

A mí me parece excelente el fenómeno del ‘hágalo usted mismo’. Es que en este momento las personas tienen acceso desde el celular, desde el computador a todo un universo, y más si la gente tiene, digamos, interés en el asunto lo logran. (D. Villa, comunicación personal, 23 de octubre, 2020)

Yo creo que eso hace que las personas que les gusta el tema audiovisual (como realizadores), desde mucho más jóvenes tengan mejores competencias y logren en una edad adulta tener ya capacidades mucho más desarrolladas de lo que las generaciones anteriores tenían. (C. Díaz, comunicación personal, 13 de octubre, 2020)

Además de estos comentarios, un realizador consultado, quien tuvo la oportunidad de trabajar con comunidades en contextos sociales marcados por la violencia, percibe las series web como un formato que ayuda al desarrollo social porque permite que los jóvenes que han vivido situaciones difíciles puedan crear y compartir sus narraciones antes que dedicarse a actividades no provechosas. El audiovisual se convertiría en herramienta para el cambio social y la educación.

A mí me parece espectacular que haya esa democratización del audiovisual y que se le permita a cualquier persona hacer ese tipo de creaciones por más facilidades y se están creando más. Cada día son más creaciones y eso permite que determinada población si se iba a fumar, si se iba a hacer ‘huevoadas’ en la calle, se quede grabando con el celular y empiece a hacer sus creaciones audiovisuales y eso permite desarrollo social, eso es muy importante, educación. (J. Aguirre, comunicación personal, 21 de octubre, 2020)

En línea con este tipo de comentarios, otro de los creadores encontró en las *webseries* un formato que puede explorar diversos temas de índole social, lo que puede alimentar el bienestar de las comunidades. Así, enfatizó en que si bien las series web están muy relacionadas con lo comercial, también se prestan para abordar otros asuntos vinculados a las historias y circunstancias locales para el cambio social y cultural.

No todo tiene que responder a lógicas comerciales, hay ciertas producciones que están muy enfocadas al *restauramiento* del tejido social, al *restauramiento* de la reconciliación y de obtener paz en procesos que han sido muy dolorosos, el arte también como proceso curativo para la salud mental de los pobladores, entonces también se trata de eso, de crear historias a partir de las tecnologías, la idea es enseñar también. (W. Puche, comunicación personal, 8 de diciembre, 2020)

Un comentario que apareció en reiteradas ocasiones a lo largo de las entrevistas y que destacamos páginas atrás, es que las *webseries*, y sobre todo las producidas en contextos *amateurs*, son concebidas como una herramienta ideal para el aprendizaje y la práctica del oficio de la producción audiovisual, no solamente de los aspectos técnicos, sino también narrativos, de distribución de contenidos y de gestión de la identidad comercial: “Me parecen un laboratorio genial para aprender de narrativas, para aprender de tecnología, para aprender de *marketing*. Me parecen una herramienta brutal de *marketing*” (I. Arango, comunicación personal, 27 de octubre, 2020).

Consecuentemente, para los realizadores consultados el formato webserial que se desarrolla en contextos *amateurs*, es percibido como una herramienta que favorece varios procesos: 1) la construcción de historias en diversos temas, principalmente porque permite la exploración con tecnologías que cada vez son más asequibles y fáciles de manejar como los dispositivos móviles; 2) la libre circulación de los contenidos al usar la web como plataforma; 3) el aprendizaje y experimentación para nuevos realizadores que quieren incursionar en el campo de la producción audiovisual, y 4) la expresión de temas que no están en las plataformas comerciales y que permiten insertarlas en programas o iniciativas de comunicación para el cambio social.

8.1.3.1.2 Las obras profesionales. Por otra parte, los entrevistados *amateurs* en general perciben que la producción profesional de series web es positiva. Para muchas de las personas consultadas, el que los canales de televisión, las productoras y agencias audiovisuales hayan entrado desde hace algunos años al campo de la realización de *webseries*, cualifica el formato y lo perfila para su mercadeo. Como hecho interesante a resaltar, algunos de los entrevistados *amateurs* relacionan las series web producidas por empresas del sector audiovisual con prácticas

publicitarias: “A mí me gusta mucho porque las *webseries* son también una estrategia de venta [...] Yo creo que eso como estrategia de mercadeo es muy muy bueno” (C. Díaz, comunicación personal, 13 de octubre, 2020). “Yo creo que se le abrió una posibilidad más de generar rentabilidad a los canales, de tener un ingreso más publicitario [...] entonces se ha vuelto bastante comercial, creo que ha sido otra ventana” (J. Aguirre, comunicación personal, 21 de octubre, 2020).

En congruencia con las percepciones sobre las *webseries amateurs* como herramienta de aprendizaje y formación de nuevos talentos, algunos realizadores consideraron que esto también se produce en contextos profesionales. Así, perciben que, gracias a este formato, canales, agencias y productoras han dado la oportunidad de inserción y especialización laboral profesional a jóvenes realizadores: “Me gusta y creo que es un campo que le da también trabajo a mucha gente” (R. Salazar, comunicación personal, 26 de noviembre, 2020).

Es chévere que también le apunten a esos formatos porque además sé que en muchos de esos proyectos había gente como nosotros en Deja vú, gente que tal vez no tenía una súper experiencia en muchos años, ni de mucha rosca¹⁰⁹ tal vez. Entonces digamos que esto es bueno porque comenzó a abrirle puertas a mucha gente que estaba empezando como nosotros a meterse a hacer algo con más presupuestos. (J. Pérez, comunicación personal, 9 de diciembre, 2020)

A mí me parece muy positivo que el universo de las series ya sea una posibilidad, no solamente creativa sino también económica, o sea hay muchas empresas que ahora están pensando es en crear series, entonces eso en términos de la industria es muy bueno

¹⁰⁹ La expresión *rosca* en Colombia se refiere a grupos cerrados de personas que se favorecen entre sí sobre todo para la obtención de trabajos.

porque nos permite como irnos también hacia ese sector. (C. Arroyave, comunicación personal, 9 de octubre, 2020)

Sin embargo, uno de los realizadores *amateur* percibió que las series web en contextos profesionales no ofrecen nada distinto a lo que tradicionalmente ha hecho la industria audiovisual: “Las *webseries* que hacen los canales es lo mismo que ellos hacen en televisión entonces no hay ninguna diferencia. Yo creo que por eso es que no se destacan mucho porque es lo mismo o más bobo” (R. Caicedo, comunicación personal, 4 de noviembre, 2020).

Este tipo de respuestas muestra cómo existe en algunos realizadores *amateurs*, una sutil deslegitimación de la validez de la obra profesional y una reafirmación de los valores de sus obras. Inclusive, alguna de las respuestas llega a cuestionar la denominación serie web para las producciones serializadas que circulan en la red realizadas por canales o productoras audiovisuales. Para estos creadores es muy importante el hecho de que en la *webserie amateur* exista un *look* particular, que está condicionado por el clima de producción y define el tipo de obra.

Creo que cuando tú ya produces una *webserie* muy profesional con muchas cosas, con mucho presupuesto y con una súper producción, ya pierde el saborcito de una *webserie* y se mueve la cámara y el sonido no es el mejor, entonces creo que sí, hay unas producciones muy bien hechas pero no sé hasta qué punto ese concepto se borra. (I. Arango, comunicación personal, 27 de octubre, 2020)

Ellos lo ven como un producto más para llegarle a las personas o a un determinado público, pero no tienen como ese *flow*, esa salsita, ese calor, ese sabor que lo hace realidad una persona que en realidad ama hacer todo esto. (J. Arango, comunicación personal, 25 de noviembre, 2020)

Yo vuelvo siempre a Malviviendo¹¹⁰ que es una vaina ahí toda rara que yo no sé uno por qué terminó viéndola en ese momento, pero me enganchó porque se sentía real, se sentía que la gente que la hacía y así era, la gente que la hacía era la que estaba ahí y había cierta sinergia entre los personajes y lo que eran ellos como escritores y realizadores entonces funcionó muy chévere, y eso es lo que más a mí me gusta de la serie web, que sean “reales”, que se sienta que está detrás un grupo de gente que lo está haciendo porque quiere y le gusta y quieren romperla, obviamente pero porque están ahí dándole. (J. López, comunicación personal, 23 de octubre, 2020)

Es importante resaltar cómo en este tipo de comentarios se percibe una valoración distinta a la serie web creada en contextos profesionales frente a las realizadas *amateurs*. Aquí por ejemplo, el realizador entrevistado enfatiza la importancia que para él tienen las *webseries amateurs* al definir las como reales. Para este realizador, la realidad-verdad de las series web valida los posibles defectos narrativos y técnicos que puedan llegar a presentar estos productos a raíz de los bajos presupuestos para la adquisición de equipo de alta gama u otros aspectos propios de la producción en contextos aficionados.

Precisamente, estos aspectos que se refieren a la diferencia en el *look* de las series web *amateurs* frente a las profesionales, llevó a indagar sobre la posibilidad de que las *webseries* puedan precarizar la producción audiovisual.

Al respecto, para algunos realizadores las series web *amateurs*, aún cuando carezcan de una calidad *broadcasting*, no precarizan la labor audiovisual profesional. Al contrario, y como lo expone una de las realizadoras entrevistadas, el que existan producciones aficionadas, malas,

¹¹⁰ Malviviendo es una serie web española que se creó en 2007 y que es ícono en el formato pues surgió de jóvenes *amateurs* que gracias al éxito de la obra les permitió incursionar en la industria del cine y la televisión en España.

regulares y buenas ayuda a cualificar los contenidos de la industria porque hacen más exigentes a los usuarios que tienen más opciones para consumir.

Más que precarizarlo lo que hace incluso es que le sube el nivel y hace que tengan que ponerse las pilas los de la producción profesional y eso me parece es que está bueno, que lo que obliga es a que de alguna manera se cualifiquen las otras narraciones, como si tenés este presupuesto entonces por qué no contar mejor. (J. Argáez, comunicación personal, 3 de octubre, 2020)

En esa misma línea, y como lo expone otra de las creadoras audiovisuales, la precarización de la labor audiovisual no tiene nada que ver con la posibilidad de que cualquiera produzca una serie web con bajos presupuestos. La realizadora considera que son escenarios muy diferentes y en línea con otras posiciones, cree que este tipo de producciones son positivas porque permiten la experimentación.

Algo Animal es una serie *amateur*, no le quitó un pelo, ni le puso un pelo a las series web que está haciendo *64A Films*, eso no toca ni siquiera la industria. O sea, la industria real de gente que está invirtiendo plata en hacer una serie que le van a vender a Netflix, a Amazon, a HBO, que en Colombia yo ya he trabajado en varias producciones o que han sido series o que van a ser series por ejemplo dirigí el casting de una serie que se está pasando por Amazon Prime, o sea que son productoras que están haciendo proyectos de series para venderle a estas plataformas, o sea eso si alguien está haciendo una serie web con un celular pues genial, eso no le quita ni le pone nada a la dificultad de cerrar un negocio, que te paguen por eso, que te compren la serie, que la serie quede bien hecha, eso no le quita ni le pone nada. (C. Arroyave, comunicación personal, 9 de octubre, 2020)

En síntesis, la percepción que tienen los realizadores consultados sobre las series web producidas en contextos profesionales son, en su mayoría, positivas, pues resaltan que gracias a este formato que se han abierto nuevas posibilidades laborales en el campo audiovisual. Sin embargo, es notable cómo también perciben una validación de la obra audiovisual *amateur* con *looks* de menor calidad frente a las realizaciones profesionales, hasta el punto de cuestionar su denominación de serie web. En este punto, es importante precisar cómo se percibe en varias de las respuestas de estos realizadores que el concepto de serie web está más ligado a las producciones *amateurs* en las que se agrupan trabajos con menores presupuestos de realización.

8.1.3.1.3 Similitudes y diferencias: competencia entre series web amateur y profesionales. En la línea de analizar las opiniones de los creadores *amateurs* respecto a las producciones realizadas en contextos profesionales y no profesionales, se preguntó si consideraban que éstas últimas (las no profesionales o *amateurs*) podrían competir con las *webseries* realizadas en contextos profesionales. Según todas las personas entrevistadas, las *webseries* hechas en las universidades o fuera de de la industria, pueden perfectamente competir con las producciones creadas por canales, productoras o agencias audiovisuales tradicionales, pues al encontrarse en plataformas web tipo *YouTube* abiertas al público, están en las mismas condiciones para satisfacer a los usuarios.

Hay una especie de gran competencia por la atención de la gente, y en esa medida yo creo que los contenidos están compitiendo casi que por igual porque al mismo tiempo necesita tu atención la serie más gigantesca de *HBO* como la serie más chiquita. (C. Arroyave, comunicación personal, 9 de octubre, 2020)

Puede ser una serie muy profesional y todo, pero si el contenido no conecta con la audiencia pues no sirve de nada pues que sea profesional o que sea de alguna productora,

y si tú haces en cambio una *webserie* en tu casa con celular y eso mató a la gente, pues obvio están compitiendo porque igual desde que se publiquen en internet ya entraron a competir, entonces el que tenga más *engagement* gana. (C. Díaz, comunicación personal, 13 de octubre, 2020)

Frente al tema de ganar la atención de los usuarios, el creador de una de las *webseries amateurs* realizada en contextos fuera de la universidad dijo sentirse muy satisfecho, pues su obra pudo competir en términos de visualizaciones con producciones realizadas por canales de televisión.

Pues Caracol tiene una serie web y Quibdó tiene más *rating* que esa serie web, que todas las de Caracol en *YouTube*. Por más de que estén mejor producidas y que las haga el canal, Quibdó tiene más seguidores [...] entonces yo creo que sí se puede competir aunque pues o sea el objetivo no es competir. (R. Caicedo, comunicación personal, 4 de noviembre, 2020)

Algunos realizadores destacaron que otro aspecto en el que las realizaciones *amateurs* también pueden competir con las profesionales es la calidad, gracias a los actuales bajos costes en los equipos técnicos que ofrecen resultados más profesionales y la diversidad de actores o miradas que ello permite.

La revolución digital ha permitido que cada vez podamos hacer cosas de mejor calidad con poco presupuesto [...] siempre ha pasado que la gente y los festivales al final de cuentas lo que más juzgan es el proyecto como tal, la historia que estás contando. Pudiste tener mil juguetes y un presupuesto multimillonario pero de pronto la gente conectó con un proyecto que no costó nada, porque pues al final de cuentas a la gente no le importa cuánta plata hubo en la mitad aunque se nota a veces, pero finalmente a la gente le

interesa tener un buen rato, una película que les hizo pasar un buen rato, que fue entretenida, que fue chévere y más allá de qué tanta plata tuvo. (J. Pérez, comunicación personal, 9 de diciembre, 2020)

Yo creo que sí se puede competir en cuanto a lo técnico porque como te digo, el hecho de tener equipos de tan bajito presupuesto y que den una calidad tan buena como la podría ver uno en cualquier serie profesional, se puede competir por ahí. (R. Salazar, comunicación personal, 26 de noviembre, 2020)

Sí claro, pues uno encuentra en este momento muchos productos buenos y de calidad que yo no encontraría en televisión [...] Yo no pienso que sea tan complicado y entre más la tecnología se siga desarrollando, va a ser mucho más fácil encontrarse con personas que sean capaces de producir y poner al aire todo lo que piensan y sienten. (D. Villa, comunicación personal, 23 de octubre, 2020)

La competencia de *webseries* se promueve tanto en Colombia como en otros países del mundo a través de festivales audiovisuales dedicados a juzgar y promover la producción de series web profesionales y *amateurs*. Precisamente, uno de los realizadores entrevistados reveló que su serie web fue nominada en un festival junto a otras producciones realizadas en contextos industriales.

[En festivales] nosotros nos dimos cuenta que varias series, pues las que quedaron seleccionadas, muchas de ellas no tenían la cantidad de vista que nosotros teníamos, y nosotros decíamos: ‘juepucha’, si nosotros hicimos esto sin plata y generamos ese impacto ¿cómo habría sido con plata? Y veíamos las series de una calidad buenísima que estaban en estas competencias en el *BogoWebFest* y eran series auspiciadas por *Caracol*, *RTVC* y tenían una producción de cada capítulo 20 millones, puede ser, y la de nosotros

no costaba nada, entonces podíamos competirle fácilmente e inclusive ser hasta mejores, sin demeritar, pero sabíamos que habíamos hecho un buen producto. (J. Aguirre, comunicación personal, 21 de octubre, 2020)

Aunque como se dijo al principio, todo el grupo de realizadores consideró que las *webseries* producidas por *amateurs* pueden competir con las profesionales, una de las realizadoras entrevistadas destacó que en el factor económico no se puede competir: “Yo creo que todo el mundo puede competir por la atención de la gente que es lo que la gente va a ir a ver, pero ya en términos económicos yo creo que no” (C. Arroyave, comunicación personal, 9 de octubre, 2020).

Esta afirmación se complementa con la respuesta de uno de los creadores quien expresó que la calidad del contenido y las actuaciones, aspectos que pueden tener relación con lo económico, son factores en los que es muy difícil competir.

La cosa está en llegar a la calidad del contenido, del guión o de las mismas actuaciones, siento que ahí está un poco el rollo de lo *amateur*, creo que es lo que más dificultaría al contenido *amateur* al competir con lo profesional. (R. Salazar, comunicación personal, 26 de noviembre, 2020)

Otro de los entrevistados consideró que un aspecto en el que no existe competencia es en la posibilidad de distribución, pues por lo regular las *webseries* profesionales van ligadas a estrategias de mercadeo y campañas de promoción financiadas por canales tradicionales de televisión.

Yo creo que sí, claro, es difícil pero sí [...] Obviamente las grandes productoras sí tienen una ventaja pues por cuestión de producción y por cuestión de distribución y de toda esta parte de *marketing* y eso que en esto de las *webseries* es importante porque pues sí, lo

que te digo, a nosotros nos fue bien porque teníamos un nicho, era pues el Atlético Bucaramanga, el equipo es malito y todo pero todos los que somos hinchas lo queremos mucho entonces si alguien del equipo me dice venga vea lo que están haciendo los pelados del Bucaramanga, uno pues de curiosidad lo ve y se ríe y ya me enganché, ya estoy. Pero pues ya a gran escala sí toca diseñar una especie de estrategia y eso pues así se mueve el mundo hoy en día. Entonces no es fácil, eso es lo complicado, entonces esa sería la parte más difícil inclusive, no la producción como tal sino ya mover eso y hacer que llegue a la audiencia que uno quiere. (J. López, comunicación personal, 23 de octubre, 2020)

Todo lo anterior nos permite concluir que existe una percepción generalizada entre los realizadores *amateurs*, de que las series web que se producen en contextos no profesionales pueden competir en aspectos como las historias e incluso las calidades técnicas frente a las que realizan canales de televisión, productoras, o agencias. En esta variable fue recurrente que los entrevistados consideraran que la competencia es posible entre las dos formas de producción de series web, porque usan la red como plataforma de circulación. Según algunas personas, existen las mismas posibilidades de distribución en repositorios como *YouTube*. Sin embargo, esta idea debe analizarse desde distintos frentes, pues a pesar que plataformas como *YouTube* son en esencia gratis, tienen la posibilidad de que, con un pago de pauta se incrementen las visualizaciones de la obra. Una opción que es más fácil que un canal de televisión, productora o agencia aproveche para ampliar las posibilidades de visibilidad de una obra.

Evidentemente esta situación va ligada al factor económico que recurrentemente es uno de los aspectos que diferencia a la producción de series web *amateurs* frente a las profesionales, y en el que también coinciden, no existen posibilidades de competencia.

8.1.3.2 Futuro de las series web. Se preguntó a los realizadores sobre sus posiciones respecto al futuro del formato y si consideran que la creación de series web es una práctica de moda que dejará de producirse o se mantendrá a lo largo del tiempo.

Precisamente esta idea tuvo una posición unánime por parte de todos los realizadores *amateur* entrevistados, quienes consideran que las series web son un tipo de producción audiovisual alternativo que pervivirá. De acuerdo a los entrevistados, las posibilidades de distribución que ofrece la red, los dispositivos móviles de reproducción y las facilidades en la realización, fomentarán que se consoliden en producción y consumo. De hecho, la gratuidad del consumo se ve como una ventaja diferencial frente a otras alternativas audiovisuales de pago: “No creo que se acaben, por lo que digo que yo creo que el futuro está aquí en las plataformas digitales y hay es que ver cómo continúan” (R. Caicedo, comunicación personal, 4 de noviembre, 2020).

Yo creo que van a perdurar en el tiempo, mas tal vez no con el mismo auge y con la misma pulsión que está teniendo ahora, porque hay que entender también que si bien hay gente creativa, que utiliza formatos como *wattpad*, como los *fanfics*, como *deviantart* para crear sus propias historias, sus propias novelas, sus propios cuentos y ahora esa misma gente creativa está pasando al tema audiovisual con las *webseries*. También es un formato que está empezando a ser utilizado por empresas grandes, como en estos momentos es en lo que nos estamos enfocando, entonces canales de televisión, marcas, productoras de documentales también están metiéndose ahí porque es en estos momentos el formato que está dando de qué hablar y que está dando la pega. Cuando pasemos a un nuevo formato que le sea más rentable y sea más atractivo o donde la gente esté, sé que las empresas pensando en el tema monetario se irán para allá, y en las *webseries* quedarán

las personas que simplemente hacen esto verdaderamente por amor al arte. (S. Rúa, comunicación personal, 19 de noviembre, 2020)

Creo que también se van a mantener en el tiempo porque creo que nuestra generación va a seguir y dependerá cada vez más de todos estos dispositivos. O sea, yo no creo que en algún momento nosotros vayamos a dejar de darle tanta importancia a la que tienen ahora estos dispositivos, por el contrario creo que se van a intensificar. (L. Vallejo, comunicación personal, 21 de octubre, 2020)

Yo creo que esto es un formato que va a continuar y más con el tema de la inmediatez con la que nosotros consumimos la información y la necesidad de consumir información gratis. Yo pienso, y soy una firme creyente que una *webserie* le puede ‘poner la pata’ a una producción de *Netflix* claramente, solamente porque tiene acceso a más personas. (I. Arango, comunicación personal, 27 de octubre, 2020)

En esta misma línea, varios entrevistados estuvieron de acuerdo con que es un formato que aún está en vías de consolidación. De hecho, consideran que, en un futuro, las series web no serán tal como las conocemos hoy en día, sino que se adaptarán a otras herramientas, nuevos formatos y nuevos lenguajes que aparecerán: “No creo que se acaben, pero si van a cambiar la manera de interactuar con las personas, utilizando todo lo que tenemos a nuestro alcance” (D. Villa, comunicación personal, 23 de octubre, 2020).

Seguramente la habrá en un futuro, pero siento que cada vez más también se integrarán más lenguajes. Entonces la gente encuentra maneras de integrar la ilustración con el podcast, con el audiovisual, con el en vivo y hacer ahí cómo unos *mashups* extraños y sacar formatos que uno ahora ni se los puede imaginar. (J. Argáez, comunicación personal, 3 de octubre, 2020)

Las series web creo que se están adaptando a las nuevas plataformas de distribución. Creo que a medida que se vayan creando plataformas de distribución, estas series, digamos la serie web se va haciendo un híbrido, por decirlo así, creo entonces que se irá transformando, yo creo que se mantienen. (J. Aguirre, comunicación personal, 21 de octubre, 2020)

En línea con los comentarios anteriores, una de las realizadoras entrevistadas estuvo de acuerdo con que se trata de un formato que se seguirá produciendo. Sin embargo, también expresó que el reto está en que los contenidos, al proliferar, lleguen efectivamente a los usuarios.

Yo no creo que sea una moda de ninguna manera [...] hay cosas súper interesantes que están haciendo: series web documentales, magazines, no sé, como muchas cosas que están empezando a verse en la web, yo creo que todo lo contrario, yo creo que la gente cada vez va a hacer más series web de distintos formatos pero creo que cada vez van a existir más y más contenidos, ahora, que la gente los vaya a ver no sé [...] porque es una serie web más dentro del mar de series web que hay. (C. Arroyave, comunicación personal, 9 de octubre, 2020)

Además de considerar que las series web permanecerán en el futuro por las razones antes citadas, uno de los realizadores consultados expresó que la permanencia en el tiempo del formato se dará porque se trata de una herramienta para la práctica de estudiantes y personas interesadas en el audiovisual de crear contenidos serializados.

Yo siento que se va a volver como el cortometraje, en cuanto a la oportunidad de que estudiantes o nuevos cineastas encuentren una forma en la que pueden hacer sin depender de nadie y mostrar de lo que son capaces para mañana llegar a algo más grande. Entonces digamos no lo veo como una moda sino lo veo como una nueva oportunidad para el

amateur, para el estudiante, para el que está empezando y poder hacer algo más allá de un cortometraje, es decir, algo seriado. (J. Pérez, comunicación personal, 9 de diciembre, 2020)

Por otra parte, en el mismo ejercicio de pensar el futuro de las series web, a los entrevistados se les consultó por las características que consideran fundamentales para este tipo de productos, sobre todo en aras de que se distingan de las series de la televisión tradicional. Al respecto, varios de los realizadores destacan la importancia de tratar historias novedosas, bien construidas y que respondan a tiempos cortos que se adaptan con más facilidad a los consumos actuales en redes sociales.

Yo creo que para mí una *webserie* ideal sería una que encuentre una manera en que sus episodios o capítulos, si es que se produce así, sean más cortos pero contundentes, o sea que emocionalmente cuando se acabe el capítulo uno diga ¡wow!, y que logren una narrativa más corta pero que uno quede realmente. Siento que es un poco lo que le pasa al cuento. El cuento de literatura pues no siempre es corto, por su puesto, pero los cuentos cortos en algún momento encontraron la posibilidad de que uno se despegue de la página y diga ¡uf, qué es este viaje! y siento que eso es el potencial de la *webserie*. (J. Argáez, comunicación personal, 3 de octubre, 2020)

En lo referente a características técnicas, la mayoría dio cuenta de la importancia de explotar la interactividad que ofrece la web y que marca una diferencia total con los medios audiovisuales convencionales. Para estos creadores, construir historias que permitan la intervención de los usuarios en el desarrollo de las tramas es una de las posibilidades que deberían explorar las *webseries* con mayor intensidad. Aunque también reconocen que ya esto se ha hecho en diversas producciones, consideran que aún falta mucha exploración porque la

interactividad aún es muy poco utilizada: “La interacción con el público me parece lo ideal porque esa es la ventaja que tiene la web. Hay interacción directa con el usuario que antes no estaba en la televisión” (R. Salazar, comunicación personal, 26 de noviembre, 2020).

Me parece que ese ingrediente es muy importante en la web, como esa interacción, que el espectador pueda meterse un poquito más, pueda escoger, pueda llevar la historia por diferentes rumbos, creo que con esos son los elementos con los que se debería jugar. (J. Pérez, comunicación personal, 9 de diciembre, 2020)

La interactividad es algo muy chévere que permiten las *webseries* y sin duda, si uno piensa en un escenario ideal, sería lo más *cool* que tú sientas que estás tomando decisiones en la historia, no sé cómo idea. Es que yo creo que para que una serie sea ideal pues la historia es lo más importante. (C. Díaz, comunicación personal, 13 de octubre, 2020)

Sobre el tema de la interactividad, una de las realizadoras propuso que esta característica no se limite al hecho de escoger rutas de desarrollo de las tramas narrativas sino a lograr mayor intervención de los usuarios en la evolución de las historias.

Yo me imagino una *webserie* en la que haya interacción real con el usuario en tiempo real, o sea, pensando en que el guión es abierto, tengo un avance y por las interacciones que tengo con los usuarios mientras estoy haciendo el *streaming* el guión va cambiando y la historia va cambiando. (I. Arango, comunicación personal, 27 de octubre, 2020)

Adicionalmente, al recurso de la interactividad como una característica que deberían tener las series web, gran parte de los entrevistados ven fundamental que estas aprovechen la red en su totalidad para difundir sus contenidos entre distintos formatos y plataformas. Es decir, que apelen al uso de diversas tipologías textuales como escritas, sonoras y audiovisuales.

Una *webserie* ideal pues tendría que trascender incluso el formato audiovisual o sea yo creo que la serie web por donde vive sí tendría que considerarse como esas otras expansiones, formatos, universos, no considerarse solo un producto audiovisual, creo que ahí tiene mucho camino que recorrer y por ser nativa, digamos del entorno digital, sí tendría que considerarse como esas otras experiencias adicionales a verla y a disfrutarla. (J. Argáez, comunicación personal, 3 de octubre, 2020)

En ese orden de ideas y, en línea con este comentario, fue recurrente la propuesta de explorar lo transmedia para las series web, a partir de la expansión de relatos y personajes en distintos soportes y plataformas con el fin de lograr una mayor interacción de los públicos.

Que realmente sea algo que trascienda el televisor, que trascienda la imagen, a mí me gusta mucho eso, que hayan contenidos extras, que hayan muchos contenidos que refuercen a la idea, a mí eso me gusta mucho como que he visto por ahí, como esa transmedialidad. A mí me parece que ese universo permite mucho y es muy chévere como salirse de lo convencional más allá de que la idea de la serie esté buena, que tenga contenidos alternativos, eso me gusta mucho, me parece chévere de las series. (J. Orozco, comunicación personal, 4 de diciembre, 2020)

Un factor importante a tener en cuenta es lo transmedia. Una cosa es lo que tú ves en diez o quince minutos en *YouTube* y otra cosa es cómo puedes trascender, y esa es una diferencia clave porque permite una interacción muchísimo más cercana en lo digital. (S. Rúa, comunicación personal, 19 de noviembre, 2020)

En síntesis, es prometedor el panorama de las series web para los realizadores *amateurs* consultados. Todos, como pudimos constatar, consideraron que no es un formato de moda pasajera ni que vaya a dejar de producirse. Eso sí, la mayoría coincidió en que la novedad ha

hecho que se parezca a formatos tradicionales como la serie de televisión y el cortometraje. No obstante, que esto cambiará a medida que aparezcan nuevas herramientas y lenguajes.

De acuerdo a los entrevistados, el que sea un formato nativo de la web, le permitirá acceder a nuevas posibilidades de experimentar con otros lenguajes distintos al audiovisual. También, ofrecerá a los usuarios opciones de participación cada vez más amplias que no son posibles en medios tradicionales. Todos estos aspectos permiten que los realizadores se imaginen series web insertas en estrategias de comunicación transmedia, que partan de universos narrativos potencialmente expandibles a través de diversas plataformas y en distintos formatos.

Finalmente, valga resaltar las respuestas de realizadores que consideraron que el formato se transformará y que, cuando la industria vea que aparecen nuevos espacios para los usuarios, migre a otros formatos, lo que dejará las series web para los realizadores jóvenes. Estos, por su parte, las utilizarán como herramienta para el aprendizaje, la experimentación y la consolidación de experiencias, además de que continuarán allí contando sus historias, como lo expresó uno de los entrevistados: “por amor al arte” (S. Rúa, comunicación personal, 19 de noviembre, 2020).

8.2 Interpretación de resultados: realizadores profesionales

Para el análisis de las entrevistas a realizadores profesionales, se tiene en cuenta las mismas variables con las que se interpretaron las respuestas de los creadores *amateurs*. Así, el análisis de las entrevistas a los realizadores profesionales sigue la misma secuencia de variables que el punto anterior. No obstante, debido a que estas personas tienen un recorrido más amplio en la labor audiovisual, el presente capítulo incluye una mayor profundización de ciertos aspectos y temas que naturalmente emergieron de las entrevistas.

Este apartado se divide en tres secciones: primero, se aborda una descripción de las personas que participaron, según su formación y experiencia en el campo de la producción

audiovisual, tanto en medios tradicionales (cine, televisión), como en la realización de series web. Asimismo, se profundiza en los motivos para producir *webseries* y las maneras cómo concibieron este formato.

La segunda parte del apartado se dedica al proceso de realización de la(s) *webserie(s)*. En ella, se identifica cómo fueron los procesos de creación de series web, si conservaron las mismas estrategias de la producción tradicional o si existieron cambios. Posteriormente, se ahonda en los procesos de escritura y rodaje y en los tiempos de producción. En esta parte, también se tendrán en cuenta los roles y las formas de relación de los participantes en las producciones webseriales para identificar cómo fueron los ambientes laborales. Asimismo, se abordará si existieron o no restricciones al momento de la creación de las series web en las que participaron los realizadores, además de indagar sobre presupuestos y remuneraciones. Finalmente, y por tratarse de producciones que circulan por la web, se analizará cómo fue la relación de los creadores con los usuarios y si la obra finalizada les dejó satisfechos.

Para cerrar este punto, y como sucedió con los realizadores *amateurs*, se analizarán las formas cómo los creadores profesionales conciben el formato de la serie web. Es decir, se observará qué piensan de este tipo de formatos alternativos audiovisuales, las posibilidades de producción que ofrecen para que cualquier persona pueda ser creadora audiovisual y cómo avizoran el futuro de las *webseries*.

8.2.1 Caracterización de los realizadores profesionales

8.2.1.1 Formación. Al consultar sobre la formación académica de los realizadores profesionales, casi todo el grupo manifiesta haberse graduado de una carrera universitaria. A diferencia de lo que sucedió con los realizadores *amateurs*, la formación está repartida entre las disciplinas de la comunicación y las artes. Otros estudiaron literatura, producción, diseño o

publicidad. Una persona explica que su carrera universitaria fue en administración, por ello considera que su formación en temas audiovisuales es autodidacta.

Yo estudiaba cómo escribir, estudiaba entre diez y quince horas al día, leyendo McKee, escritura de guiones, leyendo dramaturgia y también pensando en ejercicios y ensayos y cosas que pudieran incentivar mi creatividad y mi forma de ver por ejemplo una historia [...] realmente yo no he tenido procesos de formación externos, todos son procesos de formación internos. (A. Lopera, comunicación personal, 8 de octubre, 2020)

De todo el grupo de entrevistados, solo una persona indica no haber tenido ningún tipo de formación universitaria, pues según él, después de sus estudios de básica secundaria intentó estudiar una carrera que abandonó en los primeros semestres.

Yo no cursé ninguna carrera universitaria. En mi familia siempre ha estado la inquietud artística, mis dos papás son artistas, mi papá es escritor y empecé a estudiar actuación tan pronto salí del colegio, pero me retiré, tuve un problema muy serio con las instituciones académicas, como que nunca he podido encontrar un ritmo que me satisfaga y en mi casa siempre hubo una cultura de la lectura y de la investigación y de aprender cosas por mi propia cuenta. Entonces lo que fui aprendiendo, lo fui aprendiendo a partir de meterme a hacer asistencias de dirección en teatro y a través de mi papá empecé a aprender muchas cosas de la narración de historias en audiovisual. (H. Chiquillo, comunicación personal, 29 de octubre, 2020)

Del grupo total de realizadores profesionales, un número reducido dice haber ampliado su formación con estudios de tercer ciclo sobre realización de cine y televisión, escritura de guiones, dramaturgia, comunicación y nuevas tecnologías. Cabe considerar que la mayoría de estas personas no siguió el mismo campo de estudio que había iniciado en sus carreras

universitarias cuando decidió continuar con los estudios de tercer ciclo: “Yo estudié literatura [como carrera] e hice una maestría también en comunicación y nuevas tecnologías” (M. Peláez, comunicación personal, 11 de noviembre, 2020). “Yo me gradúo de Licenciado en Artes Escénicas. Ese es mi pregrado [...] Después tomo la decisión de hacer el posgrado en la [Universidad] Javeriana que es de Realización en Televisión” (J. Benavides, comunicación personal, 24 de octubre, 2020). “Yo soy Comunicador Social de la Universidad de la Sabana. Me gradué en el 2005, después de eso hice una maestría en Guión y Desarrollo Audiovisual en la Universidad de los Andes de Santiago de Chile” (J. Aparicio, comunicación personal, 10 de noviembre, 2020).

Estudié Comunicación Social y Periodismo en la Universidad Pontificia Bolivariana [...]

Hice una maestría en Escritura de Guión para Cine y Televisión en la Fundación Taller de Guionistas en Barcelona [...] luego hice otra maestría en la Universidad Eafit, en Escrituras Creativas. (I. Botero, comunicación personal, 7 de octubre, 2020)

En la misma línea de la formación académica, algunos de los entrevistados consideran importante realizar estudios universitarios o de tercer ciclo por diversas razones. Una de las guionistas entrevistadas opina que no es obligatorio realizar estudios para dedicarse a la labor audiovisual. Sin embargo, en su caso particular, considera que cursar dos maestrías le permite tener mayor rigor y disciplina para sacar adelante proyectos de creación:

Yo no creo que sea necesario hacer una maestría para uno escribir o hacer lo que quiere hacer, si ya hay como un talento [...] en mi caso personal las maestrías fueron muy importante para dos cosas: primero, porque me dieron confianza, como que poder estar acompañada y tener un seguimiento con gente que sabe del asunto y estar acompañada de esas personas a mí sí me daba seguridad porque como rueda suelta soy mucho más

insegura de mi talento, de mis capacidades, entonces como que sentir ese apoyo para mí fue importante, y por otro lado porque me obligó a sentarme a escribir un producto y terminarlo, porque creo que son cosas de personalidad, a mí me gusta estudiar, me gusta aprender, soy *ñoña*¹¹¹, yo seguiría estudiando [...] pero no todo el mundo tiene ese espíritu y hay gente que es mucho más intuitiva, mucho más práctica o el tipo de conocimiento o a lo que se quieren dedicar pues realmente no necesitan ir a la academia, pero a mí por ejemplo la academia sí me ayuda a tener rigor porque soy dispersa, entonces a mí la maestría de guión me obligó a escribir un largometraje y la maestría en escrituras creativas me obligó a escribir un libro. (I. Botero, comunicación personal, 7 de octubre, 2020)

Por su parte, un guionista reconoce la importancia de realizar estudios universitarios para dedicarse a la realización audiovisual y la escritura de guiones, pero considera que esto se puede obviar siempre y cuando las personas sean disciplinadas y rigurosas durante la escritura: “Yo creo que son importantes [los procesos de formación], pero también creo que esos procesos se pueden suplir, hay que tener mucha disciplina y hay que ser muy riguroso” (A. Lopera, comunicación personal, 8 de octubre, 2020).

Una respuesta similar a las anteriores es la de un director y guionista, quien reconoce también la importancia de la formación académica. Sin embargo, enfatiza que los estudios universitarios tienen valor en el campo audiovisual cuando se combinan con la experiencia. Para él, la labor audiovisual es un oficio que requiere relación permanente entre teoría y práctica.

Yo creo que el trabajo en el mundo audiovisual, en cualquiera de sus roles, en la escritura, la dirección, la producción son oficios, la actuación son oficios y como oficios,

¹¹¹ La expresión *ñoña* en Colombia se usa para referirse a personas que son muy dedicadas en sus estudios.

a diferencia de otro tipo de quehaceres, exige una estrecha dialéctica entre la teoría y la práctica, digamos que hay ciertos oficios en los cuales hay como un orden lógico en esta relación entre formación y acción, primero se estudia y luego se ejerce lo que se estudió. En el caso de las artes y en el caso de los oficios que involucran el entretenimiento, sí creo que se aprende tanto en la práctica como en la formación, como que hay una relación estrecha que si se rompe, si no se cuida en su equilibrio, pues produce malas consecuencias. Entonces, creo que en ese caso, en el caso de lo audiovisual, el oficio y la formación establecen una relación equitativa, interdependiente, solidaria y totalmente dialéctica. (D. García, comunicación personal, 1 de noviembre, 2020)

En síntesis, al abordar este primer aspecto sobre la formación académica con los realizadores profesionales, se evidencia que la mayoría de las personas realiza estudios de grado e inclusive de postgrado. Esto induce a pensar, entonces, que en un alto número hay una formación en la labor audiovisual vinculada a las series web en Colombia.

Asimismo, si bien algunos de los entrevistados reconocen que cualquiera podría dedicarse al oficio de la producción audiovisual sin una formación académica, también aceptan que realizar estudios es importante, en algunos casos por las posibilidades de conocer teorías que son fundamentales sobre todo en campos como la escritura, y en otros, porque el estudio genera disciplina y rigor para la creación de proyectos.

8.2.1.2 Experiencia. Para analizar la experiencia de los realizadores profesionales, se divide esta variable en dos propiedades: por una parte, se observa la experiencia acumulada en la labor audiovisual y, por otra, la experiencia particular en la producción de series web.

En el primer tipo, casi todas las personas entrevistadas, y que son clasificadas como profesionales, informan tener amplia experiencia en la labor audiovisual. Al tratarse de un grupo

diverso en edades, los años de experiencia y las labores desempeñadas son muy distintas. Así, se pueden identificar tres grupos por años acumulados de práctica en la industria audiovisual: un primer grupo, en el que se sitúa a personas con más de veinte años de experiencia y con una amplia práctica en la escritura, producción y dirección de formatos para cine y televisión.

Estoy trabajando desde 1988 en televisión, y escribí, produje cerca de cuarenta productos de televisión antes de asumir el rol ejecutivo y ahora estoy haciendo un par de series para plataformas. Escribí y produje una serie que se llama Chichipatos para *Netflix*. Acabamos de hacer un especial de navidad y estoy produciendo la segunda temporada y estoy involucrado en otro proyecto también con una plataforma. Entonces digamos que había hecho un parón en mi trabajo como escritor y productor de televisión, pero sin abandonar el cargo ejecutivo [...] También hemos hecho aproximadamente cuarenta y una películas, dos de ellas sin estrenar, estamos trabajando en el cine desde 1995 y también en la empresa¹¹² hemos hecho teatro. (D. García, comunicación personal, 1 de noviembre, 2020)

Yo me inicié realmente como publicista, trabajé mucho tiempo en publicidad, como en 1996 empecé publicidad, y como en 1997 hice mi primera película que fue Diástole y Sístole. Se filmó esa película, salió en 1999 y después de eso como que la cosa ha sido dividida entre publicidad y películas, y ahora en los últimos casi diez años me he dedicado casi que solo a hacer películas y a escribir libros, estoy escribiendo ahora novelas y cosas así. (H. Trompetero, comunicación personal, 3 de noviembre, 2020)

¹¹² Al momento de realizar esta investigación Dago García se desempeñaba como Vicepresidente de producción de Caracol Televisión. Además de ser el propietario de la productora Dago García Producciones.

Empecé en *RCN*¹¹³ en 1999 y bueno, de ahí en adelante me dediqué a escribir. Llevo desde 1999 hasta ahora, casi veintidós años escribiendo. Trabajé quince años para *RCN*, ahora estoy trabajando para *Caracol*¹¹⁴, para *Netflix*, hice un par de pelis, digamos pero siempre como guionista. (D. Vivanco, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020)

Por otra parte, se identifica un segundo grupo que incluye a los realizadores que tienen entre de diez y veinte años de experiencia y cuya labor principal ha estado ligada a la escritura de series y programas para la televisión: “En la escritura empecé hace dieciocho años más o menos, pero en el medio pues llevo veinte años, desde que tenía 16 años más o menos” (H. Chiquillo, comunicación personal, 29 de octubre, 2020).

Yo empecé desde el lado más oscuro de la televisión, empecé desde los realities. Estuve trabajando en *Gran Hermano del Pacífico* que se hizo acá (2005). Un *Gran Hermano* para Chile, Colombia y Perú, después trabajé en realities internacionales por ese lado, hasta que me fui, después de volver de Chile de la maestría. Entré en contacto con Diego Arbelaez de la franja infantil del Canal Caracol [...] ahí estuve un tiempo mientras desarrollaba en paralelo proyectos digamos un poco más personales pero pensados para el mercado [...] Cuando estaba empezando trabajaba con publicidad, fui *copy* de un par de agencias. Desarrollaba contenidos para digital de una agencia y esa mezcla de un pie en la publicidad pero otra pata en la escritura audiovisual y en las tramas creo que fueron muy llamativas para ese tipo de contenidos. (J. Aparicio, comunicación personal, 10 de noviembre, 2020)

¹¹³ R.C.N por sus siglas Radio Cadena Nacional, es uno de los dos canales de televisión privados más importante de Colombia.

¹¹⁴ CARACOL por sus siglas Cadena Radial Colombiana, es uno de los dos canales de televisión privados más importante de Colombia.

Yo me gradué en el 2003. Trabajé un par de años aquí [en Medellín] en Canal U (2004) y ya me fui para Bogotá [allí] empecé a trabajar en una serie juvenil que se llamó A Mano Limpia, entonces fue muy bueno porque yo toda la teoría que no me la habían dado en la Universidad de Antioquia [...] esa teoría me la empezó a dar la Universidad Javeriana desde cero, de cómo se escribe un libreto, puntos de giro, conflicto, yo no tenía ni idea, la pude aprender en la práctica de televisión haciendo esta telenovela o serie juvenil que además le fue súper bien y se hicieron dos temporadas. A partir de entonces yo empecé a trabajar en RCN, estuve trabajando allí 8 años con varios proyectos hasta que ya pasé de ser asistente a ser libretista. (A. Gurisatti, comunicación personal, 30 de octubre, 2020)

Por su parte, un tercer grupo contiene a realizadores que dijeron tener una experiencia menor a diez años. Aquí también se observa la aparición de otras labores relacionadas con lo audiovisual además de la escritura de guiones, que sigue siendo una de las actividades más ejercidas por los entrevistados: “Esto empezó formalmente, pues laboralmente en el 2013, entonces ya llevo siete años en esto, sobre todo con el audiovisual infantil” (P. Sarmiento, comunicación personal, 25 de octubre, 2020).

En el mundo audiovisual empecé rápidamente a trabajar de profesora en la Universidad de Medellín, profesora de guión, eso como que me volvió a activar en el medio y también trabajé en Teleantioquia varios años en varios programas, trabajé sobre todo como realizadora y productora [...] fui guionista para la primera serie de ficción regional que fue Aprendí a quererme (2013), que terminó dirigiendo Kepa Amuchastegui y que fue una experiencia interesante. (I. Botero, comunicación personal, 7 de octubre, 2020)

Tengo seis años de experiencia en el medio [...] He trabajado directamente con temas de posproducción y preproducción, en una película que se llama El Lago, una película

colombiana que no se estrenó en Colombia, se estrenó en otros países, estuve trabajado detrás de cámaras con temas de efectos especiales, con temas de apoyo en sonido, con temas de apoyo en la logística para preparar los escenarios [...] hice comerciales con la gente de Inédita (Agencia de Publicidad). Hicimos comerciales y trabajamos para la Alcaldía de Bogotá, en una microserie que se llama Guardianes del Espacio Público y era para enseñarle a la gente a cuidar precisamente el espacio público de todos los partes porque el tema del vandalismo en ellos es muy muy alto [...] ya a parte de lo audiovisual tengo dos libros ya publicados. (D. Pérez, comunicación personal, 7 de noviembre, 2020)

En experiencia llevo ya casi dos años trabajando como creativa en agencias de publicidad creando campañas, en la parte conceptual. Haciendo diseño, audiovisual, fotografía, entonces digamos que ahí soy *multitask* porque las agencias son pequeñas entonces pues realmente a uno le toca hacer como de todo un poco. (M. Hernández, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020)

Cabe destacar, además, el caso de una de las realizadoras entrevistadas que explica que su experiencia en la comunicación se afianzó con la incursión en la producción de *webseries*:

Siempre he estado en el tema de comunicación digital, en periodismo, en agencias de medios, pero nunca había hecho audiovisual sino que fue hasta que se hizo Susana y Elvira, la parte de la serie y ahí me tocó aprender. (M. Peláez, comunicación personal, 11 de noviembre, 2020)

A excepción de los últimos comentarios, esta serie de reflexiones de los realizadores muestra que realmente estas personas conocían del oficio audiovisual antes de incursionar en la producción de series web. Ahora bien, con relación a la práctica en la creación webserial, se identifican dos grupos: uno, en el que estos creadores solo formaron parte de realización de una

serie web y el otro, en el que los realizadores dicen haber participado en la creación de más de dos *webseries*: “En series web solo El misterio de la Condesa, de resto han sido series digamos normales para televisión” (A. Gurisatti, comunicación personal, 30 de octubre, 2020). “Por el momento solo ha sido con esa serie (Roma) que hemos trabajado, pues producto audiovisual enfocado en serie web y pues que se publicó” (M. Hernández, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020).

En *webseries* [Todo queda en familia], esa fue mi primera, lo otro lo había hecho para televisión y esa fue la primera *webserie* que hice. Fue un reto porque hay que enfocarlo hacia comercial, entonces para mí fue un poco difícil pero finalmente encuentra uno el camino y el año pasado hice una serie web animada para niños que se llama La Vaca Lola, todavía no está toda al aire, creo que hay tres capítulos al aire pero ahí estoy, entonces es otra cosa completamente diferente, animaciones súper diferentes y el público también, pero bueno, esas son las dos *webseries* que he hecho. (P. Sarmiento, comunicación personal, 25 de octubre, 2020)

[Además de La Nena] tengo una serie web que se llama La Guía Sexual para el Fin del Mundo, que es una adaptación web de una obra de teatro y tengo una serie web que se llama Ella, que también está colgada y que se hizo con fragmentos de llamadas de series de televisión, o sea, es un trabajo como de autorreferencialidad [...] entonces tengo esas tres series, Ella tiene diez episodios, La Nena tiene tres temporadas de aproximadamente siete y ocho episodios y La Guía Sexual para el Fin del Mundo tiene ocho episodios y en este momento estoy trabajando una nueva serie que se llama La Mujer del Montón. (D. García, comunicación personal, 1 de noviembre, 2020)

He trabajado en bastantes cosas publicitarias, como bastantes series publicitarias, las que más destaco son *Adulto Contemporáneo* que junto con Juan Guerra estuvo encargado desde (la productora) *Dirty Kitchen* del relanzamiento de la segunda generación. De Levante de Caracol, las tres temporadas que sacaron bastantes capítulos, y otra que también es chévere destacar, es una que se llamaba El Actor de Udisea que es una filial que tenía Univisión, que la hicimos a través de (la productora) Dynamo, pues con ellos también hice otras cosas. (J. Aparicio, comunicación personal, 10 de noviembre, 2020)

También, se observan casos como el de uno de los guionistas que explica que antes de participar en la escritura de *webseries*, desempeñó el rol de actor. Esto le sirvió para recoger experiencias que luego puso en práctica al momento de escribir la *webserie* para la que fue contratado:

Mi primer acercamiento con las *webseries* fue como actor y también como creador de contenido, pero no libretista. Hicimos un proyecto para una marca que era la ETB (Empresa Telefónica de Bogotá), en donde yo hacía de un muchacho que tenía miedo a desconectarse del *wifi* entonces no salía de su casa por miedo a estar desconectado, una especie de fobia que se inventaron los creativos de la agencia y digamos que ese proyecto me introdujo en el mundo digital [...] eso fue hace unos seis o siete años más o menos y además de eso hicimos un montón de campañas que todas eran digitales y ahí tuve la primera oportunidad de probar cosas en el hacer, creando contenido para esos formatos diferentes y digamos que toda la recopilación de esa información fue lo que después pude aplicar en proyectos como Testosterona Pink. (H. Chiquillo, comunicación personal, 29 de octubre, 2020)

Por otra parte, entrar al mundo de las series web ha sido definido por uno de los guionistas entrevistados como un reto importante que le permitió aprender sobre un nuevo formato. Este guionista, que previo a la escritura de una *webserie* tenía experiencia en la realización de guiones para formatos tradicionales, dijo haber tenido que investigar sobre las *webseries* antes de emprender el trabajo que le habían encomendado.

Adulto Contemporáneo en ese momento fue un gran reto, en ese momento no se hablaba de series web en Colombia. Las series web eran un fenómeno que se estaba desarrollando por allá en Estados Unidos, en España y todo el cuento, entonces claro a mí me llaman y me dicen: es que es para que escribas una serie web ¿vos te le medís? [...] Entonces yo emprendí una investigación, mirar referentes, qué se estaba haciendo, investigar teoría y todo el cuento, y eso, ellos tampoco la tenían clara, ellos tenían una idea muy buena, pero no la tenían clara, eso me permitió a mí proponer una estructura, una forma narrativa, unos personajes, y escribir veintisiete episodios. (A. Lopera, comunicación personal, 8 de octubre, 2020)

En síntesis, al abordar la experiencia de los realizadores profesionales de *webseries*, se observa que, en general, tienen un conocimiento amplio de la práctica audiovisual que heredó el formato de las series web. Asimismo, a pesar de que estos creadores trabajan lo audiovisual desde sus medios tradicionales (cine y televisión), consideran que las series web son un formato interesante para participar. Algunos de los realizadores con más experiencia en la industria, son quienes han explorado las *webseries* en mayor medida.

8.2.1.3 Motivaciones para la producción de la serie web. Al consultar a los realizadores profesionales sobre las motivaciones que los llevaron a producir sus series web, las respuestas fueron muy diversas. Por un lado, mencionan haber sido contratados para

promocionar productos o dar a conocer campañas. Por otra parte, describen el interés de canales de televisión públicos y privados en incursionar en series web, tanto para ampliar sus posibilidades de producción en contextos web, como para abordar temas que regularmente no se distribuyen por un medio como la televisión tradicional. Un tercer grupo de realizadores, algunos como independientes y otros pertenecientes a equipos de producción oficialmente constituidos, incursionan en la creación de series web con la intención de narrar historias o experimentar con las narrativas en contextos web.

En relación con el primer grupo descrito en el párrafo anterior, algunos de los realizadores profesionales explican que la motivación para la producción de la serie web tuvo que ver con campañas publicitarias de una marca comercial. Precisamente, de este grupo de *webseries* enfocadas en dar a conocer productos, los guionistas entrevistados explican en dos de ellas que, cuando el cliente, la agencia de publicidad o la productora llegó con la invitación a participar en el proyecto, sabían de entrada que querían que fuera una serie web.

A mí me llamaron para diseñar la serie, la segunda temporada. Ellos querían hacer una cosa muy familiar y pues por la experiencia que yo tengo en películas familiares me llamaron para eso. No dejó de ser un producto en encargo, teníamos que seguir ciertas directrices, era como un intermedio entre un comercial de televisión y una serie. (H.

Trompetero, comunicación personal, 3 de noviembre, 2020)

Yo llegué ahí por una productora que se llamaba *Blanco films* y ellos estaban trabajando con una gran empresa de publicidad que tenía la cuenta de Familia¹¹⁵ y estaban en este proceso de lanzar el papel higiénico húmedo. Entonces era como: *okay* ¿cómo vamos a hablar de un papel higiénico húmedo? Era un tema un poco complicado [...] era un poco

¹¹⁵ Grupo Familia es una empresa colombiana que se dedica a la producción de artículos para el cuidado, la higiene y el aseo. Uno de los principales productos es la línea de papel higiénico.

difícil abordar el tema pues porque es como: *okay* ¿para qué sirve el papel higiénico húmedo y cómo vamos a hablar de eso? entonces había que abordarlo con un poco de humor, ellos buscaban que tuviera una identidad muy colombiana, cotidiana y precisamente como era con la empresa Familia pues buscaban que fuera una familia colombiana, entonces así fue como fuimos desarrollando los personajes de esa familia y como saben del papel higiénico. (P. Sarmiento, comunicación personal, 25 de octubre, 2020)

Otro caso en el que la serie web se produjo para promocionar un producto en particular, surgió a raíz de un trabajo previo de interpretación de datos sobre consumidores de la marca.

En el caso de Los Corredor fue un proceso muy bonito porque la marca *Mobil*¹¹⁶ hizo un estudio de mercado para determinar cuál era el nivel de posicionamiento de marca que tenían sus clientes al evento más importante que hacían en el año que eran las carreras de tractomulas. Cuando ellos descubren en ese estudio de mercado que menos del 20% de los tractomuleros tenían en la cabeza que esto era una cosa de *Mobil*, entonces ellos dicen: ¿cómo invertimos miles de millones de pesos y ellos no tienen claro que esto es nuestro? algo está funcionando mal [...] En (la agencia de publicidad) Sancho hicieron estudios de perfilamiento del cliente [...] A mí básicamente me contratan como intérprete de la investigación [...] y yo encuentro una conexión que es lo que yo agarro dentro de varios de los hallazgos que salieron de la investigación: primero, que para el tractomulero, su tractomula es un lugar sagrado, es su sustento, es su negocio; segundo, que ellos tienen una vida supremamente dura en la cual es todo el día manejando y que cuando están en estos trabajos tan duro, no ven la hora de poder llegar a donde van a

¹¹⁶ Mobil es una marca de aceite perteneciente a la multinacional *ExxonMobil*, uno de los proveedores de energía y fabricantes de productos químicos más grandes del mundo.

dormir para parquear y sentarse a ver una telenovela; tercero, que para ellos lo más importante es la familia [...] y un último hallazgo que fue bien interesante es que para ellos la aparición de los dispositivos inteligentes fue algo que les revolucionó la vida y el *whatsapp* mucho más porque antes solo podían hacer una llamada por un celular, pero ahora con el *whatsapp* podían ir por una carretera de los Llanos Orientales, paraban, tomaban una foto y se la mandaban a la esposa o a los hijos [...] entonces yo cojo esos hallazgos, le propongo a la agencia de publicidad que creemos una mini telenovela para ser distribuida por *whatsapp* y que hable de la familia. (A. Lopera, comunicación personal, 8 de octubre, 2020)

Vale destacar que, en el caso de las series web realizadas para dar a conocer marcas comerciales en las que participaron los guionistas consultados, todas publicitaron distintos tipos de productos, lo que habla de la versatilidad del formato webserial para tratar diferentes temas. Incluso en lo referente a la promoción, esas *webseries* no solo estuvieron ligadas a contextos publicitarios sino también propagandísticos.

Precisamente en este último aspecto, una de las guionistas consultada describió cómo la serie web para la que trabajó, cumplió con el objetivo de promocionar una campaña liderada por una institución gubernamental. En este caso, la *webserie* fue un encargo directo de la entidad como parte de una estrategia para la prevención del suicidio en jóvenes mediante un mensaje que llegara con un tono y medio propio de ellos.

El objetivo era utilizar esa *webserie* como un material pedagógico que complementaba un trabajo de la Secretaría de Salud (de Medellín) acerca de la prevención del suicidio.

Entonces había como toda una serie de estrategias con psicólogos y todo para sensibilizar a los chicos y hablarle a los chicos de este tema del suicidio en adolescentes y esta serie

iba a ser parte, fue lo que yo entendí, iba a ser parte de esa gran estrategia. (I. Botero, comunicación personal, 7 de octubre, 2020)

Pero, como se dijo antes, la promoción de campañas o productos comerciales no fue la única motivación que describieron los realizadores profesionales para la producción de las series web. De hecho, un segundo grupo de entrevistados produjo las diferentes *webseries* para canales de televisión tradicional con el objetivo de entender este nuevo formato, sus dinámicas y las formas de consumo de los usuarios.

En este sentido, Caracol Televisión, uno de los canales privados más importantes de Colombia, desde hace algunos años apuesta por la producción de contenidos digitales. A través de la plataforma *streaming Caracol Play*, dedica una buena parte de sus realizaciones a las series web. El vicepresidente de producción del canal, quien además es guionista y director de varias series web, dejó claro que, uno de los motivos por los que los medios de comunicación tradicional se interesan por este formato, es no quedarse atrás con lo que sucede en el ecosistema digital, conocer los nuevos lenguajes, descubrir el modelo de negocio y entender las maneras de relacionarse con los públicos. En el caso particular de los realizadores que forman parte de este tipo de medios, la motivación reside en encargos que hace la empresa para la que prestan sus servicios.

La Nena iba a ser una película y *Caracol play* me dijo que por qué no les proponía algún tipo de contenido que querían hacer con Dago García Producciones y les propuse ese argumento de La nena y ahí se convirtió en serie web [...] Finalmente [las series web] siguen siendo como una puesta al futuro, creo que definitivamente el mundo y las dinámicas de lo digital ya llegaron para quedarse y el hecho de que aún no se haya encontrado o desarrollado cuál va ser el modelo económico en el cual se va a sustentar,

no quiere decir que los productores nos rezaguemos con respecto a lo que está sucediendo y creo que eso ha sucedido en la historia del entretenimiento. Cuando apareció el cine por primera vez como que era muy difícil saber esto, además de ser una atracción de feria para qué más iba a servir, y cuando apareció la radio y la televisión lo mismo y cuando apareció supongo yo el teatro, lo mismo. Entonces creo que todos sospechamos que en algún momento el modelo económico va a lograr encontrar su camino y mientras tanto como en cualquier caso hay que seguirle apostando al desarrollo y al conocimiento de esos nuevos lenguajes, de esa nueva forma de relacionarse con el público, porque finalmente la mayor novedad que tienen esta forma de distribución es el tipo de aproximación que se establece con el público. Tradicionalmente la televisión es una televisión que busca al espectador, es una televisión que le llega al espectador, este tipo de consumo es un tipo de consumo que el espectador busca el contenido, lo busca y lo consume de una manera absolutamente individual y personal, en los ejercicios de la televisión quien propone el modo de consumo es el distribuidor, mientras que en las plataformas y en la web quien se apropia del modo de consumo es el espectador, es quien ve y quien busca; entonces nosotros no nos podemos sustraer a eso, no podemos dejar de trabajar en eso cómo empresa, como productores de contenido. (D. García, comunicación personal, 1 de noviembre, 2020)

Otro de los realizadores profesionales entrevistados que produjo series web para Caracol, explica que, en el caso de su *webserie*, la motivación principal del canal fue la creación de historias a partir de la información que encontraban importante para los usuarios en redes sociales. En este caso, similar al anterior, al tratarse de un empleado de una de las empresas de

medios tradicionales del país, la motivación personal para la realización de la serie web pasó por el cumplimiento con la labor contratada.

En Caracol con Diego Arbelaez que estaba encargado de toda esa parte de producción digital, desde la productora Caracol encontramos que había en redes una temática muy importante en torno a *Tinder*, a las citas. Todo el mundo quiere saber de citas, los que tienen pareja como que extrañan esa aventura de ir a ver qué le pasa y qué no le pasa, y los que no tienen es como ese misterio, incluso se sienten identificados [...] y pues en internet se habla mucho de eso y lo que no quisimos fue hacerlo un poco desde el lugar común que es todas las citas fracasan, no todas las citas terminan en acostarse o todas las citas son para robarse. Entonces tomamos como esa piedra fundamental y sobre eso desarrollamos una serie basada en cómo sería una aplicación en donde todo tipo de gente sale. Poco a poco la misma producción nos llevó a cruzar personajes porque nos dimos cuenta que muchas parejas no funcionan entre ellos pero si se conectan de otra manera con otros, puede funcionar, entonces como que dramáticamente queríamos esa plataforma. (J. Aparicio, comunicación personal, 10 de noviembre, 2020)

Esta serie *Testosterona Pink* llegó a mí a través de un amigo que tenía la idea de hacer una serie dirigida a un público LGBT, o que pudiera disfrutar una historia en donde los protagonistas tuvieran una orientación sexual diferente, o sea, como público con mente muy abierta. Entonces me interesó mucho que el nicho estuviera tan claro y que la idea fuera hacer una comedia pues para que la gente se divirtiera con el tema que es muy polémico y en este país que es tan conservador, entonces como que todos esos elementos me parecieron súper interesantes [...] lo que hice fue tratar de alejar el discurso lo más posible de lo que fuera televisivo; sin embargo la serie sigue teniendo algunos toques

como de ‘telenovelita’, porque pues los dos venimos de la misma escuela, de haber trabajado en televisión y nada, se *camellaron*¹¹⁷ los libretos, digamos que empezaron a funcionar muy bien y pues conseguimos el apoyo de *Caracol Next*¹¹⁸ que fueron los que financiaron la serie. (H. Chiquillo, comunicación personal, 29 de octubre, 2020)

Vale considerar que, en estas últimas dos series web referenciadas, a pesar de hacer parte de la producción financiada por *Caracol* difieren en que la primera fue producción propia y la segunda bajo la modalidad de financiación a una producción externa, algo que realiza frecuentemente este canal de televisión con las series web.

Es importante observar el interés del último canal por apoyar producciones webseriales con contenidos *LGBTI+*, algo que también se vió en otro medio de televisión de carácter público de Bogotá que en los últimos años ha apostado también a diversificar sus contenidos audiovisuales tradicionales con la producción de series web.

En este caso, a diferencia de lo relatado con el anterior canal, la motivación de las personas que participaron en la realización de la serie web al no ser empleados de planta, era la de competir por una licitación pública con la que se podían obtener recursos para la agencia. Aquí, la motivación de las personas seguía siendo el cumplimiento con una labor específica para las que fueron contratados.

Precisamente *Canal Capital*, tenía como motivación narrar historias con contenidos sobre diversidad sexual que pudieran ser transmitidos a través de una serie web. Para llevar a cabo esto y al tratarse de un canal público se abrió una licitación en la que participaron distintas agencias y productoras. Ellos (la agencia de publicidad Inédita) estaban

¹¹⁷ En Colombia la expresión *camellar* se utiliza como sinónimo del verbo trabajar.

¹¹⁸ *Caracol Next* es la división de contenidos digitales de *Caracol Televisión* y que coordina la plataforma *streaming Caracol Play*

presentando una licitación para poderse ganar esa oportunidad de transmitir un mensaje para la inclusión de la comunidad LGBT. (D. Pérez, comunicación personal, 7 de noviembre, 2020)

En Colombia, una de las modalidades de financiación de proyectos webseriales es el de las convocatorias públicas lideradas por Ministerios o instituciones gubernamentales del orden departamental o municipal. En algunas oportunidades a estas convocatorias se presentan los canales de televisión regional o local del país, quienes compiten en el interés de adquirir recursos para generar producciones propias, como fue el caso de la serie web *El Misterio de la Condesa* realizada por una productora particular para Teleantioquia¹¹⁹, que a su vez había ganado una convocatoria del Ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (MINTIC): “Teleantioquia sacó una convocatoria con una idea y unos personajes [...] miramos esta convocatoria y dijimos pues presentemonos y nos presentamos y nos la ganamos pero ya el título y la idea principal de la serie la tenía Teleantioquia” (A. Gurisatti, comunicación personal, 30 de octubre, 2020).

En resumen, este segundo grupo de producciones seriales para la web liderados por canales de televisión tiene como motivaciones principales, por una parte narrar historias en este formato alternativo para, como expresó uno de los creadores, “no quedarse rezagados” con respecto a lo que está sucediendo en contextos digitales. Asimismo, se logra identificar en los profesionales otra motivación para la producción de series web: el interés por abordar temas que quizás resultan controversiales para un medio masivo como es la televisión.

¹¹⁹ En Colombia existen tres canales nacionales de televisión de carácter privado (Caracol, RCN y Canal Uno) y dos de carácter público (Señal Colombia y Canal Institucional). Además, desde los años 80 del siglo XX, empezaron a funcionar canales regionales, todos de carácter público (Teleantioquia, Telepacífico, Telecaribe, Telecafé, TRO, Teleislas) y una serie de canales locales sobre todo que funcionan en las principales ciudades del país.

El tercer grupo de realizadores que no produjo su serie web con intenciones de dar a conocer un producto o que no estaban vinculados con la producción de un canal de televisión, lo forman aquellos creadores que ante todo incursionaron en el formato de las *webseries* para narrar sus propias historias o como una manera de experimentación con las narrativas en contextos web. Este es el caso de los siguientes realizadores, quienes aprovecharon las posibilidades de producción alternativa que ofrecen las series web para contar una historia personal.

Realmente eso empezó como un ejercicio, fue una idea de mi esposa, de Juliana que ella es actriz y digamos en ese momento que eso lo empezamos como en el 2012 o 2013 yo creo, el tema es que bueno, estaban como en auge las *webseries* y a ella se le ocurrió esa idea y empezó como un ejercicio nuestro de hacer algo y no salir a buscar y a vender y a buscar patrocinadores sino realmente hacer algo como se nos diera la gana [...] a partir de eso la experiencia fue muy interesante porque fuimos aprendiendo mucho. (D. Vivanco, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020)

Cuando surgió la idea de la serie yo ya llevaba cuatro años modelando y había vivido muchas experiencias que parecen increíbles pero no lo son dentro del mundo del modelaje y yo siempre llegaba y le contaba a Diego mis historias y se las contaba a mis amigos y un amigo en un momento me propuso crear un blog contando pues todas estas historias con el humor que a mí me caracteriza que es un humor ácido y justo cuando se estaba dando eso y le comenté a Diego la idea de hacer el blog, empezó a surgir este tema de las *webseries* en Colombia y estaba como en mucho furor y al parecer tenían bastante éxito y dijimos no pues, pongámonos a hacer una *webserie* con este tema y así fue que surgió. (J. Robledo, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020).

Ver en las *webseries* una alternativa para narrar historias, experimentar con nuevos lenguajes y llegar a públicos en contextos web, también fueron algunas de las motivaciones principales que describió uno de los entrevistados..

Nosotros como siempre estamos participando de las convocatorias para recibir apoyos públicos. Nosotros somos un teatro privado y la subsistencia nos cuesta cada día, entonces salió este proyecto y en el grupo, el dramaturgo que teníamos [...] había estudiado cine en Praga, tenía un conocimiento, entonces él también como mirando el proyecto nos propuso hacer una serie web, algo que nunca habíamos hecho. De hecho la gente cuando piensa en el Teatro Libre cree que somos unos monjes que no hacemos, detestamos la televisión o lo que piensan de los viejos teatreros, que la televisión es mala y audiovisual no, sino solo el teatro y nos mantenemos firmes en el teatro y bueno, salió esta idea y nos gustó muchísimo, explorar estos lenguajes y claro, lo que nos permitía la serie web es que no teníamos que tener la infraestructura o el músculo financiero para hacer una película, sino que podía ser un contenido más ligero en algún sentido. Como lo que se le ofrece a los espectadores son capítulos de seis o siete minutos y contar una historia que finalmente es lo que a nosotros nos gusta hacer también desde el teatro. (F. Velandia, comunicación personal, 24 de octubre, 2020)

Un caso diferente a los anteriormente descritos fue relatado por una creadora quien explicó que la realización audiovisual se dio por intereses de expandir la narrativa de un blog que relataba las historias cotidianas de dos jóvenes adultas en búsqueda del amor.

El blog de Susana y Elvira llevaba como dos años al aire, y se había vuelto un referente importante y una productora nos contactó porque tenía la idea de hacer esta serie, entonces en los primeros acercamientos que tuvimos para hacer Susana y Elvira, nosotras

como creadoras de Susana y Elvira que éramos Maria Fernanda Moreno y yo estábamos en el anonimato, entonces pues estuvimos viendo opciones de bueno, cómo hacemos para que estas viejas tengan una vida [...] La primera idea era que fuera una serie animada con las voces con nosotras y después dijimos no [...] ¿por qué no lo hacemos real? [...] La primera opción de actriz de una fue Manuela González que en ese momento era una mega diva [...] Algo que fue curioso fue que toda la primera temporada se hizo pensando que iba a ser como un piloto para que Susana y Elvira se fuera para la televisión y pues no pasó, se quedó en la web. (M. Peláez, comunicación personal, 11 de noviembre, 2020)

Vale la pena resaltar una motivación que aparece en este último comentario: crear la *webserie* como una especie de piloto con pretensiones de llegar a la televisión tradicional.

En síntesis, los realizadores profesionales manifiestan diversas motivaciones en la producción de las series web. Ello evidencia lo versátil del formato para cumplir distintas funciones tales como la expansión de narrativas, la experimentación de nuevos lenguajes o historias, la promoción de productos o ideas y la inclusión de temáticas diversas que, por ser la televisión un medio masivo, son más difíciles de distribuir.

8.2.1.4 Concepciones sobre el formato: definiciones y características. Respecto a la forma cómo los realizadores profesionales conciben las series web, se encontraron distintas respuestas que son agrupadas de la siguiente manera: algunos realizadores hacen una definición más general en la que dan cuenta de particularidades específicas. Por otro lado, un grupo de personas ahondan en las características que consideran marcan la principal diferencia del formato webserial con relación al tradicional de series de televisión. En este tipo de respuestas el factor tiempo ligado a la brevedad es una constante. Finalmente, un tercer grupo destaca el valor

fundamental que algunos realizadores le dan a internet como plataforma para entender las series web. A continuación, tratamos estos grupos de respuestas con mayor profundidad.

El primer grupo reúne las definiciones de realizadores que hablan de las *webseries* como un formato que ofrece condiciones particulares para la producción: las duraciones breves en sus capítulos, las licencias para distribuir tipos específicos de contenidos y la contundencia en los relatos, entre otras. Estas características las diferencian de las producciones seriadas para la televisión tradicional.

Para mí una *webserie* es un contenido, en el caso mío, de ficción, que se pone en una red de distribución que permite ciertas licencias que tal vez otros medios u otras formas de distribución no posibilitarían. Creo además que tiene sus particularidades, tiene sus condiciones formales y sus condiciones de contenido, sí me parece que se ubica en una forma de distribución que de una u otra manera abre ciertas posibilidades, que amplía ciertas posibilidades de expresión. (D. García, comunicación personal, 1 de noviembre, 2020)

Una *webserie* es una serie pensada, concebida para ser compartida y vista de manera digital que tiene unos lenguajes, unos tiempos, unas temáticas incluso, bastantes particulares que se rozan con la televisión e incluso con los cortometrajes pero que no son un lenguaje, ni televisivo ni de cine. Es un formato que además tiene un diferencial gigantesco con estas otras y es la inmediata distribución global que tiene. (J. Aparicio, comunicación personal, 10 de noviembre, 2020)

Por otra parte, y profundizando en las características que definen las *webseries*, un grupo amplio de realizadores aportó concepciones que tuvieron como elementos clave los tiempos breves de duración y la contundencia en los relatos.

Es una narrativa como más contundente que permite crear una narración más profunda y más delicada de lo que se podría hacer a veces casi que en cine y casi que en una serie de televisión convencional. El tiempo en cine es muy comprimido, en últimas entonces, no deja ahondar en muchas cosas y en las series de televisión pues es lo contrario, como que es una extensión de tiempo muy larga [...] Veo que en las *webseries* como que existe una media. (H. Trompetero, comunicación personal, 3 de noviembre, 2020)

Creería que es una historia corta, una historia que claramente deja una enseñanza, pero que tiene la capacidad de concentrarse en un formato digital y que lo que lo hace chévere es eso mismo, que todo el mundo puede verla en cualquier lugar y por el mismo hecho de que es un contenido corto [es] muy digerible y digamos que para el mundo digital eso es una gran ventaja pues porque ya es más un tema de poder explorar una historia de una manera rápida. (M. Hernández, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020).

La siguiente profesional concibió la serie web como un formato que tiene, como cualquier otro, una serie de límites para la creación; entre esos límites destacan tiempos cortos y relatos concisos y potentes son los que le dan un carácter particular.

Para mí en la creación hay unos formatos que tienen como un *ring* de boxeo más estrechos, otros más amplios, otros dan más posibilidades, otros menos, pero finalmente la creación, aunque hablen mucho de la libertad creativa y de la libertad pues mucha creación se da a partir de las restricciones y de los límites ¿qué siento yo que son los límites claros de una *webserie*? Tienen que ser muy cortas, muy concisas, muy potentes, muy tensas, casi como si comparáramos el cuento y la novela [...] Yo nunca diría que un cuento es una novela corta, ni que un corto sea un largometraje en miniatura, cada uno tiene su propio carácter, su propia naturaleza y diría que las *webseries* no es que sea una

serie en miniatura, sino que responde más bien es como a esa brevedad, a esa contundencia [...] Yo concibo la *webserie* es como un producto de una duración muy determinada y que utiliza la brevedad como su principal aliado y la web obviamente, que la experiencia al ser a través de la web pues genera también otras dinámicas y otras posibilidades de intervenir, de los prosumidores [...] no es un producto cerrado que se presenta, se proyecta y ya, sino que puede tener otro tipo de conexiones con los espectadores. (I. Botero, comunicación personal, 7 de octubre, 2020)

Vale destacar de este último comentario que, además de reconocer que se trata de un formato que obliga la brevedad en los tiempos de los relatos, la *webserie* permite además la generación de dinámicas novedosas de consumo como la intervención de los usuarios, quienes en este caso se empiezan a concebir como prosumidores.

Por otra parte, una constante en las definiciones tiene que ver con la plataforma web. Algunas de las personas consultadas definen las *webseries* como un formato que circula en internet.

Yo creo que eso finalmente acude es al medio por el que se realiza, porque en términos estéticos e incluso dramaturgicos, claro, sí hay una diferencia que se ha trazado mucho en los últimos años, que sí es evidente, pero siento que obedece más al medio por el que se transmite. (J. Benavides, comunicación personal, 24 de octubre, 2020).

Para mí una *webserie* es una historia que se pueda desarrollar en plataformas web que creo que tiene mucho que ver con el formato y la duración y me di cuenta pues de que no necesariamente tiene que ser comercial, porque al comienzo yo creía que siempre tenía que tener un enfoque comercial, tenía que vender un producto y no, simplemente es la

manera en que se distribuye o en la que llega a la gente la serie. (P. Sarmiento, comunicación personal, 25 de octubre, 2020)

Siento yo que la *webserie* describe más las plataformas en las que se distribuye el contenido y digamos que de pronto también la duración de ese mismo contenido, porque digamos que dentro de las series web caben muchísimas cosas incluyendo géneros como el documental o cosas que tienen que ver con el periodismo que se dan de una frecuencia de visión seriada, o sea que son varios capítulos que pueden distribuirse semanalmente o como sea, pero que están en una estructura seriada de entregas y que tienen unos tiempos que se ajustan a los tiempos de consumo del espectador promedio en las plataformas digitales” (H. Chiquillo, comunicación personal, 29 de octubre, 2020)

De manera distinta a este tipo de concepciones en las que el medio define el formato *webserie*, uno de los realizadores además tuvo en cuenta otros factores diferentes a la plataforma web para definir las *webseries*. Esto es interesante pues es común que las series web son producciones serializadas que se transmiten por la web y con ello se incluyen todas las obras que circulan por plataformas *OTT* tipo *Netflix*. No obstante, uno de los guionistas indicó que, para él, la definición del formato depende de muchos factores y no sólo el canal por el que se distribuye el producto.

Una *webserie* no es *webserie* por el hecho de que la pasemos por internet, no es *webserie* por el hecho que la pasemos por *YouTube*. Yo creo que como tal el nombre que se ha puesto de *webserie* creo que de pronto yo preferiría hacerlo contenido digital. Creo que las características que tiene y con que cuenta es la evolución de múltiples factores para la posibilidad del contenido como contenido. Cuando hablo de múltiples factores estoy hablando del tema de estructura narrativa, herramientas narrativas, estoy hablando de

ritmo, del canal que circula. Entonces una serie web para ser serie web tiene que conjugar todos estos factores, porque si fuera por el medio de difusión podríamos decir en este momento que (la telenovela) *Pasión de Gavilanes* es una serie web porque la están pasando en *Netflix*, entonces yo creo que son esos factores. (A. Lopera, comunicación personal, 8 de octubre, 2020).

Finalmente, existen quienes consideran al formato como un espacio para la experimentación y ven las *webseries* como un subproducto; una especie de plataforma de lanzamiento para que actores y directores muestren sus trabajos con pretensiones de llegar a pantallas tradicionales. Este comentario tiene relación con una de las motivaciones expresadas antes, cuando una guionista indicó que la primera temporada se realizó como un piloto para buscar opciones de llegar a la televisión.

Para mí una *webserie* es un producto que sobre todo tiene que llegar hacia la sensación extrema, porque ¿qué es lo que pasa? con internet vos tenés quinientas mil cosas al tiempo; entonces para mí la *webserie* tiene que ser algo que te atrape en ese poco tiempo que tenés de atención del televidente [...] Además también es una plataforma para directores, sobre todo directores y actores que quieren pasar algo más. Es decir, para mí todavía sigue siendo como un subproducto, porque lo que se busca por lo general con esas *webseries* es llevarlas a pantalla normal de televisión o a que haga una plataforma a hacer una película, a protagonizar una serie grande, entonces para mí todavía sigue siendo una cosa menor que permite la experimentación pero que te tiene que llegar como a la yugular del espectador. (A. Gurisatti, comunicación personal, 30 de octubre, 2020)

Así las cosas, aunque en general el formato *webserie* es percibido como distinto a otros formatos seriados para la televisión sobre todo por aspectos como el tiempo de duración, no hay coincidencias en su definición.

Por su parte, la variable tiempo es importante para la mayoría de los realizadores profesionales consultados. Sin embargo, todos apuntan a tiempos breves, desconociendo, como lo expresó una de las guionistas, que también existen duraciones largas: “Yo realmente tampoco soy experta en este tema de las *webseries*, no sé si hay *webseries* de larga duración o de muchas temporadas, no estoy muy segura de eso” (I. Botero, comunicación personal, 7 de octubre, 2020).

Además de las distintas definiciones mencionadas, vale considerar la discusión que propuso uno de los guionistas y que expusimos líneas atrás, quien, a diferencia de un grupo de realizadores, dejó claro que no todo lo que circula por la web que tenga características de serialidad deba ser concebido como serie web: “una *webserie* no es *webserie* por el hecho de que la pasemos por internet, no es *webserie* por el hecho que la pasemos por *YouTube*” (A. Lopera, comunicación personal, 8 de octubre, 2020). Esta discusión es pertinente porque evita suponer que todo lo que se transmita por plataformas como *Netflix*, *Prime Video*, *Apple TV*, entre otras, es *webserie* por el simple hecho de tener varios capítulos y utilizar internet. Aquí entonces es clave, como lo expresaron otros realizadores, las características que las distinguen de los medios tradicionales.

8.2.2 Proceso de realización de la serie web

Para explicar el proceso de realización de las series web que describieron los realizadores profesionales, se hará énfasis primero en los procesos de escritura: las técnicas usadas para desarrollar las historias y las posibilidades creativas que ofrecen las series web frente a otros formatos tradicionales. Seguido, y para cerrar los aspectos de la creación de las narrativas, se

revisarán los tiempos que tardaron los realizadores para escribir y producir las distintas *webseries*. Posteriormente, se reflexionará acerca de los equipos de realización, es decir, se abundará sobre los roles, las diferencias que los realizadores profesionales encuentran en el desempeño de sus labores en este formato frente a otros y en los ambientes laborales.

Como sucedió con las series web *amateurs*, también se analizarán las restricciones a las que se enfrentan los creadores en la realización de las series web, los presupuestos y las remuneraciones. Finalmente, se identificará cómo fueron las relaciones de los realizadores con los usuarios y la percepción de satisfacción de los creadores con la obra producida.

8.2.2.1 Las fases de producción. Del análisis de las respuestas se extrae que en lo referente a la producción de las series web profesionales, todos los realizadores siguen el proceso convencional de preproducción, producción y postproducción.

Estas etapas se llevan a cabo para la *webserie* completa. Es decir, un tiempo específico se dedica a la preproducción de toda la obra; otro momento se destina al rodaje completo de todos los capítulos y un último se dedica a la postproducción de toda la serie web: “Primero se escribió todo el guión [...] cuando ya se tuvo un guión [...], se hizo el rodaje” (F. Velandía, comunicación personal, 24 de octubre, 2020). “Lo primero que escribí fueron 7 capítulos, se entregaron y se rodaron” (A. Lopera, comunicación personal, 8 de octubre, 2020).

Esta clara distinción en los tiempos entre fases de preproducción, producción y postproducción para toda la serie web, y no por capítulos, se evidencia en el siguiente punto cuando se aborda el proceso de escritura de la *webserie*.

8.2.2.2 Proceso de escritura. Al consultar sobre las formas cómo los guionistas de las diferentes series web profesionales desarrollaron los procesos de escritura, se encontró que casi todas las obras fueron escritas por completo antes de ser rodadas: “Cuando nosotros empezamos

el rodaje ya estaban los diez capítulos escritos. Los chicos, los actores por ejemplo ya sabían de qué iba su personaje hasta el capítulo diez” (J. Benavides, comunicación personal, 24 de octubre, 2020). “Todo fue muy rápido, pero yo escribí todos los capítulos antes de que pasaran ya a rodaje” (P. Sarmiento, comunicación personal, 25 de octubre, 2020). “Eso lo escribí primero, buscamos la financiación y luego sí la produjimos pues completa” (H. Chiquillo, comunicación personal, 29 de octubre, 2020).

Escribimos los guiones y después empezamos como a hacer el desglose y después empezamos a aterrizar un poco porque después nos dimos cuenta que habían cosas que se empezaban a complicar porque como que quisimos hacer cosas muy grandes y nos dimos cuenta que se empezaba a complicar un poco por el tiempo [...] un poco también la locura fue porque la *webserie* la hicimos como en tiempo libre, sábados, domingos, un día por la tarde porque yo estaba por ejemplo muy ocupado. Yo me acuerdo que estaba escribiendo algo y digamos no tenía tanto tiempo, entonces los sábados y domingos. Es más, creo que la segunda temporada la grabamos y la lanzamos como al otro año porque no habíamos tenido tiempo de editarlo. (D. Vivanco, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020).

En esta misma línea, se encontró que una serie, a diferencia de las anteriores, se escribía de a dos capítulos que pasaban a aprobación del canal antes de escribir los siguientes. Ahora bien, al momento del rodaje, se produjo toda la serie web de una vez.

Lo que siempre se hace. Hay un primer capítulo escrito para que sientan cómo es el piloto. Un piloto para que se sintiera el tonito de la serie, para dónde va, una vez aprobado ese, las entregas eran como de cada dos capítulos, como uno, tres, cinco, siete más o menos fue así. (J. Aparicio, comunicación personal, 10 de noviembre, 2020)

Un caso que vale destacar es el de una serie que, además de escribir el guión completo de los seis episodios de la primera temporada, pasó por procesos propios de la dramaturgia teatral, como la respectiva revisión y apropiación del guión por parte de los intérpretes, además de los ensayos de actuación, antes de llegar al rodaje propiamente dicho.

Primero se escribió todo el guión. Se leyó, lo que hacemos nosotros, fue como un proceso un montaje de una obra de teatro, como hacemos nosotros. Se leyó toda la obra, la leímos con todo el grupo, se dieron indicaciones, comentarios a ver qué pensábamos todos, se corrigió. Eso siempre es un proceso antes como de tener la versión final que de todas formas siempre cambia en el rodaje o ya como en la práctica, cuando ya se tuvo como un guión que dijimos listo, sí, esto nos gusta, nos parece, llama la atención, se hizo el rodaje. (F. Velandia, comunicación personal, 24 de octubre, 2020)

También merece la pena resaltar aparte otra serie que, al igual que las anteriores, se escribió por completo antes de pasar a rodaje. Precisamente, esta serie web tuvo como característica que al surgir como una expansión narrativa del *blog* del mismo nombre, muchos de los capítulos de la primera temporada, como lo explica su guionista, venían de *posts* que funcionaban como argumentos de los capítulos.

Varios de los capítulos que salieron en la primera temporada estaban basados en *posts* que ya habíamos escrito, entonces lo primero que hicimos fue seleccionar los *posts* que fueron más audiovisuales, que se pudieran llevar como a esto, y se empezaron a trabajar sobre esto. O sea, al principio fue como unos capítulos muy narrativos, pero no muy audiovisuales, muy literarios, precisamente por el lugar de donde veníamos María Fernanda y yo. (M. Peláez, comunicación personal, 11 de noviembre, 2020)

Un caso que resultó un poco diferente a los anteriormente descritos y, por lo tanto, es pertinente destacar por su proceso, es el de una de las producciones profesionales con más capítulos publicados (cuarenta y cinco en su primera temporada). Esta *webserie*, al estar sujeta a vinculaciones comerciales tuvo una práctica de escritura y rodaje distinta al resto de las antes descritas, pues se escribían grupos de guiones después de lograr la venta a marcas comerciales.

La escritura estaba marcada en su ritmo de acuerdo al tema comercial que iba logrando la casa productora. Entonces por ejemplo, lo primero que escribí (en Adulto

Contemporáneo) fueron siete capítulos, se entregaron y se rodaron siete capítulos.

Después esperamos un tiempo entonces otros cinco y así, espaciados, pero de acuerdo a eso. (A. Lopera, comunicación personal, 8 de octubre, 2020)

En síntesis, a pesar que las *webseries* clasificadas como profesionales tuvieron distintos motivos de producción, todas las personas consultadas coincidieron en que distinguieron con claridad las etapas de preproducción y producción. En la primera, como sucede con las producciones audiovisuales tradicionalmente, se llevó a cabo la escritura de los guiones de los capítulos y, en la segunda, se produjeron todos por completo, con el fin de reducir costos y hacer más eficaces los procesos de realización. Aunque hubo una serie web cuya temporada no se escribió completa antes de ser producida, también agrupó distintos guiones para hacer rodajes de varios capítulos seguidos.

8.2.2.2.1 Técnicas para la escritura. Al abordar la pregunta sobre las técnicas y los autores que los guionistas siguieron para la escritura de las series web, hay en la mayoría de los profesionales entrevistados coincidencia en autores clásicos en la creación de manuales de guión audiovisual. En un grupo amplio se citan referentes como Robert McKee, Linda Seger, Christopher Vogler y Joseph Campbell entre otros. Según este grupo, sus métodos para la

creación de historias fueron construídos a partir de las propuestas conceptuales de los autores, sumadas a las experiencias propias.

Joseph Campbell con *El Viaje del Héroe*. El Héroe de las Mil Caras y todo este cuento, y es muy chévere [...] yo todos esos conocimientos he venido cogiéndolos y armo es un *Frankenstein*. Hay cosas que para mí son definitivas, sin una necesidad ideológica, yo no puedo sentarme a escribir nada, yo tengo que tener una necesidad ideológica. (A. Lopera, comunicación personal, 8 de octubre, 2020)

Yo sí hice cursos de McKee y sí me leí a Linda Seger, me leí *El Viaje del Escritor* (Christopher Vogler) y todo [...] Yo creo que hay que estudiar cada tanto [...] yo creo que uno va desarrollando y uno va encontrando qué es lo que quiere uno contar, pero uno tiene que estar todo el tiempo como muy actualizado, digamos, la dramaturgia es una, conflictos, personajes, lo que uno va encontrando es la manera de contar y yo creo que uno tiene que estar viendo también cómo se rompen esas reglas y como también se van transformando a medida que pasa el tiempo, los arquetipos y los referentes [...] Yo no me caso con ningún autor, pero sí me parece que uno debe estar leyendo y sobre todo me parece súper interesante cada tanto uno hacer esa retroalimentación teórica [...] Uno la dramaturgia y la técnica la tiene en la intuición, uno la tiene incorporada pero sí es súper importante cada tanto volver a leer. (D. Vivanco, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020)

Yo acudo mucho a los manuales clásicos como de Linda Seger, a mí me gusta mucho ella, yo sé que ahora está McKee y todo eso, pero ella tiene una forma de explicar, sobre todo los puntos de giro que es súper interesante. También he trabajado muchísimo *El Viaje del Héroe*, pero digamos que *El Viaje del Héroe* en lo digital es muy extraño,

entonces es muy difícil aplicarlo completamente y he estudiado muchísimo por mi cuenta los fenómenos digitales, y todo eso lo mezclo y echo mano de todo lo que pueda. (H. Chiquillo, comunicación personal, 29 de octubre, 2020)

Con la experiencia, pues he acomodado algunas de mis propias cosas y a Mckee de vez en cuando, sobre todo para diálogos, porque él es muy bueno para diálogos; entonces toda la cosa del subtexto que es lo más difícil del universo, digamos la cosa de la escena, si la escena es positiva o negativa, qué personaje tiene que estar arriba de la escena después el otro [y] sobre todo a Yolanda Barrasa para la estructura de esa serie web la utilicé mucho. (A. Gurisatti, comunicación personal, 30 de octubre, 2020).

Vale notar cómo otros guionistas entrevistados, que reconocieron también recurrir a referentes audiovisuales, reconocen seguir procesos tradicionales para la construcción de guiones, como la utilización de maquetas o el procedimiento de creación de sinopsis, escaletas y argumentos.

Yo soy súper estructuralista, yo soy más de oficio que de inspiración, hay gente que escribe, tengo una idea y escribe libreto, yo nunca he podido eso ni nunca lo he intentado ni de chico. Yo voy más por el paso a paso: sinopsis, escaleta, guión, y me baso mucho en (Blake) Snyder, me gusta mucho, me parece que es claro, conciso y específico de cómo contar historias. Eso sí, yo creo que si eso se amarra tanto a una fórmula, se termina clonando, pero sí basarse en esa fórmula. (J. Aparicio, comunicación personal, 10 de noviembre, 2020)

Yo investigué muchas de las técnicas que utilizaban los guionistas y digamos cada uno coge, yo cogí de a poquitos todo lo que podía de cada uno y que me iba a servir a mí para poder escribir las historias [...] yo utilizo la famosa maqueta que es muy efectiva sobre

todo para escribir libros que es prácticamente un resumen de cada uno de los capítulos, sí de cada una de las partes principales de la historia para que tú tengas un panorama muy completo de todo lo que va a suceder, de todos los actos y de que todos concuerden y cuadre y se desaten todos los nudos al final de la historia. A partir de eso entonces sí empiezo a desglosar, dependiendo de la cantidad de texto que se requiera ¿cómo te digo?, puede ser una serie de cuatro minutos cada capítulo, o puede ser una película de dos horas y media. (D. Pérez, comunicación personal, 7 de noviembre, 2020)

Por otra parte, uno de estos realizadores dijo también que, saber el final de la historia antes de construirla, le resulta fundamental porque llega más fácil a la creación total del guión, y esto, sumado al reconocimiento de referentes, le ha llevado a ser más metódico y estructurado al momento de enfrentarse a la escritura.

Eso ha sido como un popurrí de cosas y también es como el resultado de muchas experiencias anteriores. Pues uno ha leído a McKee, uno ha leído a mucha gente, de hecho ahora que estoy escribiendo o pretendo escribir más literatura, he traído las técnicas del cine para poder escribir las novelas que estoy haciendo y me ha sido más fructífero la verdad, porque pues sentarse uno a escribir divagando y teniendo unas ideas que después se van yendo por las ramas, como que termina siendo más complejo y más dispendioso [...] si uno pudiera decir que hay un estándar de proceso, es como tener una sinopsis general primero, una sinopsis donde se cuente de principio a fin, más o menos qué es lo que se quiere o lo que se tiene en la cabeza, por lo general si uno tiene un final pues es más fácil llegar a ese derrotero y después a partir de eso armar una escaleta y después de la escaleta pues ya empezar uno a desarrollar el guión final o la novela final,

desarrollando punto a punto, cada uno de los momentos que uno determina en esa escaleta. (H. Trompetero, comunicación personal, 3 de noviembre, 2020)

Asimismo, algunos de los guionistas entrevistados hicieron referencia a las técnicas y estructuras dramáticas propias del teatro para la construcción de las series web. Según estas personas, es importante hacer mezclar la dramaturgia clásica teatral y las narrativas en contextos digitales pues las primeras ofrecen técnicas como el distanciamiento y el extrañamiento propios de la teoría de Bertold Brecht, que llevados a la realización audiovisual se traducen en recursos como la ruptura de la cuarta pared o la inclusión del espectador en la obra con la interpelación del actor hablándole a la cámara.

Hay una cosa que en el teatro y en cierta forma en las series web he tratado de incorporar.

Un *mix* medio extraño, y es todas las ideas de la dramaturgia clásica con las ideas

Bertianas del distanciamiento y el extrañamiento y la dramaturgia de fragmentación [...]

Brecht pretendía que el teatro asumiera una función pedagógica y políticamente

pedagógica. Brecht era un tipo de izquierda y desarrolló una serie de elementos

dramatúrgicos que trataron de ofrecer una estructura diferente a la estructura aristotélica.

Entonces para Brecht, la catarsis no debía ser el fin último de la dramaturgia, sino que

debía ser la reflexión política y por eso entonces atacó de base el elemento central de la

dramaturgia aristotélica que fue la identificación y generó el concepto del distanciamiento

y el extrañamiento [...] En el caso mío los uso entonces, trato siempre de generar en lo

que hago, ciertos elementos de distanciamiento y de extrañamiento, como romper la

cuarta pared, como la mirada a cámara, como el personaje farsesco. La Nena es un

personaje totalmente disfrazado, es un personaje que se sabe que está disfrazado, es un

personaje de farsa en medio de un mundo medio naturalista. En fin, siempre trato como

de acompañar la dramaturgia clásica con elementos de distanciamiento y de extrañamiento que creo que terminan generando una mezcla interesante, sobre todo pensando en el espectáculo. (D. García, comunicación personal, 1 de noviembre, 2020)

En líneas similares, otros guionistas insistieron en la importancia que, para ellos, representan sus formaciones en dramaturgia teatral y la mezcla de estas técnicas con la experiencia y el acercamiento a las narrativas audiovisuales.

Las líneas dramáticas en términos de estructura y lo demás tienen como su asiento en el ejercicio teatral. Yo hice mi profundización en el pregrado en teatro dramático, entonces prácticamente la mitad de la carrera estuve analizando texto, estuvimos analizando texto desde la estructura dramática de unidad de tiempo y espacio, de Aristóteles, de la poética, es decir, creo que viene desde allí. Ese ejercicio (la serie web *A Quién le Importa*), creo que lo construí desde la parte teatral, después se ha ido ubicando en lo que tiene que ver con la escritura para audiovisual. (J. Benavides, comunicación personal, 24 de octubre, 2020)

Es un poco raro lo que pasa con las series web porque como que uno echa mano de tantos recursos que es muy difícil decir qué. O sea, desde mi educación teatral donde se trabajaban los temas aristotélicos, hasta los recursos de los *YouTubers*, todo eso entra dentro del mismo paquete [...] También me nutro resto de las estructuras del *stand up*, porque funcionan muy bien. Yo creo que los *standaperos* no entienden a veces lo bien que su contenido funciona en redes sociales y lo desaprovechan muchísimo porque tienen una cercanía y están hablando directamente al público de una forma escueta que es un poco lo que siento yo que en algunos casos busca el espectador de una serie web [...] tengo momentos en que echo mucha mano de las estructuras de telenovela que son

lineales y que son repetitivas, que son redundantes, entonces como que es muy difícil poder decir a quienes sigo. (H. Chiquillo, comunicación personal, 29 de octubre, 2020)

Distinto a estas posiciones de seguir manuales de guión audiovisual o técnicas dramáticas propias del teatro, se encontró la de una guionista, quien reconoció que su proceso fue más empírico al enfrentarse en esta series web por primera vez a la construcción de un guión audiovisual. Para la creadora, quien desde su formación en literatura no tenía experiencia previa en la producción, prefirió, junto con su compañera de guión, seguir un proceso más natural valiéndose de las técnicas de la escritura literaria.

Esto fue empírico, totalmente empírico, o sea, creo que en algún momento el director nos dijo: no mire, McKee léanse esto. Creo que leímos la introducción y dijimos: ¡ay no, qué *jartera!* tenemos que producir esta vaina, no tenemos tiempo de ponernos a estudiar esta cosa, tenemos que hacerlo, tenemos que sacarlo, porque es que esto fue hágale, acá no hay tiempo de preparación [...] Entonces técnicas no, o sea, yo creo que afortunadamente Maria Fernanda y yo teníamos una formación en principios básicos de escritura, pues escribir un libreto no es que sea nada extraordinario. Pero sí, yo creo que fue un tema más que fluyó, o sea, nos funcionó, como que teníamos alguna noción de alguna forma de eso pero no, empírico totalmente. (M. Peláez, comunicación personal, 11 de noviembre, 2020)

Es interesante identificar cómo para la construcción de los guiones de las series web en la mayoría de los realizadores, se usaron los mismos referentes para la escritura audiovisual tradicional. Estos referentes se referían más a la construcción de estructuras autocontenidas, es decir, a relatos que tienen un inicio, nudo y desenlace como sucede en el cine, y no a estructuras serializadas, que podrían ser consideradas por otros más aptas para el trabajo en *webseries*. Si

bien existen también manuales y autores que se han preocupado por estudiar las estructuras narrativas para series de televisión (Comparato, 1999; Douglas, 2011) e inclusive para series web (Schrott y Negro, 2017), existe aún una especie de “cinecentrismo” en la consulta de técnicas y autores para la construcción audiovisual seriada.

Vale reconocer también cómo estos creadores se esforzaron por mezclar distintas propuestas conceptuales con estructuras dramáticas teatrales, para intentar aportarles a las series web dinámicas que estuvieran más acordes con los consumos audiovisuales en contextos digitales.

8.2.2.2 Posibilidades creativas de las series web frente a otros formatos audiovisuales.

En línea con la variable anterior, a los realizadores profesionales se les preguntó específicamente por las diferencias entre las posibilidades creativas que brinda la escritura de la serie web.

La mayoría de los entrevistados reconoce una diferencia sustancial en el formato webserial, sobre todo en que permite mayor experimentación narrativa y un abordaje de temas o formas expresivas que regularmente no se tocan en medios tradicionales y masivos como la televisión.

Yo siento que en la *webserie* podés ser muchísimo más creativo y sobre todo podés tratar temas más difíciles que de pronto en televisión abierta no, o en televisión pues tradicional, por lo menos en Teleantioquia [...] Realmente en la red no hay tanto problema, podés decir por ejemplo más groserías que eso todavía sigue siendo una cosa muy loca que uno no pueda escribir groserías en un libreto; entonces desde el libreto te permite mucha más libertad para hacer lo que querés. Ahora, las *webseries* tienen mucho menos presupuesto entonces hay que ingeniárselas para mostrar lo que yo quiero con poco presupuesto. (A. Gurisatti, comunicación personal, 30 de octubre, 2020)

Sí claro, porque yo creo que la serie web permite muchísima más experimentación. Aunque obviamente hay una narrativa y hay una historia con un inicio, un nudo y un desenlace, pero yo siento que en la serie web o en este caso pudo ser mucho más experimental. El otro formato es mucho más convencional, historias más convencionales, puntos de vista más convencionales [...] Fuera de mí yo creo que era eso, ideas más atrevidas aunque era un producto pedagógico de la Secretaría de Salud. (I. Botero, comunicación personal, 7 de octubre, 2020)

Totalmente, pues teníamos la posibilidad de decir lo que quisiéramos como lo quisiéramos, [...] En los temas, por ejemplo, los temas que tratábamos era muy rico poder decir y hacer cosas que la gente quizás no se atrevería hacer en otros medios y recurrir al humor [...] Tener la posibilidad de hacer eso y de escribirlo y de hablar, de tratar temas como el racismo, tratar temas como los desórdenes alimenticios, tratar temas como las injusticias por ejemplo en los temas de los pagos que vivimos los modelos, pues era divertido poder hacerlo. (J. Robledo, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020)

El hecho de que lo puedas subir a la red sin ningún tipo de filtro previo, aunque los existen pero digamos son menos exigentes. Definitivamente sí permite que allí se amplíe las posibilidades de la experimentación pues porque hay menos condicionantes, tienes que atender a menos, valga la redundancia, condiciones o parámetros de quienes manejan los otros canales de distribución [...] Sí creo que este tipo de forma de distribución y de producción permite mayor libertad, permite mayor espacio para la experimentación pero como todo ejercicio de experimentación, pues reduce un poco las posibilidades económicas del ejercicio. (D. García, comunicación personal, 1 de noviembre, 2020)

En esto nosotros podíamos tener control de qué era lo que queríamos contar, no estar sujetos a otra visión de pronto un poco más comercial [...] nosotros decimos que nosotros somos un teatro de ideas, nosotros lo que buscamos es que las personas que ven nuestro trabajo se vayan con algo en la cabeza, con una pregunta, con una reflexión y esto lo podíamos pasar a la serie web. (F. Velandia, comunicación personal, 24 de octubre, 2020)

Vale destacar el caso de una de las primeras series web colombianas con más reconocimiento en los usuarios y que, como lo explicó una de sus creadoras, tenía la intención de arrancar en la web como un piloto para luego migrar a la televisión tradicional. Precisamente, la primera temporada de la *webserie* tuvo éxito y pasó a re-transmitirse por uno de los canales privados de Colombia. Sin embargo, esto duró poco tiempo y, según la creadora, resultó ser un hecho positivo para la serie, porque al no estar la siguiente temporada vinculada a un canal tradicional, les permitió tener control absoluto de los personajes y sus historias.

Susana y Elvira estuvo poquito tiempo en (el canal) Caracol, la primera temporada, pero era un formato que no estaba hecho para televisión. Diez o quince minutos en Caracol era como raro y porque el consumo de televisión en ese momento era diferente. O sea, creativamente era mucho mejor porque nosotros teníamos el control absoluto de lo que pasaba, lo que se nos daba la gana que pasara con estas viejas, si hubiéramos estado con un canal de pronto hubiéramos tenido más restricciones, pero tampoco era una producción que fuera en ese momento para televisión nacional porque en ese momento no había canal para ese tipo de contenido, hoy en día sería otra historia. (M. Peláez, comunicación personal, 11 de noviembre, 2020)

Por otra parte, y como lo explicaron los anteriores comentarios, las *webseries* permiten abordar temas que pueden resultar controversiales para la televisión. Precisamente los asuntos

LGBTI+ son uno de esos temas que las series web colombianas empezaron a abordar y que como lo explicaron algunos de los creadores, fue algo positivo para las personas de sexualidades no heteronormativas.

Siento que hay mayor libertad [...] Puede haber una mayor tranquilidad en términos de hacer ajustes, de programar de una manera distinta, de narrar de una manera distinta, de plantearse unas preguntas distintas. Creo que eso amplía, quizás sin la presión del canal como tal, del canal, estoy hablando es de lo tradicional, desde el canal tradicional, creo que sin esa presión puede ser mucho más, puede ser más enriquecedor y más creativo [...] Yo sí creo que permite esa posibilidad y te lo digo porque mi trabajo de la escritura siempre ha estado estrechamente relacionado con el tema LGTBI, entonces es finalmente también mi intención artística [...] Sí da muchísimas más posibilidades creativas, muchísima más libertad creativa, de expresión [...] entonces pues sí, nos permitió y dije lo que quise; además entonces escribimos y cambiamos lo que nos pareció y mostramos chicos teniendo parejas del mismo sexo, teniendo sexo y entonces a muchos les parecía pues escandaloso, entonces pues yo creo que sí, hay libertad, o sea, por lo menos a nosotros nos dió. (J. Benavides, comunicación personal, 24 de octubre, 2020)

Yo creo que sí porque precisamente el público objetivo era la gente joven que está pasando con el tema puntual de la comunidad LGTBI, que las personas de las generaciones pasadas o de las generaciones anteriores realmente no les interesa saber del tema. Entonces prácticamente Roma estaba orientado a los jóvenes para que ellos entendieran más o menos qué era lo que estaba pasando dentro de la historia, dentro de esa sociedad, dentro de esa comunidad, entonces creo que es mucho más sencillo narrar

ese tipo de historias con una serie web. (D. Pérez, comunicación personal, 7 de noviembre, 2020)

En cierta forma yo creo que sí por el mismo formato, yo creo que ahí Canal Capital se la jugó porque intentó hacer un formato para los jóvenes que pertenecieran a la comunidad [LGBTI+] que es un formato web, digital, pero que igual intentó incursionar en la televisión pública, en la televisión nacional y yo creo que eso fue lo que les hizo ganar el India¹²⁰ también por lo mismo, porque canales tradicionales como Caracol, RCN como que a veces censuran mucho la cosa o es muy amarillista, entonces creo que fue como un paso al aire que dieron y que les permitió dar a conocer que son inclusivos. (M. Hernández, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020)

De igual forma, otro grupo de realizadores que también estuvo de acuerdo con que las series web abren más oportunidades de creación. Creen que el formato, además de libertades, expone al guionista a retos mayores durante el proceso de escritura. Así, la *webserie* involucra una narrativa más exigente que, además, debe tener en cuenta en mayor medida a los públicos objetivos al tratarse de un formato de nichos: “Hay un montón de posibilidades creativas dentro de unas jaulas esenciales para poder producir a bajo costo, *crews* pequeños y en un tiempo más rápido de lo habitual” (H. Chiquillo, comunicación personal, 29 de octubre, 2020).

Sí da una libertad y un desarrollo y una exigencia de guionista porque se necesitan otras directrices. Como que es una narrativa más exigente, no tan obvia, necesita juegos, como los enganches, los cazaventuras, los cierres, los personajes, la sorpresa que se debe crear en cada capítulo. Sí, es un terreno en el que el guionista tiene muchísima [importancia],

¹²⁰ El India Catalina es un premio que se entrega cada año en Colombia en el marco del Festival Internacional de Cine de Cartagena (FICCI), a la producción televisiva nacional en diferentes categorías. A partir del año 2018, el premio India Catalina empezó a incorporar la categoría Serie Web y ese año se lo ganó la serie web Roma producida para Canal Capital de Bogotá.

por eso muchos de los *showrunners* son guionistas también, o están desde el guión preparando todo lo que se va a hacer. (H. Trompetero, comunicación personal, 3 de noviembre, 2020)

La parte creativa va ligada a que si vos haces lo que se te dé la gana porque es tu plata y decís: voy a experimentar, como hicimos nosotros con esto que fue mucha experimentación, mucha improvisación o te casas con una marca y te pone los límites, digamos la creatividad siempre va con el cliente [...] Si vos decís libertad absoluta, voy a hacer lo que se me da la gana, puede haberla pero también yo creo que depende a qué va enfocado y con quién estás trabajando también. Uno como escritor está acostumbrado a la creatividad guiarla de acuerdo a los parámetros que te van poniendo, o sea siempre existe la creatividad, lo que pasa es que hay absoluta o con parámetros, pero la creatividad siempre está. (D. Vivanco, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020)

Sí hay libertad para producir, pero para contar yo creo que uno siempre puede contar las historias que quiera y como las quiera si tiene una forma de pensar hacia un público, porque eso es otra cosa, las series web también van para un público. (J. Aparicio, comunicación personal, 10 de noviembre, 2020)

Me permite mucha más posibilidades en cuanto a lo narrativo, pero definitivamente también eso puede ser un arma de doble filo, y de verdad que también he tenido inconvenientes con respecto a eso porque entonces en un momento determinado el cliente cuando ve que hay tantas posibilidades entonces quiere meter todo, entonces lo que uno tiene que hacer es direccionarlos: No no no, espera, piensa que esto es para niños grandes, preadolescentes entonces nosotros no podemos llenarlos de *inserts*, por decir cualquier cosa, de cosas eróticas, porque es que llega un momento determinado en que uno les

plantea que se puede usar todo entonces ya lo quieren usar todo y usar todo no es ser más creativo. (A. Lopera, comunicación personal, 8 de octubre, 2020)

Cuando revisamos los comentarios de los realizadores en esta y la anterior categoría, notamos cómo para los profesionales en general, las formas de producción de las series web son semejantes a las de los productos audiovisuales tradicionales. Sin embargo, este formato les ofrece mayores libertades para contar historias, abordar diversas temáticas y experimentar con las narrativas.

De lo anterior, concluimos que el formato de las series web se distingue, de las producciones audiovisuales tradicionales, en la utilización de la web como plataforma de circulación, que influye en que en los aspectos creativos tengan mayores libertades y se pueda asumir retos experimentales con las narrativas. Asimismo, la flexibilidad tecnológica que ofrece la web, posibilita también que haya diferencias en la producción porque permite la realización con equipos técnicos más livianos y equipos humanos más reducidos.

8.2.2.2.3. *Tiempos de escritura.* Respecto a los tiempos que tardaron los guionistas en escribir las series web en contextos profesionales no se obtuvo una duración estándar. Los procesos variaron en función de distintos factores como los tiempos de convocatorias o las necesidades de los clientes. Precisamente, una de las series web que se destacó por haber sido escrita en tiempos muy rápidos destinó dos personas a la escritura: una para la realización de la primera versión de los guiones, lo que le tomó algunas semanas, y otra para el desarrollo en detalle de guiones literarios, técnicos y escaletas que realizó en dos días: “Lo que hicimos fue semanalmente ir sacando guiones literarios, pues en mi caso, y se los di al guionista de profesión quien nos ayudó directamente a bajar los guiones estructurados, el guión literario, escaleta y demás” (M. Hernández, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020).

Cuando yo recibí la solicitud del guión ellos tenían dos días para tenerlo, me pidieron a mí sacar ese guión en dos días. Un miércoles, ‘jarrada’ de tinto (café), a sentarse en el computador y empezar a construir la historia [...] Yo duré más o menos quince horas sacando parte por parte porque la idea era que cada capítulo tuviera una pequeña introducción al mundo que se estaba mostrando del mundo al revés LGTBI. Entonces más o menos me demoré unas quince horas y al día siguiente tuve que hacer una relectura porque es que es algo muy común en el momento de escribir un guión que tú escribes algo hoy y el día de mañana puede que no te guste, pero tienes que dejarlo ahí porque en definitiva toda historia, cualquier cosa que tenga que ver con la escritura o con la creatividad, no hay que cortarla de raíz, hay que dejarla que crezca de su propia manera, a su propio ritmo, entonces sí fueron muchas horas de trabajo. Fueron dos días prácticamente enteros en los que no dormí, hablando todo el tiempo con la gente de la productora a ver si les gustaba el tema que tenía cada uno de los capítulos y lo sacamos en dos días. (D. Pérez, comunicación personal, 7 de noviembre, 2020)

Algo similar respecto a los tiempos cortos para la producción de los guiones de las *webseries* sucedió con otra obra que, según su guionista, fue escrita en menos de un día. Sin embargo existió un previo proceso de desarrollo de la idea antes de la escritura: “Ese guión lo pensé una semana, yo hago un ejercicio que lo he llamado pensar con el esfero¹²¹, entonces lo pensé en una semana y lo escribí en dos horas” (A. Lopera, comunicación personal, 8 de octubre, 2020).

Considérese que algunas de las series web realizadas en contextos profesionales se produjeron para proyectos publicitarios, por lo que debían contar con aprobaciones previas de

¹²¹ En algunas regiones de Colombia se utiliza la palabra *esfero* para referirse a un lapicero.

agencias o clientes, sobre todo al momento del desarrollo de su planteamiento general. Estos procesos, según algunos guionistas, fueron los que más tardaban, mientras que la escritura de los guiones se lograba, como en los casos anteriores, en uno o dos días.

El planteamiento fue difícil, creo que nos tardamos yo creo que un mes dándole a las ideas y lo planteábamos y decían: no, eso no, hasta que yo dije: *okay*, voy a dejar de bloquearme por pensar que el tema es difícil y me voy a permitir hablar de lo que sea. Ahí fue finalmente, después de trabajar como tres semanas que dijeron *okay*. Entonces encontrar esa voz del proyecto, la mía y la del proyecto para el proyecto tardó eso; luego, hice un proceso de sinopsis, hice las cinco sinopsis [...] como en unas dos semanas [...] Ya una vez uno tiene la sinopsis, se manda a escribir, yo en ese momento tenía creo que tres proyectos [...] entonces yo creo que yo sacaba el guión, la primera versión de un guión como en dos días, yo creo que yo escribía una escaleta inicial en un día y ya si la aprobaban, a partir de la escaleta ya escribía en un día el guión pero pues obviamente había que haberle trabajado al guión un montón, por cada guión era un día, pero pues con previa escaleta, con previa sinopsis, bueno, todo eso. (P. Sarmiento, comunicación personal, 25 de octubre, 2020)

Considérese en los tres casos anteriores que, aunque la escritura de los guiones tomó pocos días, la producción en general requirió más tiempo debido a las tomas de decisiones o la estructuración. Así, la producción de estas *webseries* se realizó por varias semanas, inclusive los procesos de escritura tomaron un mes. Algo similar sucedió con algunos guionistas que produjeron series web para productoras que respondían a terceros: “Yo creo que esto fueron por ahí dos meses, tal vez el primer mes más intento presencial y el otro mes ya mandándonos las cosas y corrigiéndolas” (I. Botero, comunicación personal, 7 de octubre, 2020).

Eso fue súper rápido porque como te digo, con Teleantioquia siempre es: ‘necesitamos eso para ya’. Entonces yo creo que hice todo por ahí en un mes [...] con sinopsis, pues porque yo descarté mucho de lo que ellos habían propuesto porque no salía. Sinopsis, argumento, diseño de capítulos y escritura de capítulos. (A. Gurisatti, comunicación personal, 30 de octubre, 2020)

Esa serie yo la escribí como en dos meses más o menos, pero pues con muchos tiempos entre cada capítulo. Pero digamos que lo que más me demoro siempre es como pensando en el capítulo. Yo hago muchos borradores en papel y me demoro un poco más en eso que escribiendo, los capítulos los hacía como en medio día, más o menos. (H. Chiquillo, comunicación personal, 29 de octubre, 2020)

Finalmente, dos proyectos dijeron tardar de ocho meses a un año. Es necesario considerar que estas dos producciones no eran producidas por guionistas contratados por una productora para cumplir con una entrega a un cliente en particular. Una de ellas fue una producción propia de un canal y, su guionista, un empleado de planta de dicha empresa. La otra producción fue creada como un proyecto personal de su realizador: “Yo venía trabajando desde un año atrás, venía escribiendo” (J. Benavides, comunicación personal, 24 de octubre, 2020).

Fue largo porque digamos que pasaba por aprobaciones, entonces: ‘espérate que están leyéndolo, pero hay dudas pero lo leyeron dos veces, pero hay dos que sí y otro que no’ [...] Fue largo, digamos que unos seis meses, ocho meses de pronto más, como esporádico de revisamos esto, llevan tres semanas sin contestar: sí chicos, estuvimos ocupados pero ya la próxima semana nos reunimos. Intermitentes. (J. Aparicio, comunicación personal, 10 de noviembre, 2020)

Aunque las *webseries*, como lo dijimos al principio de este apartado, no tuvieron tiempos estándares de escritura de guiones por las diversas razones antes expuestas, la concepción de cada capítulo se realiza en tiempos muy cortos que oscilan entre uno y dos días. La expansión en los tiempos se debe en la mayoría de los casos a prácticas normales de tomas de decisiones entre los guionistas y los contratantes de la obra. Los casos en los que dedica más tiempo a la escritura destacan por no tener que cumplir con un cliente externo producto de una convocatoria, una contratación de un canal o un cliente comercial.

8.2.2.3 Producción. Como se explicó al principio, todas las *webseries* realizadas en contextos profesionales sobre las que se consultó en esta fase de la investigación, fueron rodadas en un solo periodo de tiempo. Es decir, las series web cuentan con procesos de realización correspondientes a las tres etapas convencionales: preproducción, producción y postproducción. Justamente, sus fases de producción toman tiempos relativamente cortos en casi la totalidad de las *webseries*: “La primera temporada se grabó como en una semana [...] Antes se grabó el teaser, eso fue como un día de rodaje y después sí fue una semana de rodaje para la primera temporada” (M. Peláez, comunicación personal, 11 de noviembre, 2020). “El tiempo de rodaje como tal fueron cinco días. Dos días de préstamo y el resto de días que tuvimos para nosotros hacer como de manera más tranquila en lo que quedó”. (J. Benavides, comunicación personal, 24 de octubre, 2020).

Nos tomó como cuatro días y eso que grabábamos como de a partes. Nos tocó falsear un par de cosas de luz y eso por el tema de presupuesto [...] Nos tocó pasar creo que dos días de largo, pero pues se logró y pues nada, creo que al final, la producción de esos días que fue dándole y dándole grabando, más la parte de postproducción y todo el tema de

motion y demás, eso creo que tomó más o menos mes y medio. (M. Hernández, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020)

Fueron como dos días de rodaje, fue apretadito el cronograma, por eso de hecho muchos de los cambios que tuvimos ya como en el proceso de lectura es: *okay*, esto está muy chévere y todo pero esas locaciones [...] Por ejemplo los restaurantes, muchas usaban restaurantes, se puede hacer en un mismo restaurante pero no en la misma mesa, pues por pura diversidad visual, entonces eso fue también un ‘gallo’ (problema), sobre todo para producción. (J. Aparicio, comunicación personal, 10 de noviembre, 2020)

Se rodó muy rápido, se rodó creo que en dos días [...] Realmente lo más dispendioso fue el tema de la edición porque pues realmente todo este tipo de contenidos en última se termina de reescribir y de hacer en las ediciones, en la sala de edición, entonces ahí fue más complicado el tema de los efectos sonoros con los ruidos, con los animales y eso. (H. Trompetero, comunicación personal, 3 de noviembre, 2020)

Ese rodaje (el de Los Corredor), es increíble lo que te voy a contar, ese es un rodaje que fueron cuatro días y como decíamos, ahí en esos cuatro días rodamos *Rápido y Furioso*, *Star Wars*, *Karate Kid*, o sea, fue un rodaje muy intenso y un rodaje que fue realmente fabuloso. (A. Lopera, comunicación personal, 8 de octubre, 2020)

De todas las producciones por las que se consultó, solo una se distinguió por haber sido trabajada durante los tiempos libres de sus realizadores. Ello se debe a que se trató de una de las *webseries* que, aunque fue realizada por profesionales, se hizo como proyecto personal para experimentar con el formato webserial.

La *webserie* la hicimos como en tiempo libre, sábado, domingo, un día por la tarde porque yo estaba muy ocupado [...] Entonces los sábados y domingos era, es más, creo

que la segunda temporada la grabamos y la lanzamos como al otro año porque no habíamos tenido tiempo de editarlo. (D. Vivanco, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020)

Como se describió en este apartado, todas las *webseries* realizadas por profesionales grabaron sus capítulos en un mismo periodo de tiempo, siguiendo los procesos que tradicionalmente se aplican en la industria audiovisual. Además, una característica general de las series web es que los tiempos de producción son cortos y en promedio duran entre los tres y cinco días.

8.2.2.4 Roles. En el caso de las *webseries* profesionales, la mayoría de las personas consultadas solo se ocuparon de una función, la de guionistas: “Yo fui el guionista” (D. Pérez, comunicación personal, 7 de noviembre, 2020). “A mí me llamaron como venga y escriba esta *webserie*” (P. Sarmiento, comunicación personal, 25 de octubre, 2020). “A nosotras (María Fernanda Moreno y Marcela Peláez) nos tocó empezar a hacer guión, era como, bueno si no quieren que nadie escriba sino ustedes, pues entonces les toca aprender a volverse libretistas” (M. Peláez, comunicación personal, 11 de noviembre, 2020).

Yo escribí la idea inicial y cuando ya empezamos el año que se retomó todo ese asunto burocrático, como que ya dije [...] yo no voy a escribir esto sola, esto no es para una persona sola entonces ahí me dijeron listo, te conseguimos un equipo [...] y sí, fue un contrato para guionistas. (I. Botero, comunicación personal, 7 de octubre, 2020)

Escribir Adulto Contemporáneo, yo recuerdo ese momento con mucho cariño, con mucha gratitud y fue de la siguiente manera: yo escribí un guión para largometraje [...] pero cuando lo escribí yo dije, esto lo tiene que dirigir una mujer, yo no soy director, y entonces un gran amigo me dice, yo conozco a Pilar Zapata [...] esta mujer leyó el guión

y se enamoró del guión, se enamoró de mi forma de escribir, ella, una directora con gran experiencia en comerciales para televisión y en ese justo momento a ella la llaman para dirigir un proyecto que tenía en la cabeza una productora que era Adulto Contemporáneo, entonces ella dice sí pero yo tengo el escritor y me llevó a trabajar. (A. Lopera, comunicación personal, 8 de octubre, 2020)

Por otra parte, y aunque se presentó en muy pocos casos, algunos de los realizadores profesionales entrevistados dijeron haber participado en las *webseries* con distintas funciones. Esto sucedió con producciones que no estaban ligadas a canales de televisión o a productoras para promocionar marcas o ideas, sino con aquellas series web en las que sus creadores, a pesar de que contaban con experiencia en medios tradicionales, decidieron realizarlas más como un ejercicio personal.

Yo empiezo haciendo el ejercicio dramaturgico, cuando empiezo a escribirla sé de entrada que la voy a dirigir pues porque quería hacerla y dirigirla; sin embargo sí se sumó mucha gente y varios pusieron su experiencia y su fuerza de trabajo en relación también a su conocimiento [...] entonces en realidad cuál era mi papel, estaba escribiendo, estaba dirigiendo y estaba haciendo producción ejecutiva, esos eran como los tres roles de manera concreta, ahora que tocaba hasta tirar cables. (J. Benavides, comunicación personal, 24 de octubre, 2020)

Me junté con dos personas que trabajan en el medio [...] yo no sabía mucho del tema ni de editar ni de manejar cámaras entonces busqué a alguien que nos ayudara y así empezó, empezamos haciendo unos ejercicios y después dijimos: bueno, escribamos unos guiones y entre los dos, con Juliana, escribimos los guiones y yo me lancé como a dirigirlos, digamos un poco como una cosa muy de los dos, muy casera y a partir de eso la

experiencia fue muy interesante porque fuimos aprendiendo mucho [...] fue interesante en ese sentido, como entre los dos hacer todo, yo terminé aprendiendo a editar porque pues uno pide el favor una vez pero uno no pide el favor todos los días. (D. Vivanco, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020)

Considérese que, dos de las personas entrevistadas que contaban con más experiencia, tanto en la escritura y dirección para cine y televisión, participaron como directores y guionistas. Precisamente, esta mezcla entre la creación y la producción da cuenta de un rol propio de las series de televisión y que por extensión puede aplicarse a las series web: el del *showrunner*, rol que uno de los realizadores indicó le gusta ejercer y que facilita el trabajo dentro de una obra webserial porque permite mayor control del realizador.

Hay un dicho en el gremio que dice [...] el teatro es del actor, la televisión del productor, el cine del director y digamos que la serie es del *showrunner* porque pues como que hay todo un equipo que está siguiendo unas directrices de alguien que está más encima y que no deja que eso se salga y pues como ese máster que existe ahora [...] Ese es el papel que yo quisiera ejercer más en el término de las *webseries*, de hecho pues esa mezcla entre productor y creador es lo que se tiende cada vez más a volverse el papel de quien está a cargo, no solo de las series sino creo que también a futuro del cine y de todas las producciones. (H. Trompetero, comunicación personal, 3 de noviembre, 2020)

A partir de las opiniones de los realizadores es común encontrarse en las producciones llevadas a cabo por los canales o empresas audiovisuales que se desempeñe un solo rol por persona. En casos mínimos, en este mismo tipo de producciones se identificaron personas que cumplieron hasta dos roles, pero estos dos roles terminaron fundiéndose en lo que las series de televisión conciben como el *showrunner*.

8.2.2.4.1 Diferencia del rol entre las series web y otros formatos audiovisuales.

Respecto a la pregunta acerca de las diferencias o semejanzas que encontraban entre la realización de *webseries* y otros formatos tradicionales, el análisis de las respuestas revela que, para un grupo mayoritario de guionistas, realmente no existe una diferencia sustancial entre la creación de series web frente a otras producciones.

Precisamente un grupo mayoritario de guionistas expresó que, en términos generales, el compromiso con la obra audiovisual es igual tanto para series web como para otros formatos. Sin embargo, destacó que escribir implica ser conscientes del cambio en los ritmos de los relatos, los tiempos cortos de duración y el lenguaje audiovisual para el medio en particular.

Mi papel es el mismo ya sea serie web o serie tradicional, uno está comprometido y lo que sí cambia es que en la web todo es más rápido entonces tenés que estar todo el tiempo aquí arriba mientras que en los capítulos tradicionales podés tener más valles. (A. Gurisatti, comunicación personal, 30 de octubre, 2020)

Sigue siendo lo mismo porque realmente tú como guionista lo que tienes es que crear una historia alrededor de un tema, alrededor de un mensaje que quieras dar, crear personajes y darle a cada uno su propia personalidad [...] Realmente el trabajo de guionista en cualquiera que sea los formatos, considero yo, es muy centrado, es el mismo, lo único que tú tienes que cuidar es precisamente la duración y qué espacio de tiempo tienes para poder narrar la historia. (D. Pérez, comunicación personal, 7 de noviembre, 2020)

Realmente no encuentro una diferencia entre este y otro formato [...] Si hay una diferencia para mí entre escribir para audiovisual y escribir para teatro pero que sea *webserie*, creo que no hace diferencia para mí creativamente. (P. Sarmiento, comunicación personal, 25 de octubre, 2020)

Yo creo que la producción tiene una necesidad de ser más liviana pero la producción es la misma. En el proceso creativo yo creo que el proceso creativo es igual, lo que pasa es que uno tiene que ser muy consciente del lenguaje audiovisual que va a utilizar. (A. Lopera, comunicación personal, 8 de octubre, 2020)

Aunque hubo realizadores que expresaron sí encontrar diferencias sustanciales en asuntos de producción, al final coincidían, con comentarios como el anterior, en que estas diferencias radicaban en que las *webseries* son producciones más livianas con equipos humanos más reducidos:

Creo que sí hay diferencias sustanciales en la manera como se produce; no obstante, hay una cosa que sí he identificado: el año pasado durante septiembre y octubre estuve en rodaje de novela, fungiendo de actor, entonces estuve dos meses haciendo rodaje y pues ahora cada vez que voy a rodaje como actor estoy pendiente de toda la producción pues porque es también lo que me interesa y encontraba muchísima similitud en términos de la producción cómo tal, de los departamentos y de cómo se produce. No obstante, sí hay unas cosas que creo que la misma televisión ha empezado a recoger de la manera práctica como sucede en muchos de los rodajes con las series web, en términos por ejemplo, si vamos a hablar en términos del equipo técnico, por ejemplo, hay cosas que se han reducido de pronto y que han hecho que las cosas sean más efectivas. (J. Benavides, comunicación personal, 24 de octubre, 2020)

Respecto a la misma pregunta sobre las diferencias, algunos realizadores enfocaron su respuesta en el rol particular del guionista. Uno de los casos consideró también que este formato, al contar con equipos de trabajo más reducidos, posibilita que la comunicación durante la

producción sea más fluida, lo que permite que los guionistas se involucren más con el trabajo de realización y desarrollen un rol más cercano al del *showrunner*.

Yo creo que en la serie web los guionistas están mucho más involucrados en la realización y como los equipos son tan pequeños a comparación de los equipos de televisión que son enormes, hay una comunicación más directa con los actores y con el equipo técnico. Entonces sí siento que en la mayoría de los casos la escritura termina siendo también como una especie de *showrunner* en cierta forma porque el escritor está más pendiente de cómo se realiza el producto. (H. Chiquillo, comunicación personal, 29 de octubre, 2020)

Otra realizadora explicó que experimentó un cambio al pasar de una estructura jerárquica en los equipos creativos de las producciones tradicionales, a una más horizontal y de trabajo colaborativo en los equipos de creación de las series web.

Pues en (la serie para televisión) Aprendí a Quererme fue más escalado, tú sabes que en la producción, en el cine, existe como esa estructura que es un poco militar, jerárquica entonces había una jefa de guionistas, su mano derecha y las tres escribanas, fue muy interesante, fue con mucho diálogo pero finalmente no me sentí tan parte de las decisiones sino como que se tomaron las decisiones y yo las ejecutaba [...] ya con el proyecto de la *webserie*, con Camilo y con Jennifer sí sentí que era un proyecto, yo nunca me sentí como la cabeza visible de ahí, si no que se planteó desde el primer día como un trabajo entre tres y creo que es muy interesante trabajar entre tres, creo que es un muy buen número para trabajar y trabajamos muy bien. (I. Botero, comunicación personal, 7 de octubre, 2020)

Uno de los profesionales consultados que se ha desempeñado como realizador y guionista destacó que la escritura de series web obliga desarrollar distintos tipos de habilidades para el manejo del tiempo. Al tratarse de formatos con duraciones capitulares flexibles y, sobre todo cortas, los guionistas deben conseguir ser muy precisos en las formas de comunicar los mensajes. Ello es totalmente opuesto a cuando se enfrentan a series de televisión, donde la escritura se fundamenta en la dilatación del tiempo:

En la televisión abierta los guionistas desarrollamos habilidades para las narrativas de dilación, en un producto de televisión tú tienes sesenta horas o tienes cien horas o tienes cuatrocientas horas para desarrollar un contenido [...] Cuando vas al cine, esa habilidad que tienes para los ejercicios de dilación empieza a entrar en crisis porque en el cine el ejercicio es el contrario, el ejercicio necesita habilidad para la concreción, para la condensación. En el cine para contar una historia tienes hora y media, dos horas, dos horas y media, después de dos horas y media ya esto se vuelve una excepción a la regla, entonces ese tipo de habilidad, ese tipo de visión de la dramaturgia que traías de la televisión para dilatar en el cine tienes que resetearlo y tratar de encontrar cómo vas a condensar y no es fácil. Y cuando bajas a la serie web el problema es todavía mayor porque si en el caso de las series que he hecho yo los episodios más o menos son episodios máximo de diez minutos, oscilan entre los siete y los diez minutos, lo cual ni siquiera alcanza a la extensión del cine o del teatro, entonces en este tipo de series empiezas a enfrentarte a ese reto de cómo condensar que es muy propio de la época digital. (D. García, comunicación personal, 1 de noviembre, 2020)

Recordemos que anteriormente uno de los profesionales dijo que, en las series web, el guionista “debe ser consciente del lenguaje audiovisual” por tratarse de un formato que circula

por la web. Esta proposición coincide con lo expuesto en el último comentario cuando el entrevistado habla de la necesidad que tiene el guionista de *webseries* de desarrollar habilidades especiales. Según el comentario, debido a que se debe responder a una ‘dramaturgia digital’ que incentiva las bifurcaciones narrativas, el guionista debe preocuparse por pasar de la pregunta clásica sobre el final de la historia, a la pregunta contemporánea de la continuidad del relato.

Hay ciertas categorías estéticas como la profundidad que dan paso a la fugacidad. Ciertas categorías que van de la coherencia y la consistencia al frenesí. [...] La pregunta fundamental de la dramaturgia clásica siempre fue ¿en qué va a terminar esto? En la dramaturgia digital creo que la pregunta es ¿qué va a pasar ahora? que es muy parecido a la forma en que se lee digitalmente donde estás leyendo algo, encuentras un link, lo picas, te vas a otro texto y en ese texto te quedas hasta que [dure] la energía de la ola. Es como el *surf*, resiste y ahí le picas a otro, a otro, a otro y de pronto no regresas al texto madre. (D. García, comunicación personal, 1 de noviembre, 2020)

Así, debe considerarse que los tiempos de duración, característica de las series web, influyen para muchos de los realizadores en la labor del guionista, pues en el formato de las *webseries* se deben desarrollar habilidades especiales de escritura concreta para plataformas digitales. A pesar de que la mayoría de los realizadores profesionales dijo no encontrar una diferencia sustancial en las formas de producción de series web respecto a otros formatos tradicionales, si coinciden en que las distinciones radican más en las posibilidades que ofrecen las series web de generar producciones con equipos más reducidos que permitan la fluidez en la comunicación. Es decir, si distinguimos que una realización consta de aspectos creativos y de producción, sería en los primeros donde, para la mayoría, no existe una diferencia sustancial en el desarrollo de la labor.

8.2.2.5 Ambientes laborales. La mayoría de los realizadores profesionales cree que los procesos de realización, que incluyen la preproducción, la producción y la postproducción de las series web, se llevaron a cabo en ambientes laborales tranquilos y agradables, a pesar que, como sucede en cualquier tipo de producción audiovisual, se presentaron jornadas laborales largas y extenuantes: “Recuerdo gratamente los encuentros con ellos, largas horas de trabajo, muy creativo, todo fluyó muy bien” (I. Botero, comunicación personal, 7 de octubre, 2020).

[Hubo] momentos en los que la cosa se puso un poco tensa en términos del cansancio, yo creo que es del cansancio, pero creo que todos teníamos un objetivo también muy claro y en ese sentido creo que todos estábamos aportándole a tener un trabajo que estuviera bien realizado, que pudiéramos tenerlo también en nuestras hojas de vida, de todos y nos interesaba tratar de hacerlo bien. Entonces sí, el cansancio genera tensiones pero por ejemplo no nos desertó nadie, eso es un buen síntoma. (J. Benavides, comunicación personal, 24 de octubre, 2020)

Precisamente, las *webseries*, a pesar de ser más flexibles en su producción, según lo indicaron los realizadores anteriormente, presentaron dinámicas de trabajo muy parecidas a las de las realizaciones tradicionales. Consecuentemente, las jornadas laborales para la producción o escritura no son distintas a las de los canales, agencias o productoras cuando realizan un producto para cine o televisión en Colombia: “Yo me acuerdo que llegaba a las seis de la mañana, eso era todo el día [...] eran los días muy largos, se aprovechaba el tiempo al máximo incluso la noche, hay varias escenas que son en la noche.” (F. Velandia, comunicación personal, 24 de octubre, 2020).

Eso era arrancando tipo cuatro de la mañana y hacíamos rodaje tratando de tener, por ejemplo, todo el equipo tras escena con una cara terrible, tratando de ubicar a los actores

de manera que ellos no estuvieran tan afectados por la jornada tan larga, pero sí nos daban las diez o las once de la noche. Ellos, o sea actores, nosotros después todo lo que hay que recoger y demás ese es otro paseo, pero nos daba, esos fueron unos cinco días tremendos. (J. Benavides, comunicación personal, 24 de octubre, 2020)

La primera temporada fue una *cascada*¹²² tenaz esa grabación, porque primero todo el mundo puso su tiempo y se regaló para hacer esto, para ver cómo le iba [al proyecto]. Las horas de rodaje eran absurdas. Tocaba sacar. Si habían cinco días para grabar eran unos rodajes larguísimos. Hubo días que se grababa catorce horas, así pues unas cascadas tenaces. (M. Peláez, comunicación personal, 11 de noviembre, 2020)

En la misma línea de lo anterior, las personas entrevistadas que ejercieron exclusivamente el rol de guionistas, también manifestaron la existencia de exigencias de escrituras en tiempos cortos, algo a lo que están acostumbrados y no les molesta. Por el contrario, califican a los ambientes como “bonitos” y les definen como retos que se disfrutaron.

El ambiente es muy bonito, realmente esto es para el que le gusta, si a ti te apasiona contar historias, a ti no te importa sentarte muchas horas en un computador a escribirlas, si a ti te apasiona el tema de narrar por medio del audiovisual tú puedes aguantarte veinte o veinticinco horas como también ya lo tuve que hacer en un set de grabación. Pero ver las cámaras, ver los actores, ver toda la gente que está trabajando en el medio, ver todos cómo están supremamente dedicados en su trabajo y lo disfrutaban, esto te llena también de energía para seguir. Entonces el ambiente, eso es para el que le gusta en definitiva. (D. Pérez, comunicación personal, 7 de noviembre, 2020)

¹²² La expresión *cascada* se utiliza en Colombia para hacer referencia a palizas.

Yo este proceso lo disfruté muchísimo, lo disfruté mucho, me entendí muy bien con ellos, me sentí retada por lo que te decía porque siento que yo venía también por mi propio oficio de ser profesora como que uno se va robotizando un poco y cayendo en guiones de manual y me gustó mucho llegar donde ellos, es como aquí hacemos lo que queremos y hagamos algo que no existe, me gustó mucho ese reto. Como que sentí que nos alejamos un montón de esas teorías de manual e intentamos por las propias necesidades del proyecto y todo como hacer algo diferente. (I. Botero, comunicación personal, 7 de octubre, 2020).

De hecho, una de las personas que tuvo que ejercer varios roles dentro de la realización de la serie web, comenta que las jornadas de trabajo, a pesar de haber sido extenuantes le resultaron una experiencia agradable, sobre todo porque en el grupo de trabajo sentían una gran empatía con el producto y con el canal que contrató su realización.

Para todos fue una experiencia súper chévere por lo mismo, porque todos hicieron parte de todo el proceso [...] todos queríamos que saliera súper bien porque pues Canal Capital era uno de nuestros clientes más chévere y que pues nos facturaba bastante, entonces dijimos: ¡hagámoslo!, y pues entre todos, digamos que pusimos en segundo plano a los otros clientes por sacar este proyecto bonito y pues que a todos realmente nos dio beneficios en nuestro perfil profesional, entonces pues todos felices. (M. Hernández, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020)

En síntesis, los ambientes laborales para la realización de las diferentes series web son descritos, en general, como agradables. Los profesionales consultados coinciden en afirmar que los ambientes no se ven perjudicados por las jornadas de trabajo extenuantes. Además, éstas jornadas no son distintas a las de las producciones audiovisuales de formatos tradicionales en

Colombia. Asimismo, la empatía con el producto es esencial para que se den los ambientes laborales agradables.

8.2.2.6 Restricciones y dificultades. Como se ha sugerido antes también, una de las concepciones generales acerca de las series web es que éstas sufren menos restricciones en sus contenidos y formas de producción gracias a que utilizan internet como soporte de distribución. Según algunos de los realizadores profesionales consultados, a pesar de crear personajes controvertidos, la *webserie* puede circular porque no pasa por las restricciones de medios como la televisión.

La nuestra fue una idea de casi una antiprotagonista, aquí la visión de protagonista todavía es la de princesa de cuentos de hadas, salvo algunas excepciones, pero pues que igual son bastante conservadoras. Entonces lo que nosotros queríamos era una protagonista que no se ve en la televisión colombiana y eso lo pudimos hacer porque estábamos haciendo un producto nuestro en internet, eso por ejemplo, me parece a mí que era una de las cosas principales. Lo que me parecía bacano del personaje es que es real, o sea, la gente es así, la gente tiene sus lados buenos y tiene sus lados malos y me parece chévere mostrarlo y tener ese espacio para mostrarlo pues yo lo consideré muy valioso, me parecía un personaje auténtico y quizás esa autenticidad no la hubiéramos podido plasmar si se hubiera hecho en otra plataforma. (J. Robledo, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020)

Otro de los realizadores entrevistados dijo no haber encontrado en la creación de la *webserie* ningún tipo de restricción, a pesar de haber sido una obra creada con recursos públicos producto de una convocatoria nacional. La persona consultada explicó que no hubo directrices

previas desde el momento de la publicación de la convocatoria para abordar una temática específica. Ello les permitió contar lo que querían.

En eso el Ministerio de Cultura siempre ha sido muy abierto. Hay convocatorias que sí piden una temática [...] pero para este proyecto no, ellos dan como libertad a los artistas para que creen sus piezas de acuerdo a lo que cada artista, a lo que cada agrupación, a lo que cada colectivo necesita, porque me parece que así es cómo debe funcionar, así funciona bien y así es como debe funcionar, no que le digan a uno invéntese una obra sobre el paramilitarismo, pues que no. O sea, es como encasillar ya mucho la creación. Entonces sí tuvimos libertad para desarrollar el tema como nosotros quisiéramos. (F. Velandia, comunicación personal, 24 de octubre, 2020).

No obstante, y como se describió en apartados anteriores, si bien la mayoría de los realizadores profesionales destacó la libertad que ofrecen las series web para tratar temas que pueden resultar controvertidos en formatos televisivos, varios de los entrevistados dijeron haberse topado con algunas formas de restricción en distintos órdenes que se abordarán a continuación.

Como se ha avanzado, los temas sobre la diversidad de la orientación sexual cada vez son más recurrentes en este formato. Sin embargo, dos de las personas que participaron en producciones con contenidos LGBTI+ dijeron haber encontrado restricciones sobre el tema. En uno de los casos por posibles empresas inversoras y en la otra, por aspectos de cómo abordar las historias por parte del canal que contrató la producción.

Acá [en Bogotá], hay una cosa que se llama Cámara de Comerciantes LGTBI, y ellos tienen como asociados varios comerciantes que pues tienen que ver con temática LGTBI desde luego y entonces ellos nos facilitaron unas bases de datos para nosotros empezar a

hacer búsquedas en términos pues de cofinanciación. Cuando nosotros tuvimos la oportunidad de usar esas bases de datos [...] de ahí surgieron bares, surgió un hotel, surgieron como varias cosas que dieron resultado con esa lista, pero empezamos a hacer la gestión con otras personas que no estaban vinculados a esta cámara de comerciantes y la respuesta de muchos de tajo fue: ¿es un proyecto con esta temática? O sea, es decir ¿en qué época estamos? pues uno dice ¿de qué estamos hablando? pues de algo normal, o sea tranquilos. Pero muchos nos dijeron: no mira, no, la verdad es que no. Nos dijeron algunos: [...] no mira, nuestros clientes se pueden sentir afectados o agredidos, entonces preferimos no estar con ustedes. (J. Benavides, comunicación personal, 24 de octubre, 2020)

Obviamente nos bajaron un montón de ideas, digamos que teníamos varios finales pensados, pero obviamente como era el primer acercamiento un poco a algo irreverente de estos canales como que ellos: No, no, no, dejémoslo más tranqui; se conocen y se quieren. Entonces nosotros: *okay* y nos tocó como moldear un poco la historia y al final obviamente se nos ocurrieron mil cosas pero por lo mismo, por ser una agencia creativa y existen lineamientos de cliente, ahí no podemos cambiar por lo mismo, porque hasta ahora se estaba como aventajando un poco con el tema [...] Entonces pues sí hubo bastantes restricciones pero pues se logró mediar para que saliera un buen producto. (M. Hernández, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020).

Como sucedió con algunas de las *webseries amateurs*, la búsqueda de recursos en las empresas se convierte en limitaciones para abordar ciertos temas. Similar a lo apuntado anteriormente con relación a las marcas que no quisieron invertir en su producción por tratar

contenidos LGBTI+, dos series web que abordaban temas sexuales, injusticias salariales y de discriminación, padecieron impedimentos para conseguir patrocinadores, según sus realizadoras.

Hubo unas marcas, por ejemplo con Visa fue muy chévere porque fue como total libertad. Ellos realmente lo que querían era entrar en el mundo de Susana y Elvira para palanquear su trabajo, su producto, mientras que hay marcas que creen que la vuelta es al revés. O sea, como que más o menos yo te estoy pagando, entonces tienes que alinearte a mis lineamientos, y pues en ese momento decíamos: tenemos que financiar esta vaina pues bueno, hagámosle y ahí hubo muchas discusiones en que nos dimos cuenta que eso era un error porque finalmente sí nos estaban pagando, pero estaban de invitados en nuestra casa entonces ¿por qué de repente el mundo de estos personajes iba a cambiar completamente porque estaba usando x producto? Entonces pues digamos ahí estaban ese tipo de restricciones [...] Nos pasó con otras marcas que querían entrar, yo creo que fue una vaina de: oiga, esta vaina está funcionando, nosotros tenemos que estar ahí, pero realmente no hicieron bien el trabajo de ver cuál era la historia y de qué era lo que hablaban entonces hubo unas marcas que estaban montadísimas para unos capítulos, ya les teníamos todo, y cuando fueron a revisar dos días antes del rodaje: ¿cómo así que estas viejas hablan de sexo? no pues es que ese es como el pilar de esta berraca historia, entonces ahí fue como: No, que pena pero es que mi marca no la puedo asociar con eso, entonces hiciste un pésimo trabajo investigando dónde era que te ibas a meter y eso nos pasó varias veces. (M. Peláez, comunicación personal, 11 de noviembre, 2020)

Tratar temas como las injusticias por ejemplo en los temas de los pagos que vivimos las modelos, pues era divertido poder hacerlo y decir lo hago y quizás perderé un par de trabajos pero no pasa nada, ¿cuándo se cortó esa libertad? cuando quisimos salir a buscar

marcas y las marcas no, aquí en Colombia con esas cosas no se meten. (J. Robledo, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020)

Según algunos realizadores, también se presentan limitaciones del orden creativo. Son aquellas en las que las casas productoras, agencias o canales intervienen el guion, en ocasiones, para optimizar los recursos económicos. Este tipo de limitaciones son consideradas normales.

Restricciones normales de producción: No te pases de tantas locaciones, generalmente era una locación por capítulo. No, en realidad no es que hubieran muchas restricciones porque digamos que el marco del tema y de la historia estaba contenido, entonces ya de ahí para adelante jugué dentro de esos límites pero no, no hubo tantas restricciones. (P. Sarmiento, comunicación personal, 25 de octubre, 2020)

Restricciones creativas de la historia. Yo quería que fuera la momia, y en Teleantioquia que no, que la gerente decía que no podía ser así la momia [...] Yo quería que fuera más como una de estas momias que han encontrado los indígenas [...] y que no, que ella quería que fuera más un esqueleto [...] Entonces sí, restricciones creativas del canal que muchas veces, siento yo, no tiene tanta experiencia y muchas veces hacen esas convocatorias como: ¡ah sí! nos ganamos esto y ya; pero de resto yo he trabajado como con relativa libertad todos los proyectos que he hecho con ellos y esta también fue como con relativa libertad, [aunque] uno les tiene que mandar a ellos sinopsis y ellos chulean (aceptan) la sinopsis o no. (A. Gurisatti, comunicación personal, 30 de octubre, 2020)

En la misma línea de las dichas restricciones de producción y creación, otro de los escritores se refirió al tiempo que le dieron para escribir la historia y en que se produjo la *webserie* como una gran limitante.

Lo más complicado realmente de esa historia fue la velocidad con la que tuvimos que trabajar, porque incluso en temas de producción también todo fue muy rápido, pero digamos que cuando tú ya tienes ese gusto por escribir historias o por contar, todo fluye.

(D. Pérez, comunicación personal, 7 de noviembre, 2020)

De acuerdo a lo que se planteó al inicio de este apartado, la mayoría de los entrevistados dejó ver que, para ellos, las *webseries* cuentan con menos restricciones que otros formatos televisivos en general. Sin embargo, la web no es tan libre de restricciones como se piensa, pues plataformas web como *YouTube* cada vez emulan los procesos de emisión propios de la televisión tradicional.

Fíjate que *YouTube* que es la plataforma más grande, es muy chévere porque se parece cada vez más a la televisión: hay cortes comerciales, no se puede mostrar gente en pelota, como que cada vez se parece más. Le dicen a uno qué ver, le autoprograman, entonces digamos que esos hábitos televisivos como que se arrastran a la parte digital pero las restricciones están en el poder producir [...] Respecto a las *webseries*, yo sí creo que hay una libertad total en la medida en que uno se pueda autoproducir, las restricciones digamos que son ya de plataformas, pero de poder producir, celular y hágale. (J. Aparicio, comunicación personal, 10 de noviembre, 2020)

En síntesis, los realizadores profesionales creen que existen mayores libertades en el desarrollo de temas respecto a los medio tradicionales. No obstante, las intervenciones de las marcas patrocinadoras en los productos audiovisuales es una de las principales limitantes para los contenidos. Esas limitantes, por otra parte, serían expresión de la cultura corporativa y reflejarían la idiosincrasia general del país. Así, temas como el sexo, las orientaciones sexuales diversas, las injusticias salariales, entre otros, son controvertidos para los medios colombianos.

No obstante, las *webseries*, que son obras que pueden producirse con pocos recursos, permiten que los realizadores prescindan oportunamente de algunos inversores con tal de poder contar las historias de la manera que desean.

8.2.2.7 Presupuestos y remuneraciones. Una de las variables que quizás marca diferencia entre las series web y las producciones para cine y televisión es el presupuesto disponible. De hecho, como lo vimos en el apartado conceptual de esta investigación, los bajos presupuestos son una característica presente en algunas definiciones sobre *webseries*. Sin embargo, y debido a la penetración de la industria, la inversión de recursos ha aumentado para algunos casos de *webseries* producidas en esos contextos: “Testosterona Pink fue un poco extraño porque es una serie que en medio de todo tiene muy buen presupuesto, tiene unos actores de primer nivel y tiene pues una financiación de una canal” (H. Chiquillo, comunicación personal, 29 de octubre, 2020). “Pues en este proyecto concreto [Fuera de mí], yo lo que creo es que había un buen presupuesto” (I. Botero, comunicación personal, 7 de octubre, 2020). “[Los Corredor] esa serie tuvo unos costos altísimos, es confidencial, pero tuvo unos costos altísimos [...] imagínate no más Cesar Mora, Linda Lucía Callejas y Rafael Zea, tres actores, no estoy hablando mal de los otros, estos son supremos. (A. Lopera, comunicación personal, 8 de octubre, 2020).

Pero, a pesar de que existen series web con buenos presupuestos, en los contextos profesionales también se realizan obras con una economía más ajustada, sobre todo, como lo explica uno de los creadores, cuando abordan temas educativos: “El tema del presupuesto es corto precisamente porque estos temas educativos no cuentan con presupuestos altos en Colombia” (D. Pérez, comunicación personal, 7 de noviembre, 2020).

Yo no tuve conocimiento exacto de cuánto presupuesto había, pero sí sabía que era poco e incluso los dueños de la agencia, era una agencia pequeña, los mismos dueños tuvieron que prestar sus casas. Los escenarios que ves allí en la serie, son la sala de uno de los dueños de la agencia, que la cocina del otro, y todo digamos que la agencia [...] Todo era muy recursivo, entonces si usamos muchos elementos que teníamos a la mano, por lo mismo, por el tema de presupuesto. (M. Hernández, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020)

Sin embargo, el tema de los presupuestos ajustados para la realización audiovisual no parece ser exclusivo de las series web, pues en general la industria busca progresivamente reducir costes de producción. Esta circunstancia ha ocasionado que se generen estándares de realización de calidad con bajos montos de dinero.

Los esquemas de producción en mi caso son muy medidos. Yo he podido sobrevivir en este negocio gracias a ese esquema de producción que he podido realizar. Entonces, gran parte de lo que vemos en esas series a nivel técnico por lo menos, no sé si a nivel narrativo, eso tiene una factura muy buena, yo diría que casi que en comparación a las otras ediciones que se hicieron de las mismas temporadas porque estábamos utilizando el mismo equipo que utilizábamos para hacer mis películas [...] entonces como que estaban manteniendo el estándar de lo que hacemos en mis películas, entonces es más un estilo de producción que yo tengo para poder hacer viables los presupuestos. (H. Trompetero, comunicación personal, 3 de noviembre, 2020).

Entre los realizadores consultados hubo un par de casos en el que los presupuestos de producción para las series web fueron más parecidos a los que en promedio manifestaron los realizadores *amateurs* entrevistados y descritos en el capítulo anterior. Eso sí, es preciso aclarar

que estas producciones partieron de iniciativas personales de los realizadores profesionales que quisieron incursionar en el campo de las *webseries*.

Nosotros grabamos esos capítulos. Después hicimos en el presupuesto un cálculo que incluía esas cosas que fueron por contraprestación porque yo después quedé empeñado escribiendo guiones. Después quedé empeñado pagando favores, en realidad era así. Entonces claro, yo les decía: no pero mira, podemos hacer esto y entonces yo puedo hacerte un registro de tal cosa, con los equipos que tenemos podemos hacer tal cosa, bueno en fin, pero después de eso, presupuestamos todo y más o menos alrededor de veinte millones de pesos (4.700 Euros aproximadamente) invertimos en esos capítulos que hicimos. (J. Benavides, comunicación personal, 24 de octubre, 2020)

La primera temporada creo que nos salió en tres millones de pesos (700 Euros aproximadamente), una cosa así. La segunda sí porque les pagamos a los actores, una cosa simbólica pero sí le pagamos a la gente, sí hicimos un poco más, la segunda no sé si alcanzó a ser diez millones de pesos, por ahí (alrededor de 2300 Euros). (D. Vivanco, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020)

Sin embargo, a diferencia de estos dos casos, una de las *webseries* tuvo un costo muy superior al de las series web *amateurs* consultadas: ochenta millones de pesos (18.770 euros aproximadamente), un costo que de todas formas es bajo para contextos televisivos o cinematográficos.

La segunda serie tuvo un costo más o menos de ochenta millones, la primera yo no te sabría decir cuál fue el costo. Hay varios proyectos del Ministerio y acá en Bogotá de la Secretaría o del Instituto de las Artes, estas dos series web se hicieron con el Ministerio

como un proyecto de concertación que básicamente ellos pues apoyan a los diferentes proyectos. (F. Velandia, comunicación personal, 24 de octubre, 2020)

De lo anterior se desprende que no es adecuado generalizar que la producción de series web realizadas por profesionales cuenta con presupuestos altos. De hecho, algunos comentarios de productores y guionistas dejan claro que, al tratarse de series web, los requerimientos económicos son menores que los que se dan en la producción de series de televisión tradicional.

Como los formatos son más pequeños, son más juguetones, son más fáciles de trabajar entonces hay que entender. Yo generalmente he sido casi que productor de las series que hago, entonces trato de que la gente sienta que el trabajo está condensado lo mejor posible para que no sienta que está subvalorado y mal pago. Obviamente los presupuestos que manejamos en series web son muy pequeños y todavía, por ejemplo a los actores les cuesta mucho entender, ya eso ha cambiado, pero cuando yo empecé a hacer series web querían cobrar como si fuera una serie de televisión y digamos que conseguir financiación para una serie web es muy jodido. (H. Chiquillo, comunicación personal, 29 de octubre, 2020)

En series web las más exitosas no son costosas, lo duro es aterrizarlo a un concepto chévere y como siempre, todo es un riesgo, sobre todo por internet. En internet nadie sabe muy bien qué va a pegar. (J. Aparicio, comunicación personal, 10 de noviembre, 2020)

Contrario a estos comentarios, vale considerar que hay quien no piensa que este tipo de formatos, por circular en entornos digitales, deba ser considerado mucho más económico que una producción tradicional. Aunque puede que las producciones lleguen a ser más livianas, los procesos creativos desarrollados por guionistas o directores son iguales.

Cuando a mí me dice un cliente: no, pero vení, es que esto es para digital, casi siempre cuando dicen eso es argumentando de que como es para digital entonces tiene que ser más económico, entonces la respuesta mía es más larga, más elaborada, más elegante, para no decirle en la frente a los clientes: ¡ay no me jodas con eso! Básicamente lo que les digo es que como esto es digital, entonces ¿el transporte qué? ¿los teletransporto? ¿El *catering* qué? ¿les muestro una foto del almuerzo o algo así? Yo creo que la producción tiene una necesidad de ser más liviana pero la producción es la misma, en el proceso creativo yo creo que el proceso creativo es igual. (A. Lopera, comunicación personal, 8 de octubre, 2020)

Ahora bien, hablar de los presupuestos dentro de las series web con los realizadores profesionales nos permitió conectarlos con el tema de las remuneraciones, sobre todo en el caso de los guionistas, con quienes se pudo comparar cómo fueron los pagos en las series web con relación a otro tipo de producciones tradicionales. Precisamente frente a esta cuestión, la mayoría de personas que desempeñaron la función de escribir las historias se sintió satisfecha con las remuneraciones recibidas.

Creo que nos pagaron bien, yo creo que eso es tan relativo porque eso depende de los presupuestos que tengan las producciones y lo que sí es cierto y lo que sí he analizado y lo que sí he hablado con colegas y lo que sé es que los guionistas en la industria somos muy invisibilizados, tanto por el asunto de créditos como por el asunto monetario, a un director le pueden pagar una millonada por dirigir un capítulo y al guionista le pagan la octava parte. (I. Botero, comunicación personal, 7 de octubre, 2020)

Yo quedé satisfecha, aunque sé que no es lo que se gana un libretista que escribe para *Netflix*, porque un guión de 45 minutos está como en cinco o seis mil dólares, pero para

Medellín, para lo que implica mi esfuerzo que de todas maneras pues es mucho [...] Yo he quedado satisfecha, aunque sé que está muy por debajo de lo que le pagan a los grandes libretistas en las grandes cadenas, pero sí, por lo general ha estado como bien, hay como buena compensación económica ahí. (A. Gurisatti, comunicación personal, 30 de octubre, 2020)

Yo sí siento que me ha ido bien, he tenido la fortuna de trabajar en proyectos que tienen con qué pagar el esfuerzo que se hace, el problema en realidad está es en comparar.

Cuando yo me pongo a comparar con televisión, ahí es que me empiezo a sentir mal porque es una comparación que no tiene cabida, son dos cosas completamente diferentes, los tiempos de trabajo son mucho más cortos en las series web y uno tiene que también procurar que el trabajo sea así, es un poco más relajado, es un poco más distendido, hay más posibilidad de exploración y eso también hace que también sea un trabajo en que se parezca menos el trabajo, entonces yo sí creo que me he sentido muy satisfecho. (H. Chiquillo, comunicación personal, 29 de octubre, 2020)

Solo hubo un caso de una guionista que dijo no haber quedado satisfecha con la remuneración recibida por haber escrito el guión de la serie web. Esta profesional consideró que tuvo que invertir mucho trabajo intelectual y creativo, que no se vió bien recompensado, además que se trataba de una de las series web realizadas con carácter publicitario.

Nunca, y en ese proyecto recuerdo que yo estaba empezando realmente, o sea yo venía de proyectos con Señal Colombia que manejan presupuestos súper diferentes y esto fue lo primero comercial que yo hice y estaba supremamente perdida en cuanto a tarifas [...] Yo creo que ni siquiera cobré sino que me dijeron: tenemos esto, tenemos tanta plata, y yo decía: ¡uy no!, ven, súbete, y no, no podemos; y yo dije: bueno pues, voy a hacerle,

porque a mí me gusta mandarme a hacer cosas para aprender. Todo esto me ha enseñado un montón de cosas, pero recuerdo que no, que el salario fue muy chiquito para todo el tiempo que uno invierte y no solo tiempo sino pues intelectual y creativamente y personalmente uno invierte mucho y uno se da cuenta de que en cada producto que uno haga, uno está poniendo algo de uno ahí y se lo está entregando uno por nada a una gran compañía y bueno, eso hace que uno no se sienta muy bien al respecto, y en general en Colombia nunca se alcanza a sentirse satisfecho con la remuneración. (P. Sarmiento, comunicación personal, 25 de octubre, 2020)

Por otra parte, y en la misma línea de las remuneraciones, a los creadores profesionales se les preguntó sobre la posibilidad de participar en la producción de una serie web sin recibir ningún tipo de remuneración. Ante esta pregunta, las posiciones estuvieron divididas. Por una parte, un grupo de guionistas vió posible trabajar en proyectos webseriales sin ningún tipo de pago, siempre y cuando se tratara de proyectos con bajos presupuestos y fuesen realizados como ejercicios de amigos o experiencias de aprendizaje o disfrute.

Si estoy muy parchada, muy desocupada, me quiero divertir con unos amigos que tenemos una historia chévere, algo qué decir y estoy súper parchada, claro que sí. O sea, yo eso sí he procurado en mi vida entender que el asunto económico, o sea que no todo en la vida es billete sobre billete, hay cosas que te compensan de otras maneras. (I. Botero, comunicación personal, 7 de octubre, 2020)

Sí, dependiendo el escenario, el equipo, el objetivo, porque si la *webserie* realmente es un tema educativo, es un tema para hacer cambiar la mente de las personas que son muy cerradas o dejar un mensaje que definitivamente necesite la humanidad, con muchísimo gusto lo hago, pero si es por un tema de beneficiar a otro o de hacer crecer a otro, de

alimentar el ego de otro o que tenga una idea errada con respecto a la sociedad, no, no habría manera, no habría posibilidad. (D. Pérez, comunicación personal, 7 de noviembre, 2020)

De manera diferente, otro grupo de guionistas estuvo totalmente en contra de realizar algún proyecto sin ningún tipo de remuneración a cambio, pues considera que es importante que siempre se les reconozca la experiencia profesional que tienen: “Nunca, comercial jamás, es que es más, yo creo *ad honorem* ya no hago nada, pero digo de escribir. No, solamente para una historia que sea mía, de resto no” (P. Sarmiento, comunicación personal, 25 de octubre, 2020).

A no ser que sea un proyecto que yo diga: este es el proyecto, tiene una idea genial, tiene un equipo buenísimo, yo ya no lo haría así. De pronto si estuviera más joven, pero digamos que ya con la experiencia que tengo y que sé lo que implica el trabajo y todo, no lo haría *ad honorem*” (Ana Lucía Guristatti, entrevista, 2020).

Es necesario resaltar que, en todas las respuestas, hubo un desacuerdo unánime en aceptar trabajar en un proyecto webserial sin pago, si se tratase de uno realizado en contextos industriales (v.g., *webseries* creadas con objetivos publicitarios, realización de agencias, canales o productoras). En ese sentido, y sobre todo entre quienes llegaron a estar de acuerdo en trabajar en proyectos sin remuneraciones, hay una consciencia de que las series web pueden, además de producirse con mínimos recursos, generar otras gratificaciones en sus creadores como la experimentación, el aprendizaje y el disfrute.

8.2.2.8 Relación con los usuarios. Para el desarrollo de esta investigación se consultó a los realizadores cómo fue la interacción con los usuarios de sus series web; si tenían o no en cuenta los comentarios inclusive para hacer ajustes sobre las historias.

Al respecto, las opiniones de los realizadores profesionales estuvieron muy divididas, entre quienes leían con detenimiento o no los comentarios de los usuarios. Así, un grupo reducido de guionistas dijo no haber leído los comentarios por razones como desvinculación con el proyecto después de cumplir con la escritura o por evitar sentirse mal con comentarios que no fueran positivos frente al producto creado.

Generalmente tengo muy poco acceso a la retroalimentación. Por ejemplo en (la serie de televisión) *Aprender a Quererme*, bueno esos programas de Teleantioquia, teníamos las retroalimentaciones, esas mediciones de *rating* que hacen o comentarios en redes y en general Aprendí a Quererme pegó [...] Con (la serie web) *Fuera de Mí*, se dio que escribí, ellos lo produjeron, me invitaron a verlo y me desligué como de ese proyecto y alguna vez lo busqué en *YouTube*, no lo encontré y pensé que era por eso, que era parte de una estrategia pedagógica que no estaba abierta al público. (I. Botero, comunicación personal, 7 de octubre, 2020)

No, aprendí muy temprano a no hacer eso porque yo no he logrado este estado zen de ‘no tomes nada personal’. No, yo sí, obviamente, a mí me parece insidioso pedirle a la gente que no le dé importancia a eso y yo le doy importancia y al comienzo creo que pues sí, me afectaba, pero ya en este punto ni tiempo hay. Yo odio ver las cosas que escribo, casi nunca veo nada ni las cosas en las que yo salgo, no veo casi, es a veces doloroso ver que uno escribió tanto, porque uno cuando escribe invierte todo, y que resulte muy diferente o que la calidad no sea la que uno espera, también termina siendo muy frustrante entonces ya como que no veo nada. (P. Sarmiento, comunicación personal, 25 de octubre, 2020)

Algo similar a esta última opinión sucedió con otra realizadora, quien también reconoció que, aunque los comentarios negativos le pueden llegar a afectar mucho, sí los leía para ver qué podía sacar positivo de ellos.

Yo soy muy autocrítica y los comentarios externos me afectan muchísimo entonces los leía casi como una forma de masoquismo, afortunadamente la mayoría de comentarios estaban bien y eran bastante pertinentes. Creo que no hicimos modificaciones debido a esos comentarios, creo que yo sí les ‘paraba bolas¹²³’ como para crecer en temas personales, digamos para la actuación. Lo que comentaran, no sé, como para ‘darme palo¹²⁴’ y luego usarlo positivamente, pero no recuerdo que por ese intercambio hubiéramos hecho modificaciones, no necesariamente. (J. Robledo, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020)

Asimismo, otro grupo de realizadores dijo haber leído permanentemente los comentarios de los usuarios frente a las series web. En algunos casos, encontraron en estos comentarios recomendaciones que fueron pertinentes, incluso para ser usadas en próximas temporadas, dado que la serie web ya se había producido por completo y no se podía cambiar nada.

En esa serie era muy difícil porque como ya se había grabado todo y no seguimos grabando sino que grabamos las temporadas completas. Pero a mí sí me interesa muchísimo saber lo que la gente piensa [...] incluso uno ve ahora ubicaciones con páginas, perfiles de *Instagram* y de *Facebook* en donde los mismos comentarios son contenido del ‘*putas*’ y el formato de las series web requiere cercanía, requiere interacción, requiere escuchar al público. Entonces claro, yo sí revisaba los comentarios,

¹²³ En Colombia la expresión *parar bolas* se refiere al hecho de prestar atención sobre algo o alguien.

¹²⁴ En Colombia la expresión *dar palo* se refiere al hecho de criticar a alguien. En ese sentido decir: *me doy mucho palo* da cuenta de una persona que tiene niveles de autocrítica muy altos.

uno, para saber si lo que había escrito sí estaba funcionando y otro, para alimentarme, para escribir las siguientes temporadas. (H. Chiquillo, comunicación personal, 29 de octubre, 2020)

De pronto sí metía comentarios en alguna frase o punto porque como te darás cuenta, también esto es una construcción que al querer generar elementos de identificación, también tiene que echar mano de términos comunes [...] Cuando me planteaban algo que yo decía: ¡uy, esto es universal! dentro del universo para quien va dirigida la serie, obviamente. (A. Lopera, comunicación personal, 8 de octubre, 2020)

Sí, a veces los miramos, con Juliana vemos y habían cosas que gustaban bastante, veíamos como la reverencia del personaje y todo, como que uno entiende. Es más que todo una retroalimentación para uno entender por dónde va el producto y si está gustando, que no está gustando o digamos, yo creo que esta retroalimentación está buena que lo da *YouTube* y que nos lo da por ejemplo otras plataformas, eso me parece súper interesante. No me acuerdo si habremos hecho algo al respecto, si habríamos tomado alguna idea, pero si lo de *YouTube* me parece súper interesante en ese aspecto. Digamos como que entiende también la gente que eso está bueno porque uno quiere hacer una cosa y capaz que la gente entiende otra, pero me pareció una buena herramienta que digamos uno tener esa interacción con el espectador. (D. Vivanco, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020)

En la misma línea de quienes leían los comentarios, pero sin ninguna intención de cambiar algo en las historias, se identificó otro grupo de guionistas que entendían que estas eran apreciaciones subjetivas más relacionadas a los gustos de los usuarios.

El tema del arte es muy subjetivo, siempre va a haber gente que le va a encantar tu trabajo y otra que lo va a detestar, lo va a odiar, lo va a pisotear porque se creen con el poder precisamente porque están detrás de una pantalla, están lejitos y lo pueden hacer; en ese tipo de casos yo sí leí muchos comentarios positivos y negativos referentes a la serie. Los positivos tú los recibes con mucho cariño, con mucha satisfacción porque eso te ayuda a ti como profesional, como apasionado por contar historias y los negativos simplemente yo los analizo, pongo o una de dos, o no le gustó o no lo entendió. Entonces si no le gustó, bueno, realmente el comentario lo ignoro por completo [...] como hay otro que puedo ver que me puede ayudar y me puede construir a mí como persona [...]. En sí, leo muy poco ese tipo de comentarios, lo hice tal vez los primeros días que salió pues por la misma expectativa de lo grande que era esta serie, pero ya después no, simplemente tú le recomiendas y escuchas pero realmente no me afecta porque como te digo, eso es como saberlo manejar porque eso va en gustos. (D. Pérez, comunicación personal, 7 de noviembre, 2020)

Me remito a Adulto Contemporáneo. Nosotros hicimos como una segunda generación porque los adultos contemporáneos ya eran pues cuarentones, ya no eran adultos contemporáneos, se graduaron, como que se salieron de ese túnel, y sacamos una nueva generación, una nueva camada, y era muy chistoso que los comentarios de la gente unos eran los odios, otros eran los amo, normal, pero al final del año hicimos un *draw yourself*, leíamos comentarios de los usuarios y había algo que me llamaba mucho la atención, literalmente decían: ‘es el colmo que no metan a una persona con discapacidad, un negro, un indígena y un trans’. Pero ¿por qué todo tiene que ser tan hiper diverso? como para cumplir una norma para que ahora sí pueda ser. Otros decían: ‘es el colmo que sean tan

bogotanos, siendo que Colombia es mucha más gente, debería meter a alguien del Vaupés'. Ahí el personaje decía pues *mamándoles gallo*¹²⁵: “mijo, váyase a ver al Desafío¹²⁶, porque la idea de esto no es eso, no es la hiper diversidad. Entonces como que si uno se pone a leer los comentarios al dedillo, se chifla¹²⁷. Es decir, la ultra opinadera. (J. Aparicio, comunicación personal, 10 de noviembre, 2020)

Una de las respuestas revela que, porque es un tipo de producción que utiliza la web como medio de distribución, permite la liberación del profesional para atender a lo que este cree que debe ser la obra. Esto se debe en parte a que las *webseries*, al requerir menos inversión de capital que la televisión o el cine, posibilita que los realizadores asuman mayores riesgos creativos:

Generalmente la preocupación por el público en el trabajo creativo debe ser una preocupación posterior. Digamos que en cualquier proceso creativo la primera relación que hay que cuidar y fomentar es la relación tuya con la obra y cuando ya más o menos tienes las cosas claras empiezas a tener consideraciones de otro tipo de bueno, ¿a dónde voy?, ¿con qué me voy a enfrentar a nivel de mercadeo y la comercialización? y ¿en qué tipo de plataforma? Es diferente trabajar para la televisión abierta que trabajar para una plataforma, que trabajar para el mundo web y todavía en el caso del mundo web no estoy atendiendo absolutamente a ningún tipo de consideración de público de a quién le estoy hablando, ya suficiente tengo con mi trabajo en la televisión, con cierto trabajo en el cine, con cierto trabajo en el teatro y como que me reservo ese espacio de lo web que además

¹²⁵ En Colombia la expresión *mamar gallo* se refiere al hecho de hacerle una broma a alguien, no tomarse algo muy en serio o responder un comentario con una burla.

¹²⁶ El Desafío es un reality que se transmite en la televisión colombiana y que reúne a personas de todas las regiones del país.

¹²⁷ En Colombia la expresión *chiflar* se refiere en algunos contextos a enloquecer o volverse loco.

también como no implica grandes inversiones de capital, grandes riesgos financieros pues yo creo que es el terreno ideal para darme el gusto de trabajar atendiendo única y exclusivamente a lo que creo que debe ser el producto y en el entendido de que cualquier tipo de reacción del público siempre va a ser un accidente, siempre va a ser no buscado sino accidental pero en ese caso no pienso en a quién le estoy hablando y a quién le estoy dirigiendo el producto. (D. García, comunicación personal, 1 de noviembre, 2020)

Por otra parte, y como se indicó en el apartado teórico de esta investigación, este tipo de formato audiovisual adquiere características propias del medio, en nuestro caso *YouTube*.

Precisamente, una de esas características es la interactividad que puede ofrecerle a los usuarios. Esa interactividad no solo se halla en las posibilidades de control o, más a fondo, de comentar, dar *likes*, *dislikes* o compartir, sino también por la decisión del realizador de generar otras maneras de consumo de los capítulos en los que el usuario puede elegir las rutas. Al respecto, una de las series web profesionales que adoptó características de interactividad precisó la expansión de los personajes de la serie web a través de la red social *Instagram*; ese hecho, como relató su realizador, fue necesario para mantener una relación directa con los usuarios.

Nosotros teníamos escritos los diez capítulos y dijimos esto puede variar porque vamos a apostarle a la interactividad. O sea, los capítulos iniciales son así y están planteados así, pero qué ocurría, pues claramente así uno diga: voy a hacerle caso a todo este planteamiento de la interactividad, pues no podía uno esperar a ver qué le va botando la gente o el espectador [...] pero sí cambiaron, es decir, la gente sí tuvo un momento importante y lo que grabamos después porque nosotros después de los primeros capítulos hicimos otra puesta de material que ya tuvo que quedarse allí y tuvo mucho que ver con los pronunciamientos de la gente, además la gente se apasiona, entonces pues tuvimos la

suerte de que varias emisoras de tipo LGTBI, varias revistas. O sea, pusieron los ojos muchas personas y eso hizo que mucha gente la viera y nosotros entonces empezamos todo el tema de la interactividad con los cuatro personajes, ese era otro tema porque no era producir y montarla y sale, sino que nosotros estábamos manejando un *Instagram* por cada uno de los personajes. (J. Benavides, comunicación personal, 24 de octubre, 2020)

En una línea similar a la anterior, otra serie web, como se explicó anteriormente, surgió de un blog. Este tipo de producción por su naturaleza siempre mantuvo una interacción permanente con los usuarios que primero estuvieron en el blog y luego pasaron a las pantallas de los dispositivos móviles y ordenadores a través de la *webserie*. Precisamente, una de sus creadoras explicó que para ella los comentarios fueron importantes más que para cambiar el rumbo de los personajes, para entender cómo los usuarios se conectaban con estos y con las historias que vivían. Además, los comentarios de los usuarios eran claves porque le daban una lectura más real del comportamiento del consumo que lo que pueden ofrecer los datos y métricas que arrojan plataformas como *YouTube*.

Para mí el *feedback* de los usuarios fue absolutamente vital para Susana y Elvira en todos los formatos, desde el blog, en los libros, en la serie, en todo fue absolutamente relevante; no tanto para que los comentarios alimentaran la dirección que fueran a tomar las otras temporadas, los próximos capítulos y todo eso, sino para ver cómo nos estaba yendo realmente, cómo se estaba comportando frente al público, porque digamos una cosa, uno en internet tiene el tema de las métricas y entonces sabes cuántas reproducciones tienes, cuántos no sé qué, pero realmente a mí esas métricas me parecen que son medio mentirosas. O sea, que tú tengas veinte millones de reproducciones no quiere decir que estés haciendo algo bien, o sea, si tienes veinte millones de reproducciones pero los

comentarios que la gente te está dejando es que es una porquería, pues no está tan chévere lo que estás haciendo. En cambio sí fueron más los comentarios de la gente para ver bueno, por dónde es que es y además otra cosa chévere de interactuar precisamente con los comentarios de la gente era que nos salíamos del mundo estático entre comillas del audiovisual, al que el público estuviera interactuando con Susana y Elvira en tiempo real, en otro mundo paralelo. (M. Peláez, comunicación personal, 11 de noviembre, 2020)

Vale considerar que, si bien la serie referida no es interactiva, sí usó la interactividad en el capítulo de cierre de la segunda temporada con la creación de un episodio en el que las actuaciones de los personajes fueron en directo y se dispuso de una plataforma web adicional para que hubiese interacción con los espectadores.

Precisamente en un capítulo de la temporada dos titulado “Pa’ fuera telarañas”¹²⁸, la producción de esta serie web decidió poner en venta los artículos que usaron los personajes de la historia. Así, vestuario, electrodomésticos, decoración, etc., fueron adquiridos por los usuarios mientras transcurría el capítulo. Para llevar a cabo esta experiencia interactiva, se dispuso una plataforma web creada para la venta de los artículos que se activó cuando el capítulo salió al aire. En el episodio, los personajes interactuaron todo el tiempo en la locación principal con una serie de personas que representaban a una reconocida marca de tarjetas de crédito, quienes en una especie de empleados de una empresa de mudanza, sacaban de la escena los artículos que los usuarios compraban (incluso, algunas prendas que en ese momento usaban las protagonistas).

Eso fue bastante chévere, o sea, esto fue con (la agencia de publicidad) Sístole [...] ellos como que tenían muy claro que necesitaban un producto de mujeres de cierto rango de edad que tenían que impulsar a la compra y nosotros digamos en Susana y Elvira, con las

¹²⁸ El capítulo está disponible en la siguiente dirección <https://www.YouTube.com/watch?v=tkxlocGuawI>

temporadas anteriores, habíamos hecho varios ejercicios de *shopping*, teníamos una tienda virtual dentro de los capítulos, la primera temporada la cerramos con una venta de garaje de toda la ropa que estas viejas usaban en la temporada, entonces ya había ese precedente y hablando con ellos era como: oiga, ¿por qué no hacemos esto? hagamos un capítulo en vivo, vamos a vender todo y entonces el fin de esto es que la viejas, ustedes tienen el público y nosotros necesitamos aumentar el número de tarjetahabientes en ese rango de edad y esto es perfecto para hacerlo, entonces ya, se dio muy fácil. (M. Peláez, comunicación personal, 11 de noviembre, 2020)

En síntesis, en la totalidad de las *webseries* profesionales consultadas no se tomó en cuenta los comentarios de los usuarios para el cambio de historias, principalmente porque fueron producidas por completo antes de ser publicadas en *YouTube*. Sin embargo, con relación a la opinión de los realizadores, si leían o no los comentarios, un grupo mayoritario dijo leerlos, algunos para tenerlos en cuenta para próximas temporadas y otros para mejorar en un futuro, para conocer mejor a los usuarios, sus gustos y sus procesos de identificación o para generar experiencias de valor añadido que pueden incluir interactividad.

8.2.2.9 Satisfacción con la serie web. Frente a la pregunta de si hubo o no satisfacción con el producto realizado, se encontró paridad en las respuestas. Por una parte, el grupo de personas que desempeñó labores de dirección o producción, generalmente manifiesta satisfacción con las obras logradas. Algunas de estas personas reconocen que, aunque los trabajos pudieron ser mejores, fueron productos profesionales. Además, destacan que una satisfacción subsidiaria son las puertas que la serie web les abrió: “Me siento muy satisfecha con la primera temporada. Fue muy divertido hacerla, creo que logramos lo que queríamos.

Desafortunadamente pues finalmente no lo vendimos, pero creo que se logró lo que en principio nos habíamos propuesto” (J. Robledo, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020).

En su momento me sentí muy satisfecho, luego me sentí satisfecho, ahora me siento un poquito menos satisfecho porque uno también seguramente va creciendo en otros aspectos y yo pues no la veo hace mucho rato. El año pasado estuve escribiendo otra cosa que se llama Sin Etiquetas, entonces la retomé como para ver varias cosas y yo decía: ¡uy no! esto no debió haber pasado ahí, esto no funciona, esto lo habría cambiado, pero en medio de todo sí me siento desde luego satisfecho por lo que te decía en un principio. O sea, finalmente eso lo que hizo fue abrir puertas, fue abrir camino pues para mí como realizador audiovisual. (J. Benavides, comunicación personal, 24 de octubre, 2020)

Nos parece que pudo haber quedado mejor también, pero pues eso pasa siempre en la creación, uno siempre está haciendo obras y el fracaso siempre es una opción. Uno no sabe cómo van a quedar las cosas ni cómo las va a recibir el público, pero lo importante es hacer las cosas bien hechas que se vean profesionales, que no se vean como: ¡ah! esto lo hicieron unos actores aficionados que querían hacer una serie web, sino que se vea algo muy bien hecho y creo que eso lo logramos. (F. Velandia, comunicación personal, 24 de octubre, 2020)

Como se expresó anteriormente, aunque los directores son quienes se muestran más satisfechos con los productos, algunos guionistas también destacan aspectos positivos del resultado. Por ejemplo, el siguiente escritor considera que el reconocimiento de los públicos hacia la serie web, es una de las cosas que más lo dejó satisfecho y considera que esto fuera resultado de un trabajo que desempeñó con esmero y dedicación.

Yo diría que con lo que pasó en Roma [la serie web], teniendo en cuenta lo pequeño que era el presupuesto y la cantidad del equipo que éramos para poderlo llevar a cabo, sí, sí me sentí satisfecho porque realmente lo hice con mucho gusto, lo hice como con mucha dedicación porque me gustaba el tema de la normalización y de la inclusión en un mundo que ya es absurdo pelear en contra de eso y todos digamos tuvimos un rol en el que éramos muy equitativos porque era muy muy cerrado el tema del presupuesto [...]

Entonces sí, sí diría que sí estoy satisfecho con lo que pasó y además con las retribuciones que he tenido y con la cantidad de gente que ha hablado, que ha visto la serie y que le ha gustado mucho entonces eso es muy muy gratificante. (D. Pérez, comunicación personal, 7 de noviembre, 2020)

En esta misma línea del grupo de realizadores que dice haber quedado contento con el resultado final, se citan aspectos como el éxito en el enganche que generó en los usuarios y las posibilidades de experimentación que brindó el formato.

Definitivamente sí. Son dos productos diferentes, digamos que La Nena ha sido un producto exitoso en relación con el público que ha convocado, Ella (la serie web) menos y la Guía sexual también menos, pero los resultados sí me han dejado muy contento. En el caso de Ella, me gustó el resultado final de la audacia, de la resignificación de las llamadas telefónicas, eso es un trabajo de autorreferencialidad, de no partir de la realidad como referente sino de un producto ya hecho y construir sobre ese otro y creo que quedó verosímil, creíble. (D. García, comunicación personal, 1 de noviembre, 2020)

Por otra parte, y respecto a quienes no quedaron del todo satisfechos con el resultado final de la serie web, se encuentra un amplio grupo conformado en su totalidad por guionistas. Para estos profesionales es muy difícil quedar plenamente satisfechos con los productos, pues

siempre hay cambios entre lo que se escribe y lo que finalmente se produce. De hecho, algunas guionistas incluso dijeron no estar nada satisfechas con el producto, sobre todo porque en la obra final encuentran cosas que nunca habían sugerido, que fueron interpretadas de una forma distinta a la prevista por ellas o que fueron impuestas.

Lo que yo vi no me pareció [...] Primero yo tengo ahí como mis reservas con el *casting*, otra es que los actores no se tomaron muy en serio la cosa, entonces es como si va a ser comedia, haga comedia en serio, pero esta caricaturización de los personajes no me gustó, y no eran naturales, eso no era lo que yo buscaba [...] El formato también, no sé por qué le metieron unas risas grabadas, me pareció súper incómodo, pues como que no encaja muy bien dentro de la historia, el formato con risas no venía de mí, entonces no me parece que funcionan dentro de la historia. (P. Sarmiento, comunicación personal, 25 de octubre, 2020)

Es muy difícil uno como libretista quedar contento con lo que sale al aire, yo pues de todos los libretistas que conozco hay muy pocos que quedan muy contentos con lo que sale al aire. Con *El Misterio de la Condesa* yo no quedé muy contenta, a mí el primer capítulo no me gusta, tiene cosas que en el libreto estaba diferentes y también yo por eso me alejo un poco de producción, porque me empiezo a angustiar [...] Una cosa que a mí no me gustaba en *El Misterio de la Condesa*, fue algo que no pude negociar con Teleantioquia y eran las cámaras que supuestamente tenía el dueño de la finca porque él quería obtener a escondidas de ellos un *streaming*. A mí eso no me gustaba, yo a eso no le encontraba sentido y me costó meterlo dentro de la trama, me tocó pensar mucho para ver cómo lo metía para cuadrar, para que no fuera inverosímil, para que uno entendiera qué le aportaba a la trama de terror. (A. Gurisatti, comunicación personal, 30 de octubre, 2020)

Sí, yo creo que pasó en algunos capítulos [...] hay cosas que estaban escritas que fueron interpretadas completamente de una forma diferente por parte tanto de las actrices como del director. No sé, chistes que eran buenísimos en papel se los tiraron cuando los interpretaron porque no los entendían ellos mismos, ni el director, ni las actrices entendieron cuál era el chiste que estaba escrito, entonces ahí salirse de esa burbuja eso también es una cosa complicada, como hacer paz con eso. O digamos que en algunos capítulos que también por temas de tiempo de rodaje, al final veíamos que se saltaron un pedazo que en nuestras cabezas era importantísimo pues se lo saltaron y quedó una cosa ahí medio coja, pues coja para lo que uno tenía en la cabeza. (M. Peláez, comunicación personal, 11 de noviembre, 2020)

En esa misma línea de las anteriores respuestas, algunos guionistas no del todo satisfechos con el producto enfatizan que esto pasa siempre en los entornos audiovisuales y por eso han aprendido a manejarlo al evitar tener expectativas muy altas con el producto a realizar.

A mí siempre me pasan dos cosas: al principio yo sufría mucho yendo a los rodajes, sufría mucho pues primero porque uno no es nadie, no lo dejan casi que entrar, es chistoso, y por otro lado nada de lo que uno escribió es igual, nada, pero es que es imposible, nunca es igual así uno lo dirija, así uno haga el arte, así haga uno esa vuelta pues porque hay que saber que un guión es un mapa sobre el que un profesional especializado en dirección va a leer, que un profesional especializado en actuación va a leer e interpretar y el editor y el del audio y el de la foto, entonces es una creación conjunta [...] si uno escribe historias para que las hagan iguales, pues le va a pasar una frustración muy grande, que afortunadamente yo ya sé que no me va a pasar, no tengo esa expectativa. (J. Aparicio, comunicación personal, 10 de noviembre, 2020)

Uno de los guionistas, por otra parte, reconoció un aspecto en el que sí se sintió satisfecho: la recepción del público. Según él, con esta producción se logró incluso construir comunidad de *fans*, que es clave para los entornos digitales.

Es muy difícil, la verdad la satisfacción audiovisual es muy berraca porque digamos que la forma en la que yo escribo por lo que yo he sido también director de teatro, como que sí he sido muy multidisciplinar. La forma en que yo escribo es muy específica y muy detallada y me imagino cosas muy específicas, entonces claro, siempre en el encuentro con el director, el papel aguanta todo y ya en el hacer hay que cambiar un montón de cosas, entonces siempre uno va a quedar como: ‘me habría gustado que pasara tal y no pasó’, pero hace parte del oficio, es imposible tener el control absoluto aunque uno escriba, dirija y produzca, nunca va a pasar. Yo sí me siento muy satisfecho en la recepción que tuvo el público, he encontrado gente que es muy fanática de la serie y eso creo que es la clave de los contenidos digitales, crear *fans*. (H. Chiquillo, comunicación personal, 29 de octubre, 2020)

Por lo general, los realizadores consultados fueron conscientes de que la satisfacción absoluta frente a un producto audiovisual, independiente que sea serie web u otro tipo de formato, es muy difícil. Los profesionales participantes se dividieron entre quienes quedaron satisfechos y quienes no respecto al resultado de la *webserie* creada. Por lo regular, los guionistas son los que menos se identifican con el producto final, pues consideran que siempre lo que sale en pantalla cambia respecto a la obra planeada. Para algunos, esto es algo natural de la labor que desempeñan y han aprendido a manejarlo, pero otros aún se muestran molestos con la situación, sobre todo porque consideran no sólo que en la obra final hubo cambios normales de interpretación del director o el actor, sino imposiciones que afectaban la narrativa.

Por su parte, quienes se desempeñaron en otras labores dentro de las series web se mostraron más cómodos con los resultados finales, particularmente porque destacan que gracias a estos productos lograron ganar experiencia, abrir puertas, obtener reconocimientos y en especial por la recepción de los usuarios en las redes, incluso al punto de construir comunidades de *fans*.

8.2.3 El formato serie web

En esta tercera sección del presente capítulo, se observará las percepciones que sobre el formato de las series web tienen los realizadores profesionales. Primero, se analizará la apreciación de estos creadores sobre las obras construidas en contextos *amateurs*. Precisamente en este punto se abundará sobre la idea de precarización del audiovisual y si este tipo de producciones afecta de manera negativa la labor.

Después, se abordará la percepción sobre las *webseries* en contextos profesionales y, finalmente, se indagará por las maneras cómo los realizadores avizoran el panorama de las series web (v.g., si estas perdurarán en el tiempo, cuáles consideran que son los usos y los posibles modelos de negocio de las *webseries* y qué características consideran necesarias para lograr una serie web).

8.2.3.1 Percepción sobre las series web

8.2.3.1.1 Las obras amateurs. Frente a la consulta a los realizadores profesionales sobre qué piensan de las series web *amateurs*, un grupo grande dijo apreciar el formato sobre todo porque se configura como el escenario ideal para que personas que quieren ingresar al mundo audiovisual aprendan a partir de sus primeras aproximaciones a la producción. Para estos profesionales, las series web permiten a los productores noveles realizar con bajos presupuestos y equipos tecnológicos accesibles. Asimismo, porque las *webseries* pueden circular

gratuitamente por internet, se pueden convertir en un producto que permita el reconocimiento de sus creadores: “Yo soy *proamateur* también. No tenés que tener el súper equipo y lo que pasa es que cualquiera lo puede hacer pero siempre y cuando estén contando una historia que sea entretenida pues ¿por qué no?” (A. Gurisatti, comunicación personal, 30 de octubre, 2020).

A mí me gusta, a parte es que también creo que uno aprende haciendo, uno aprende metiendo las patas, uno aprende haciendo cosas feas, uno aprende contratando actores malos, uno aprende poniendo a sus amigos a actuar, uno aprende grabando con la cámara de la tía, no sé, yo creo que o a lo mejor es que estoy muy influenciada por mi labor de profesora pero es que yo creo que lo que uno más le debe incentivar a los chicos es con ganas y entusiasmo ¡láncense! entonces a mí me parece maravilloso porque es que es eso, entonces ¿qué vas a esperar? a hacer la súper maestría, hacer el curso en Nueva York para lanzarte a hacer algo, no, lánzate ya, estás con tus amigos, tienen tiempo, ganas, están con una idea en la cabeza. (I. Botero, comunicación personal, 7 de octubre, 2020)

A mí me parece que el formato es muy bueno [...] Yo creo que es un gran trampolín, un gran escenario para probarse uno, para probarse con una cámara, para probarse con un guion que de pronto alguien escriba, para probarse con los compañeros, con las relaciones entre los personajes en la cámara y me parece eso, y no arriesga mil doscientos millones de pesos (282.000 Euros aproximadamente) que vale una película que de pronto sea un fracaso. Entonces a mí me parece un gran trampolín y es algo que también es muy fácil de hacer, se puede hacer muy sencillo y muy bien hecho. A veces hay cosas que son sencillas, que son simples, pero tienen mucha sensibilidad, son profundas y eso también es muy valioso. (F. Velandia, comunicación personal, 24 de octubre, 2020)

Hoy en día con estas nuevas tecnologías, con cámaras cada vez más económicas y más manejables con los teléfonos inteligentes, con los computadores para editar, con una cantidad de ayudas tecnológicas se ha permitido que la gente joven y no joven pueda aprender haciendo y pueda estar confrontando sus conocimientos teóricos y académicos con la práctica y eso solamente redundará en beneficio de una cualificación de la producción audiovisual. (D. García, comunicación personal, 1 de noviembre, 2020)

En la misma línea de las respuestas anteriores, algunas realizadoras están a favor de la existencia de las series web producidas por *amateurs*. Sin embargo, resaltan la importancia de que haya más cuidado por parte de los nuevos creadores en los aspectos técnicos, porque a pesar que la democratización tecnológica masifica la circulación de contenidos, éstos en un gran número no mantienen estándares mínimos de calidad.

Está bien que la gente haga sus cosas y tal, pero hay veces que sí, no sé qué tan horrible va a sonar, pero que se vean baratas tampoco es tan chévere, perdón pero es verdad. Hay veces que tú puedes tener un contenido que sea chévere, pero tienes un actor pésimo que es tu amigo, es tu primo y tú no sé, porque el *man* es chistoso entonces el *man* puede actuar y pues no cobra entonces lo podemos volver esto pero no, esto también necesita un cierto nivel, necesita un nivel de profesionalismo en todo, no sé, me parece complicada también esta democratización, pero al mismo tiempo ahí fallamos en la idea de cómo es internet entonces todo es gratis [...] Internet es un mar de basura; o sea, realmente el que destaca es porque sabe, porque tiene unos estándares de calidad. (M. Peláez, comunicación personal, 11 de noviembre, 2020)

Pienso que es chistoso así no pretendas serlo, el hecho de poner algo en escena sin tener muchos recursos muchas veces termina siendo chistoso y tal vez esa no es la idea, pero es

chévere, yo realmente busco en esto solamente divertirme, entonces creo que pues es divertido pero es un ejercicio muy bueno para todo el que lo quiera hacer y hay cosas que pueden salir muy bien. (P. Sarmiento, comunicación personal, 25 de octubre, 2020)

En la misma línea, se les consultó si consideraban que las posibilidades de producción a bajos costos, y en algunos casos, la existencia de series web de baja calidad, afectan la producción audiovisual al punto de considerar que exista una precarización de la labor.

Un grupo mayoritario de entrevistados considera que las producciones *amateurs* no precarizan el trabajo. Por el contrario, la proliferación de estas obras permite, entre otras cosas, cualificar la labor gracias al incremento de la competencia. Además, este grupo destaca que la llamada democratización de la producción gracias al acceso a herramientas tecnológicas, posibilita reconocer nuevos talentos para la realización, lo que era más difícil décadas atrás cuando producir era una cuestión que implicaba muchos recursos. “Yo creo que en la medida en que haya gente experimentando, la calidad va a subir. Hay un montón de gente aprendiendo y creando por su cuenta y definitivamente creo que eso hace que todo mejore” (J. Robledo, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020).

Yo creo que definitivamente el volumen y la competencia pueden ser llaves de la cualificación. Para mí es evidente lo que está sucediendo y lo que está sucediendo en Colombia, a partir de la ley de cine, a partir de las nuevas tecnologías, a partir de la era digital el volúmen de producción se ha incrementado de una manera exponencial y de la mano de ese crecimiento de la producción se ha cualificado mucho el oficio de la gente que trabaja ahí [...] Por supuesto habrá cosas muy malas, habrá cosas mediocres, habrá cosas regulares y habrá cosas muy buenas, pero yo sí soy un convencido de que el

volumen, la práctica y el aumento de la producción redundan en beneficio de la cualificación. (D. García, comunicación personal, 1 de noviembre, 2020)

Yo creo que voy a volver a (Guillermo) Arriaga que dijo una cosa que me gustó [...]

Preferir la novela imperfecta de un escritor con talento, que la novela perfecta de un escritor mediocre, en la obra de un escritor con talento puedes hallar una frase, una sola que te cambie la vida, en un escritor mediocre lo que más podrás encontrar es corrección gramatical. Entonces yo pienso un poco lo mismo con las producciones audiovisuales. Si hay una gente con talento con una cámara y un teléfono haciendo cosas que aunque técnicamente sean imperfectas pero tienen una fuerza en el mensaje y te dicen algo, bienvenidas sean, prefiero eso a las producciones perfectas de millones, donde no graban un solo plano hasta tener tal director de fotografía y tal cámara y tales equipos, yo prefiero la imperfección también con un mensaje contundente a la perfección que finalmente terminan siendo como ejercicios muy ególatras también. (I. Botero, comunicación personal, 7 de octubre, 2020)

Me parece que está bien, me parece que el hecho de que alguien quiera contar una historia y lo pueda hacer con su celular es una dicha y hay para todo el mundo. Digamos que esa es la maravilla de estos medios y de esta globalización acelerada y es que todos tienen oportunidad de contar su historia. Antes nosotros no podíamos, o sea, eso no se podía. Ahora los niños crecen dando por sentado que pueden hacer una película y pues eso me parece que enriquece más que precarizar el trabajo y la labor del audiovisual y de todos los trabajadores del audiovisual, eso lo que hace es enriquecer. (P. Sarmiento, comunicación personal, 25 de octubre, 2020)

Yo sí defiendo muchísimo que la gente pueda hacer cosas con pocos recursos porque eso era lo que siempre queríamos, cuando empezamos en este medio era lo que siempre quisimos, pero cuando pasó entonces lo odiamos, ya nos parece que es tenaz porque no: ‘yo no me estudié cinco años y todo lo que estudié sirve de [nada]’. Entonces yo sí creo que es que hay que encontrar un punto medio entre las dos cosas, hay que dejar que la gente que está experimentando con cosas sencillas lo siga haciendo porque ellos abren espacios narrativos que nosotros podemos utilizar, entonces yo me encuentro siempre en el medio [...] Para que exista el salami tiene que existir la salchicha; para que existan las cosas más elaboradas tienen que existir las cosas también burdas; así ha sido siempre en la historia de la humanidad, sí, se hacían grandes obras de teatro en los espacios renacentistas, pero los juglares seguían contando con su guitarritas canciones en los bares para los borrachos. Entonces como que las dos cosas tienen que convivir y creo que para los estudiantes de audiovisual es muy importante que empiecen, que sientan eso, que la pureza y ese ideal loco de hacer las cosas, necesita también que haya algo más magro abajo para poderse nutrir, porque lo mundano es lo que viene primero que lo elaborado, siempre hemos sido instintivos primero y luego racionales. (H. Chiquillo, comunicación personal, 29 de octubre, 2020)

En esa misma línea de los realizadores profesionales que no consideran que las obras *amateurs* precaricen la labor, hay entrevistados que sugieren que pensar en la industria audiovisual que las series web producidas por aficionados dañan a la profesión refleja temor de los nuevos talentos. Estos profesionales inclusive comentan que, el surgimiento de una gran obra desde un *amateur*, beneficia a la industria.

Al contrario, cuantas más cosas hagan, o sea qué bueno que alguien que tiene quince o dieciséis años, porque es un pelado que quisiera ser cineasta pueda hacer una película con un celular y no tener que esperar que alguien entonces le de un millón de dólares para hacer su película. O sea, así le des la mejor cámara del mundo a un ‘huevoón’ que no tiene talento, le vas a dar la mejor cámara del mundo y le vas a dar un millón de dólares y va a ser una basura. Un pelado de quince años quizás que tenga un talento el ‘hijueputa’, tiene la posibilidad de expresarse y hacer algo con un celular. Me parece que el que dice que lo están *perratiando*¹²⁹ pues tendrá miedo que le quiten trabajo. (D. Vivanco, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020)

Yo creo que no, creo que en lo absoluto. Yo comparo mucho cuando pienso estas vainas como con la escritura, con las novelas escritas. Escribir, todo el mundo puede escribir, hágale, escriba y hay gente que, este es mi primer libro y se volvió Harry Potter. Si una persona entre comillas *amateur* se volvió esto, para la industria yo creo que no afecta. (J. Aparicio, comunicación personal, 10 de noviembre, 2020)

Los buenos productos van a sobrevivir, los malos van a morir, punto. No importa si son hechos con un celular o hechos con una cámara súper costosa, lo importante es el producto, igual que los poemas, igual que los libros, o sea, se van a escribir miles de libros y solo van a sobrevivir los que realmente llevan un peso profundo de lo humano detrás. (H. Trompetero, comunicación personal, 3 de noviembre, 2020)

Por otra parte, y aunque la mayoría está de acuerdo con que las series web *amateurs* no precarizan el trabajo, un pequeño grupo de realizadores tuvo ideas encontradas al respecto: En el

¹²⁹ En Colombia la expresión *perratear* se refiere a precarizar algo.

fondo consideras que este tipo de obras pueden generar una idea de baja calidad en el formato o que a la profesión se pueda dedicar cualquier persona sin un mínimo de cualificación.

Lo único malo que veo al respecto es que esto puede convertirse en algo que tienda a congestionar al público, o sea que ahora hayan muchísimas series y que realmente la gente quiera verla, quiera entender qué es lo que pasa, y que realmente no tengan una buena calidad entonces van a perder la fe. Creo que ese es el gran contraste que hay en esa balanza porque tú lo puedes hacer pero otra cosa es que tenga calidad, porque tú como *amateur* puedes tener una idea maravillosa pero al momento de llevarla a cabo puede salirte mal porque pueden presentarse cincuenta mil problemas en el proceso y eso va a aburrir al público o va a sellarte en definitiva tu carrera, o sea es muy riesgoso. (D. Pérez, comunicación personal, 7 de noviembre, 2020)

En parte sí, en parte no, es decir ¿qué es lo que permite el dispositivo que yo creo que ha sido muy bueno? es esto de la creatividad. Antes pues cuando yo estudiaba para hacer un mini corto [necesitábamos] la cámara, la edición y entonces era un lío, muchas veces uno decía: ¡ay no! yo no quiero hacer eso porque entonces me toca, era muy difícil [...] pero al mismo tiempo, si lo lograbas, era como ¡lo logré! porque era más difícil. Ahora claro, vos con un celular podés hacer lo que sea, entonces creatividad sí, mucha más pero yo también creo que eso lo que ha hecho es que la profesión, incluso de comunicación y el periodismo, lo que ha hecho es decir cualquiera puede hacerlo, y lo que pasa es que suena feo, pero en parte es verdad [...] Para mí es un tema, no es absoluto, tiene como sus pros y sus contras. (Ana Isabel Gurisatti, entrevista, 2020)

Yo peleé en un momento con ese tipo de cosas justamente, y creo que lo que más me dolía era el hecho de decir esto es un trabajo que le hemos invertido tiempo, ganas, gente,

deseos, plata entonces como que peleaba en su momento porque decía: ¿cómo es posible que entonces ahora llega un personaje y se pone una toalla en la cabeza y sale y es un personaje y tiene 80.000 anunciantes? [...] En este momento no, porque siento que de todas maneras las búsquedas son otras, porque siento que hay productos, es decir, hay mucha gente, muchos profesionales trabajando con un respaldo que es ese justamente, su disciplina del saber hacer, siento que lo otro tiene un aire de efímero. (J. Benavides, comunicación personal, 24 de octubre, 2020).

De todos los profesionales entrevistados, hay algunos que sí encuentran un tipo de precarización en la labor. Por un lado, consideran que las facilidades en la producción y distribución de contenidos de las plataformas digitales genera que algunas empresas paguen menos cuando contratan este tipo de obras porque piensan que son productos muy fáciles de lograr. Por otro, que, gracias a las facilidades de producción, aparecen personas que incursionan en la labor audiovisual aceptando bajos pagos, lo que genera un círculo vicioso.

Hay un tema que me parece particular y es que el surgimiento de las *webseries* sucede gracias, siento yo, a toda una serie de fenómenos que han confluído y que han sido el caldo de cultivo, y estos fenómenos básicamente se concentran en dos aspectos: la democratización en la producción y la democratización en la distribución de los contenidos. Antes, tú para crear un contenido audiovisual pues tenías que tener unas cámaras costosas, inmensas, y de la misma forma tú para pretender emitir un contenido audiovisual tenías que tener a Caracol o a RCN, entonces la aparición de tecnologías que facilitan la producción, la aparición del internet y de un fenómeno como *YouTube*, hace que cualquiera pueda hacerlo, entonces esto genera dos cosas: lo primero, es que muchas personas creen que lo pueden hacer, entonces está todo dado para que lo hagan y hacen

una serie web de cualquier cosa. Yo creo que ese es un tema [...] y a mí me parece que *perratiaron* todo, pero adicional también es la percepción por parte del cliente o de la contraparte, de como es digital, entonces es más barato [...] Ellos (la industria) son los que más precarizan esto. Hay un tema muy particular con una de estas compañías inmensas que me piden una serie que yo la cree y la produzca de cinco episodios, de cinco minutos cada episodio y me dicen que tienen ocho millones de pesos (1800 Euros aproximadamente), entonces yo les digo: eso es muy bajito por episodio y ellos me dicen: no, es que no es por episodio [...] Pero igual el problema es que hay mucho ‘bobo dinámico’ con un celular en la mano, grabando pendejadas y que después las edita en su casa, en su computador, no tiene en cuenta ese tiempo, ese conocimiento, el valor de las licencias [...] Entonces hay un círculo vicioso que se alimenta por un lado de unos monstruos que además de todo pues la gente pensará: yo cómo le digo que no a Caracol [...] ¿Entonces qué pasa? la gente dice: ¿cómo les voy a decir que no? pero si les dices que sí estás alimentando un monstruo, y estás fomentando malas prácticas, estás fomentando precarización. (A. Lopera, comunicación personal, 8 de octubre, 2020)

La otra posición fue la de quien consideró que el daño a las series web, más que ocasionarlo las producciones *amateurs*, es provocado por la publicidad, pues el patrocinio de las marcas ocasiona que el formato deje de ser un espacio para que los aficionados produzcan de una forma económica para convertirse en un escenario donde los costes de producción se elevan.

Me parecía más peligroso cuando empezaron precisamente las agencias de publicidad a meterse aquí, ahí fue cuando yo creo que se tiraron un poco el mercado, ahí sí cambió la cosa. Pues porque primero las agencias, los creativos que muchas veces creen que saben que son todo, pues ellos son directores, creativos, guionistas, productores, todo, entonces

digamos como que tienen una y trabajan de la mano con marcas, entonces digamos los valores de mercado que empezaron a funcionar en cierto momento para las series web que eran baratos pero se podían hacer y podían ser rentables porque estaban dentro de un mundo. Cuando llegaron al mundo de las agencias, todos estos precios los aumentaron [pasaron de] producciones normales como si estuvieran produciendo publicidad, entonces ahí viene el lío con que tú ya no podías contratar a un actor, a decirle oiga, le voy a pagar millón y medio el día (350 Euros aproximadamente), sino que entonces como era publicidad o como ya había estado marcado por eso, entonces había que pagarle diez millones de pesos el día (3500 Euros aproximadamente) ¿Qué producción que sea de ese tamaño va a tener para eso? Entonces eso yo creo que hizo más daño, la entrada de las agencias que la entrada de estos contenidos *amateurs*. (M. Peláez, comunicación personal, 11 de noviembre, 2020)

Si bien algunas de las últimas intervenciones presentadas identifican maneras de precarización de la labor a causa de la producción *amateur*, los creadores profesionales generalmente consideran que la eclosión de series web en los últimos tiempos ha beneficiado al campo laboral audiovisual porque ha permitido, entre otras cosas, reconocer nuevos talentos. Ello redunda en una cualificación de la profesión gracias al incremento de competencia. Inclusive, algunos realizadores encuentran muy importante la producción de series web *amateur*, al punto que consideran que estas pueden competir perfectamente con realizaciones profesionales en creatividad y originalidad de los relatos.

Puede haber *webseries* profesionales con una factura increíble pero que no te produzcan absolutamente nada, y puedes tener una *webserie* de unos estudiantes, hecha con las uñas y que te dejen con la boca abierta, ahora, lo que sí me parece [...] puede ser un poco

injusto sobre todo para los chiquitos que están apenas poniéndolos a competir pues con los peces gordos [...] Entiendo que es que hacer cine y hacer televisión y hacer audiovisual es muy costoso, yo creo que en la literatura funciona un poco diferente porque vale lo mismo escribir un cuento bueno que un cuento malo, vale lo mismo hacer un cuento creativo y original que escribir un cuento lleno de clichés, pero en audiovisual no, en audiovisual todo eso es una celda en el *Excel* del presupuesto, entonces no es lo mismo. (I. Botero, comunicación personal, 7 de octubre, 2020)

Total porque esto depende de contar una buena historia, sí la historia es muy buena y es muy firme, puede ser muy muy grande. De hecho, hay muchos ejemplos, tú has visto, hay películas y hay series que empezaron con pilotos a los que la gente les tenía muy poca fe y de un momento a otro se volvieron fenómenos. Entonces no puedo menospreciar esa parte. (D. Pérez, comunicación personal, 7 de noviembre, 2020)

Las posibilidades narrativas están. Otra cosa es que tengas qué contar, que eso ya es difícil, y que puedas contarlo y que a la gente le guste, es también difícilísimo, sobre todo porque nadie sabe qué funciona, ni la industria, entonces pueden competir. (J. Aparicio, comunicación personal, 10 de noviembre, 2020)

En síntesis, para los realizadores profesionales consultados el fenómeno de la producción de series web se ve beneficiado en términos generales de las posibilidades de ser producido de maneras más ligeras y a costes mucho más reducidos que los que precisan las creaciones industriales. Esto ha permitido la experimentación por parte de jóvenes realizadores, quienes utilizan las *webseries* como una herramienta de aprendizaje y práctica para incursionar en el mundo audiovisual mediante el aprovechamiento de las posibilidades de circulación del formato en la web.

Si bien algunos realizadores profesionales encuentran formas de precarización del campo audiovisual como la reducción en las retribuciones, consideran que es producto más que de la aparición de las series web, de la reducción de costos de producción provocada por la disponibilidad de tecnologías más asequibles de grabación y edición.

8.2.3.1.2 Las obras profesionales. Uno de los realizadores consultados expresó como válido el reclamo de los realizadores *amateurs* frente a que el espacio de las series web se originó fuera de la industria con producciones más sencillas en términos de realización y con bajos presupuestos. Sin embargo, explicó que esto es una respuesta natural del modelo económico que identifica posibilidades de negocio.

La economía neoliberal cuando logra identificar una posibilidad de negocio pues dirige todas sus herramientas y sus estrategias hacia ese terreno que no siempre ellos mismos descubrieron. Las lógicas de la economía neoliberal son depredadoras y no tienen el menor reato ético de aparecer y aprovechar lo que otros han descubierto y lo que otros han cultivado, entonces pues históricamente ha ocurrido pero también históricamente esas fuerzas alternativas han mantenido una especie de resistencia creativa que les ha permitido sobrevivir, en algunos casos estos creadores han tenido como dos alternativas: o se integran, uno mira por ejemplo Tarantino, Scorsese, Coppola, los hermanos Cohen, en sus orígenes fueron artistas de la contracultura de alguna manera y luego se incorporaron al *mainstream* y lo cualificaron; pero también han existido otros que se han mantenido en ese terreno y han sobrevivido de una manera exitosa, Jim Jarmusch, John Cassavetes o Wim Wenders. (D. García, comunicación personal, 1 de noviembre, 2020)

En la misma línea, un par de guionistas consideran que lo sucedido con las series web es el resultado natural del modelo capitalista que busca sacar provecho económico de cualquier cosa.

Es más bien por este sistema capitalista. Es decir, las empresas se empezaron a dar cuenta que podían vender productos a través de eso, entonces empezaron a hacer series con marcas registradas de productos. No pasa nada. Vivimos en un sistema capitalista. Yo no es que viva en un árbol y me siembren y, estoy absolutamente inmersa pero sí veo con una mirada crítica eso y es que es muy difícil que cualquier manifestación artística cultural se libere realmente del yugo de eso. En las *webseries* lo que sí sentí fue eso: como unos pececitos ahí nadando y llegaron estos tiburones y dijeron por aquí hacemos, podemos hacer mucho dinero y seguramente lo han hecho y lo están haciendo. (I. Botero, comunicación personal, 7 de octubre, 2020)

Pues lo que pasa es que yo creo que no había de otra, porque ¿qué es lo que hacen las industrias? pues ver dónde está la plata y si la gente está consumiendo series web porque esto lo hicieron bien, pues o sea, ‘¡llórela!’ [...] pero sí tienen razón porque finalmente lo que pasó es: esta gente que no tenía cómo entrar a los grandes canales, pues ¿quién entra a Caracol y RCN? es muy difícil, muy poquitos ¿quién hace una película de cine? pues obviamente era su manera de por fin tener algo al aire, entonces claro tenía que empezar así, tenía que ser así, pero ellos (las empresas) vieron el negocio. (A. Gurisatti, comunicación personal, 30 de octubre, 2020),

Similar al comentario anterior, otros realizadores ven la incursión de la industria como algo natural e incluso importante, porque brinda la posibilidad de que las personas que han producido en contextos *amateurs* puedan llegar a vender su producto. Además, creen que,

aunque exista la industria, los nuevos creadores siempre tendrán la posibilidad de pertenecer o no a ella.

Me parece que está bueno que la industria se meta porque eso genera que hay dinero que se está moviendo y da la posibilidad de que vos si invertiste algo en hacer tu *webserie*, tengas la posibilidad de que alguien te la compre y llegue a más gente. Como también te digo, tenes la posibilidad de hacer las cosas y subirlas a *YouTube* si tenes la plata o si querés hacerlo y que nadie te joda. (D. Vivanco, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020).

Por su parte, otro grupo amplio de realizadores considera que el anterior no es un reclamo del todo válido, primero porque los formatos cortos serializados han existido mucho antes de la aparición de la web y segundo, porque las *webseries* más que un invento particular, son otro vehículo para contar historias, una característica natural de los seres humanos. Según algunos realizadores, antes que considerar que las *webseries* tienen mayor validez cuando se hacen en contextos fuera de la industria porque conservan una estética más real, debería aprovecharse que, al entrar la industria y cualificar la producción, se puede promover la evolución del formato: “Finalmente ese no es un espacio potestativo de nadie, que haya surgido así y pues que los otros hayan encontrado un modelo de negocio, pues digo yo, fantástico” (J. Benavides, comunicación personal, 24 de octubre, 2020).

Series cortas se vienen haciendo desde hace mucho tiempo atrás, o sea, no es la primera vez que se hace [...] Las mini series no son un invento nuevo [...] Creo que esto es una evolución necesaria que ha migrado a la tecnología pero esto es algo que se viene haciendo desde hace muchísimo tiempo atrás, antes de que existiera el internet. (H. Trompetero, comunicación personal, 3 de noviembre, 2020).

No hay nada que se pueda inventar, no hay nada para inventarse, eso era obvio que iba a aparecer de una u otra manera, sea de *amateur* o de una gran empresa de cine, es una idea, es un nuevo formato narrativo, es como si alguien viniera el día de mañana a inventar no sé, una proyección holográfica, entonces en definitiva ¿esa persona es la única, entonces es el dueño de la idea? No, simplemente es contar historias, es contar, es cambiar el formato nada más porque contar historias está implícito en la historia de la humanidad desde hace muchísimos años entonces no, no les atribuiría ese logro, por decirlo así. Sí tuvieron la idea, arrancaron precisamente porque, supongo yo, aquellos *amateurs* estaban en la situación que te estoy diciendo, no tenían la oportunidad y estaban desesperados por contar su historia, pues una berraquera que lo sigan haciendo porque de ahí pueden encontrarse muy buenas ideas, muchas mentes brillantes están ocultas y esa es la oportunidad perfecta para salir. (D. Pérez, comunicación personal, 7 de noviembre, 2020).

Las cosas están ahí y como dicen: todo está inventado. Sino que hay de pronto alguien que llega y mejora lo que hay, es lo mismo, es como el desarrollo de las cosas [...] Yo creo que eso debe ser más bien un aliciente para que uno se pueda dar cuenta que las cosas se pueden hacer mejor, que las cosas siempre se pueden hacer mejor y yo creo que eso es clave, no es como que uno se apropie pues del formato de serie web y solo se hace como lo hacemos nosotros, sino que uno puede llevar las cosas a otro nivel y seguro habrá series web que sean mucho mejores y pues qué mejor que eso, eso es lo que nos lleva es hacia el progreso. (F. Velandia, comunicación personal, 24 de octubre, 2020)

En síntesis, de los comentarios de los realizadores profesionales entrevistados, se desprende que la incursión de la industria en la producción de series web es considerada positiva

porque permite la cualificación del formato e incluso brinda la oportunidad para que aficionados con talento tengan la opción de conseguir negociar con sus obras.

Además, si bien un grupo de profesionales reconoce que este formato empezó por los creadores *amateurs*, también considera que la llegada de la industria es un fenómeno natural debido al modelo económico capitalista. No obstante, para la mayoría de los realizadores, no es pertinente reclamar la potestad sobre el formato. Por una parte, porque las historias cortas serializadas han existido antes del surgimiento de la web y, por la otra, porque las *webseries* más que un invento son un medio que se ha desarrollado por las condiciones tecnológicas de producción y circulación de contenidos.

8.2.3.2 Futuro de las series web. Frente a la idea del futuro de las series web, en particular acerca de si son un formato que en algún momento dejará de existir, el total de realizadores profesionales estuvo de acuerdo con que se mantendrá en el tiempo, especialmente porque su producción depende en particular de la web como plataforma de distribución: “Para mí las *webseries* están absolutamente atadas al internet y mientras tengamos internet que no veo ya la manera de dar un paso atrás, creería yo que se va a instalar” (I. Botero, comunicación personal, 7 de octubre, 2020).

Yo creo que va a perdurar [...] Yo creo que esto surge por la conjunción de lo que decía ahora, de la democratización tanto en la producción como en la posibilidad de emisión de contenidos, entonces salvo que haya un fenómeno geopolítico que restrinja la emisión por medios no convencionales de contenidos [...] las pantallas no se van a acabar ni se van a restringir a ese nivel y la gente va a seguir produciendo cada vez mucho más fácil. (A. Lopera, comunicación personal, 8 de octubre, 2020).

Además, un amplio número de realizadores estuvo de acuerdo con que las *webseries* seguirán evolucionando, es decir, pervivirán por estar ligadas a la web, pero evolucionarán en las maneras de contar historias o representar relatos. Según estos realizadores, este tipo de producciones son similares a sus homónimas para la televisión, aunque cambiarán porque dependen de internet y experimentar cambios producidos por las nuevas plataformas y medios:

Yo creo que las *webseries* y toda la posibilidad que ofrecen las plataformas para contar lo que sea, pues se va a seguir desarrollando. Sí creo que van a evolucionar, porque empezamos con una idea que venía muy de la televisión, por ejemplo, esa serie web (Todo queda en familia) es muy *sitcom*, pero [hay que] empezar a utilizar el mensaje que generan estos medios. Entonces, por ejemplo, hay cosas contadas en vertical, ahora estas nuevas plataformas como *Tik Tok* que generan un nuevo lenguaje, entonces yo creo que hace falta todavía seguir agotando estos recursos y no sé qué más va a venir adelante, pero sí yo creo que sigue vigente y que va a seguir evolucionando. (P. Sarmiento, comunicación personal, 25 de octubre, 2020)

Yo siento que va a seguir evolucionando muchísimo, siento yo que por ejemplo los *Instagramers* y los *YouTubers* han podido hacer series web que logran alcances muy interesantes con recursos que uno seguramente como realizador o como estudiante por ejemplo dice: no sé quién vaya a ver esto, pero como estudiante audiovisual uno los detesta, o sea le parece que son re mal hechos, pero conectan con mucha más gente que cosas que son súper elaboradas. Entonces yo sí creo que va a seguir evolucionando, lo que pasa es que la serie web como un formato pensado parecido a las series de televisión, eso sí es lo que siento que se va a acabar, cada vez se va a reevaluar más, no es que se acabe, sino que eso. Por ejemplo, lo que hacen los *Instagramers*, hacen unas historias,

unas series, unos *sketches*, que eso también son series, son entregas periódicas de contenido que son muy exitosas, pero la mayoría de gente cree que eso no es una serie web, para mí eso también entra dentro de las series web, ese tipo de contenido, entonces ellos siguen teniendo la parada, afortunada o desafortunadamente, no sé, pero han podido generar contenidos muy cercanos a la gente, que le hablan a la gente y que son muy exitosos; entonces como por el lado de ellos es que se va a seguir reinventando el asunto y nosotros los que tratamos de hacer elaboraciones más exhaustivas, tenemos que ajustarnos un poco a todos esos cambios que van viviendo ellos, nutrirnos de eso y de lo que van marcando las plataformas de distribución de contenido que son dictadores. O sea, si ya no cumples con los requerimientos técnicos, te van sacando del *feed* de la gente y la gente te deja de ver porque no estás cumpliendo, entonces como que sí creo que va a cambiar y a crecer, pero no de la forma en que creemos, cada vez va a ser más personal, de personas haciendo contenido, porque las grandes series con demasiado dinero, series web, está clarísimo que eso no funciona. (H. Chiquillo, comunicación personal, 29 de octubre, 2020)

Yo creo que va a evolucionar, o sea no se va a mantener en series web normales. No sé, hay otro tipo de formatos de realidad aumentada, de realidad virtual, todo este tipo de temas ya se han tocado en otro tipo de formatos, no sé, en *Netflix*, o hay incluso aplicaciones en *Google*, que te dan una experiencia de producción audiovisual y creo que pues eso va a evolucionar y más mi generación que sí está produciendo todo este tipo de contenidos de series web. Uno también tiene que montarse en el bus de, bueno ¿cómo voy a hacer para que la experiencia mejore? entonces metámosle realidad aumentada o hagamos que el consumidor sea quien decida el final, todo ese tipo de cosas como que

van evolucionando y pues ya es cuestión de ser visionario y decir: bueno ¿qué más puede haber después de una serie web? (M. Hernández, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020)

Hay contenidos que sí son moda pero las series web no lo son, es decir, seguramente mutarán, seguramente tendrán algunos cambios importantes, pero eso es algo que ya está instaurado y las hizo mucho más fuertes estas plataformas de televisión web, de series web, o sea, se afianzaron. (J. Benavides, comunicación personal, 24 de octubre, 2020)

Siempre habrá gente haciendo ficción y siempre habrá gente experimentando con la ficción, por ejemplo, he visto ejercicios en *Tik Tok* que tienen como su aire de ficción, pues no son series como tal, pero que me parecen interesantes. Quizás *YouTube* no va a ser la plataforma, posiblemente será otra, pero la gente seguirá explorando con el tema de la ficción y pues si puedo grabar, si es un tema que me interesa y puedo grabar con mi celular y los audífonos, por supuesto habrá gente que lo seguirá haciendo, que el público lo siga recibiendo, no con el furor de antes, no con ese *boom*, pero sí va a haber gente que se interese en esos productos específicamente. (J. Robledo, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020)

Otra de las razones por las que los realizadores profesionales consideran que las *webseries* pervivirán, tiene que ver con los aspectos del consumo. Según un grupo de estos profesionales, este tipo de formatos, ligados a plataformas web, muestran una diferencia sustancial con series de televisión tradicional: el consumo a la carta o la posibilidad de ver los contenidos a cualquier hora y en cualquier cantidad han cambiado las formas tradicionales de consumo televisivo. Asimismo, al priorizar tiempos cortos de duración, este formato facilita los consumos en la web.

Yo creo que es un formato que se va a mantener por la manera en que funciona el mundo. Todos vivimos acelerados, todos queremos hacer las cosas rápidas y todos queremos tener el control ¿cuál es la ventaja de las *webseries* o de las series que vemos en plataformas estilo *Netflix*? tú controlas el tiempo y el momento en el que tú la quieres ver, si quieres seguir sigues, si la ves por capítulos, por días es tu decisión, lo que implica la televisión es todo lo contrario, o sea, este es el horario, si te lo perdiste no hay nada que hacer, entonces tú tienes el control y al tener el control de esa situación, le da mucho peso y muchísima más fuerza a las series web, entonces sí, en definitiva creo que ese formato si se va a quedar. (D. Pérez, comunicación personal, 7 de noviembre, 2020)

Yo creo que se van a seguir produciendo, es un formato muy llamativo, es corto, tú ves un capítulo muy rápido, ahora la gente no se queda, si está en redes sociales no se queda viendo un video de treinta ni veinte minutos, ya le parece largo, entonces me parece que todavía se le puede sacar mucho jugo y que hay ahí mucho por explorar, yo creo, me parece que hay mucho por explorar y mucho por contar también. (F. Velandia, comunicación personal, 24 de octubre, 2020)

Otros comentarios que comparten la idea de que las *webseries* perdurarán en el tiempo, fueron los de un grupo de realizadores que, en línea con los temas del consumo, plantea la inquietud sobre los retos que las *webseries* tienen de ahora en adelante en la experimentación no solo de sus narrativas y formas de producción, sino en las maneras de explorar las llegadas a los usuarios. Además, porque también es necesario encontrarle a las *webseries* unas formas económicas que puedan permitirle a los creadores sacar réditos de la producción: “Yo creo que se va a mantener pero como te digo, yo siento que todavía no hay un público para las series web,

siento que todavía está muy en ciernes” (A. Gurisatti, comunicación personal, 30 de octubre, 2020).

Yo creo que esto ya no fue una moda, es decir, estamos produciendo series web hace quince años, desde *YouTube*. De pronto cambian las plataformas, se refinan las plataformas [...] El ‘hagamos una serie web’ es el nuevo ‘pongamos un bar’ del joven no tan joven, o ‘hagamos una *app*’, es que eso, es cualquier cosa, son cosas súper genéricas. ¡Ay yo tengo una idea! hagamos una serie web ¿eso qué es? nada, es una plataforma, eso es. Entonces yo creo que siguen refinándose, el gran rollo es destacarse y ahí tiene que inventarse más cosas. (J. Aparicio, comunicación personal, 10 de noviembre, 2020)

Yo creo que definitivamente van a encontrar su camino, lo están encontrando, digamos lo están construyendo, yo mismo he estado descubriendo muchas cosas, [...] Creo que el tema está en seguir buscando, en seguir experimentando, en seguir encontrando la manera de ubicarse y la manera de tratar de hacer conciliar las inquietudes creativas con formas de aproximación a la economía que permitan un derecho fundamental que deben tener los creadores y es vivir de su trabajo, entonces en este caso, ahora, no es un camino fácil pero es un camino que no se puede abandonar y me parece que hay mucho terreno por conquistar. (D. García, comunicación personal, 1 de noviembre, 2020).

Por otra parte, aunque no deja explícito que considere que las *webseries* vayan a dejar de existir, una guionista que fue de las primeras personas que incursionó en la creación de *webseries* en Colombia con un producto con alto reconocimiento en los públicos, expresa que las series web son ya un formato obsoleto. De acuerdo con esta guionista, hace más de una década este formato se instaló con fuerza bajo la premisa de consumos rápidos para los ratos de descanso. Sin embargo, con el surgimiento de plataformas como *Instagram* en 2010 o *Tik Tok* en 2016,

aparecieron otros tipos de contenidos de consumo rápido más fáciles y económicos de producir que las series web que gozan del agrado de las audiencias.

A mí personalmente me parece que las *webseries* ya están pasadas de moda. O sea, pensar en hacer una *webserie* en este momento si no lo vas a hacer como un ejercicio para tratar de saltar a algo más grande, no sé. Antes cuando nosotros empezamos a hacer Susana y Elvira estaba todo este concepto del consumo durante el *coffee break* que ese tipo de formatos te funcionaban, ahora tienes *Tik Tok* o *Instagram*, mil vainas en que hay millones y millones de cosas de contenido y la gente se engancha por cualquier bobada y es como una *attention span* para las plataformas que inicialmente se pensaron las *webseries*. Yo creo que más bien pensar en una serie web en estos momentos (no está bien) porque ya la competencia es otra y ya la forma como consumimos es diferente. Además yo creo que también las *webseries* lo que hicieron fue como abrirle el camino también a todas estas (ideas) de hagamos televisión pero entonces vámonos por otras plataformas y toda esta cosa, pero entonces necesitamos un nivel de producción altísimo, o no necesariamente altísimo pero sí bastante importante para llenar la parrilla que ya sabemos que la gente se engancha una hora fácilmente, diez horas, pero yo si tengo que competir al tiempo que la receta que el *tiktoker*, que el no sé qué, pues no sé, si hablamos de ficción yo creo que la vía de consumo es otra. (M. Peláez, comunicación personal, 11 de noviembre, 2020)

En resumen, en esta reflexión sobre el futuro de las series web enfocada a indagar sobre su pervivencia, hubo consenso en que el formato no va a desaparecer. Sin embargo, como lo sugieren muchos de los realizadores, las *webseries* deben experimentar más en las formas de narrar y en su capacidad de adaptabilidad a las plataformas que surgen. Asimismo, esta

experimentación debe ir ligada a la exploración sobre las formas de financiación y obtención de ganancias para los creadores, pues hasta el momento, como consideran algunos de ellos, se trata de un formato de nichos que, en internet son muchos.

¿Nichos? cualquier cantidad. Hay que saber en qué plataforma están, en qué horarios de consumo, sobre todo para el tema de distribución que es donde fallan la mayoría de producciones. Si uno quiere y así está establecido el negocio de las redes sociales, ¿quieres aparecer primero? ¡ah! paga pauta, y a mayor pauta el algoritmo de *Facebook*, de *Instagram* y de *Twitter* te sacan de primero, si no, pues te tapan en una cantidad de otro contenido. Pero también hay que entender que uno no compite con otras series web, ojalá compitiera con otras series web, uno compite con todo, con *Netflix*, con el chat, con gente viendo porno, con gente viendo noticias, con *streaming*, con *Ted Talk*, con todo, no es como la televisión de antes, de veo el programa A, el programa B; compito contra todo, hasta con la vida social de las personas. (J. Aparicio, comunicación personal, 10 de noviembre, 2020)

En la misma línea, y retomando el tema de las formas de financiación, algunos de los realizadores profesionales creen que las series web han permitido desvelar algunos modelos de negocio como las prácticas ligadas a la publicidad a través del tradicional *branding placement* o narrativas que asumen las características del producto a publicitar y lo presentan sutilmente. También, destacan modelos como el de las *spin off* de programas de televisión (regularmente series), en el que las *webseries* ayudan a generar enganche en las audiencias.

Hay un ejemplo que es buenísimo, que se llama *The Beauty Inside* de Toshiba, una serie divina y me la quiero ver así me metan computadores, eso es lo que debería buscar, eso por un lado; lo otro, los contenidos desligados de publicidad, busquen otros objetivos, a

mí me fascinan los *webisodes*, como esas paticas que se desprenden de otros *shows* más grandes, por ejemplo hay unos que son muy chéveres que son *Dexter The Early Cuts*; son en cómic, otra técnica, otra forma de contar desprendida del gran vertical que es *Dexter* la serie de *Fox*. Entonces como que el objetivo es captar audiencia de web a nuestro *show* de televisión que así nos da más plata, y eso es lo que se busca, hay otros que es simplemente por el hecho de contar y como está haciendo Riaño¹³⁰, cobro por contar. Hay otros que le apuntan a, quiero contar y ser tan exitoso que pues *YouTube* me va a dar plata por los *banners* que sale publicidad, entonces los objetivos están, la financiación está, sabiendo que toca competir con muchos contenidos. (J. Aparicio, comunicación personal, 10 de noviembre, 2020)

Yo creo que las miniseries son un formato bien complejo que realmente uno no encuentra un nicho. O sea, yo no siento que las de corta duración como que uno se siente a ver miniseries, me voy a ver esta miniserie de diez capítulos de cinco minutos cada capítulo, no sé, no le encuentro. Han existido y vuelvo y lo digo, hay ejemplos desde antes del internet yo no sé, como hace unos veinte años o cuando estaban en esos inicios, *BMW* hizo una serie de cortos con unos directores muy afamados y pues son productos muy buenos pero son muy estacionarios, son muy puntuales. *The Beauty Inside* por ejemplo es una cosa maravillosa, o sea, yo creo que *The Beauty Inside* es una vaina que podría ponerse en los estándares más altos de la historia del audiovisual humano universal, eso está a la altura de un Tarkovsky, está por encima de todo porque es una cosa maravillosa, pero son muy estacionarios, son cosas muy puntuales, además son unos números como

¹³⁰ Alejandro Riaño es un actor y comediante colombiano que en los últimos años ha incursionado con éxito en las redes sociales digitales a partir de la creación de un personaje con el que realiza una serie de formatos tipo *sketch* o parodias de noticieros y entrevistas.

extraños, o sea, dicen doscientas mil o trescientas mil *views*, un millón de *views*, cuando una emisión de televisión sencilla en media hora pueden ver catorce millones de personas. Siento que ese formato está, no sé, es cómo un juego ahí entre el comercial que no llegó a ser y una forma de un publrreportaje que está muy bien producido. (H. Trompetero, comunicación personal, 3 de noviembre, 2020)

Finalmente, y en el mismo contexto de pensar el futuro de las series web, a los realizadores profesionales se les consultó sobre qué características debería tener una *webserie* que ellos consideraran ideal. Las respuestas estuvieron divididas en un grupo mayoritario que destaca que el aspecto esencial de las *webseries* se vincula al desarrollo de las historias, en particular a los temas que no son fáciles de transmitir por un medio convencional como la televisión o las narrativas que puedan llegar con más fuerza a los usuarios.

Yo creería que sobre todo la serie web se tiene que destacar es por ideas que no salgan tan fácilmente en televisión normal, que sean de temas por ejemplo que vos no podés hacer en televisión normal, es como sobre todo eso: temas e ideas expresivas que por lo general yo siento que es una cosa de mucha expresión de cosas que el director y el libretista quieren decir pero en una televisión o en plataforma no se puede por los mismos negocios. (A. Gurisatti, comunicación personal, 30 de octubre, 2020)

La serie web ideal es una serie que más que efectos, cuente historias humanas verdaderas que conmuevan a la gente. Yo creo que es por eso que nosotros hacemos esto, que por llegarle a la gente por algo y que sean críticas también, sí, yo no soy amante la verdad de los recursos, de los efectos, de los artificios, pero que también sabemos que están ahí y sabemos que son válidos y se deben usar cuando se puedan usar, siempre y cuando no

desvíen la atención de lo esencial. (F. Velandia, comunicación personal, 24 de octubre, 2020)

Creo que está en la historia que quieren contar y siento, y es un poco la reflexión que he terminado haciendo en relación con la televisión tradicional y diciendo nombres propios, creo que por ejemplo RCN uno de los desaciertos más grandes que ha tenido es que no ha logrado encajar en este tema de las series web y entonces uno dice: y siguen haciendo la misma narrativa, y siguen insistiendo en una cosa que casi que ya tiene cierto aroma a muerto. Entonces uno dice: ¿por qué insisten en eso, por qué no han empezado a buscarse generar otro tipo de contenidos u otros tipos de narrativas? entonces creo que la puesta tendría que ser desde las narrativas propias como para poder pensarse de una manera diferente. (J. Benavides, comunicación personal, 24 de octubre, 2020)

En esta línea de las narrativas, algunos los realizadores creen que las *webseries* debe experimentar. Recurrir a juegos narrativos que proponen otros formatos que habitan la web; debería ser, para algunas de las personas consultadas, un tema que las *webseries* harían bien en desarrollar incluso por encima de las estéticas limpias que propone la producción tradicional del cine y la televisión.

A mí lo de *The Beauty Inside* me parece que es una cosa que rompe todos los esquemas en muchos sentidos, o sea en interacción, pero no deja de ser una narrativa convencional; creo que en ese sentido, las narrativas que pueden llegar a degenerarse a través de los experimentos *YouTubers* pueden traer resultados más novedosos y más fructíferos. O sea, más fructíferos me refiero a que creen nuevas formas de narrar, creo que es una cuestión que todavía se está cuajando [...] el terreno de la experimentación es el lugar para que las producciones convencionales que están necesariamente atadas a un sistema financiero

capitalista para poder sostenerse, nutren de esas experimentaciones porque obviamente son mucho más baratas las experimentaciones que lo que se puede llegar a arriesgar sin experimentar en una producción audiovisual comercial. (H. Trompetero, comunicación personal, 3 de noviembre, 2020)

Me gustaría ver lo que no veo en televisión, no lo veo en ninguna otra parte, salvo algunas excepciones. Sería ese tema de lo artesanal del que te hablaba antes, no megaproducciones, no mejor dicho la imagen súper limpia. Yo una vez vi una *webserie* de Canon, no la vi toda que es súper bonita visualmente, o sea súper interesante, pero finalmente ese mundo perfecto que nos muestra televisión, que nos muestra unas redes, que todo limpio, todo filtrado para mí sería bacanísimo encontrar un espacio donde hubiera cosas, como le digo yo, sucias, artesanales, con errores [...] Además pensándolo como espacio experimental, digamos no considerándolo, o quizás sí, pero no considerando el tema de monetización ni nada, pero pensarlo sí, como oiga, vamos a equivocarnos haciendo ficción y vamos a mostrarlo, me parece, sería algo interesante. (J. Robledo, comunicación personal, 6 de noviembre, 2020).

Precisamente, en concordancia con el tema de la experimentación, otras de las propuestas de lo que deberían tener las *webséries* es que funcionen distinto a las propuestas de la televisión y el cine. En particular, que sea en este formato en el que los realizadores sean considerados autores y donde puedan experimentar tanto que construyan obras distintas que no se rijan por las mismas leyes del mercado y supeditadas a la validación del público para que puedan continuar.

Yo creo que el ideal para mí sería poder tener obras que respeten la relación autor - obra y que luego admitan la entrada del público y que ese público termine apreciando, es decir, terminen pagándolas. Creo que no quisiera que el mundo de lo digital, de la creación

digital empezara a plegarse a las normas del mercado y a las normas de la tiranía del gusto del público. Me gustaría que siguiera siendo un espacio donde el público se asoma en una etapa tardía del proceso, donde el público se asoma a ver el resultado final pero no a que participe de la construcción del resultado, todas las formas de medición, de audiencias, desde el *rating* hasta la *data*, terminan siendo estrategias de participación del mercado en la elaboración del contenido y a veces esa relación no es muy sana para la creatividad y siempre, yo creo que las culturas deben reservarse ciertos espacios para que esa dinámica y esa lógica no lo cubran todo, ciertos espacios libres de esa lógica, y aspiro yo, que por mucho tiempo el mundo web represente ese tipo de espacios de respeto de la relación entre autor y obra con una entrada del público tardía donde ya entra a ver, disfrutar o criticar el producto terminado. (D. García, comunicación personal, 1 de noviembre, 2020).

Yo creo que la serie web ideal en este momento debería ser la que se pueda diseñar lo más alejado posible a las estructuras de televisión porque seguimos creando cosas pensando en cómo aprendimos a hacer televisión y cómo aprendimos a hacer cine también [...] Para mí la serie web ideal es en la que el creador se sienta a pensar realmente en un producto con las condiciones necesarias para funcionar en una plataforma web porque el producto ideal audiovisual nunca va a existir, pero sí ciertas condiciones que permitan que uno realmente se entregue a crear una experiencia del usuario y creo que es eso, la serie web ideal es la que permite la flexibilización de esas normas y de esas condiciones de televisión y de cine y cree sus propias reglas. Creo que ahí está la clave, es crear unas reglas de juego propias y un universo que el espectador pueda experimentar realmente y disfrutarlo y entonces en ese sentido la serie web ideal

termina siendo la que se piensa complaciendo entre comillas al espectador, pensando en ese nicho específico, yendo a los puntos a los que hay que ir sin pretensiones de masificar el contenido, sino es llegar a ciertas personas que realmente lo disfrutan y se pueden conectar con él. (H. Chiquillo, comunicación personal, 29 de octubre, 2020)

De estos últimos comentarios, destaca cómo para algunos de los realizadores entrevistados es importante que las *webseries* en el futuro procuren porque sus estructuras se alejen de las propuestas tradicionalmente por la televisión; se enfoquen en delimitar con claridad sus usuarios con el fin de poder ofrecerles una experiencia de consumo distinta. En ese orden de ideas, que sean capaces de crear sus propias reglas de consumo y de relación entre el usuario y los contenidos.

A partir de estos comentarios se observa que, si bien en general los profesionales no se enfocaron por lo regular en temas referentes a los aspectos técnicos o de explotación de las posibilidades que ofrecen las plataformas web, una de las guionistas consideró clave que las *webseries* exploren aspectos como la interacción con los usuarios.

La posibilidad de interactuar con la audiencia, que las historias se puedan seguir desarrollando a partir de esa interacción, me parecería muy interesante, es un ejercicio súper difícil, creo, pero creo que también desarrollaría una nueva manera de escribir, mucho más rápida, mucho más inmediata. Esa interacción me parece clave porque el audiovisual general lo que hace es conectar, te conecta con una historia pero siempre estás afuera y lo ideal es la posibilidad de que no estés tan afuera, de que puedas interactuar. Hay una cosa que tengo mucho yo en mí, pues ahora como en mí lenguaje, y es romper la cuarta pared, yo hago mucho eso y esa conexión que se genera solamente al hacer esto, cambia completamente la relación de la audiencia con el producto que esté ahí

y abre muchas posibilidades, entonces creo que la interacción, la posibilidad de abrir una plataforma en la que la gente pueda decir y qué tal si pasa esto o hacer preguntas y desarrollar a partir de eso, eso me parecería lo máximo. (P. Sarmiento, comunicación personal, 25 de octubre, 2020)

Por último, respecto a las ideas de lo que debería tener en cuenta una serie web, algunos realizadores se enfocaron en los públicos. Según los profesionales, es importante que haya una identificación clara del *target* pues, como se dijo páginas atrás, internet es un espacio de diversidad de nichos. Las series web más que pensarse masivas, como la televisión tradicional, deberían identificar los nichos más eficazmente: “La serie web perfecta lo que tiene que tener es una clarísima identificación de su mercado objetivo y alrededor de ese mercado objetivo el desarrollo de una estrategia de comunicación contundente y que supla esa necesidad de comunicación” (A. Lopera, comunicación personal, 8 de octubre, 2020).

Yo sí creo que es tener en cuenta que si usted le habla a todo el mundo, le habla a nadie, que toca tener claro, le voy a hablar a este público que le gustan o que le llaman la atención estos temas y los aborda de tal manera. Si uno le habla en una serie para todo público, eso en internet no, internet es el mundo de los nichos, mientras uno tenga claro eso, pues puede direccionar sus esfuerzos tanto al desarrollo como a la distribución. Una serie ideal para mí es una serie que esté teniendo en cuenta el usuario, quién lo va a ver y su distribución. (J. Aparicio, comunicación personal, 10 de noviembre, 2020)

Así, para los realizadores profesionales las series web son un formato que tiene mucho camino por recorrer y al que le ven todas las posibilidades de permanencia gracias a que están ligadas a internet. Sin embargo, esta pervivencia deberá ir conectada con explorar mucho más tanto las narrativas, sus formas y sus contenidos, como las plataformas, pues si bien las

webseries en el imaginario colectivo se asumen propias de medios como *YouTube*, también pueden apropiarse de otros espacios como los que abren *Instagram*, *Tik Tok* y otras plataformas que aparecerán.

Hay una observación recurrente relacionada con las formas de monetización, pues la idea de financiamiento y de obtener ganancias ha sido difícil para los realizadores que han incursionado en el formato. Sin embargo, muchas de las reflexiones apuntaron a que usos como el publicitario o incluso como *spin off* de otros formatos televisivos tradicionales, son modelos donde las *webseries* podrían brindar frutos para sus financiadores.

Además, las series web deben mantenerse como espacios de aprendizaje y práctica para nuevos realizadores o de experimentación y toma de riesgos para creadores profesionales. Ello generará relaciones del autor con la obra sin presiones del mercado y distintas a las que imponen las reglas que dictan medios tradicionales como el cine y la televisión.

8.3 Análisis comparativo de realizadores *amateurs* y profesionales

Este apartado ofrece una síntesis comparativa de las respuestas analizadas en los dos primeros puntos de este capítulo. Para llevar a cabo este análisis se sigue la misma secuencia de las variables incluidas en los apartados precedentes. El objetivo de la presente comparación es identificar diferencias y semejanzas entre las reflexiones de los realizadores *amateurs* y profesionales.

En línea con los dos análisis previos, este punto se divide en tres secciones: en la primera, se observan las distinciones y similitudes en torno a la caracterización de los realizadores. En la segunda, se analizan las diferencias y semejanzas sobre los procesos de realización de las series web y, en la tercera, se buscan las coincidencias y distancias de los participantes respecto a sus percepciones sobre el futuro de este tipo de producciones audiovisuales.

8.3.1 Caracterización de los realizadores

8.3.1.1 Formación.

Ambos grupos coinciden en reconocer la importancia de realizar estudios formales. Los participantes de los dos grupos coinciden en mayoritariamente opinar que al tratarse de un oficio, carecer de estudios formales no impide que una persona pueda participar competentemente en una producción audiovisual.

8.3.1.2 Experiencia. La comparación de las respuestas de ambos grupos arroja que existe una amplia diferencia en la experiencia audiovisual por parte de los realizadores profesionales y los *amateurs*. En casi la mayoría de los casos, los profesionales entrevistados manifiestan tener experiencia en la producción audiovisual en formatos como cine y televisión que son superiores a los diez años. Incluso, un grupo amplio de estos creadores indica tener experiencia en la producción de más de una serie web y en ningún caso la *webserie* de referencia fue su primera experiencia laboral.

Por su parte, la mayoría de los realizadores *amateurs* conecta sus experiencias con las prácticas realizadas en el marco de sus estudios universitarios. Muy pocos realizadores dicen haber creado más de una serie web e incluso para muchos la realización de la *webserie* fue su primera experiencia de producción audiovisual.

8.3.1.3 Razones para la producción de la serie web.

En el caso de los profesionales, casi la totalidad realiza la(s) serie(s) web como una labor contratada por una empresa, ya fuese con propósitos promocionales o publicitarios de una campaña, marca o producto, o porque respondían a un contrato laboral o convocatoria pública local o nacional. En muy pocos casos, los realizadores profesionales producen las *webseries* como un ejercicio personal de narrar una historia.

Por su parte, en los realizadores *amateurs* no se observa la existencia de contratos laborales o compromisos oficiales para la creación de la serie web. En un amplio número de las personas entrevistadas, la razón principal para la realización está ligada a una práctica académica. Un grupo menor de estos creadores realizó la obra por interés personal.

Cabe destacar que, en la mayoría de las obras *amateurs*, aunque se detecta la existencia de apoyos de externos, incluso de marcas comerciales, no existe un compromiso formal mediado por contrato que motive la realización de la obra. Estas relaciones son más un apoyo o estímulo para que lleven a cabo la *webserie*.

Es de resaltar también que, aunque un número amplio de estas obras se vinculan a asuntos académicos, los realizadores dicen que no produjeron la *webserie* solo por cumplir con compromisos. En ellos, existe un interés personal por utilizar, explorar o beneficiarse de las posibilidades que ofrece el formato para narrar sus propias historias.

8.3.1.4 Concepciones sobre el formato: definiciones y características. Respecto a la manera cómo conciben el formato *webserie*, el análisis indica que, si bien no hay una coincidencia en su definición, uno y otro grupo concuerdan en aludir a algunas características del formato.

Uno de estos aspectos es el tiempo de duración. Tanto profesionales como *amateurs* indican que las *webseries* son un formato con tiempos de duración cortos y disímiles entre capítulos de una misma temporada. Esa flexibilidad, según los realizadores de ambos grupos está relacionada con que las series web usen internet para su circulación.

Por otro lado, el análisis arroja que los profesionales profundizan más en la determinación de las características definitivas del formato. Además, un amplio número de profesionales definen las *webseries* tras compararlas con las series de televisión. Así, indican que

este formato permite, por un lado, amplias licencias para distribuir tipos específicos de contenidos y por otro, mayor contundencia en los relatos.

Además, otros pocos reconocen que las *webseries* generan dinámicas distintas de consumo e intervención por parte de los usuarios. También, algunos asumen las *webseries* como una plataforma de transición para que actores y directores demuestren sus talentos con pretensiones de llegar a la televisión tradicional, dando a entender que se trata de un formato menor respecto a otros como el cine y la televisión.

En síntesis, si bien no existe una definición estandarizada sobre las *webseries*, hay consenso en ambos grupos en características como los tiempos cortos de duración, la flexibilidad en estos tiempos, en el número de capítulos y temporadas. Asimismo, hay coincidencias en que se trata de un formato que permite abordar temas que en otros formatos no son centrales. Por otra parte, respecto a los motivos de producción, la mayoría de los profesionales lo hacen por contrato, mientras que la mayoría de los *amateurs* lo hacen por requerimientos académicos o interés personal. Consecuentemente, hay diferencia en las motivaciones principales para asumir la obra audiovisual.

8.3.2 Proceso de realización de la serie web

8.3.2.1 Las fases de la producción. Con relación a las fases de producción ambos grupos coinciden en reconocer que todas las etapas de la creación audiovisual se cumplen en la realización de las series web: preproducción, producción y postproducción. Sin embargo, el análisis revela que existen diferencias entre realizadores profesionales y *amateurs* en las formas en que se ejecutan estas etapas.

En primer lugar, todos los realizadores en contextos industriales llevan a cabo las etapas en tiempos diferenciados entre sí, es decir, dedican un periodo para realizar toda la

preproducción de la serie web (v.g., investigación, escritura de guiones y diseño de la producción). Posteriormente, dedican un lapso para la etapa de producción de todos los capítulos por completo y, finalmente, proceden a dedicarse a la postproducción de la obra completa.

Por su parte, en el caso de los creadores *amateurs* hay diferencias al momento de ejecutar las etapas. Un grupo de estos realizadores siguen el proceso de la misma forma que los profesionales: cada etapa se lleva a cabo por completo en periodos de tiempo para todo la *webserie*. Otro grupo, sobre todo de realizadores inmersos en prácticas académicas, ejecutan las etapas por cada capítulo, es decir, preproducción, producción y postproducción se hacen de manera independiente por cada uno de los episodios que componen la *webserie*. Asimismo, un grupo final de los creadores *amateurs* manifiestan que la etapa de preproducción se hace de una manera rápida. Luego, más que escribir los guiones, elaboran líneas generales que son suministradas a los actores para que estos improvisen en el momento de la producción. Esto se hace también por cada capítulo de manera independiente. El proceso de postproducción, al igual que en el anterior caso, se realiza por cada episodio.

Finalmente, en las entrevistas a realizadores profesionales y *amateurs* se identifica una etapa adicional en el proceso de la creación de series web. Se trata de la fase de distribución o circulación de las obras. En este sentido, se observa que esta etapa es similar en ambos grupos. No se evidencia una tendencia en las formas de publicación de las *webseries* en *YouTube*, mientras en algunos casos se suben todos los capítulos en un solo día, en otros este proceso se hace por cada capítulo en días diferentes.

8.3.2.2 Escritura. El análisis comparativo de ambos grupos revela que el tiempo de escritura de profesionales y no profesionales difiere.

Respecto a los tiempos de escritura de guiones en el caso de los profesionales se identifica, que en muchos casos los escritores se tardan alrededor de dos días en construir todos los capítulos de una temporada. Como se detalló en el acápite anterior no se observan tiempos de duración estándar para la escritura de los capítulos. Así, otro grupo de los realizadores profesionales consumen un mes en la escritura de toda la *webserie*, pero estos guionistas aclaran que ahí están incluidos los tiempos de investigación y devolución por parte de clientes, cuando se trata de producciones de carácter promocional o publicitario.

Por otra parte, con relación a los tiempos de escritura que utilizan los creadores *amateurs*, si bien, al igual que los profesionales no se observan tiempos estándares, sí se evidencia que estos consumen más tiempo en la escritura. En algunas oportunidades, estos realizadores dicen tardar alrededor de dos días en la escritura de cada capítulo y no de toda la serie web como lo expresan los profesionales.

Un grupo amplio de personas que produjeron la serie web en contextos académicos, explican que son aproximadamente dos semanas las que tardan en la escritura de todos los capítulos de una *webserie*.

En ambos grupos de realizadores se identifican casos en los que los tiempos de escritura superan los dos meses. Esto sucede en el caso de las *webséries* profesionales y *amateurs* creadas por motivaciones personales de los propios realizadores.

Así las cosas, respecto a los tiempos que ocupan los guionistas para la creación de las *webséries*, se observa que los profesionales, lógicamente al contar con una mayor experiencia en el campo de la producción, logran ser más rápidos en los tiempos para la creación de los relatos.

El otro punto que se tiene en cuenta al comparar las respuestas de los realizadores es el referente a las técnicas de escritura y los referentes teóricos que siguen para cumplir con este

proceso. En este sentido, ambos grupos usan los mismos referentes que existen para la escritura audiovisual tradicional. La mayoría de los profesionales y un grupo menor de *amateurs* se apoyan en referentes como Robert McKee y Linda Seger.

Ahora bien, la mayor diferencia se observa en que los realizadores profesionales acuden a diversos autores y técnicas para la escritura de los guiones, pues hacen referencia a la dramaturgia teatral con autores como Aristóteles y Brecht e incluso a otras formas narrativas que como las técnicas del *stand up comedy* y los *YouTubers*. Por otra parte, los realizadores *amateurs*, a pesar de que casi todos cuentan con formación universitaria en carreras afines a la comunicación y las artes, muy pocos dicen tener en cuenta técnicas y autores referentes para llevar a cabo los procesos de escritura.

Vale destacar que ninguno de los grupos de realizadores acude a referentes en la escritura de estructuras narrativas seriadas (Comparato, 1999; Douglas, 2011; Schrott, 2014; Schrott y Negro, 2017; Seabra, 2016), aunque muchos mencionan la estructura del viaje del héroe. Sin embargo, es de recordar que esta propuesta, la del viaje del héroe, aplica tanto para relatos autocontenidos (con inicio, nudo y desenlace) como para obras seriadas.

Finalmente, por la experiencia previa de los realizadores profesionales en la creación de otros formatos audiovisuales, se les indaga solo a estos por las posibilidades creativas de las series web frente a otros formatos. Así, la mayoría de los profesionales encuentran que las *webseries* permiten mayor experimentación y ofrecen libertad en la caracterización de los personajes, los géneros y abordan temas que en formatos tradicionales están en los márgenes de las narrativas.

Asimismo, para un número considerable de realizadores profesionales, al poder comparar este formato con otros como el cine y la televisión, identifican ausencia de censura y

condicionantes comerciales debido a la posibilidad de que los contenidos se puedan distribuir por una plataforma gratuita como *YouTube*.

8.3.2.3 Producción. Similar a lo descrito en el punto anterior, todos los realizadores profesionales y algunos *amateurs* siguen el proceso de rodaje de todos los capítulos de las series web en un solo momento. Por su parte, un grupo de creadores *amateurs* ejecutan el proceso de rodaje por cada capítulo de manera independiente.

Estas dos formas de producción permiten develar que, lógicamente los tiempos de rodaje son más rápidos cuando se producen todos los capítulos seguidos. En uno y otro grupo de realizadores, cuando se opta por esta forma de rodaje, los tiempos de producción toman alrededor de una semana y, en algunos pocos casos, dos semanas. Mientras que en el caso de las obras que optan por una producción capítulo a capítulo, la grabación de cada uno tarda entre uno y dos días para su rodaje.

8.3.2.4 Roles. En el caso de los profesionales, las personas suelen desempeñar una sola labor cuando la obra es contratada por un canal, productora, agencia o empresa. En algunas oportunidades, los profesionales pueden desempeñar hasta dos roles, aunque ambos tienen relación (v.g., directores y guionistas o directores y productores).

En casos puntuales, se observa que algunos realizadores profesionales ocupan más de dos labores. Esto sucede específicamente en las series web que son creadas por intereses particulares de estas personas, cuando no hay un contrato de por medio para la producción de la obra.

Por su parte, la totalidad de los creadores *amateurs* consultados una misma persona ocupa varios roles. De hecho, un número amplio de los realizadores *amateurs* considera que esta práctica es positiva cuando se hallan en procesos de aprendizaje porque conocer distintas labores

de la producción audiovisual les permite adquirir más competencias. Estos participantes aclaran también que esto no es conveniente si se tratara de producciones profesionales.

Finalmente, con respecto a los roles, los realizadores profesionales indican que en general no encuentran diferencias sustanciales en las labores de producción de una serie web respecto a la de otro tipo de formatos audiovisuales. No obstante, reconocen que un rol como el de guionista debe adaptarse al lenguaje particular de este formato, a los ritmos de los relatos y a los tiempos cortos de duración. Asimismo, otros profesionales resaltan, que más que en los roles, las diferencias con la producción audiovisual tradicional se halla en la reducción en el número de personas que ocupan algunos roles técnicos.

8.3.2.5 Ambientes laborales. Respecto a los ambientes laborales en los que se desarrollan las *webseries*, se observa que en ambos grupos, la creación de las obras se efectúa en general en ambientes tranquilos y agradables.

Asimismo, tanto creadores profesionales como *amateurs* coinciden en afirmar que, a pesar de que las jornadas de trabajo resultan extenuantes, estas no afectan la convivencia entre las personas que participan de la producción.

En varios comentarios de profesionales se identifican adjetivos como “bonitos”, para referirse a los ambientes en la producción de la *webserie*. También se evidencia en las respuestas de estos realizadores que existe empatía con la obra y esto redundando en los ambientes agradables.

Para el caso de los creadores *amateurs*, aunque se destacan comentarios positivos respecto a los ambientes, algunas personas que desarrollaron el producto para cumplir con una práctica académica indican que se presentaron pequeños roces a raíz de las presiones que implica que la serie web sea evaluada.

Este grupo de realizadores asume que los ambientes positivos se deben a que los equipos los conformaron personas con relaciones de amistad o de compañerismo durante el proceso educativo por el que pasaron.

En síntesis, los ambientes laborales en ambos grupos fueron semejantes y se destaca la tranquilidad con que se pueden llevar a cabo los procesos de realización de las *webseries*. En ciertas oportunidades las respuestas de miembros de los distintos grupos dieron a entender que existe relajación para la realización de este tipo de obras.

8.3.2.6 Restricciones y dificultades. Tanto profesionales como *amateurs* tienden a coincidir en definir las restricciones que afectan a la obra audiovisual. Sin embargo, al profundizar en las respuestas, cada uno de los grupos destaca aspectos particulares que se constituyen en una forma de limitación.

Los realizadores profesionales, si bien reconocen que las *webseries* permiten tratar temas que en otros formatos están en los márgenes, también explican que, en algunos casos, esos temas fueron vetados por marcas comerciales al momento de ser consultadas por patrocinios. Así, los contenidos que tratan sobre sexualidades diversas, las relaciones sexuales o las injusticias salariales no son apoyados por empresas patrocinadoras.

Este mismo grupo de creadores considera restricción que algunas casas productoras pongan limitaciones presupuestales. No obstante, estos mismos realizadores creen que esto es normal que suceda e incluso llegan a estar de acuerdo con ello. Asimismo, algunos de los profesionales que trabajan para canales, agencias o productoras describen la existencia de imposiciones creativas, lo que uno de los profesionales advierte como un tipo de restricción.

Por otro lado, los realizadores *amateurs* en general destacan que hay libertad para contar lo que ellos quieren. Sin embargo, al profundizar en sus respuestas, se observa que reconocen la existencia de tres tipos de restricciones principales: económicas, de tiempo y seguridad.

El factor económico es mencionado por distintos creadores *amateurs* cuando explican, que la necesidad de encontrar recursos para la producción los lleva a buscar fondos en marcas comerciales y estas se muestran negativas cuando los proyectos tratan temas como la violencia o el uso de armas. Sin embargo, a pesar de estas negativas, logran sortear estas trabas y producir la *webserie* como la tienen pensada.

Por otra parte, se observa que este tipo de restricción que los realizadores *amateurs* consideran económica, está relacionado con lo que los profesionales califican de restricción en los temas. Aunque son distintos los asuntos que abordan las *webseries*, quienes hablan de esta limitación, coinciden en que viene de parte de empresas a las que se acude en búsqueda de patrocinios.

El segundo factor limitante que destacan algunos de los creadores *amateurs* es el tiempo. Esto sucede sobre todo en obras que se realizan en contextos académicos deben cumplir con plazos específicos durante la producción de la *webserie*. Esta limitante de tiempo también es mencionada por un pequeño grupo de los realizadores profesionales.

El tercer factor restrictivo para algunos creadores *amateurs* es la seguridad y esto se evidencia particularmente en obras que tratan temas referidos al conflicto armado colombiano o a la situación de crisis social en la frontera colombo-venezolana. Al respecto, las personas indican que sintieron presiones de personas externas a la producción e incluso de los posibles patrocinadores al abordar en sus contenidos estos temas.

En síntesis, aunque en un primer momento tanto uno como el otro grupo considera que las *webseries* no presentan restricciones, al profundizar sobre el tema revelan algunas limitaciones. En las obras profesionales, se identifican imposiciones externas e internas. Las primeras principalmente por parte de posibles patrocinadores y dirigidas al tipo de contenidos que se pretenden tratar. Las segundas, por los canales, agencias o productoras, particularmente relacionadas con la necesidad de recortar presupuestos y, en algunos casos, con imposiciones creativas.

Por su parte, en las obras *amateurs* también se observan restricciones externas e internas. Las externas de dos tipos: una, similar a la de los profesionales, que proviene de posibles patrocinadores y sobre los temas y la otra, de personas externas a la producción por tratar temas de conflicto armado.

Respecto a las limitantes internas, algunos creadores *amateurs* pertenecientes a procesos académicos identifican principalmente los tiempos como limitante de la producción de la *webserie*.

8.3.2.7 Presupuestos. La variable presupuesto es quizás una de las que más presenta diferencias según el tipo de realización. En el caso de los profesionales consultados, muy pocos ofrecen un dato exacto sobre los presupuestos destinados a la producción de la *webserie*. En algunas oportunidades, indican que es información confidencial y en otras, desconocen la información porque han desempeñado roles que no tienen relación con este aspecto. Sin embargo, a pesar de no ofrecer una cifra exacta, sí indican que la producción contó con buenos presupuestos para su realización.

Sin embargo, los creadores *amateurs*, tienden a ofrecer cifras aproximadas sobre los costes de las *webseries* en las que participaron.

Precisamente, en estas obras los costes oscilaron entre 2 y 15 millones de pesos colombianos (450 y 3350 euros aproximadamente), aunque la mayoría se ubicaba en los valores más bajos y solo una producción tuvo una inversión mayor. Esto, a diferencia de las *webseries* profesionales que, en los casos donde se tiene información sobre los presupuestos, se habla de costes entre 80 y 100 millones de pesos colombianos (17900 y 22300 euros aproximadamente). Solo una *webserie* profesional, que se realizó como un ejercicio experimental de sus creadores, contó con un presupuesto similar al del promedio de las obras *amateurs*.

Por otra parte, en lo referente a las remuneraciones recibidas por la realización de las series web, casi la totalidad de los realizadores profesionales indican haber sido remunerados por su labor, y por lo general estas personas se sienten satisfechas con los pagos recibidos. Solo en los casos en los que estas producciones fueron hechas como ejercicios personales de los mismos realizadores no se generan pagos para estos, aunque actores y en algunos casos personal técnico sí obtienen remuneración. No obstante, el tema de las remuneraciones a los creadores es totalmente diferente en el caso de los *amateurs*. En estas obras, ninguna de las personas recibe algún pago por la labor desempeñada. Sólo en algunos casos se destinan pagos simbólicos, como los mismos realizadores los califican, a los actores.

Finalmente, respecto al tema de los presupuestos, los creadores *amateurs* se dividen en sus respuestas cuando se les consulta si les hubiese interesado haber tenido un mejor presupuesto para la elaboración de la *webserie* y si consideran que una mayor inversión hubiese mejorado el producto. Un número importante de estos realizadores explica que no prefieren un mayor presupuesto porque la carencia de recursos les obliga a ser más creativos para la resolución de problemas en la producción. Además explican que seguramente si estos presupuestos vienen de

fuentes externas, se generarían restricciones en los contenidos y ellos prefieren no sacrificar sus relatos.

8.3.2.8 Relación con los usuarios. Respecto a la relación de los realizadores con los usuarios a través de las herramientas que ofrece la plataforma web, se observan varias cosas: primero, todos los creadores profesionales y parte de los *amateurs* no utilizan los comentarios de los usuarios para hacer cambios en los capítulos posteriores de la *webserie*. Esto sucede sobre todo porque se trata de obras que, al ser producidas por completo, y aunque los capítulos se distribuyan en distintos días, no pueden efectuar cambios en los contenidos.

Segundo, una parte de los realizadores profesionales, y todos los *amateurs*, afirman revisar los comentarios que dejan los usuarios con el objetivo de tenerlos en cuenta para próximas temporadas. Particularmente, se interesan en aspectos como la identificación de los mismos usuarios con los personajes creados.

Tercero, un pequeño grupo de los realizadores *amateurs*, quienes siguieron el proceso de producir capítulo a capítulos, tienen en cuenta los comentarios de los usuarios y las métricas que arroja la plataforma para efectuar cambios, especialmente en aspectos como la duración de los capítulos.

Cuarto, un grupo de realizadores profesionales afirma no tener en cuenta los comentarios de los usuarios, en algunos casos por desconexión con el proyecto después de realizar la labor contratada. En otros, porque no les interesan las opiniones de los usuarios respecto a la *webserie* realizada, al considerar que el formato ofrece el terreno ideal para experimentar y atender únicamente a sus intereses personales.

Finalmente, otro aspecto que marca la relación los usuarios son las posibilidades de interactividad de las *webseries* al utilizar la red como soporte de distribución. En este punto hay

una diferencia entre las obras *amateurs* y las profesionales, pues mientras en ninguna de las primeras se identifican experimentaciones con la interactividad de los textos, en algunas de las *webseries* profesionales sí se observan estas prácticas. En estas obras se utilizan redes sociales que expanden el universo narrativo de los personajes de las *webseries* o se construyen plataformas *ad hoc* para permitirles a los usuarios que adquieran los objetos de los personajes en un capítulo en directo.

En síntesis, las *webseries* al circular por plataformas web como *YouTube*, permiten una relación más inmediato con los usuarios y visible para los realizadores. Si bien hay diferencias entre uno y otro grupo por hacer cambios o seguir los comentarios, en general se identifica de ambas partes un interés por conocer qué piensan las audiencias de los contenidos creados.

8.3.2.9 Satisfacción con la serie web. Algo similar a lo que sucedió en el punto anterior pasa con la satisfacción expuesta por ambos tipos de realizadores. Un grupo de profesionales se siente satisfecho con la obra final y otro, en un número menor, no. En el caso de los primeros, los argumentos van desde las puertas que la *webserie* les abre para incursionar en otros contextos, las posibilidades de experimentación, la obtención de reconocimientos y la oportunidad de construir comunidades de *fans*. Por su parte el grupo de profesionales no satisfecho con el producto está marcado por la presencia de guionistas, que encuentran diferencias sustanciales en la obra que ellos imaginan y la que se produce.

Vale resaltar que estas mismas personas que no se muestran satisfechas con el producto final, reconocen que esto no es exclusivo de las *webseries*, pues pasa también en los contextos tradicionales de la producción audiovisual.

Por otro lado, ven lo concerniente a los creadores *amateurs*, a diferencia de una parte de los profesionales, todos muestran satisfacción con la serie web producida. Por lo regular estos

realizadores reconocen que el producto fue obra de una práctica académica y entienden que puede mejorar. Sin embargo, valoran que la *webserie* es un escenario de aprendizaje importante para ellos, porque les permite experimentar con técnicas audiovisuales y crear modelos de producción propios del video en contextos web.

Muchos de los realizadores *amateurs* identifican que el mayor potencial del formato y del cual se sienten satisfechos, es la posibilidad que ofrece de narrar sus propias historias con costes muy accesibles.

En síntesis, tanto creadores profesionales como *amateurs* se muestran, en términos generales, contentos con las obras creadas. En ambos grupos se valoran positivamente las posibilidades de experimentación y aprendizaje que ofrece el formato, además de las puertas que este abre para que sus talentos puedan ser reconocidos en otros contextos. Un pequeño grupo de guionistas profesionales reconoce no quedar satisfecho con el producto final, pero deja claro que esto es normal que suceda en contextos audiovisuales donde lo que se imagina el guionista debe pasar por distintos procesos antes de ser materializado.

8.3.3 El formato serie web

8.3.3.1 Percepción sobre las series web

8.3.3.1.1 Las obras amateurs. El análisis revela que existen posiciones similares de creadores profesionales y aficionados sobre las obras *amateurs*.

Los creadores profesionales ven con buenos ojos la existencia de un formato que permita la experimentación audiovisual, gracias a las posibilidades de llevar a cabo producciones más ligeras tanto en equipos y costes. Asimismo, la mayoría de realizadores cree que se trata de una herramienta de aprendizaje y entienden que esto en el futuro repercutirá en mayores talentos audiovisuales.

Un número menor de los realizadores profesionales reconoce que las *webseries amateurs* pueden generar una idea de que se trata de contenidos de baja calidad técnica; sin embargo, en general no llega a considerar que este tipo de *webseries* precaricen la labor audiovisual.

Respecto a las posibilidades de precarización, estos creadores indican, que más que un efecto de la existencia de *webseries* creadas por aficionados, es una consecuencia producto de la reducción de costes de producción que han favorecido las tecnologías livianas para la grabación y edición audiovisual.

En línea con los pensamientos de los realizadores profesionales, para los *amateurs*, las *webseries* representan una herramienta para incursionar en la producción audiovisual por las razones antes expuestas. Además, les permiten la libre circulación de contenidos y abordar temas que en medios de comunicación hegemónicos no son posible tratar. Asimismo, algunos de estos creadores destacan que el formato permite la expresión de comunidades en los márgenes tradicionalmente y esto contribuye a la educación y el cambio social.

Un número amplio de creadores *amateurs* considera que las *webseries* hechas en contextos aficionados, así sean buenas, regulares o malas no afectan la producción audiovisual realizada en escenarios profesionales. Según estas personas, la proliferación de contenidos *webseriales* permite la cualificación de la industria.

En síntesis, hay más semejanzas que diferencias respecto a las posiciones de ambos grupos de realizadores sobre las *webseries* hechas en contextos *amateurs*. En general, ven como una oportunidad la existencia de tecnologías que faciliten la creación de contenidos y las posibilidades de distribución de manera gratuita. Los realizadores profesionales, eso sí, reconocen que es importante cuidar la calidad técnica y narrativa para que no se instale la idea de que se trata de un formato de baja calidad.

Ambos grupos consideran que la producción de *webseries* en contextos *amateurs* no precariza la producción audiovisual.

8.3.3.1.2 Las obras profesionales. El análisis comparativo revela que los realizadores profesionales y aficionados reconocen en general que las obras webseriales producidas en contextos industriales son valiosas para la producción audiovisual.

En particular, algunos de los realizadores profesionales reconocen que el formato eclosionó gracias a jóvenes aficionados. Sin embargo, consideran que la incursión de la industria permite una mayor cualificación de las *webseries* e incluso abre posibilidades para que esos jóvenes puedan negociar sus creaciones.

Esta última idea es coincidente con el pensamiento de varios de los realizadores *amateurs*, quienes también creen que la entrada de los profesionales a la creación de *webseries* no sólo cualifica los contenidos, sino abre nuevas posibilidades laborales en el audiovisual.

Precisamente, respecto a las posiciones de los creadores *amateurs* se identifican respuestas que consideran que las *webseries* profesionales no tienen el mismo sentido estético de las producciones de aficionados. Este grupo pequeño de realizadores destaca los valores de la obra *amateur* porque considera que se hace por amor a la profesión y ausente de intereses comerciales, lo que permite libre expresión. Asimismo, reconoce que es importante que las *webseries* tengan lo que ellos llaman un *look* particular, refiriéndose a estéticas más artesanales. Finalmente, comentan que dicha estética no se ve en las *webseries* profesionales que son idénticas a las series de televisión tradicional.

En síntesis, existen más consensos que discrepancias entre las opiniones de los realizadores sobre las *webseries* profesionales. Ambos reconocen que es natural que la industria

se apropie de un formato para narrar sus contenidos y esto permite que los noveles creadores tengan mayores oportunidades laborales en el futuro.

Solo se identifica una diferencia entre los realizadores y es la de un pequeño grupo de creadores *amateurs* que opina que las *webseries* profesionales son iguales a los contenidos que tradicionalmente circulan por la televisión y en ellas se pierde lo artesanal del formato que es esencial para estas personas.

8.3.3.2 Futuro de las series web. Los dos grupos de realizadores encuentran promisorio el futuro de las *webseries*. Tanto para profesionales como *amateurs*, el formato se mantendrá en el tiempo y no desaparecerá en un futuro gracias a que utiliza la red como medio de circulación. Asimismo, de uno y otro lado consideran que las *webseries* por las posibilidades de flexibilidad, adaptarán sus formas de representación del lenguaje según las plataformas que aparezcan.

Otro aspecto en el que coinciden los dos tipos de realizadores es en que las *webseries* se instalarán como herramientas de aprendizaje y experimentación del audiovisual tanto para profesionales como para jóvenes que pretenden incursionar en el campo. Esto liberará a este tipo de obras de presiones del mercado y reglas que dictan medios de comunicación hegemónicos como el cine y la televisión.

Una observación exclusiva de algunos de los realizadores profesionales tiene que ver con las formas de financiamiento de las *webseries*, pues reconocen que este es un tema poco explorado en el formato. Según algunos de los creadores profesionales, en un futuro es posible que las series web se afirmen como un formato paralelo a otros tradicionales para promover la expansión de contenidos, lo que consolidará un modelo de *spin off* que sea atractivo para la industria.

En línea con esta idea de pensar las *webseries* como contenidos que expanden otros previamente instalados en medios hegemónicos, algunos creadores *amateurs* indican que las series web son un formato perfecto para convivir en estrategias transmedia de comunicación, y expandir las narrativas de sus personajes.

La diferencia entre estas dos posiciones es que los realizadores profesionales conectan la idea de expansión a partir del concepto de *spin off* y más ligadas a asuntos comerciales y de promoción. Por su parte, los creadores *amateurs* observan la expansión de las narrativas para ofrecer a los usuarios opciones de participación cada vez más amplias que no son posibles en medios tradicionales.

En síntesis, con relación a cómo ven el futuro de las series web, los realizadores coinciden en que no creen que sea un formato que vaya a extinguirse en un futuro. Creen, en general, que las *webseries* seguirán un proceso natural de maduración y mutarán a otras formas de representación de los lenguajes, producto también del nacimiento de herramientas y plataformas.

Los realizadores profesionales al pensar el futuro de las *webseries* se preguntan por las posibilidades de financiamiento y encuentran que los usos publicitarios serán los que se explorarán en el formato. Por su lado, los realizadores *amateurs* piensan en una idea de futuro de las *webseries* en las que se conviertan en un formato núcleo dentro de estrategias de comunicación transmedia para ampliar las posibilidades de participación de los usuarios.

Síntesis de los resultados producto de las entrevistas con los realizadores

Como conclusiones del análisis comparativo a las entrevistas realizadas a una muestra de realizadores profesionales y *amateurs* de series web en Colombia se obtienen las siguientes:

- Se evidencia una formación académica con estudios universitarios en los dos tipos de realizadores entrevistados. Buena parte de los creadores profesionales tienen además estudios de maestría o especialización en áreas cercanas a la comunicación y las artes.
- Como era de esperarse, hay una amplia diferencia entre la experiencia que tienen los creadores profesionales respecto a los *amateurs*. En los primeros, en algunos casos se identificaron experiencias que superaron los 30 años. En todos los casos, los realizadores profesionales han trabajado en el campo audiovisual en la producción para televisión, cine y/o publicidad y nunca la *webserie* fue su primera experiencia laboral. En el caso de los creadores *amateurs*, en buena parte de los casos no tenían experiencia previa en empresas de creación de contenidos audiovisuales. Casi todos indican que su experiencia previa fue con la realización de prácticas de producción para cumplir con asignaturas académicas.
- Con relación a las razones que llevaron a que ambos grupos de realizadores produjeran las *webseries* se identifica que, en el caso de los profesionales, la mayoría realizó la(s) *webserie(s)* porque hacía parte de una labor contratada por una empresa, organización, canal, etc. En muy pocos fue interés particular del realizador. Para los *amateurs* casi la mayoría de los casos realizaron la *webserie* como actividad académica. Al igual que sucede con los profesionales, en pocos casos la razón principal para crear la obra fue un interés particular.
- Los realizadores profesionales y *amateurs* en su mayoría definen las *webseries* como un formato que se caracteriza por los tiempos cortos de duración de los capítulos. También destacan la flexibilidad del formato respecto al número de capítulos y la duración de estos e indican que esta flexibilidad se da gracias a que utilizan la red

como plataforma de circulación. Otra característica que resaltan ambos para la definición, sobre todo los realizadores profesionales, es la libertad que ofrece el formato para abordar temas que en la televisión tradicional es más difícil que se traten.

- En lo que respecta a los procesos de producción de las series web, en ambos grupos de realizadores se observan las etapas tradicionalmente usadas en la producción audiovisual: preproducción, producción y postproducción. La diferencia en los grupos se halla en la forma cómo se llevan a cabo dichas etapas. En el caso de los profesionales, cada etapa se realiza por completo y separada una de la otra. En los *amateurs*, las etapas pueden repetirse una y otra vez cuando llevan a cabo las fases de forma independiente para cada capítulo de la serie web. En la totalidad de los creadores *amateurs*, y en muy pocos casos de los profesionales, se les agrega una fase más, la de publicación de la *webserie*.
- En general los tiempos de escritura de las series web fueron cortos para ambos grupos de realizadores. Aunque no hay una tendencia en los tiempos que tardaron las personas en escribir las obras completamente, estas estuvieron en promedio entre una y dos semanas.
- Los tiempos de producción de las temporadas fueron similares en ambos grupos: entre una y dos semanas. En el caso de las series web que producen de forma independiente cada capítulo, la producción se completó en uno o dos días promedio de rodaje por episodio.
- Existen diferencias en los roles que cumplen los profesionales y amateurs en la producción de las series web. En general, los profesionales desempeñan un solo rol.

Además, cuando se ejercen más de uno, están relacionados directamente. En las producciones *amateurs*, los creadores desempeñan siempre más de un rol que no necesariamente tienen una relación directa.

- Se identifica que los realizadores profesionales consideran que sus roles durante la producción de series web no tienen variaciones respecto a cuando se ejecutan en otro tipo de producción audiovisual. Por su parte quienes ocupan roles de creación, como es el caso del guionista, consideran que sí existen variaciones en la forma de ejercer la actividad por las particularidades del formato.
- Existe una tendencia en los realizadores, tanto profesionales como *amateurs*, a considerar agradables los ambientes laborales cuando producen *webseries*. Se deduce que la flexibilidad que permite el formato puede influenciar a que hayan ambientes tranquilos para la producción.
- Aunque en general los realizadores, tanto profesionales como *amateurs*, reconocen que las series web no sufren de grandes restricciones y permiten tratar temas que en otros formatos se evitan, al final se identifica que cuando las producciones dependen de patrocinios sí se ven expuestos a limitaciones o vetos por parte de marcas comerciales. Sin embargo, los realizadores pueden sortear con más facilidad estas restricciones, prescindiendo en algunos casos de esos apoyos gracias a lo barato que resulta la producción de una *webserie* con relación a otro formato.
- En general, en las producciones profesionales se identifican más que restricciones, limitaciones en temas de presupuestos y en algunos casos existen imposiciones creativas.

- Se observan en algunas series web *amateurs* presiones externas a los equipos de producción cuando se abordan temas que tienen que ver con el conflicto armado y las situaciones de orden social en Colombia.
- Con relación a los presupuestos se identifica a una amplia diferencia en los costos de una *webserie* producida en contextos profesionales respecto a obras *amateurs*. En los casos que se conocieron los recursos económicos invertidos esas diferencias pueden ser hasta 50 veces mayor entre una producción profesional respecto a una *amateur*.
- En general, aunque los valores de las producciones hechas en contextos industriales son mayores respecto a las *amateurs*, los realizadores profesionales indican que sigue siendo más económico producir una *webserie* que otro formato tradicional.
- En el caso de las remuneraciones, todas las producciones que fueron contratadas por empresas o eran creadas por un canal, agencia o productora, generaron remuneraciones para los realizadores. Estos en general indican satisfacción con los pagos recibidos. Para el caso de las obras *amateurs*, los realizadores no reciben remuneración por el trabajo realizado.
- El hecho de que este formato circule por plataformas web permite a los realizadores conocer de una forma más directa cuál es la aceptación de los públicos de la obra. En general, se identifica un interés por parte de los realizadores por conocer lo que piensan las audiencias. En algunos casos, esta información es usada para próximos proyectos.
- Se evidencia en general, tanto por parte de realizadores profesionales como *amateurs*, satisfacción por la *webserie* producida. En algunos casos, los guionistas profesionales

reconocen no quedar totalmente satisfechos con el resultado final, pero indican que esto es algo que les sucede con frecuencia en cualquier tipo de producción.

- En general, los realizadores ven positivo que un formato como las *webseries* puedan ser producidas por jóvenes en contextos *amateur*. Casi todos coinciden en que este tipo de obras no precarizan la labor audiovisual y, por el contrario, creen que la proliferación de este tipo de contenidos permite la cualificación de la industria.
- Respecto a las producciones profesionales, los realizadores ven positivo que la industria empezara a crear *webseries*, pues esto abre posibilidades a que jóvenes talentos del audiovisual tengan más oportunidades laborales en un futuro. Algunos realizadores *amateurs* consideran que las *webseries* profesionales estandarizan el formato al crear contenidos similares a los de la televisión tradicional.
- Existe un consenso entre los realizadores en que estamos ante un formato que no se extinguirá, pero que va a seguir evolucionando a medida que aparecen nuevas herramientas y plataformas.

9. Análisis estructural de las series web

Con el fin de responder al tercer objetivo general que busca caracterizar las formas narrativas que componen las series web colombianas pertenecientes al macrogénero ficción y como se explicó en la metodología, se analiza en profundidad veintiséis *webseries* en las que participaron los realizadores entrevistados durante la fase 2. De este número de series web, la mitad pertenecen al grupo de profesionales y la otra mitad a los *amateurs*. Este capítulo se encarga de analizar dichas producciones a partir de los datos que arrojaron las matrices desde tres aspectos: 1) las tramas; 2) los personajes y 3) las estructuras de los relatos y otros componentes. El análisis de los datos se realiza en tres etapas: primero se observan las series web en su conjunto, luego las realizadas por profesionales y finalmente las creaciones *amateurs*.

9.1 Análisis conjunto de los relatos

9.1.1 Las tramas y lo que estas contaron

Al revisar en conjunto las 26 *webseries* que forman parte de la muestra, se identifican distintos tipos de historias que, agrupadas por temas, permiten identificar diversos intereses narrativos. Así, un primer grupo de historias tratan el amor como la motivación de los personajes principales. Del total de *webseries*, 26,9% (7) hace énfasis en este tipo de narrativas. En segundo lugar, 23,1% (6) aparecen obras que, en sus conflictos, abordan búsquedas de oportunidades exteriores o incluso de necesidades interiores como el sentido de la vida. En tercer lugar, 15,4% (4) aborda aventuras de los personajes. En cuarto lugar, 7,7% (2) son historias sobre misiones que les encargan a los protagonistas o que ellos mismos asumen. Finalmente, 3,9% (1) trata otros conflictos como la venganza, el sacrificio o la maduración de las personas.

Al analizar el número de tramas utilizadas por las series web, se identifica una tendencia en el número de tramas usado en las obras. Sin embargo, también existe flexibilidad en la

cantidad de estas. Se observa desde *webseries* que solo utilizan una línea narrativa principal, hasta relatos que cuentan con siete subtramas adicionales a la trama principal.

Específicamente, 42,3% (11) utiliza una sola línea narrativa para llevar a cabo el relato, 19,2% (5) utiliza 1 subtrama adicional a la línea narrativa principal y 19,2% (5) trata 2 subtramas adicionales a la línea narrativa principal. Finalmente, 3,9% (1) de los relatos tiene 7 subtramas; 3,9% (1) tiene 6 subtramas, 3,9% (1) tiene 5 subtramas, 3,9% (1) tiene 4 subtramas y 3,9% (1) tiene 3 subtramas adicionales a la trama principal.

Al analizar si existe relación entre el número de tramas y el número de capítulos que tienen las series web, se observa que, del 100% (11) de las obras que utiliza una sola línea narrativa principal en todo el relato, 45,5% (5) lo hace en 6 capítulos, 9,1% (1) en 11 capítulos, 9,1% (1) en 10 capítulos, 9,1% (1) en 7 capítulos, 9,1% (1) en 5 capítulos, 9,1% (1) en 4 capítulos y 9,1% (1) en 3 capítulos.

En segunda instancia, del 100% (5) que desarrolla el relato en una trama principal y una subtrama adicional, 40% (2) lo realiza en 7 capítulos, 20% (1) en 8, 20% (1) en 6 y 20% (1) en 4 capítulos. Recordemos que el mismo 100% (5) sucede en producciones que cuentan con 2 subtramas adicionales a la trama principal. De este porcentaje, 40% (2) utilizan 12 capítulos, 20% (1) en 10, 20% (1) en 9 y 20% (1) en 3 capítulos.

Finalmente, del 100% (5) de las *webseries* que utilizan otras cantidades de subtramas adicionales a la trama principal, 20% (1) tiene 7 subtramas adicionales y cuenta con 11 capítulos, 20% (1) tiene 6 subtramas adicionales y utiliza 7 capítulos, 20% (1) tiene 5 subtramas adicionales y cuenta con 37 capítulos, 20% (1) tiene 4 subtramas adicionales y utiliza 11 capítulos y 20% (1) tiene 3 subtramas adicionales a la trama principal y también utiliza 11 capítulos.

En síntesis, en lo referente a las tramas, las 26 *webseries* de este análisis muestran variedad en el tipo de conflictos que tratan las narrativas. Si bien hay una ligera tendencia hacia las historias de amor, la diversidad de conflictos que deben resolver los personajes principales es amplia. En la misma línea, se evidencia un margen grande en el número de tramas que va desde *webseries* que solo cuentan con una sola trama, hasta producciones que utilizan 7 subtramas adicionales a la línea narrativa principal.

9.1.2. Los personajes

De las 26 series web, 80,8% (21) tiene un único personaje protagónico. En el restante 19,2% (5) se presentan repartos corales, con más de un personaje en el rol principal. Específicamente en las series web con más de un protagonista, 40% (2) presenta cuatro personajes principales, 20% (1) siete personajes, otro 20% (1) utiliza tres personajes y el restante 20% (1) dos personajes protagónicos.

En estas 26 series web se identifican 41 personajes que ocupan el rol principal. De ellos, 63,4% (26) son hombres y 36,6% (15) mujeres.

Por otra parte, respecto a las edades de estos personajes, porque en la mayoría de los relatos no se determina claramente, se creó una taxonomía de edades *ad hoc* tomando como referencia el ciclo de vida reconocido por el Ministerio de Salud de Colombia de la siguiente manera: primera infancia (0 - 5 años); infancia (6 - 11 años); adolescencia (12 - 18 años); juventud (19 - 26 años); adultez (27 - 59 años) y personas mayores (60 años o más). De acuerdo a esta clasificación, observamos que, de los 41 personajes principales, 48,8% (20) se clasifica en el rango adultez, aquí vale notar que la mayoría de estas historias son de personas a finales de su segunda década y mediados de su tercera década de vida aproximadamente. Asimismo, del 100%

(20) de los personajes que se encuentra en el rango adultez (27 – 59 años), 65% (13) es hombre y 35% (7) mujer.

En segundo lugar, se observa que 34,1% (14), de los protagonistas pertenece al rango de la juventud. Del total, 57,1% (8) es hombre joven y 42,9% (6) joven mujer.

En tercer lugar, se identifica 14,6% (6) que trata historias en las que los protagonistas son adolescentes. Aquí, el 66,6% (4) es hombre y 33,3% (2) mujer. Finalmente, 2,4% (1) tiene a un personaje protagonista niño en el rango de la infancia, este personaje forma parte de una de las historias con repartos corales.

Por otra parte, se buscó identificar cuáles son los roles actanciales que los protagonistas ocupan en los relatos. Vale precisar que todos los personajes principales ocupan por defecto el rol de sujetos, pues es este el rol que ocupa el héroe o la heroína que tiene la necesidad dramática o conflicto (Field, 2005). Asimismo, estos protagonistas ocupan el rol de destinatarios, pues es sobre ellos mismos sobre quienes recae la tarea a cumplir. (Greimas, 2012)

Del total de personajes principales, 36,6% (15) ocupa también el rol de destinadores, es decir, ellos mismos son quienes ponen la tarea a resolver. Además, 31,7% (13) de los protagonistas también cumplen el rol de ayudantes; esto sucedió principalmente en las obras de reparto coral. Finalmente, en 4,9% (2) de los casos, los protagonistas son a su vez los oponentes.

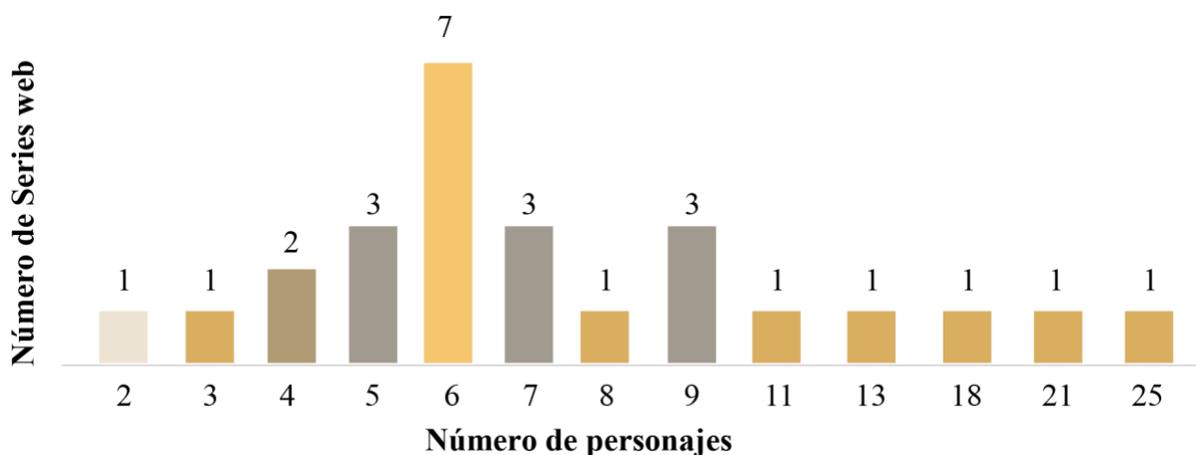
Además, se analizó la cantidad de personajes, principales y secundarios, que formaron parte de las 26 *webseries*. Vale aclarar que se contaron como personajes secundarios aquellos que cumplieron un rol actancial específico y que aparecían en cámara.

En primer lugar, 26,9% (7) de las obras cuenta con 6 personajes. En segundo lugar, 11,5% (3) tiene 9, 11,5% (3) tiene 7 y 11,5% (3) tiene 5 personajes. En tercer lugar, 7,7% (2) cuenta con 4 personajes. En cuarto lugar, 3,8 % (1) es un valor que se repite en 8 series web

distintas; cada una de ellas cuenta con un número diferente de personajes que van desde la utilización de solo 2 personajes hasta *webseries* con más de 20 personajes. La figura 14 muestra la cantidad de personajes (incluyendo principales y secundarios) que se encuentran en las series web analizadas.

Figura 14

Cantidad de personajes en las series web.



Nota. La figura muestra en el eje horizontal el número de personajes que forman parte de cada una de las series web y que ocupan un rol actancial en el relato. El número sobre las columnas indica las *webseries* en las que se presenta la cantidad de personajes. Elaboración propia.

En síntesis, el global de las series web analizadas reflejan un predominio en las historias de personajes hombres. Asimismo, la mayoría de estos relatos tratan conflictos de adultos, seguidos de historias de jóvenes. Precisamente en este último rango de edad es donde existe menos diferencia entre el sexo de los personajes principales.

Respecto a los roles actanciales que los personajes principales ocupan, además de ser sujetos y destinatarios por ser quienes deben cumplir la necesidad dramática, en algunas oportunidades llegan a ocupar el rol de destinadores de esa tarea a cumplir.

Con relación a la cantidad de personajes que usan las *webseries*, si bien hay coincidencia en varias obras que cuentan con 6 personajes dentro de sus repartos, vale notar que la variedad es muy grande. De hecho, se observan series web con un mínimo de 2 personajes y un máximo de 25 personajes que cumplen alguna función dentro de uno de los roles actanciales y que aparecen en cámara.

9.1.3 Análisis del relato

9.1.3.1 Discurso del relato. Esta variable se analiza según las dimensiones del relato de Genette (1989): tiempo, modo y voz.

9.1.3.1.1 Tiempo. El análisis del tiempo del relato se hace a través del orden, la duración y la frecuencia. Vale recordar que, para Genette (1998), el orden se manifiesta básicamente en dos características: analepsis y prolepsis que refieren a los saltos en el tiempo al pasado y al futuro respectivamente. Para este análisis, estas características se complementaron con el ordenamiento lineal cronológico, no lineal, paralelo y de *racconto*, que se pueden encontrar en los relatos audiovisuales. (Gaudreault y Jost, 1995)

En lo referente a la forma de organización de los relatos en las *webseries* se observa que, en 92,3% (24) existe un ordenamiento lineal cronológico y en 7,7% (2) la figura del *racconto* (obras que inician en un tiempo avanzado del relato, hacen un salto al pasado y conforme pasa el tiempo va progresando lentamente de forma lineal hasta llegar al punto de partida del relato).

Por su parte, la dimensión duración, que se explica como la relación del tiempo en el que sucedieron los hechos y la extensión que toma el autor para relatarlos (Genette, 1998), se presenta en la totalidad de las series web profesionales en forma de elipsis: los tiempos del relato fueron siempre menores que los tiempos de la historia.

Finalmente, la frecuencia, que se refiere al número de veces que el suceso aparece en la historia y el número de veces que este se narra en el discurso, se presenta en 53,8% (14) en forma de relato iterativo: un relato y diferentes historias. Esto se evidencia en aquellas series web que desarrollan más de una línea narrativa. En segundo lugar, se identifica 42,3% (11) en forma de relato singulativo: existe una historia contada a través de un relato. En el restante 3,9% (1), la frecuencia se da en forma de relato singulativo anafórico: cada uno de los capítulos relata una historia diferente. En este caso particularmente hay varias tramas (historias), pero cada una de estas se cuentan en un relato distinto.

En síntesis, el global de las *webseries* en la dimensión tiempo del relato muestra igualdad en la duración y una tendencia marcada en el ordenamiento lineal de los relatos. Sin embargo, en lo que refiere a la frecuencia existe variedad gracias a las posibilidades que brindan las estructuras narrativas seriadas que facilitan la creación de subtramas adicionales a la línea narrativa principal. Merece aclarar, eso sí, que esto también se puede dar en estructuras no seriadas.

9.1.3.1.2 Modo. Esta dimensión se refiere a la información con mayor o menor detalle que se ofrece desde el relato. Según Genette (1998), se analiza a partir de dos categorías: focalización y distancia.

La focalización se refiere a la perspectiva desde donde se cuenta la historia. Según el análisis, en 76,9% (20) de las series web es externa, y se manifiesta a través del uso de narradores que no ofrecen información profunda sobre los personajes, por lo que se conoce de ellos es revelado por el relato. Por otra parte, en 19,2% (5) se observa focalización interna. Esto sucede en relatos que utilizan narradores en primera persona y la perspectiva de la historia regularmente se da a través de la mirada de uno de los personajes. Finalmente, sólo 3,9% (1) de

las series web utiliza la focalización cero, en la que el narrador conoce hasta los pensamientos de los personajes.

Por su parte, la distancia se refiere a la ubicación del discurso respecto a la diégesis y esto se da a partir de dos posibilidades: 1) relato de acontecimientos cuando el narrador es intradiegético. En este caso se considera ubicación de cercanía, y 2) relato de palabras, cuando el narrador es extradiegético. Aquí la ubicación es distante. (Genette, 1998)

El análisis refleja que la tendencia es hacia los relatos de acontecimientos, pues 96,1% (25) se da a partir de la representación hecha por los personajes. En el restante 3,9% (1) se identifica el relato de palabras. Se trata de una serie web que utiliza un narrador extradiegético que cuenta lo que pasa.

En síntesis, respecto al modo de las series web, se observa una preferencia a las focalizaciones externas, en las que no se brindan informaciones profundas sobre los personajes, sino que dicha información se construye a medida que suceden las cosas. Con relación a la distancia, en casi todas las obras se genera una sensación de cercanía a través de personajes que representan los hechos.

9.1.3.1.3 Voz. Esta dimensión, que observa la relación entre el nivel de la narración y el nivel del relato, se analiza a partir de tres subdimensiones: el nivel narrativo, el tiempo de la narración y la persona.

En lo referente al nivel narrativo, la ubicación del narrador (si está o no dentro de la diégesis), se obtiene que 76,9% (20) de los relatos cuenta con narradores extradiegéticos, mientras 23,1% (6) opta por intradiegéticos.

Por su parte, respecto al tiempo de la narración, que se refiere al acto de la enunciación del relato, en general, las series web usan un alto porcentaje de tiempos simultáneos. Así, 76,9%

(20) de las obras destaca por utilizar un tiempo de la narración en presente. En segundo lugar, en 11,5% (3) se identifica el tiempo de la voz narrativa de forma ulterior (el tiempo verbal en pasado que permite suponer que el narrador está enterado de lo sucedido porque estuvo presente o le contaron). En tercer lugar, se observa que 7,7% (2) utiliza un tiempo de la narración intercalado, pues en momentos se identifica un narrador que cuenta en simultáneo y, en otras, gracias a los cambios de focalización, un tiempo pasado. Por último, 3,9% (1) utiliza el tiempo anterior, es decir, se anticipa a lo que va a pasar. Considérese que el hecho de que el mayor porcentaje se ubique en las series web que utilizan como tiempo de la narración el presente, no significa que no haya recuerdos al interior de los relatos. Esos viajes al pasado o analepsis se dan en varias oportunidades, aunque el tiempo general de las narraciones sea simultáneo.

Finalmente, con relación a la dimensión persona, recordemos que esta distingue entre dos tipos de narradores: el homodiegético, presente como personaje dentro de la historia o el heterodiegético, ausente de la historia que narra. Sobre esta dimensión se observa que 73,1% (19) utiliza narradores heterodiegéticos y 26,9% (7) narradores homodiegéticos.

En resumen, en cuanto a la dimensión voz, el total de las series web se comporta de manera similar, con predominio de narradores fuera de la diégesis, regularmente representados por la cámara que cumple una función omnisciente. Asimismo, es común el uso de tiempos de la narración en simultáneo, aunque se resalta que tanto en las producciones profesionales como *amateurs*, se identifica al menos una obra con cualquiera de los tiempos de la narración posible y la tendencia mayormente al uso de narradores heterodiegéticos.

9.1.3.2 Características de la producción. Además de analizar el relato a través de las dimensiones tiempo, modo y voz, se analizó las características de la producción respecto a los tiempos (diurno o nocturno) y los espacios (interior o exterior) registrados en las *webseries*.

Tanto en las series web profesionales como las *amateurs* se observan locaciones interiores. Por su parte, del porcentaje total, 80,8% (21) utiliza además locaciones exteriores.

De igual forma, todas las producciones cuentan con escenas grabadas en el día y 88,5% (23) con escenas de noche.

Ahora bien, cuando cruzamos la subdimensión interiores con las subdimensiones día y noche, nos encontramos con que 100% de las series web tiene escenas grabadas en interiores día y 88,5% (23) aparece con, al menos, una escena con la característica interior noche.

Respecto a los exteriores, al hacer el mismo cruce con el día y la noche, se observa que, 80,8% (21) tiene al menos una escena exterior día y 42,3% (11) con exterior noche.

A la luz de este análisis se puede afirmar que el global de las series web hacen uso de locaciones interiores y que, en menor medida, recurren a exteriores. Asimismo, todas las obras dan cuenta de historias que contienen una iluminación diurna y en un porcentaje menor una nocturna. Finalmente, se observa que la combinación más usada es interior-día y la menos utilizada es exterior-noche.

9.1.3.3 Finales. La última dimensión analizada en las series web es la referente a los finales abiertos o cerrados. Se entiende por finales abiertos aquellos donde la trama principal queda sin resolver y obliga al espectador imaginar cómo se solucionan las situaciones creadas y supone la posibilidad de nuevas temporadas. En este caso, del total de las series web, 69,2% (18) tiene finales abiertos, mientras 30,8% (8) opta por cerrados, aquellos donde se resuelven todas las tramas e incluso se puede llegar a conocer el futuro de los personajes.

El predominio de finales abiertos podrían indicar que existe interés en los realizadores de generar nuevos relatos en temporadas posteriores a partir de los instalados previamente. Por

supuesto, esto no significa que una serie web con final cerrado no pueda crear una siguiente temporada.

9.2 Series web profesionales

9.2.1 Las tramas y lo que estas contaron

Al analizar las trece series web profesionales se identifican distintos tipos de historias que se agruparon por temas relacionados: un grupo mayoritario de los relatos trata temas referentes al amor, sobre todo búsquedas o recuperación del ser amado. Un segundo grupo se encarga de aventuras familiares, regularmente a través de situaciones cotidianas en las que se ven involucrados todos los miembros de una familia para lograr fines comunes. Además, un grupo pequeño de historias abordan temas relacionados con la búsqueda del sentido de la vida en sus personajes principales. Finalmente, hay un grupo menor de narrativas que tratan conflictos variados como la búsqueda de oportunidades laborales y la resolución de misterios.

Ahora bien, la mayoría de los relatos de las series web analizadas (53%, 7 *webseries*) utiliza principalmente una sola línea narrativa o trama principal. Por su parte, 23,1% (3) de los relatos usan una subtrama y 15,3% (2) dos subtramas adicionales a la línea narrativa principal. Finalmente, en una *webserie* de siete capítulos (7,7%) se observa que cada capítulo es distinto en sus personajes principales, por lo que se identifican siete tramas diferentes. Sin embargo, se trata de una *webserie* de tipo serial porque tiene continuidad narrativa a partir de personajes secundarios y de un objeto integrador. Por eso, se reconoce que esta serie web cuenta con una línea narrativa principal y siete subtramas.

Por otra parte, el número de tramas se observa a la luz del número de capítulos de las series web para determinar si existe relación directa. El análisis muestra que, del 53,8% (7) que

utiliza una sola línea narrativa, 42,9% (3) cuenta con seis capítulos y en 14,3% (1) se encuentran series web con 4, 5, 10 y 11 capítulos cada una.

Por otra parte, del 23,1% (3) de las obras que tienen una subtrama adicional a la línea narrativa principal, 66,6% (2) sucede en series de 7 capítulos y el restante 33,3% (1) en *webseries* de 4 capítulos. El caso de las 2 series web (15,3%) que tienen 2 subtramas adicionales a la trama principal tienen 12 y 9 capítulos cada una. Finalmente, la serie web que utiliza una línea narrativa principal y siete subtramas, como se explicó con anterioridad, cuenta con 7 capítulos.

Del cruce del número de tramas con el número de capítulos se puede observar que no existe una relación estable entre ambos factores. Consecuentemente, no se puede avanzar en establecer que un mayor o menor número de tramas se relacione con un mayor o menor número de capítulos.

9.2.2 Los personajes

En el caso de las 13 series web realizadas por profesionales, 69,2% (9) tiene un único personaje protagónico. En el restante 30,8% (4) se presentan repartos corales. Particularmente, 50% (2) presenta cuatro personajes principales, 25% (1) siete personajes y el restante 25% (1) dos personajes.

En las 13 series web profesionales se observan 26 personajes que ocupan el rol principal. De ellos, 50% (13) es hombre y 50% (13) mujer.

Al tomar como base la clasificación por edades descritas en el análisis conjunto, observamos que, de los 26 personajes principales, 57,7% (15) se clasifica en el rango adultez. En segundo lugar, con el mismo porcentaje de 19,2% (5) se halla personajes en los rangos juventud

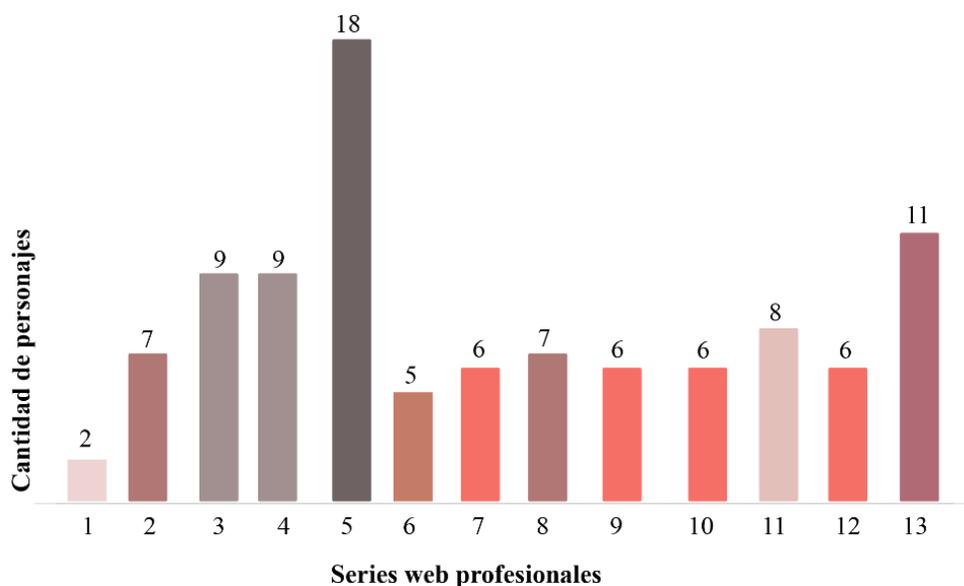
y adolescencia. Finalmente, se advierte que 3,8% (1) tiene un personaje en el rango de la infancia.

En lo referente a los roles actanciales que ocupan los personajes principales de las series web profesionales, 69,2% (9) también ocupa el rol de destinador, que pone la tarea a resolver. Sin embargo, en todos los casos sobre ellos recae dicha tarea, o sea que ocupan también el rol de destinatarios. Además, 30,8% (4) cumple el rol de ayudante; esto sucedió en las obras de reparto coral. Por otra parte, en 15,4% (2) se identifica que los protagonistas son a su vez los oponentes.

Finalmente, se observó la cantidad de personajes, principales y secundarios, que se utilizó en las 13 series web profesionales. Así, 30,8% (4) de las obras cuenta con 6 personajes, 15,4% (2) con 9, 15,4% (2) con 7, 7,7% (1) con 18 personajes, 7,7% (1) con 11, 7,7% (1) con 8, 7,7% (1) con 5 y 7,7% (1) con 2 personajes. La figura 15 muestra la cantidad de personajes (incluyendo principales y secundarios) que se encuentran en las series web profesionales. Los personajes secundarios contabilizados son aquellos que ocupan un rol actancial específico y aparecen en escena.

Figura 15

Cantidad de personajes en las series web profesionales.



Nota. La figura muestra el número de personajes que forman parte de cada una de las series web profesionales y que ocupan un rol actancial en el relato. En el eje horizontal se ubican cada una de las 13 producciones y los datos sobre las columnas corresponden al número de personajes.

Elaboración propia.

En síntesis, las series web profesionales presentan, en un número equitativo, relatos con mujeres y hombres como personajes principales. Además, la mayoría de las historias centran sus protagónicos en conflictos de adultos y los roles actanciales que estos ocupan son el del sujeto y destinatario por ser quienes deben cumplir una necesidad dramática. Asimismo, en gran parte de los casos estos personajes fueron también los destinadores de dicha necesidad. En el caso de los personajes secundarios se identifica que el menor número de personajes que precisó una *webserie* fue de 2 y el mayor de 18. La mayor frecuencia está en series web con 6 personajes.

9.2.3 Análisis del relato

9.2.3.1 Discurso del relato. Recordemos que el análisis del relato se hace a partir de la propuesta de Genette (1989) teniendo en cuenta las dimensiones de tiempo, modo y voz.

9.2.3.1.1 Tiempo. Al analizar el ordenamiento temporal del relato en las series web profesionales se identifica que el 100% de las series web profesionales tiene un orden estructural del tiempo del relato de forma lineal cronológica.

Lo mismo sucedió al observar la duración. La totalidad de las series web profesionales tienen forma de elipsis: los tiempos del relato fueron siempre menores que los tiempos de la historia.

Finalmente, la frecuencia se presenta en 53,8% (7) de las narrativas en forma de relato singulativo: existe una historia contada a través de un relato. En segundo lugar, 38,5% (5) contiene relato iterativo: un relato y diferentes historias. Esto se evidencia en aquellas series web que desarrollan más de una línea narrativa. En el restante 7,7% (1), la frecuencia se da en forma de relato singulativo anafórico: cada uno de los capítulos relata una historia diferente.

En síntesis, la mayoría de las *webseries* profesionales son semejantes en lo que refiere al tiempo del relato porque sus ordenamientos utilizan la estructura lineal cronológica y en duración los tiempos de los relatos siempre es menor que la de los tiempos de las historias. En el caso de la frecuencia, predominan las historias en las que hay un número igual de relatos y de historias contadas en ellos. No obstante, también se observa cómo la existencia de más de una trama narrativa permite que se den relatos iterativos.

9.2.3.1.2 Modo. Al analizar la focalización y distancia en las *webseries* profesionales se obtiene que es externa en 61,5% (8) de las obras. Aquí el narrador no ofrece información profunda sobre los personajes. Por otra parte, en 30,8% (4) se observa focalización interna. Solo

7,7% (1) de las series web profesionales utilizan la focalización cero, en la que el narrador conoce hasta los pensamientos de los personajes.

Por otra parte, en lo referente a la distancia, el análisis muestra que la mayoría tiende hacia los relatos de acontecimientos, pues 92,3% (12) se da a partir de la representación hecha por los personajes. El restante 7,7% (1) se identifica en una serie web que utiliza un narrador extradiegético que cuenta lo que pasa.

En síntesis, respecto al modo de las series web profesionales se observa una tendencia hacia las focalizaciones externas que no brindan informaciones profundas sobre los personajes, sino que dicha información se construye a medida que suceden las cosas. Con relación a la distancia, en casi todas las obras se genera una sensación de cercanía a través de personajes que representan los hechos.

9.2.3.1.3 Voz. Para analizar esta dimensión se tuvo en cuenta el nivel narrativo, el tiempo de la narración y la persona.

En lo referente a la ubicación del narrador respecto a la historia, se observa que el 76,9% (10) de los relatos tuvo narradores extradiegéticos, y 23,1% (3) narradores intradieгéticos.

Por su parte, el tiempo de la narración en las series web profesionales principalmente se manifiesta en tiempo simultáneo. Así, 92,3% (12) de las obras utiliza un tiempo de la narración en presente. Solo 7,7% (1) utiliza el tiempo anterior, es decir, se anticipa a lo que va a pasar. Reiteramos que el hecho de que la mayoría de las series web profesionales utilicen el tiempo presente, no significa que no haya recuerdos al interior de los relatos.

Finalmente, con relación a la dimensión persona, se observa que 69,2% (9) utiliza narradores heterodieгéticos y 30,8% (4) narradores homodieгéticos.

En resumen, en cuanto a la dimensión voz, predominan los narradores extradiegéticos en las series web profesionales. Asimismo, es común encontrar que el tiempo de la narración sea en presente y la persona se manifieste a través de narradores heterodieéticos.

9.2.3.2 Características de la producción. Respecto a las características tiempo (diurnos y nocturnos) y espacio (interiores y exteriores) reflejado en las *webseries* profesionales se puede decir que: en las 13 series web que pertenecen a este grupo de realizadores se observan locaciones interiores. Por su parte, del porcentaje total, 76,9% (10) utiliza además locaciones exteriores. De igual forma, todas las producciones cuentan con escenas grabadas en el día y 84,6% (11) con escenas de noche.

Por otra parte, al cruzar los espacios interiores con ambas subdimensiones del tiempo (diurno y nocturno), nos encontramos con que 100% de las series web profesionales tiene escenas grabadas en interiores día y 84,6% (11) aparece con al menos una escena con la característica interior noche.

Respecto a los exteriores, al realizar el mismo cruce con el día y la noche se observa que 76,9% (10) tiene al menos una escena exterior día y el 38,5% (5) con exterior noche.

A la luz de este análisis, se puede indicar que todas las series web profesionales hacen uso de locaciones interiores y en menor medida acuden a los exteriores. Asimismo, todas las obras dan cuenta de historias que contienen una iluminación diurna y en un porcentaje menor lo hacen con iluminación nocturna. Como sucede con el global de las *webseries*, se observa que la combinación más usada por los profesionales es interior-día y la que menos se registra es exterior-noche.

9.2.3.3 Finales. Por último, respecto a cómo se manifiestan los finales de las *webseries* profesionales, si son abiertos o cerrados, se observa que 69,2% (9) cuenta con finales abiertos, mientras 30,8% (4) opta por los finales cerrados.

En la misma línea que como sucede con el global de las series web, al analizar los finales en las obras profesionales e identificar el predominio de finales abiertos, se sugiere la idea de que existe interés en que haya nuevos relatos en temporadas posteriores. Insistimos eso sí, que esto no significa que una serie web con final cerrado no pueda crear una siguiente temporada.

9.3 Series web *amateurs*

9.3.1 Las tramas y lo que estas contaron

Respecto a las historias que abordan las series web *amateurs* hay dos tipos que predominan: conflictos en los que los protagonistas escapan de situaciones complejas para sus vidas y búsquedas de oportunidades y de personas. De igual forma, otro grupo más pequeño de historias tratan sobre el amor. Finalmente, algunas obras se encargan de temas variados como la resolución de misiones, los procesos de maduración de las personas, sacrificios y venganzas.

Con relación al número de tramas que utilizan las *webseries amateurs*, 30,8% (4) utiliza una línea narrativa principal, seguida de 23,1% (3) que, además de la trama principal, despliega dos subtramas adicionales. En tercer lugar, 15,4% (2) utiliza una subtrama adicional y, en cuarto lugar, 7,7% (1), obras con 7, 7,7% (1) con 5, 7,7% (1) con 4 y 7,7% (1) con 3 subtramas que se suman a la trama principal.

Al observar el número de tramas que usaron las series web *amateurs* a la luz del número de capítulos, se encuentra que del total de las obras (4) que usan una sola línea narrativa, 50% (2) lo hace en 6 capítulos, 25% (1) en 7 capítulos y otro 25% (1) en 3 capítulos. Por su parte, del total de las series web (3) que utiliza dos subtramas adicionales a la línea narrativa principal,

cada una lo hace con un número de capítulos distinto: 3, 10 y 12. Algo similar sucede con el total (2) que utiliza una subtrama adicional a la trama principal, pues una de las *webseries* relata la historia en 6 capítulos y la otra lo hace en 8.

El 23,1% (3) de las *webseries amateurs* en las que cada una utiliza un número de subtramas distinto (3, 4 y 7) sumadas a la línea narrativa principal, coinciden en 11 capítulos. Finalmente, la única *webserie* que cuenta con 5 subtramas adicionales a la trama principal es además la que más capítulos utiliza para llevar a cabo el relato: 37.

De esta manera se puede observar que en el caso de las *webseries amateurs* el número de tramas, subtramas y capítulos es tan variado como los tipos de historias que estas abordan y no se evidencia relación entre un número determinado de capítulos con una cantidad de líneas narrativas específicas.

9.3.2 Los personajes

Con relación al número de personajes que aparecen en las series web *amateurs*, en las 13 obras se identifican 15 que ocupan el rol principal. Del total de producciones, 92,3% (12) tiene un solo personaje protagonista y 7,7% (1) utiliza un reparto coral integrado por 3 personajes.

De los 15 personajes que ocupan el rol principal, 86,7% (13) es hombre y 13,3% (2) mujer. Cabe aclarar que una de las series web analizadas utiliza la técnica de animación y sus personajes son animales con características antropomórficas, específicamente el personaje principal de esta obra se relaciona con el sexo masculino.

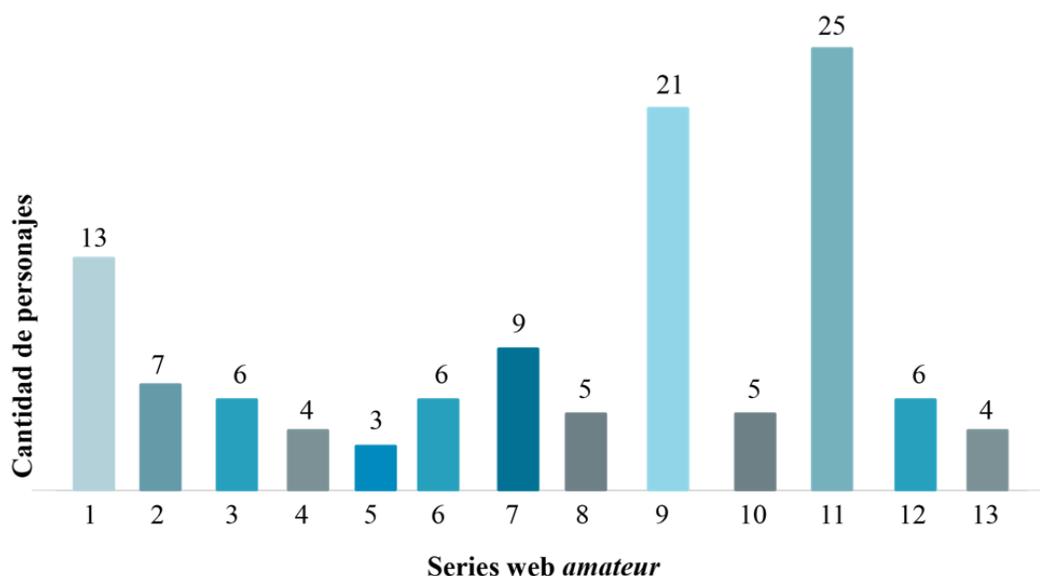
Respecto a la edad de los protagonistas de las *webseries amateurs* se observa que el mayor número de historias se centra en personajes en el rango de juventud en 60% (9). Un segundo grupo de edades se concentra en los adultos en 33,3% (5). Finalmente, la adolescencia se registra en 6,6% (1).

En cuanto a los roles que ocupan los protagonistas de las series web *amateurs*, como se explicó anteriormente, todos estos personajes son los mismos sujetos bajo la perspectiva de los roles actanciales de Greimas (2012), porque son ellos quienes tienen una necesidad dramática a resolver y en ese mismo orden de ideas ocupan el rol de destinatarios. Asimismo, 26,7% (4) adicionalmente cumplen la función de destinadores, es decir, son ellos mismos quienes se ponen la misión o tarea a resolver y en 20% (3) cumplen un tercer rol como ayudantes.

Finalmente, se observó la cantidad de personajes principales y secundarios, aquellos que cumplieron un rol actancial dentro de la serie web y que aparecieron en cámara dentro de las producciones *amateurs*. En primer lugar, 23,1% (3) de las obras cuenta con 6 personajes. En segundo lugar, se encuentran, con 15,4% (2) producciones que utilizan 5 y 4 personajes. Finalmente, 7,7% (1) utiliza 25 personajes, 7,7% (1) utiliza 21 personajes, 7,7% (1) utiliza 13 personajes, 7,7% (1) utiliza 9 personajes, 7,7% (1) utiliza 7 personajes y 7,7% (1) utiliza 3 personajes. La figura 16 muestra el número de personajes que se encuentran en las series web *amateurs*.

Figura 16

Cantidad de personajes en las series web amateurs.



Nota. La figura muestra el número de personajes que forman parte de cada una de las series web *amateurs* y que ocupan un rol actancial en el relato. En el eje horizontal se ubican las 13 *webseries* de la muestra y los valores que están sobre la columna corresponde a la cantidad de personajes. Elaboración propia.

En resumen, se observa que las series web *amateurs* utilizan en casi la totalidad de las obras repartos con un único personaje principal. Respecto a estos personajes se evidencia una marcada tendencia a que los protagonistas sean hombres y que la mayoría de las historias se centren en personajes jóvenes. Asimismo, estos personajes básicamente ocupan dos roles actanciales: sujetos y destinatarios, pues son estos roles los que tienen la función de cumplir la necesidad dramática.

Respecto a la cantidad de personajes que se identifican en las obras realizadas en contextos aficionados, existe coincidencia en varias *webseries* que utilizaron 6 personajes. Por otra parte, se evidencia una variación amplia entre el número de personajes que utilizan las series

web *amateurs*. Mientras se observa una obra que contiene 25 personajes, también se identifica otra que solo utiliza 3.

9.3.3 Análisis del relato

9.3.3.1 Discurso del relato. Esta variable se analiza según las dimensiones del relato de Genette (1989): tiempo, modo y voz.

9.3.3.1.1 Tiempo. El análisis del tiempo de las series web *amateurs* se llevó a cabo a partir de la forma de ordenamiento, la duración y la frecuencia en el relato. Respecto al orden, 84,6% (11) utiliza una organización del relato lineal en la que el tiempo siempre asciende cronológicamente. Por su parte, el 15,4% (2) restante acude a la figura del *racconto*, relatos que inician en un punto avanzado de la historia, hacen un salto del tiempo hacia atrás y empiezan a contar en detalle lo que sucede hasta que se vuelven a encontrar con el primer tiempo expuesto.

La segunda dimensión de análisis, la duración, se manifiesta únicamente a través de la elipsis, pues en el 100% de las obras *amateurs* los tiempos del relato son menores que los tiempos de las historias que cuentan.

Por su parte, la dimensión frecuencia se identifica en dos formas: relatos iterativos en 69,2% (9), aquellos en los que se contaron varias historias en un mismo relato y que se evidencia en las *webseries* con más de una trama. Por otro lado, los relatos singulativos se manifiestan en 30,8% (4).

9.3.3.1.2 Modo. Al analizar la perspectiva o focalización desde donde se cuenta la historia en las *webseries amateurs*, se observa que en 92,3% (12) hay focalización externa, es decir, en casi todas las obras se ofrece información focalizada a partir de un narrador omnisciente que no demuestra saber mucho de los personajes. Por su parte, en 7,7% (1) se identifica la

focalización interna a través de un narrador que focaliza el relato por medio de uno de los personajes.

Por otra parte, la dimensión distancia en el total de las *webseries amateurs* se manifiesta en lo que se conoce como el relato de acontecimientos, en los que se genera una sensación de cercanía del discurso respecto a la diégesis.

Así las cosas, en las obras realizadas en contextos aficionados, el modo, es decir, la información narrativa que se entrega al espectador con más o menos detalles, se presenta de formas similares a través del predominio del punto de vista o focalización externa, en la que se conoce de los personajes lo que van develando los hechos. Asimismo, en estos relatos siempre se manifiesta la sensación de cercanía del discurso respecto al mundo ficcional que se representa, gracias al uso de los relatos de acontecimientos.

9.3.3.1.3 Voz. En cuanto al análisis de la relación entre el nivel de la narración y el nivel del relato en las obras *amateurs* se logra observar que, respecto a la ubicación del narrador dentro o fuera de la diégesis, en 76,9% (10) el nivel narrativo es extradiegético y 23,1% (3) intradiegético.

La segunda característica de la dimensión voz que refiere al tiempo de la narración, se da en las *webseries amateurs* a través de distintas formas. En primera instancia, predominio del tiempo presente o tiempo simultáneo 61,5% (8). Vale aclarar que en estas obras también se dan saltos en el tiempo al pasado o analepsis. En segunda instancia, también se observan *webseries* en las que predomina el pasado o tiempos de la narración ulterior 23,1% (3). Finalmente se identifica que en 15,4% (2) se dan tiempos intercalados, es decir, obras que utilizan diversos tiempos de la narración en una misma *webserie*.

Por otra parte, la tercera característica de la dimensión voz que refiere a la persona se identifican narradores heterodieéticos, aquellos que están ausentes de la historia que narra, esto se observa en 76,9% (10). Por su parte, en el restante 23,1% (3) se identifica narradores homodieéticos presentes en la historia como personajes.

En resumen, en cuanto a la dimensión voz, las series web *amateurs* si bien utilizan los dos niveles posibles de la narración existe un predominio de la ubicación extradieética. De igual forma, a pesar de que se observan los distintos tiempos de la narración, hay un predominio de los relatos en tiempos simultáneos y los narradores, en la mayoría de los casos, son heterodieéticos.

9.3.3.2 Características de la producción. Para complementar el análisis del relato se observan las características de series web *amateurs* a partir de los tiempos y los espacios que allí se representan. Merece aclarar que una de las series web que forma parte de esta muestra trabajó la técnica de animación, por lo tanto, esta obra en particular no se tuvo en cuenta para este análisis, porque en el caso de las animaciones no marca una diferencia sustancial para la producción que hayan espacios interiores o exteriores y tiempos diurnos o nocturnos.

Así las cosas, de las 12 series web que utilizan el video como técnica de representación, en todas se observan espacios interiores, exteriores y tiempos diurnos. Respecto a los tiempos nocturnos, estos se identifican en 58,3% (7) del total de las series web.

Al cruzar los espacios con los tiempos se puede observar que el 100% de las producciones hace uso de los tiempos diurnos, todas además hacen grabaciones en espacios interiores y exteriores. Por su parte, de las 12 *webseries* de esta muestra, 58,3% (7) utiliza interiores noche y 50% (6) tiene por lo menos una escena grabada en exteriores noche.

En síntesis, como característica del relato se observa en las series web *amateurs* la representación de las imágenes con luz día en cualquiera de los dos tipos de espacios, exteriores

e interiores, para las locaciones. En el caso de la iluminación nocturna, se observa una reducción en el uso de ésta sobre todo cuando se cruza con locaciones exteriores.

9.3.3.3 Finales. Respecto a los tipos de finales que se identifican en las *webseries amateurs*, predominan las historias con finales abiertos. Así, 69,2% (9) no deja una conclusión del relato y permiten con esto la posibilidad de que haya una próxima temporada. Por su parte, en 30,8% (4) restante se resuelven las tramas propuestas e incluso se muestra el futuro de los personajes, como en el caso de una de las obras que llega hasta la muerte del protagonista después de resolver su necesidad dramática.

Esta característica, la de los finales en las series web *amateurs*, muestra una tendencia hacia las obras abiertas. Esto no significa que los conflictos queden sin resolver, sino que, a partir de la apertura de tramas adicionales a la línea narrativa principal, queda la posibilidad de crear nuevas historias para otras temporadas.

Síntesis del análisis estructural de las series web

Como conclusiones del análisis estructural de los relatos aplicado a una muestra de series web de ficción colombianas publicadas en *YouTube* hasta el 31 de diciembre de 2019 se observan las siguientes:

- En las *webseries* se evidencia una gran variedad en el tipo de conflictos que tratan sus narrativas, aunque resalta, tanto en las *webseries* profesionales como en las *amateurs*, el interés por contar historias de amor y situaciones cotidianas de las personas.
- En las series web no existe relación entre la cantidad de líneas narrativas y la duración de los capítulos.
- Referente a los personajes de las series web, se identifica que en las producciones profesionales hay un interés por contar historias que incluyen protagonistas adultos.

En ellas, además, existe equidad de género en los protagonistas de estas *webseries*.

Por su parte, en las series web *amateurs*, los protagonistas son regularmente jóvenes y la mayoría trata historias de hombres.

- No se identifica una clara tendencia en el número de personajes, entre principales y secundarios, que utilizan las series web. Además, las obras profesionales y no profesionales cuentan con semejantes números de personajes. El número mínimo de personajes que se hallan en las profesionales es 2 y el máximo 18. Mientras que en las *amateurs* el mínimo es 3 y el máximo 25. El número de personajes que más se repite en ambos grupos es 6. La tendencia en las *webseries* es que tengan un único personaje protagonista, aunque se identifican algunas obras con repartos corales.
- En la estructura de los relatos existe un predominio de ordenamientos lineales; en algunos casos las *webseries amateurs* recurren al *racconto* para la organización del relato. En la misma línea, en todos los casos, los relatos utilizan las elipsis al presentar una duración menor al tiempo de la historia.
- Mientras las obras profesionales recurren más a los relatos singulativos, las *amateurs* tienden a los iterativos.
- Respecto a la focalización, predominan las perspectivas externas en obras industriales y *amateurs*. No obstante, las *webseries amateurs* tienen mayor variedad porque también utilizan focalizaciones internas (el narrador filtra su relato por uno de los personajes) y focalizaciones cero (el narrador sabe más que todos los personajes). En ambos casos hay un predominio por los relatos de acontecimientos.
- En torno a la dimensión voz, la tendencia en ambos casos es hacia el uso de narradores extradiegéticos. Además, existe un predominio del tiempo de la narración

en presente, aunque las series web *amateurs* también utilizan las narraciones en pasado.

- Hay un notable interés en todas las *webseries* porque sus historias se desarrollen en escenarios interiores y con iluminaciones diurnas. Si bien se presentan historias que suceden en tiempos nocturnos, estas evitan ser contadas en espacios exteriores.
- Con relación a los finales de los relatos, hay una similitud en ambos tipos de *webseries* por que estos queden abiertos, lo que sugiere el interés por no agotar la posibilidad de retomarlos en nuevas temporadas.

4 parte **Discusiones** **Conclusiones** &

10. Discusiones y conclusiones

Esta investigación se presenta como una de las primeras contribuciones tendentes a la sistematización del conocimiento de las series web y, consecuentemente, a ofrecer teoría sobre ellas, que toma como caso la producción de ficción en Colombia publicada en la plataforma *YouTube* desde su creación hasta finales del año 2019.

La ruta de construcción de este capítulo de cierre será la siguiente: primero y para dar respuesta a la pregunta uno de la investigación que indaga por las características técnicas, narrativas y de producción recurrentes en las series web, tomaremos como base los capítulos 1, 3 y 4 del marco teórico. Estos abordan las narrativas seriadas, las discusiones sobre macrogénero, género y formato y la interactividad como característica de los entornos web.

En segundo lugar, para responder a la pregunta dos de la investigación sobre las características de los procesos de producción, tanto técnicos como narrativos, vinculados a la realización de series web de ficción por parte de los realizadores colombianos, pondremos en discusión las teorías referentes a los realizadores y sus prácticas, expuestas en el capítulo 5.

Por último, para responder a la pregunta tres sobre los aspectos estructurales de las series web de ficción, tomaremos como base la teoría sobre los relatos consignada en el capítulo 2.

Todos los mencionados apartados del marco teórico se discutirán con los resultados expuestos en los capítulos 7, 8 y 9.

10.1 Caracterización de las series web

La realización audiovisual ha crecido de forma exponencial desde principios del siglo XXI gracias al protagonismo adquirido en plataformas web. La cultura de convergencia (Deuze, 2007a; Jenkins, 2008a) potenciada por internet y el desarrollo de tecnologías móviles de

producción y distribución de contenidos, ha permitido que los medios, antes segmentados por lenguajes y soportes, traspasen las fronteras y se mezclen.

Esta misma cultura permeó otra frontera, la que separaba productores de espectadores y que, gracias a las características antes descritas, ha ocasionado que incrementalmente aquellos consumidores se conviertan en usuarios: personas que usan los medios a su alcance para producir y distribuir sus propios contenidos. Que esta investigación cuente con una muestra de 241 obras producidas en el contexto colombiano de carácter seriado que circulan por la red y, que de estas, casi la mitad sean producidas por estudiantes y aficionados, da clara cuenta de ello.

La cultura de la convergencia es el fenómeno que posibilita el surgimiento de un formato como las *webseries*, resultado de un proceso de remediación (Bolter y Grusin, 2000). Por eso, su misma definición se basa en una construcción de lenguajes y medios precedentes. Desde su denominación, el término serie web o *webserie* involucra la mezcla de dos elementos. Por una parte, una estructura narrativa particular (seriada) y, por la otra, un medio (la web), que a su vez toma el contenido (audiovisual) de otro medio (la televisión) y lo hace propio. Además, su producción modifica el contexto social al permitir que otros actores no vinculados tradicionalmente a la industria se conviertan en productores.

Ahora bien, para responder a la pregunta uno, destinada a conocer cuáles son las características técnicas, narrativas y de producción de las series web de ficción realizadas en Colombia, se construyó un modelo de análisis que permitió la catalogación sistemática de las obras. La aplicación de este modelo a las mencionadas 241 producciones de ficción permitió ver que las series web son un formato con capítulos tendentes a las duraciones cortas, pero que ante todo permiten la variación y desestandarización de los tiempos, una característica que les es posible en tanto son *objeto de los nuevos medios*. (Manovich, 2017)

Es claro entonces que las series web no son en sí un *nuevo medio*, pero dependen de uno, la web, para su existencia y esta dependencia le aporta propiedades que las diferencian de sus predecesoras, las series de televisión. Tales propiedades las hacen ser, en primer lugar, el resultado de una *codificación numérica* porque son producto de códigos digitales. En segundo lugar, les convierten en objetos *modulares*, porque sus componentes (los episodios) pueden agruparse o dividirse y ser distribuidos por distintas plataformas sin perder identidad; en otras palabras, son productos adaptables a otros medios. En tercer lugar, las series web son *variables*, pues “no son algo fijado de una vez y para siempre” (Manovich, 2017, p. 82). De hecho, desde su origen han cambiado a medida que han aparecido nuevas herramientas. Además, la propiedad de *variabilidad* dota a las series web de una característica que no poseen sus predecesoras por circular en un viejo medio: la interactividad. Por último, en cuarto lugar, como objeto de un nuevo medio, las *webseries* poseen la propiedad de *transcodificación*: contienen una capa informática por ser un producto de códigos digitales, que les permite organizarse de muchas formas distintas y con ello afectar la capa cultural, que es la que llega a los usuarios quienes le dan sentido al objeto. (Manovich, 2017)

En la misma línea, las series web como un objeto de los nuevos medios no son exclusivas de una interfaz y su hábitat, que parece estar en las *cuartas pantallas* (tabletas y dispositivos móviles) (Martín, 2014), puede cambiar a otras como las del ordenador, la televisión e inclusive el cine¹³¹. Adquieren entonces una propiedad *migratoria*.

Desde ese orden de ideas, las *webseries* difieren de sus predecesoras, las series para televisión, en la flexibilidad en los tiempos de duración y en el número de capítulos de una temporada, en las posibilidades de interactividad, modularidad, variabilidad y migratoriedad;

¹³¹ En espacios como los festivales de series web se da con frecuencia que la producción en competencia sea exhibida en salas de cine.

propiedades que son adquiridas por depender de la web para su circulación. En el caso por ejemplo de la interactividad de los textos, la sistematización realizada por este trabajo desvela que aún no se produce una explotación exhaustiva de formas interactivas en la representación de sus relatos. De hecho, pocas son las obras, por lo menos en el caso colombiano, que experimentan con las propiedades de interacción de la plataforma web para generar otras maneras de consumo de los productos.

En la misma línea de las características técnicas de las *webseries*, este trabajo las reconoce como formato que se decanta por el video como principal fuente de representación de la imagen. La sistematización de los contenidos y las reflexiones de los realizadores en conjunto permiten concluir que, las maneras de estructuración de los relatos, las técnicas de representación e inclusive los aspectos como las duraciones capitulares inconstantes (a diferencia de las series de televisión) son en sí una característica de la forma.

Por otra parte, con relación a las características narrativas y en particular a los géneros, este trabajo comprueba lo planteado en investigaciones como la De las Muñecas (2016) sobre el predominio de la comedia en las series web; género mayormente utilizado por los realizadores profesionales. Asimismo, en el caso colombiano destaca la importancia del drama en las formas de representación de los relatos sobre todo en las producciones *amateurs*.

Precisamente a la luz de esta información sobre los géneros de las series web quizás se podría inferir, en el caso colombiano, la influencia del género telenovela. Esto podría ser abordado por futuros estudios interesados en comprobar cuáles son los referentes audiovisuales de los creadores y tratar de reconocer estos supuestos.

En la misma línea de identificar las características narrativas, cuando observamos los contenidos y después de reconocer los géneros que utilizan las series web, encontramos que estas

se han convertido en una herramienta para contar con facilidad temas que las series de televisión, no han tratado o lo han hecho cruzados por el humor. Al menos en Colombia. Específicamente nos referimos a narrativas sobre sexualidades diversas, que empiezan a ser visibles en el formato de las series web y que se cuentan, en su mayoría, bajo el género drama con historias en las que sus protagonistas no son heterosexuales aunque viven en una sociedad heteronormativa.

Este hecho, además de ser evidente en algunas producciones analizadas, coincide con las posiciones de los realizadores frente al formato, cuando sostienen que las *webseries* tienen un carácter flexible que les permite abordar temas que la televisión tradicional no trata.

Respecto a las características de producción, como se dijo páginas atrás, esta investigación halla que estamos ante un formato que abre posibilidades de realización no sólo a profesionales que trabajan para la industria, sino también a nóveles actores interesados en el campo audiovisual. Quizás porque al principio se asumió como propio de jóvenes aficionados, pronto adquirió características de realización de bajos presupuestos. El ingreso de la industria a la producción webserial introdujo mayores estándares de calidad.

Así las cosas y después de abordar los distintos aspectos de la pregunta sobre la caracterización de las series web proponemos entenderlas como un formato audiovisual que, al utilizar la web para su circulación, adquiere características técnicas como la interactividad y la migratoriedad y su consumo puede darse en diversas pantallas. De igual forma, la web como medio dota a las *webseries* de flexibilidad tanto en tiempos de duración, como en número de capítulos, géneros y temas a tratar. Además, sus relatos se estructuran de forma seriada, conservando las tipologías de sus predecesoras, las series de televisión. Finalmente, como producto de la cultura de la convergencia, permiten la participación de diversos actores, profesionales y no profesionales, en sus dinámicas de producción.

10.2 Los realizadores y sus prácticas en la creación de series web

El fenómeno de la producción de series web, como muchas otras prácticas, permitió la participación de más personas en los procesos de creación. Como lo expresa Deuze (2009), “las distinciones entre los actores tradicionales del proceso creativo se disuelven” (p. 475), lo que los resultados de esta investigación demuestran. Casi la mitad de la producción de *webseries* colombianas es realizada por actores que no trabajan oficialmente en la industria audiovisual.

Sin embargo, cabe otra interpretación adicional. Más que la participación de actores distintos a los tradicionales en los procesos de producción, el fenómeno de la cultura de convergencia democratizó la circulación de los contenidos a través de plataformas de libre acceso. Según algunos de los realizadores consultados, y coincidente con investigaciones sobre la producción de contenidos (Davis, 1997; De Kosnik, 2012; Hesmondhalgh y Baker, 2011; Moreno, 2018), desde que se crearon dispositivos de captura de video como las *handycam* o de filmación como las cámaras *Súper 8*, los aficionados al audiovisual o estudiantes de carreras afines a la realización han creado sus propios contenidos. Hasta ahora, estos no tenían las posibilidades de distribución que tienen ahora: “¿Cuándo habías pensado vos de estudiante, tener una cosa a la que pudiera acceder mucha gente? nunca jamás” (A. Gurisatti, comunicación personal, 30 de octubre, 2020). Desde ese orden de ideas, consideramos que la web ha propiciado la circulación de los contenidos y por eso hoy es fácil encontrarnos con productos audiovisuales tipo *webseries* realizados por *amateurs*.

Sorteada esa primera discusión y para responder a la segunda pregunta de esta investigación sobre cuáles son las características de los procesos de producción, tanto técnicos como narrativos, vinculados a la realización de una serie web de ficción por parte de los

realizadores colombianos, afrontamos de la caracterización de los creadores. En este sentido, encontramos que son personas con formación audiovisual, son *doctos*, siguiendo a Bourdieu (2007). Tanto profesionales como *amateurs* tienen estudios, universitarios o técnicos, en creación audiovisual. Inclusive varios de los profesionales de la muestra poseen estudios de postgrado, sobre todo en escritura de relatos.

La distinción entre los dos grupos de realizadores consultados radica en el aspecto *práctico* (Bourdieu, 2007): la experiencia, para los profesionales es amplia en contextos de producción audiovisual, mientras que la de los *amateurs* se reduce a prácticas ejecutadas en el marco de procesos de aprendizaje.

Estas dos ideas anteriores, sobre la formación (*doctos*) y la experiencia (*prácticos*) de los realizadores, nos lleva también a entender que si bien en repetidas ocasiones encontramos estudios sobre la producción de usuarios, para el caso de las *webseries* no existe una relación directa entre lo que Jenkins (2006) define como producción de *fans* y lo que en esta investigación consideramos creadores *amateurs*. De hecho, estos últimos son personas que, si bien no tienen o tienen una mínima experiencia en la producción audiovisual en procesos industriales, tampoco son simplemente usuarios consumidores de relatos. Son personas con intereses en el campo audiovisual, hasta el punto de que su formación se realiza en carreras afines a la comunicación y las artes visuales.

Al contrario, la participación de usuarios como consumidores, por lo menos en el caso de las series web, se limita a comentarios o acciones que evidencien gustos o disgustos con relación a los contenidos visualizados dentro de la misma plataforma, antes que la creación de nuevas

series web. Estos comentarios y acciones de los usuarios, gracias a las propiedades del medio, son generalmente conocidas y a veces respondidas por los mismos creadores.

Por otra parte, para los realizadores entrevistados una de las características más importantes de las series web es que son un formato que puede ser producido por creadores aficionados. De hecho, la mayoría está en desacuerdo con la idea de que las series web favorecen la precarización de la labor que algunos autores defienden (Banks y Deuze, 2009; Craig y Cunningham, 2019; Gill y Pratt, 2008; Ross, 2009). En ese sentido, y a partir de las ideas generales de los realizadores consultados, la presencia de creadores *amateurs* se sustenta en los conceptos de *labor apasionada* (Postigo, 2009) y *labor creativa* (Hesmondhalgh y Baker, 2011). En la mayoría de los casos referenciados por los realizadores *amateurs*, uno de los objetivos principales para realizar la serie web fue la creación simbólica.

Vale eso sí notar, que en la producción de series web en el contexto colombiano, al igual que en el español (v.g., De las Muñecas, 2016) se observa una presencia mayoritaria de hombres respecto a mujeres en roles de dirección. Estas diferencias de género son consideradas por algunos autores como una forma de precarización laboral (Gill, 2014; O'Brien, 2019; Wreyford, 2018). Debe reconocerse, eso sí, que en las producciones *amateur*, estas brechas de género son menores que en el caso de las obras de la industria. Consecuentemente, las *webseries* se presentan como una herramienta de expresión y visibilidad de las profesionales emergentes mujeres en mayor medida que los medios tradicionales.

Por otra parte, este estudio informa que no todos los realizadores tienen conocimiento o interés sobre los aspectos económicos de la obra audiovisual y de su propia retribución monetaria. Sin embargo, esto se puede explicar no como un hecho propio de la producción de

webseries amateurs, sino como una situación recurrente en las industrias creativas donde se identifican a menudo personas que en muchas oportunidades más que buscar un reconocimiento económico, procuran recompensas estéticas y morales y limitan su participación en transacciones económicas. (Huws, 2010)

Por otra parte, este estudio valida en sí mismo el análisis a los procesos de realización de series web a través de teorías como la *sociología de los profesionales del entretenimiento y de la producción cultural* (Morin, 1966) al existir dos tipos de realizadores, los profesionales y los *amateurs*, y observar cómo se comporta “el genio creador para lograr ese juego entre *individuación y standarización*” (p. 35). Recordemos que Morin en sus análisis de las prácticas de las industrias creativas identifica *zonas marginales* y *zonas centrales*. En las primeras supone que existe mayor libertad para la creación, pues se trata regularmente de obras independientes que están en los márgenes o la periferia de la industria. El caso contrario es el de las zonas centrales, en las que hay menos posibilidades de experimentación por hacer parte de la industria. Coherente con ello, en esta investigación se halla que todas las obras *amateurs* se encuentran en los márgenes de la industria. Asimismo, en esa zona marginal también se ubican las *webseries* realizadas por profesionales que no responden a un contrato laboral o la prestación de un servicio con retribución económica de por medio, pues la aprobación para circulación no depende de un externo a la producción. En ambos casos, las series web *amateur* y las realizadas por profesionales sin un contrato de por medio, al estar en zonas marginales, como nos advertía Morin (1966), tienen más posibilidades de experimentación.

Por su parte, las *webseries* de profesionales que tienen un contrato de por medio, ya sea un canal de televisión, una productora, una marca comercial o una entidad gubernamental son

consideradas en zonas centrales y, por lo tanto, se supone que sus creadores tienen menos posibilidades de experimentación.

Los factores económicos son una de las limitaciones identificadas de forma más recurrente por los creadores de series web, sobre todo, de aquellas catalogadas como pertenecientes a zonas marginales. Sus realizadores, cuando fueron en búsqueda de patrocinios, hallaron negativas por parte de empresas comerciales, particularmente relacionadas con los temas de narrativas que pretendían liberarse de los dictados *mainstream*. Sin embargo, estas limitaciones no fueron impedimento para la producción y posterior circulación de esos proyectos de *webseries*. Este formato tiene más posibilidades de producirse, a pesar de la dificultad para encontrar patrocinadores. Asimismo, el que las obras puedan realizarse, aunque los temas sean cuestionados por los potenciales financiadores, induce a insistir en las virtudes del formato para la experimentación creativa.

En lo referente a las *webseries* en zonas centrales, los realizadores generalmente declaran pocas o nulas restricciones por parte de la industria para la experimentación o el tratamiento de narrativas que en otros formatos tradicionales no son habituales. En algunos casos, similar a las *webseries* en zonas marginales, los realizadores profesionales encuentran negativas por parte de empresas comerciales que podrían patrocinar sus productos. Estas empresas se niegan a financiar obras que traten temas como las relaciones sexuales o la diversidad sexual.

Además de abordar temas que no son convencionales en medios como la televisión, algunos realizadores profesionales que produjeron su serie web mediados por un contrato laboral, tuvieron la oportunidad de experimentar con las formas del relato, cosa que no es posible en otros formatos.

En conclusión, las *webseries* permiten, a diferencia de otras manifestaciones audiovisuales, tratar temas marginales y centrales (Morín, 1966). No obstante, a diferencia de otros formatos, al utilizar la web como medio de circulación, ofrece mayores libertades para tratar temas poco convencionales en televisión y explorar relatos o técnicas, independientemente que sus realizadores estén en zonas centrales o al margen de la industria.

En el mismo sentido de lo anterior, este trabajo examinó las prácticas de realización, coherente con estudios previos que advierten de la importancia de analizar *el sentido de las prácticas* (Bourdieu, 2007) y *las prácticas televisivas* (Levine, 2001). En este sentido, los resultados de este trabajo hallan que, primero, las restricciones pueden ser más del orden ideológico y económico. Éstas últimas, no obstante, son fácilmente superadas porque las *webseries* son obras que pueden producirse con presupuestos más reducidos que los de la obra televisiva. Asimismo, el medio, que puede ser más restrictivo para las obras tradicionales, para las *webseries* lo es menos. Las posibilidades de circulación gratuita hacen que los creadores eviten bloqueos en la distribución de sus contenidos.

Segundo, las *webseries* se desarrollan en ambientes laborales tranquilos y agradables. Incluso, parecería que las mayores libertades para la creación que las caracterizan, generan más empatía entre los realizadores. En la producción webserial, se produce menor jerarquización de las labores, sobre todo en procesos *amateurs* o en los trabajos más creativos.

La memoria grata del proceso de producción que buena parte de los realizadores de *webserie* atesoran coincide con las ideas de Gill y Pratt (2008) cuando, a partir de la noción de *fábrica social*, identifican que, en el interior de las industrias creativas, la mayoría de las

personas sienten que su labor es profundamente satisfactoria e intensamente placentera. En el caso de las *webseries* los realizadores sienten gratificaciones positivas en esa línea.

Tercero, las rutinas laborales por lo general no se diferencian de las que habitualmente se llevan a cabo en procesos de producción de otros formatos audiovisuales. Las jornadas de trabajo en la etapa de producción son descritas como extenuantes. Dicho esto, en en las producciones independientes, las que no están mediadas por un contrato laboral o tarea académica, es decir, en aquellas *webseries* creadas por intereses personales de los realizadores, las rutinas laborales son más flexibles.

Cuarto, los procesos de creación de personajes e historias son similares respecto a otros formatos audiovisuales. Sin embargo, porque los relatos deben tener duraciones breves, los guionistas deben poner en práctica otras técnicas de escrituras: mientras el cine propone estrategias de concreción y la televisión de dilación, las *webseries* implican la condensación propias de tiempos de duración muy cortos.

Finalmente, las *webseries* producen la percepción de que existen mayores posibilidades de escuchar a las audiencias que otros formatos. No obstante, esta característica, como lo consideramos anteriormente, depende más del medio de circulación que de la *webserie* en sí. En realidad, aunque hay más posibilidades de conocer los intereses de los públicos, en muy pocos casos estos comentarios son tenidos en cuenta por los creadores de las *webseries* para generar cambios dentro de ella.

Para cerrar este segundo punto, reconocemos que las audiencias cada vez ganan más espacios como co-creadoras de contenidos gracias a las posibilidades que ofrece la web. Ahora bien, esto no significa que los realizadores *amateur* de *webseries* sean audiencias que han ganado

espacio para la producción. En general, estos realizadores son personas, que, aunque obviamente han estado del lado del consumo, se embarcan en la producción audiovisual por el interés personal de formar del campo de la realización audiovisual. Esta investigación encuentra que, en su mayoría, poseen algún tipo de formación para la producción.

La notable participación de nuevos actores en el terreno audiovisual se puede leer a través del concepto de *economía digital* (Terranova, 2000), que se caracteriza por la presencia de labores creativas y apasionadas y que permite la participación de profesionales y aficionados en los procesos de realización de *webseries*.

10.3 Estructuras de los relatos en las series web

Las narrativas seriadas hechas para la web tienen estructuras similares a las de los relatos audiovisuales realizados para medios tradicionales. Las tipologías utilizadas en series de televisión basadas en la continuidad o no de sus episodios se pueden aplicar a las series web. Así, los conceptos de serie, serial y antológicas propios de las estructuras seriadas (Comparato, 2016; Schlütz, 2015) pueden ser usados para caracterizar las ficciones de la web. La continuidad de los episodios y los relatos que narran las historias de personajes a lo largo de las *webseries*, son las formas de estructuración más comunes en las producciones de ficción para internet que se realizan en Colombia.

Ahora bien, para responder la tercera pregunta de investigación sobre cuáles son los aspectos estructurales (forma y contenido) de las series web de ficción profesionales y no profesionales producidas en el contexto colombiano, primero debemos considerar que el análisis estructural de los relatos es una teoría adecuada para analizar este tipo de narrativas. Aunque dimensiones como tiempo, modo y voz (Genette, 1998) fueron formuladas para el análisis de

relatos literarios son aplicables al estudio de los textos audiovisuales. En dicho aspecto, este trabajo confirma las propuestas de Gaudreault y Jost (1995) y Sánchez Noriega (2018).

La aplicación de dichas dimensiones arroja que los realizadores tienden a ordenar los relatos con temporalidades lineales. Asimismo, que estos, los relatos, tienen duraciones mucho menores que las historias y sus frecuencias son singulativas (Genette, 1998). Precisamente, estas características informan que, a pesar de que las *webseries* podrían, como lo analizamos en el apartado anterior, explotar las posibilidades de experimentación que ofrece internet, las actuales propuestas no son arriesgadas al punto de retar a las teorías audiovisuales tradicionales.

Consecuentemente, los resultados de esta investigación muestran que en las *webseries* predominan estructuras narrativas y estéticas conservadoras que no se alejan mucho de las formas de estructuración de las series de televisión tradicional. A pesar de ello, esta investigación revela que existen algunos casos aislados de series web que se aventuran a explorar lenguajes y tecnologías, como las producciones inmersivas que utilizan cámaras 360 donde la focalización depende del espectador. Futuros estudios podrían observar estos casos en detalle para enriquecer el conocimiento de la complejidad de la producción webseriada.

De igual manera, en cuanto a las dimensiones modo y voz en las que se explora la distancia del narrador respecto al relato, los resultados de esta investigación informan que en las *webseries* existen textos similares a los que encontramos en narrativas seriadas televisivas o autocontenidas como las del cine. Los narradores por lo regular se ubican fuera de la diégesis, distantes del relato y utilizan el presente en la narración. Debe considerarse, asimismo, que algunas *webseries* se apropian de narraciones en primera persona, muy comunes en el estilo de *YouTubers* y *vloggers*. Este tipo de obras, aunque pueden ser analizadas a través de teorías

tradicionales del relato, quizás puedan comprometerlas a futuro y obligar a la aparición de nuevas teorías.

Ahora bien, al observar las tendencias en los relatos y cotejarlas con las opiniones de los realizadores, encontramos que lo que llamamos estructuras conservadoras, son resultado de la homogeneidad en las influencias conceptuales que han recibido los creadores profesionales y *amateurs*. Las narrativas occidentales centradas en el paradigma aristotélico y las estructuras por pasos basadas en el monomito (Campbell, 2017), son las bases teóricas en las que se fundamentan los relatos de las *webseries*. No obstante, como concluye Tous (2010) para el análisis de las series de televisión, aún se hacen necesarias teorías que piensen las estructuras por episodios. Lo mismo parece aplicable a las *webseries*.

Desde ese orden de ideas, si bien en términos narrativos aún se pueden reconocer las series web como cercanas a sus homónimas para la televisión, hay que reconocer que son un producto de un nuevo medio como la web y que irán evolucionando al punto que pondrán en jaque las teorías tradicionales. Por eso se hace pertinente empezar a tener en cuenta para su estudio otras teorías de la narratología contemporánea, capaces de leer estructuras narrativas mediadas por lo digital que involucran otras formas de producción y de consumo.

En esa línea, este estudio identificó que algunos realizadores profesionales entrevistados (v.g., García, 2020; Trompetero, 2020) empiezan a reflexionar sobre otras estructuras como las circenses, que pueden contribuir a consolidar que las *webseries* afiancen una identidad. De hecho, esta investigación halla que estos creadores se preguntan por los cambios que inducen la narrativa digital. Como bien resume uno de los realizadores que formó parte de su muestra: “La pregunta fundamental de la dramaturgia clásica siempre fue ¿en qué va a terminar esto? En la

dramaturgia digital creo que la pregunta es ¿qué va a pasar ahora? (D. García, comunicación personal, 1 de noviembre, 2020)”.

Por ejemplo, las narrativas seriadas tienden a tener episodios de duración corta, esto podría implicar cambios sustanciales respecto al formato serial televisivo, sobre todo en la cantidad de tramas y personajes que precisan. Las discusiones inter-medios, consecuentemente, y el estudio de sus mutuas influencias, son un atractivo y necesario tema de investigación.

Este trabajo pudo observar que, a pesar de tratarse de que las *webseries* analizadas regularmente contienen episodios de corta duración, existen variadas producciones que desarrollan amplia diversidad en el número de tramas. Dicho esto, el presente estudio no pudo establecer una relación proporcional entre el número de capítulos y de tramas (v.g., a n duración en los capítulos, n número de tramas), porque la cantidad de episodios de las *webseries* es totalmente flexible. Futuros estudios con diseños metodológicos creados ad hoc harían bien en estudiar este aspecto.

Precisamente respecto al número de capítulos por temporada, todas las obras extraídas de *YouTube* para este estudio, etiquetadas como serie web o *webserie* por parte de sus creadores, tenían al menos 3 capítulos, siguiendo las primeras definiciones sobre el formato (v.g., Hernández, 2011). Ahora bien, mientras la cantidad mínima de episodios se establece en 3, este trabajo no puede identificar un número máximo estándar de capítulos pues se hallaron obras hasta con más de 50.

En cuanto a los personajes en el rol principal, la tendencia de la muestra analizada es que las *webseries* utilicen un solo protagonista. De hecho, en muy pocos casos se observan obras con repartos corales. Por su parte, respecto al número de personajes secundarios definidos por su rol actancial de acuerdo a la teoría de Greimas (2012), se pudo observar que, al igual que con el

número de tramas, la cantidad de capítulos y las duraciones temporales de éstos, no se puede establecer un número determinado estándar de personajes en las *webseries*. No obstante, se ha obtenido que, en general, las *webseries* tienen un número promedio de 6 personajes entre principales y secundarios.

Vale reconocer en las *webseries*, sobre todo en las realizadas por profesionales, que si bien como se indicó páginas atrás, aún existe un predominio de hombres en los roles productivos del formato, los relatos de los profesionales cuentan por igual historias tanto de hombres como de mujeres. En el caso de las obras *amateurs* pasa lo contrario. Mientras existe más equidad en el género de las personas que las dirigen, los relatos se encargan de narrar historias generalmente de hombres.

Por otra parte, en las series web si bien no se puede considerar tendencia, algunas producciones utilizan no sólo la plataforma *YouTube* para narrar los capítulos, sino que hacen uso de otros canales, que requieren otras dramaturgias para expandir sus relatos. Es el caso de obras que continuaban las historias de sus personajes en otras redes sociales creando contenidos a la medida de esas plataformas.

Esta idea, que insistimos es incipiente aún, fue esgrimida por varios realizadores cuando se les proponía imaginar el futuro de las series web. Para estas personas, el formato debe evolucionar hasta generar serialidad no solo entre los capítulos de una misma plataforma y un lenguaje particular, sino entre distintos soportes y sus lenguajes.

En consecuencia, un formato como la *webserie* valida la idea de la *narratología transmedial* que propone Ryan (2005) y en la que toma protagonismo el concepto de *modos narrativos* para distinguir entre textos narrativos y textos con menor narratividad. Pensar que la *webserie*, como la imaginan algunos de los realizadores, pueda empezar en una plataforma como

YouTube en un soporte audiovisual, continuar su segundo capítulo a través de una red social de carácter textual o gráfico y resolverse en un soporte sonoro a través de otro medio, sería un reto para el análisis estructural de los relatos en su formulación actual. Cada soporte le daría continuidad a la historia con un modo narrativo distinto, y alterando las dimensiones tiempo, modo, voz, y sus formas de recepción.

Precisamente esta propuesta de *narrativa transmedial* es coherente con las discusiones iniciales sobre los *nuevos medios* que abordamos a partir de Manovich (2017). De hecho, considera propiedades como la modularidad, la variabilidad, o la *migratoriedad*, propias de los objetos de los nuevos medios. Ello, coherente con Ryan (2005, p. 20) significaría no sólo el nacimiento de nuevas formas textuales y narrativas sino de géneros.

Finalmente, a medida que nuevas herramientas tecnológicas van apareciendo y un formato en evolución como la *webserie* las vaya incorporando para representar sus contenidos, nuevos conceptos se irán originando. Por lo pronto, algunos de ellos, como el de la *narratología transmedial*, se proponen como base para empezar a observar las posibles nuevas formas de representación de las series web.

10.4 Conclusiones

Las series web son un formato en desarrollo. A pesar de contar con una corta historia que se limita a menos de tres décadas de producción, tienen un recorrido interesante en el que se destaca sobre todo la capacidad de que su realización no sea exclusividad de la industria.

Tal como sucede con las series de televisión tradicional donde se han establecido diferentes eras, con el formato de las *webseries* podemos sugerir la existencia de diversas etapas en su proceso de desarrollo: la primera, la de los inicios *amateur*, se instala en la primera década del siglo XXI y se caracteriza por una producción experimental y de bajo presupuesto realizada

por jóvenes creadores que emularon un formato precedente como el de las series de televisión. La segunda, la entrada de la industria, que se desarrolla durante la segunda década ve la incursión de una industria audiovisual que inyecta mayores presupuestos, le imprime calidades *broadcasting* y encuentra modelos de negocio; y la tercera etapa, la de la consolidación de una identidad a la que recién estamos asistiendo, en la que se exploran nuevas formas narrativas propias de un objeto de los nuevos medios, donde se separan en estilo de las series de televisión y sus formas expresivas adquieren una identidad particular.

Precisamente, respecto a esta última etapa y aunque insistimos que la tendencia en las *webseries*, por lo menos en el caso de Colombia, aún revela una estrecha relación de la identidad de estas obras con la de las series de televisión tradicional, se avizoran propuestas experimentales que exploran tecnologías de captura de imagen más inmersivas, con el fin de construir narrativas que involucran otras formas de consumo más interactivas.

En ese mismo norte aparecen otras formas de planimetrías que rompen con la horizontalidad de la pantalla del televisor y viran a la verticalidad de los *smartphones*. En estos casos, parecería que los realizadores de series web están ávidos de tomar riesgos. A partir de nuestra propia experiencia y de las observaciones de este estudio, es clave que los programas formativos en áreas afines a la comunicación y la producción audiovisual se involucren con mayor fuerza en la experimentación con este formato. Como se evidenció a lo largo de esta investigación, las series web abren las puertas para que nuevos actores formen parte del escenario de la producción audiovisual.

En síntesis, este trabajo pone de relieve la vivencia y vividez del formato, el entusiasmo con el que los realizadores, profesionales o *amateurs*, lo acogen y las posibilidades de experimentación que presenta, en particular porque admite obras caras y baratas.

Además de sistematizar una amplia producción de obras consideradas *webseries* y con ello extraer una caracterización del formato para proveer una noción actualizada del mismo, esta investigación deja a disposición de próximas investigaciones una serie de herramientas de análisis de contenido o análisis estructural de los textos que pueden aplicarse no solo a series web sino a diversas obras audiovisuales que asumen nociones tradicionales y contemporáneas sobre el estudio de los relatos.

Asimismo, ofrece una matriz que permite indagar en profundidad con realizadores audiovisuales, diversos aspectos propios de teorías que se encargan de estudiar las profesiones, para con ello abordar futuros estudios sobre el campo audiovisual en diferentes contextos. Todas las herramientas utilizadas para la sistematización y el análisis de la información recogida por esta investigación, identifican categorías y dimensiones que permiten caracterizar el fenómeno desde el punto de vista narrativo, productivo y estético. Dichas herramientas fueron obtenidas a partir de la revisión exhaustiva de la literatura vinculadas y su adecuación resultó verificada por el trabajo empírico.

Finalmente, además de abordar teorías clásicas para el análisis de los relatos, esta tesis recoge apuestas conceptuales actuales de los nuevos entornos propios de la cultura de convergencia. A la luz del entusiasmo con el que se producen *webseries*, es posible que en los próximos tiempos asistamos al desarrollo de nuevos trabajos que repliquen y complementen el presente con estudios, particularmente en distintos entornos cross-culturales. Eso esperamos y deseamos.

10.5 Limitaciones

En el desarrollo de esta investigación exploratoria-descriptiva, observamos un fenómeno de producción audiovisual que ha experimentado un progresivo crecimiento durante los últimos

años en el contexto colombiano. Ello se evidencia en la identificación de 241 series web de ficción. Precisamente, aunque se realizó un proceso exhaustivo para hallar la muestra y se logró obtener ese número amplio que permite obtener resultados confiables se recomienda, en próximas investigaciones, continuar monitoreando la realización de *webseries*. Como se ha avanzado en este estudio, las *webseries* son un fenómeno que crece exponencialmente. Asimismo, en la misma línea, se invita a la observación de otras plataformas adicionales a *YouTube*.

Este trabajo sugiere que podrían existir rasgos comunes al fenómeno de la producción de series web en Colombia en otros contextos culturales. No obstante, recomienda que futuros estudios confirmatorios comparen o validen sus observaciones y resultados para determinar su grado de generalización. También, para determinar cuáles son los aspectos locales y de la globalización que se representan en los relatos. (Villegas-Simón y Soto-Sanfiel, 2021)

En la misma línea del alcance de sus resultados, creemos que debido a que la presente es una investigación descriptiva, no contiene un cruce de variables a nivel estadístico inferencial en el estudio cuantitativo de la primera etapa metodológica. Próximos trabajos, sin embargo, pueden basarse en el cuerpo de conocimiento teórico aportado por este estudio para realizar estudios confirmatorios que validen la relación de las variables más allá del azar.

En lo que respecta al componente cualitativo y específicamente en la segunda etapa que se destinó a indagar sobre los creadores profesionales y *amateurs*, si bien este estudio profundizó en los aspectos de la realización, futuras investigaciones podrían ahondar en variables que no fueron contempladas inicialmente en el cuestionario y que también pueden resultar de interés para comprender en todas sus vertientes el fenómeno. En esta línea, se sugiere estudiar en

profundidad los modelos de negocio de las *webseries*, mencionados, aunque escuetamente, por algunos realizadores.

Finalmente, respecto a la tercera etapa de la metodología dedicada al análisis estructural de las series web, se recomienda que próximas investigaciones acometan el análisis específico de la interactividad, que aunque fue abordado, admite mayor discusión. Concretamente, próximos estudios podrían estudiar las maneras cómo los usuarios interactúan en la plataforma con el contenido. Se trata éste de un nivel de interactividad identificado en la presente investigación consustancial con algunas de las series que utilizan la web para su circulación.

Referencias

- Adelantado, E. (2009). Entretenimiento móvil: de los contenidos de la industria a los contenidos del usuario. En M. De Aguilera y M. Meere. (Eds.). *Una tele en el bolsillo. La televisión en el teléfono móvil: contenidos, formatos, audiencias*. (pp. 41-67). Editorial Círculo de Estudios Visuales AdHoc. Colección Working Papers.
- Afettouche, J., y Ordóñez, L. M. (2016). *Primero Muerta Webserie : experiencia de realización de una serie web independiente*. [Trabajo de grado, Pontificia Universidad Javeriana]. Vitela. http://vitela.javerianacali.edu.co/bitstream/11522/7373/1/Primero_muerta.pdf.
- Agel, H. (1996). *Manual de iniciación al arte cinematográfico*. Rialp.
- Aguado, J.; Feijóo, C. y Martínez, J. (2013). Introducción: de la cuarta pantalla al medio líquido. En J. Aguado, C. Feijóo y J. Martínez. (Coord.). *La comunicación móvil. Hacia un nuevo ecosistema digital* (pp. 11-26). Gedisa Editorial.
- Ahuja, R. (2020). A study of effects of web series & streaming content on indian youth. *International Journal of Creative Research Thoughts*, 8(9), 1042-1055.
<https://www.ijcrt.org/papers/IJCRT2009142.pdf>
- Alacovska, A. y Gill, R. (2019). De-westernizing creative labour studies: The informality of creative work from an ex-centric perspective. *International Journal of Cultural Studies*, 22(2), 195 –212. <https://doi.org/10.1177/1367877918821231>
- Altafini, T. y Gamo, A. (2012). Web-séries no contexto dos universos narrativos expandidos. *Revista Geminis*, 1(1), 43-52.
<https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/28>
- Altman, R. (2000). *Los géneros cinematográficos*. Paidós.

- Álvarez, F.; Sánchez, F.; Hernández-Peñaloza, G.; Jiménez, D.; Menéndez, J.M. y Cisneros, G. (2019). On the influence of low-level visual features in film classification. *PLoS ONE*, 14(2), 1-29. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0211406>
- Álvarez, M. (2011, del 4 al 6 de mayo). Series para la web. Nuevos modelos y desafíos [conferencia]. *IV Congreso internacional sobre análisis fílmico. Nuevas tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales en la cultura digital contemporánea*. Castellón, España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=770135>
- Andrew, D. (1984). *Concepts in film theory*. Oxford University Press.
- Angarita, C. (2008, 8 de octubre). *Primera serie web colombiana. Produ.com* [Video]. YouTube. https://www.YouTube.com/watch?v=Vm5CHEW_89U
- Aquilina, P. (1999, abril 1). Teen cyberseries gear up for TV crossover. *Kidscreen*. https://kidscreen.com/1999/04/01/25035-19990401/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=25035-19990401
- Arendt, H. (2009). *La condición humana*. Paidós
- Aristóteles. (2014) *La Poética*. Éxito ediciones.
- Arthurs, J.; Drakopoulou, S. y Gandini, A. (2018). Researching YouTube. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(1) 3–15. <https://doi.org/10.1177/1354856517737222>
- Atarama-Rojas, T.; Gerrero-Pérez, E. y Gerbolini, V. (2020). Participation and transmediality: audience influence on web series. *International Journal of Communication*, (14). 3614-3632. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/14024/3144>
- Aumont, J. y Marie, M. (1990). *Análisis del film*. Paidós.

- Ávila, S. (2016). Risky : una serie web transmedia [Trabajo de grado, Pontificia Universidad Javeriana] Vitela. <http://hdl.handle.net/10554/20907>
- Azevedo, V. (2009). *Formatos narrativos audiovisuais para a web – a relevância da segmentação. Caso de estudo: Projecto Carne p'ra Canhão* [Tesis de maestría, Universidade de Aveiro]. *Ria, Repositório institucional*. <http://hdl.handle.net/10773/1213>
- Azevedo, R. (2017). Do brega paraense ao tecnobrega: história e tradição na websérie Sampleados. *Galaxia*, (35), 80-92. <https://doi.org/10.1590/1982-2554129873>
- Bal, M. (1990). *Teoría de la narrativa. Una introducción a la narratología*. Cátedra.
- Bal, M. (2008). *Narratology. Introduction to the Theory of Narrative*. University of Toronto Press.
- Bandonis, M. y Rele, N. (2020). Romantic female friendship as resistance: subversive web series in the United States and India. *New Review of Film and Television Studies*, 18(1), 65-82. <https://doi.org/10.1080/17400309.2019.1664052>
- Banks, J., y Deuze, M. (2009). Co-creative labour. *International Journal of Cultural Studies*, 12(5), 419-431. <https://doi.org/10.1177/1367877909337862>
- Bannan-Ritland, B. (2002). Computer-Mediated Communication, eLearning, and Interactivity: A Review of the Research. *Quarterly Review of Distance Education*, 3(2), 161-179. <https://eric.ed.gov/?id=EJ654230>
- Bañuelos, J. (2009). YouTube como plataforma de la sociedad del espectáculo. *Razón y Palabra*, (66). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520908014>

- Barbosa, F. (2013). *A produção independente de webséries pela perspectiva multiplataforma da televisão digital e internet* [Tesis de maestría, Universidade Estadual Paulista].
Repositório Institucional UNESP. <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/89550>
- Bardin, L. (1996). *El análisis de contenidos*. Akal Ediciones
- Barra, L. (2011). Lost on air: Le nuove temporalità della TV. En M. Scaglioni (Ed.), *La TV dopo la TV. Il decennio che ha cambiato la televisione: scenario, offerta, pubblico*. (pp. 107-120). Vita e Pensiero.
- Barrasa, Y. (2015, junio 18). Series web: revolución creativa en las redes. *Revista Arcadia*.
<https://goo.gl/mqy8HT>
- Barrios, K.; Sánchez, A. y Valencia, H. (2017). *Manglárico: Producción de una webserie desde la estética documental de Alejandro Cock Peláez* [Trabajo de grado, Universidad de Cartagena]. Repositorio Institucional.
<https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/5229/MANGL%C1RICO.pdf;jsessionid=817A96D7622166DA4AD1FF2F5E8EC199?sequence=1>
- Barthes, R. (2012). Introducción al análisis estructural de los relatos. En R. Barthes, A. Greimas, C. Bremond, J. Gritti, V. Morin, C. Metz, T. Todorov, y G. Genette (Comp.), *Análisis Estructural del Relato* (pp. 7-38). Ediciones Coyoacán.
- Becker, H. (2008). *Art Worlds*. University of California Press.
- Bejarano, A. y Benítez, J. (2017). *Usawa. La creación de una serie web a partir de la relación entre el amor y los sueños* [Trabajo de grado, Pontificia Universidad Javeriana] Vitela.
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/35882/TG-BEJARANO,%20ADRIANA.%20BENITEZ,%20JULIAN..pdf?sequence=5>

- Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. Yale University Press. <https://doi.org/10.1177/1084713807301373>
- Bernardelli, A. (2012). *Il trionfo dell'antieroe nelle serie televisive*. Morlacchi editore.
- Beugnet, M. y Schmid, M. (2017). *Proust at the Movies*. Routledge
- Bignell, J. (2007). Seeing and Knowing: Reflexivity and Quality. En J. McCabe y K. Akaas (Eds.) *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond*. (pp. 158-170), I.B Tauris.
- Blassi, A. (2020). *Analisi, semi seria, e con echi marxisti, di un fenomeno di costume: la telenovela Sud Americana*. Jacopo Lupi Editore.
- Blog.youtube. (2021). *Press*. <https://blog.youtube/press/>
- Bolter, D. y Grusin, R. (2000). *Remediation: understanding new media*. MIT Press.
- Bourdaa, M. (2011). Quality Television: construction and de-construction of seriality. En M. Pérez-Gómez (ed.), *Previously On. Estudios interdisciplinarios sobre la ficción televisiva en la Tercera Edad de Oro de la Televisión*. (pp. 33-43). Biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Siglo XXI Editores.
- Braudy, L. (2009). Genre: The Conventions of Connection. En L. Braudy y M. Cohen (Eds.), *Film Theory and Criticism* (pp. 535-551). Oxford University Press
- Braun, V. y Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Bremond, C. (2012). La lógica de los posibles narrativos. En R. Barthes; A. Greimas; C. Bremond; J. Gritti; V. Morin; C. Metz; T. Todorov; G. Genette. (Comp.), *Análisis Estructural del Relato*. (pp. 99-121). Ediciones Coyoacán.

- Brisset, D. (2010). *Análisis fílmico y audiovisual*. Editorial UOC.
- Brophy-Warren, J. (2009, agosto 25). How the Web Series 'The Guild' Stays Successful A Gaming Obsession Becomes a Starring Role. *The Wall Street Journal*.
<https://www.wsj.com/articles/SB10001424052970203706604574371032925896794>
- Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From production to produsage*. Peter Lang.
- Bucher, R. y Strauss, A. (1961). Professions in process. *American Journal of Sociology*, 66(4). 325-334. <https://www.jstor.org/stable/2773729>
- Burgess, J. y Green, J. (2009). *YouTube: Online video and participatory culture*. Polity Press.
- Bury, R. (2018). "We're not here" Fans, fan studies, and the participatory continuum. En M. Click & S. Scott (Eds.), *The Routledge Companion to Media Fandom*. Routledge.
- Cabrera, D. (2019). *Análisis de la narrativa audiovisual de la webserie "Las misses colombianas"* [Trabajo de grado, Universidad Pontificia Bolivariana]. Repositorio institucional UPB.
<https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/7091/38857.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Calabrese, O. (1984). Los Replicantes. *Analisi*, (9), 71-90.
<https://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/41269/88274>
- Calbreath-Frasieur, A. (2016). Localizing Sesame Street: The Cultural translation of the Muppets. En A, Esser; M, Bernal-Merino e I, Smith (Eds.), *Media Across Borders Localizing TV, Film, and Video Games*. (pp. 99-112). Routledge.
- Campbell, J. (2017). *El héroe de las mil caras. Psicoanálisis del mito*. Centro de Cultura Económica.

- Caro-González, F.; García- Gordillo, M. y Bezunartea-Valencia, O, (2014). La metodología mixta de investigación aplicada a la perspectiva de género en la prensa escrita. *Palabra Clave*, 17(3), 828-853. <https://www.redalyc.org/pdf/649/64931834010.pdf>
- Carr-Saunders, A. y Wilson, P. (1933). *The Professions*. Oxford. Clarendon Press.
- Carrasco, A. (2010). Teleseries: géneros y formatos. *Miguel Hernández Communication Journal*, (1), 174 - 200. <https://doi.org/10.21134/mhcj.v1i1.22>
- Carrión, A. (2019). La Quality TV y la edad de oro de las ficciones seriadas. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 24(46), 111-128. <https://doi.org/10.1387/zer.20386>
- Castells, M. (2000). *La cultura de la virtualidad real: de la integración de la comunicación electrónica, el fin de la audiencia de masas y el desarrollo de las redes interactivas*, en *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Alianza Editorial.
- Castro-Mariño, D. (2018). La audiencia social y el mundo narrativo de la ficción: análisis de los comentarios de los fans y community managers sobre la ficción televisiva y *webseries* españolas. *Palabra Clave*, 21(1), 86-110.
<https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/6810>
- Cebrián, M. (2009). Modalidades y niveles de interactividad en la televisión digital terrestre. *Ámbitos*, (18), 9-22. <https://www.redalyc.org/pdf/168/16812722001.pdf>
- Centro de Escritura Javeriano. (2020). Normas APA, séptima edición. Pontificia Universidad Javeriana, seccional Cali. https://www2.javerianacali.edu.co/centro_escritura/recursos/manualdenormasapaseptimaedicion#gsc.tab=0%C2%A0
- Cervantes, A. (2005). La Telenovela colombiana: un relato que reivindicó las identidades marginadas. *Investigación & Desarrollo*, 13(2), 280-295.
<https://www.redalyc.org/pdf/268/26813203.pdf>

- Chalfen, R. (1975). Cinema Naivete: A Study of Home Moviemaking as Visual Communication. *Studies in Visual Communication*, 2(2), 87-103. [https:// doi.org/10.1525/var.1975.2.2.87](https://doi.org/10.1525/var.1975.2.2.87)
- Châteauvert, J. (2014a). Les séries web de fiction. L'expérimentation. *Écranosphère*, (1).
<http://jeanchateauvert.ca/les-series-webs-de-fiction-lexperimentation/>
- Châteauvert, J. (2014b). Web series archives. The case of The Guild. *International Film Studies Spring School Cinema and Contemporary Visual Arts*. <http://jeanchateauvert.ca/web-series-archives-the-case-of-the-guild/>
- Chatman, S. (1980). *Story and discourse. Narrative structure in fiction and film*. Cornell University Press.
- Chicharro, M. (2017). Ficciones seriadas en televisión: aproximación cuantitativa y cualitativa al consumo de los estudiantes de Comunicación Audiovisual. El caso español. *Palabra Clave*, 20(1), 116-141. [https:// doi.org/10.5294/pacla.2017.20.1.6](https://doi.org/10.5294/pacla.2017.20.1.6)
- Christian, J. (2011). Fandom as industrial response: Producing identity in an independent web series. *Transformative Works and Cultures*, 8(1). [https:// doi.org/10.3983/twc.2011.0250](https://doi.org/10.3983/twc.2011.0250).
- Chwastiak, M. (1998a, julio 16). *Webisodics A Brief History*. The Sideroad.
<http://sideroad.com/gethooked/column10.html>
- Chwastiak, M. (1998b, julio 27). *Webisodics - Part Two: An Overview of the Current Field*. The Sideroad. <http://sideroad.com/gethooked/column11.html>
- Ciccoricco, D. (2012). Focalization and Digital Fiction. *Narrative*, 20(3), 255-276. <https://doi.org/10.1353/nar.2012.0021>
- Clark, D. (1997, marzo 20). *Net Storytellers, Beware: This Audience Talks Back*. The Wall Street Journal. <https://www.wsj.com/articles/SB858292931139268500>

- Coelho, D. y Lacerda, J. (2019). A produção de conteúdo audiovisual para a web: circulação e consumo da websérie SEPTO. En L. Lima (Org.), *Pesquisa em Arte, Audiovisual e Performances*, (pp. 46-59). Universidade Federal de Goiás.
- Comparato, D. (1999). La serie dramática. En L. Vilches (Comp.), *Taller de escritura para televisión* (pp. 19-54). Gedisa.
- Comparato, D. (2016). *De la creación al guión. Arte y Técnica de escribir para cine y televisión*. Sofar Editores.
- Copeland, J. (1997, enero 16). *American Cybercast Bankrupt. Failure for a big promoter of the Web as the new television*. E On-line. <https://www.eonline.com/news/33971/american-cybercast-bankrupt>
- Costas, N. (2015). *Las series en la tercera edad de oro de la ficción televisiva cambia la forma de ver televisión. El referente estadounidense: Game of Thrones* [Tesis doctoral, Universidad de Vigo]. Investigo. <http://hdl.handle.net/11093/549>
- Craig, D. y Cunningham, S. (2019). *Social Media Entertainment: The New Intersection of Hollywood and Silicon Valley*. NYU Press.
- Comisión de Regulación de las Comunicaciones. (2021). *Estudio sobre la industria de contenidos audiovisuales y pluralismo informativo en Colombia*. <https://www.crcm.gov.co/uploads/images/files/2021/Informe%20Ejecutivo%20Industria%20Contenidos%20AV.pdf>
- Creswell, J. (2015). *A concise introduction to mixed methods research*. Sage.
- Cuevas, E. (2014). *La narratología audiovisual como método de análisis*. Institut de la Comunicació (UAB). <https://dadun.unav.edu/handle/10171/35350>

- Davis, M. (1997). Garage Cinema and the future of Media Technology. *Communication of the ACM*, 40(2), 43-48. <https://doi.org/10.1145/253671.253697>
- Day, F. (2015). *You're Never Weird on the Internet (almost): A Memoir*. Simon and Schuster.
- Day, F. (2017). Between butch/femme: On the performance of race, gender, and sexuality in a YouTube web series. *Journal of Lesbian Studies*, 22(3), 267-281.
doi:10.1080/10894160.2018.1383800
- De Kosnik, A. (2013). Fandom as free labor. En T. Scholz (Ed.), *Digital labor: The Internet as playground and factory* (pp. 98-111). Routledge.
- De la Torre, T. (2016). *Historia de las series*. Roca Editorial.
- De las Muñecas, R. (2016). *Webseries: La (r)evolución audiovisual* [Tesis de doctorado, Universidad del País Vasco]. Dialnet.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=174468>
- Decreto 474 de 2020. (2020, 25 de mayo). Presidencia de la República.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=110937>
- Della, L. (1981). *Come si legge un film: introduzione critica ai generi e ai filoni cinematografici*. Bulzoni.
- Deuze, M. (2007a) Convergence culture in the creative industries. *International Journal of Cultural Studies*, 10(2), 243-263. <https://doi.org/10.1177/1367877907076793>
- Deuze, M. (2007b) *Media Work*. Polity Press.
- Deuze, M. (2009). Media industries, work and life. *European journal of communication*, 24(4), 467-480. <https://doi.org/10.1177/0267323109345523>

- Díaz-Bravo, L.; Torruco-García, U.; Martínez-Hernández, M. y Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, 2(7), 162-167. <http://www.scielo.org.mx/pdf/iem/v2n7/v2n7a9.pdf>
- Diego-González, P. y Herrero-Subías, M. (2010). Desarrollo de series online producidas por el usuario final: el caso del videoblog de ficción. *Palabra Clave*, 13(2), 325-336. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3423336>
- Douglas, P. (2011). *Cómo escribir una serie dramática para televisión*. Alba Editorial.
- Downes, E. & McMillan, S. (2000). Defining interactivity: A qualitative identification of key dimensions. *New Media & Society*, 2(2), 157-179. doi:10.1177/14614440022225751
- Drenan, M.; Baranovsky, Y. y Baranovsky, V. (2018). *Scriptwriting for Web Series. Writing for the digital age*. Routledge.
- Drzakowski, K. (2018). Paradox lost: Time travel and free will in the television show *Lost*. *Praxes of Popular Culture*, 9(1), 1-18. <https://doi.org/10.15291/sic/1.9.lc.1>
- Durkheim, E. (1984). *The Division of Labour in Society*. Macmillan.
- Eco, U. (1985). *De los espejos y otros ensayos*. Penguin Random House.
- Eco, U. (1993). *Lector In Fabula*. Lumen.
- Eco, U. (2007). TV: La transparencia perdida. En: J. Laferla (Comp.) *El medio es el diseño audiovisual* (pp. 231-240). Editorial Universidad de Caldas.
- Edgerton, K. (2013). *Byte-Sized TV: Writing the Web Series*. [Tesis de maestría, Massachusetts Institute of Technology]. MIT Libraries. <http://hdl.handle.net/1721.1/81078>
- Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales. (2020). *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2020*.

- <https://www.egeda.com/documentos/PanoramaAudiovisualIberoamericano2020/Panorama%20Audiovisual%20Iberoamericano%202020.pdf>
- Faleschini, G. (2018). Cybermoms and postfeminism in italian web series. *Gender / Sexuality / Italy*, (5), 141-159. <https://www.gendersexualityitaly.com/wp-content/uploads/2018/08/7.Faleschini-Lerner-Giovanna.Cyber-Moms-Post-Feminism-Italian-Web-Series.pdf>
- Fernández, E. (2017) *Big data: Eje estratégico en la industria audiovisual*. Editorial UOC.
- Fernández, E.; Neira, E. y Clares, J. (2016). Gestión de datos en el negocio audiovisual: Netflix como estudio de caso. *El profesional de la información*, 25(4). 568-577.
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/51626/31593>
- Fernández, J. I. y González, D. A. (2014). De los caminos del cine: La “Democratización de la producción” como devaluación artística y difusión desregulada o la gran paradoja de la era digital. *Revista Ábaco*, 1 (79), 89-98.
<http://www.revistas culturales.com/xrevistas/PDF/72/1766.pdf>
- Feuer, J. (2007). HBO and the Concept of Quality TV. En J. McCabe y K. Akaas (Eds.) *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond*. (pp. 145-157). I.B Tauris.
- Field, S. (2005). *Screenplay. The foundations of screenwriting*. Delta.
- Fisher, E. (2015). The Dialectics of Prosumption in the Digital Age. En O. Frayssé y M. O’Neil (Eds.). *Digital Labour and Prosumer Capitalism* (pp. 125-144). Palgrave McMillan.
- Fonseca, M. y Miranda-Ribeiro, P. (1999). Novelas y telenovelas: el caso brasileño en el contexto latinoamericano. *Anàlisi*, (23), 93-103.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=72389>

- Freidson, E. (1999). Theory of professionalism: Method and substance. *Revue Internationale de Sociologie*, 9(1), 117-129. <https://doi.org/10.1080/03906701.1999.9971301>
- Freitas, C., & Castro, C. (2010). Narrativas audiovisuales y tecnologías interactivas. *Revista Estudios Culturales*, (5), 19-42.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3739970>
- Frow, J. (2006). *Genre*. Routledge.
- Fuchs, C. (2012). Dallas Smythe today—the audience commodity, the digital labour debate, Marxist political economy and critical theory. Prolegomena to a digital labour theory of value. *Triple C*, 10(2), 692-740. <https://doi.org/10.31269/vol10iss2pp692-740>
- Fuller-Seeley, K. (2018). Archaeologies of Fandom Using Historical Methods to Explore Fan Cultures of the Past. En M. Click & S. Scott (Eds.). *The Routledge Companion to Media Fandom* (pp. 27-35). Routledge.
- Galán, E. y Del Pino, C. (2010). Jóvenes, ficción televisiva y nuevas tecnologías. *Área Abierta*, (25), 1-17. <https://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/ARAB1010130003A>
- Garnham, N. (2005). From Cultural to Creative Industries; An analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 15-29.
<https://doi.org/10.1080/10286630500067606>
- Gaudreault, A. y Jost, F. (1995). *El relato cinematográfico. Cine y narratología*. Paidós.
- Genette, G. (1989). *Figuras III*. Lumen.
- Genette, G. (1998). *Nuevo discurso del relato*. Cátedra.
- Giddings, R. y Selby, K. (2001). *The Classic Serial on Television and Radio*. Palgrave

- Gill, R. (2014). Unspeakable Inequalities: Post Feminism, Entrepreneurial Subjectivity, and the Repudiation of Sexism among Cultural Workers. *Social Politics International Studies in Gender State & Society*, 21(4), 1-20.
<https://doi.org/10.1093/sp/jxu016>
- Gill, R. y Pratt, A.C. (2008). In the social factory? Immaterial labour, precariousness and cultural work. *Theory, Culture and Society*, 25(7-8), 1-30.
<https://doi.org/10.1177/0263276408097794>
- Gillan, J. (2010). *Television and new media: Must-click TV*. Routledge.
- Giltrow, J. (2017). Bridge to Genre: Spanning Technological Change. En C. Miller y A. Kelly (eds.). *Emerging Genres in New Media Environments* (pp. 39-62). Palgrave Macmillan.
<https://doi.org/10.1007/978-3-319-40295-6>
- González de Garay, B. (2009). Ficción online frente a ficción televisiva en la nueva sociedad digital: diferencias de representación del lesbianismo entre las series españolas para la televisión generalista y las series para televisión. *Icono 14* (2).
<https://eprints.ucm.es/id/eprint/9856/>
- González, S. (2018). Desmontando estereotipos: la representación de la mujer lesbiana en la ficción digital. Análisis de la *webseries* Muñecas. *Revista Dígitos*, 4,117-130.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6453231>
- Goffman, E. (1961). *Encounters: Two studies in the Sociology of Interaction*. Penguin University Books.
- Gordillo, I. (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Intiyán Ediciones Ciespal.
- Gordillo, I. (2012). La representación del andaluz en web-series. *Palabra Clave*, 15(1), 54-81.
<http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v15n1/v15n1a04.pdf>

- Greimas, A.J. (2012). Elementos para una teoría de la interpretación del relato mítico. En R. Barthes; A. Greimas; C. Bremond; J. Gritti; V. Morin; C. Metz; T. Todorov; G. Genette. (Comp.) *Análisis Estructural del Relato* (pp. 39-76). Ediciones Coyoacán.
- Grignaffini, G. y Bernardelli, A. (2017). *Che cos'è una serie televisiva*. Carocci editore.
- Grove, E. (2009). *Raindance writers' Lab write + sell the hot screenplay*. Focal Press.
- Guest, G; Namey, E. y McKenna, K. (2016). How Many Focus Groups Are Enough? Building an Evidence Base for Nonprobability Sample Sizes. *Field Methods*, 29(1), 3-22.
<https://doi.org/10.1177/1525822X16639015>
- Gupta, P. (2021). The factors effecting shift of Indian customers from tv series to web series. The future of OTT services in India. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research*, 7(2), 143-150. <https://doi.org/10.36713/epra2013>
- Hamad, Z. (2018). *Audiencias de series web en Colombia: características del consumidor y perfil de sus hábitos de consumo* [Tesis de maestría, Universidad de la Sabana]. Intellectum. <http://hdl.handle.net/10818/34045>
- Harmon, D. (2009, agosto). *Story Structure*. Channel 101 Wiki.
https://channel101.fandom.com/wiki/Story_Structure_104:_The_Juicy_Details
- Hawkins, J. (2002). *The Creative Economy. How People Make Money from Ideas*. Penguin Books
- Heredia, V. (2017). Revolución Netflix: desafíos para la industria audiovisual. *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, (135), 275-296.
<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2776/2947>

- Hergesel, J. (2014). Considerações estilísticas sobre webséries brasileiras: a narrativa midiática no contexto do universo on-line. *Triade: comunicação, cultura e mídia*, 2(4), 229-230.
<http://periodicos.uniso.br/ojs/index.php/triade/article/view/2112>
- Hergesel, J. (2016, del 17 al 19 de junio). 15 Anos de pesquisa sobre websérie: levantamento bibliográfico [Ponencia]. *XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste*, São Paulo, Brasil.
https://www.academia.edu/26297629/15_anos_de_pesquisa_sobre_webs%C3%A9rie_levantamento_bibliogr%C3%A1fico
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education.
- Hernández, F. (2005). ¿De qué hablamos cuando hablamos de Cultura Visual?. *Educação e Realidade*, 30(2), 9-34.
<https://www.seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/view/12413/7343>
- Hernández, M. (2019). *Proceso de apropiación por parte de la comunidad LGBT del formato webserie en México. El caso de la webserie Con Lugar* [Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Querétaro]. Repositorio institucional UAQ. <http://ri-ng.uaq.mx/handle/123456789/1680>
- Hernández, P. (2011). Las *webseries*: evolución y características de las ficción española producida para internet. *Revista Faro*, (13), 94-104.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4159110>
- Hernández, P. (2013). *Webseries para la convergencia*. En L. Vilches. (Coord.) *Convergencia y transmedialidad. La ficción después de la TDT en Europa e Iberoamérica* (pp. 93-112). Gedisa Editorial.

- Hernández, S. (2019). *La violencia de género en la sociedad colombiana, representada en webserie policial y un guion* [Trabajo de grado, Pontificia Universidad Javeriana] Vitela.
<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/46875>
- Hernández, J. y Martínez, M. (2017). Nuevos modelos de consumo audiovisual: los efectos del binge-watching sobre los jóvenes universitarios. *adComunica*, (13), 201-221.
 doi:10.6035/2174-0992.2017.13.11.
- Herrera, S. (2019). Orígenes, desarrollo y actualidad de la telenovela mexicana. *Telos*, 21(1), 163-176. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99357718029>
- Herring, S.; Scheidt, L.; Bonus, A. y Wright, E. (2004). Bridging the gap: A genre analysis of weblogs. *Proceedings of the 37th Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-37)*, 1–11. <https://doi.org/10.1.1.160.939>
- Hesmondhalgh, D., y Baker, S. (2011). *Creative labour: Media work in three cultural industries*. Routledge.
- Hills, M. (2002). *Fan Cultures*. Routledge. <http://dx.doi.org/10.1016/j.asoc.2017.08.029>
- Hugues, E. (1952). The Sociological Study of Work: An Editorial Foreword. *The American Journal of Sociology*, 57(5), 423-426. <https://doi.org/10.1086/221010>
- Huws, U. (2010). Expression and expropriation: The dialectics of autonomy and control in creative labour. *Ephemera: Theory and Politics in Organization*, 10(3/4), 504-521.
<http://www.ephemerajournal.org/issue/digital-labour-workers-authors-citizens>
- Igartua, J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Bosch Comunicación.
- Innocenti, V. y Pescatore, G (2008). *Le nuove forme della serialità televisiva Storia, linguaggio e temi*. Archetipolibri.

- Iyer, K. y Siddhartha, A. (2021). Brand placement in web series: assessing consumer attitudes in India. *Innovate Marketing*, 17(2), 33-44. [https://doi.org/10.21511/im.17\(2\).2021.04](https://doi.org/10.21511/im.17(2).2021.04)
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture (Studies in Culture and Communication)*. Routledge.
- Jenkins, H. (2006). *Fans, Bloggers and Gamers: Essays on Participatory Culture*. NYU Press.
- Jenkins, H. (2008a). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Jenkins, H. (2008b). *From YouTube to WeTube*. Confessions of an Aca-Fan.
http://henryjenkins.org/blog/2008/02/from_YouTube_to_wetube.html
- Jenkins, H. (2009). What happened before *YouTube*. En J. Burgess & J. Green (Eds.), *YouTube: Online video and participatory culture* (pp. 109-125). Polity Press.
- Jenkins, H. (2018). Fandom. Negotiation and Participatory Culture. En P. Booth (Ed.). *A Companion to Media Fandom and Fan Studies* (pp. 13-26). Wiley Blackwell.
- Jenkins, H. y Deuze, M. (2008). Convergence Culture. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), 5-12.
<https://doi.org/10.1177/1354856507084415>
- Jensen, J. (1998). Interactivity: tracking a new concept in media and communications studies. *Nordicom Review*, 19(1), 185-204.
<https://www.semanticscholar.org/paper/Interactivity%3A-Tracking-a-New-Concept-in-Media-and-Jensen/b04de1353d87619b40102fcab04f393615ba4e10>
- Jost, F. (2005). Los formatos de tele-realidad. En C. Lacalle (Coord.). *De Signis 7/8. Los formatos de la televisión* (pp. 53-66). Gedisa

Jost, F. (2014). *Webseries y series de tv: idas y venidas. Narraciones en tránsito. CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 19, 39-51.

http://dx.doi.org/10.5209/rev_CIYC.2014.v19.43902

Kakkar, A. y Nayak, K. (2019). Analysis of product placement in web series and its influence on consumer buying behavior. *Global Journey of Management and Business Research: E Marketing*, 19(3), 20-27.

<https://journalofbusiness.org/index.php/GJMBR/article/view/2755>

Khanna, P. y Maviya, M. (2020). Identification of success factors for Mirzapur web series. *International Journal of Management*, 8(2), 21-27.

<https://doi.org/10.34293/management.v8i2.3351>

Kiousis, S. (2002). Interactivity: a concept explication. *New Media & Society*, 4(3), 355-383.

<https://doi.org/10.1177/146144402320564392>

Klein, T. (2014). Web serie – Between commercial and non-profit seriality. En M. Hartwig; E. Keitel y G. Süb. (Eds.), *Media Economies. Perspectives on American cultures practices* (pp. 3-14). Focal Point.

Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis. An introduction to Its Methodology*. Sage Publications.

Krüger, S. y Rustad, G. (2019). Coping with shame in a media-saturated society: Norwegian web-series skam as transitional object. *Television & New Media*, 20(1), 72-95.

<https://doi.org/10.1177/1527476417741379>

Kuhn, M. (2014). Web series between user-generated aesthetics and self-reflexive narration: on the diversification of audiovisual narrativon on the internet. En J. Alber y P. Hansen

- (Eds.), *Beyond Classical Narration. Transmedial and Unnatural Challenges* (pp. 137-160). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110353242>
- Kumode, R. (2015). *Webséries: Audiovisuais ficcionais seriados na web* [Tesis de maestría, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo]. Biblioteca Digital. <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/4762>
- Kumode, R. y Baitello, N. (2019). Webséries, vazio e repetição. *Revista de Arte, Arquitectura, Comunicação e Design*, 1(1), 89-108. <https://www2.faac.unesp.br/proart/index.php/proart/issue/view/1/2>
- Lacalle, M. (1990). *La serialidad en la información televisiva: los telediarios* [Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona]. Tesis Doctorals en Xarxa. <https://www.tesisenred.net/handle/10803/4202#page=1>
- Landow, G. P. (2009). *Hipertexto 3.0: la teoría crítica y los nuevos medios en una época de globalización*. Paidós.
- Lazzarato, M., y Negri, A. (2001). *Trabalho imaterial: formas de vida e produção de subjetividade*. DPyA.
- Lee, C. (2019). Web Series, *YouTube*, and Politics: Affective and Emotional Dimensions of WIGS Lauren's User Comments. *Social Media + Society*, 5(1), 1-12. <https://doi.org/10.1177/2056305118820766>
- Levine, E. (2001) Toward a paradigm for media production research: Behind the scenes at general hospital. *Critical Studies in Media Communication*, 18(1), 66-82. <https://doi.org/10.1080/15295030109367124>

- Lewin, K (1947). Frontiers in Group Dynamics: II. Channels of Group Life; Social Planning and Action Research. *Human Relations*, 1(2), 143-153. <https://doi.org/10.1177/001872674700100201>
- Ley 1955 de 2019. (2019, 25 de mayo). Congreso de la República. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=93970>
- Ley 814 de 2003. (2003, 2 de julio). Congreso de la República. Diario oficial No 45.237 <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8796>
- Lino, M. (2016). *Webseries*, original series e digital series: le forme delle narrazioni seriali nel web. *Between*, 6(11), 2-27. <https://doi.org/10.13125/2039-6597/2103>
- Lisboa, A.; Ferreira, F. y Santos, A. (2018). Ficção de fã no *YouTube*: do jogo The Sims 4 à web série Girls in the house. *Temática*, 14(1), 204-220. <https://doi.org/10.22478/ufpb.1807-8931.2018v14n01.37950>
- Lloret, N. & Canet, F. (2008). Nuevos escenarios, nuevas formas de expresión narrativa: La Web 2.0 y el lenguaje audiovisual. *Hipertext.net*, (6) <http://www.hipertext.net>
- Lobato, R. y Ryan, M. (2011). Rethinking genre studies through distribution analysis: issues in international horror movie circuits. *New Review of Film and Television Studies*, 9(2), 188-203. <https://doi.org/10.1080/17400309.2011.556944>
- López Vigil, J. (2005). *Manual urgente para radialistas apasionados*. AMARC.
- López, D. (2010) *Webseries*: Nuevo fenómeno de experimentación audiovisual y entretenimiento. <http://issuu.com/diegodario/docs/webseries>.
- Lüders, M.; Prøitz, L. y Rasmussen, T. (2010). Emerging Personal Media Genres. *New Media & Society*, 12(6), 947–963. <https://doi.org/10.1177/1461444809352203>

- Maigret, E. (2005). *Sociología de la Comunicación y de los Medios*. Fondo de Cultura Económica.
- Majek, D. (2012). *Webtelevision, webseries and webcasting. Case studies in the organization and distribution of television-style content produced online* [Tesis de maestría, Stockholms Universitet]. Archivo digital. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:552122/FULLTEXT02>
- Manovich, L. (2017). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Paidós Comunicación.
- Marsé, B. (2012). *YouTube. Las claves para aprovechar todas sus potencialidades*. Profit.
- Martín, M. (2014). Historias que se juegan. Las narrativas interactivas en los dispositivos móviles. En E. Marcos y F. Gómez-Tarín. (Eds.), *Narrativas [mínimas] audiovisuales* (pp. 344-363). Shangrila.
- Martínez-Salgado, C. (2012). El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias. *Ciência & Saúde Coletiva*, 17(3), 613-619.
<https://doi.org/10.1590/S1413-81232012000300006>
- Mascarenha, A. y Tavares, O. (2011). A construção de micromundos narrativos na web-série transmidiática Kirill. *Geminis*, 2(2), 65-89.
<https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/78>
- Mazziotti, N. (2006). *Telenovela: industria y prácticas sociales*. Editorial Norma.
- McGuigan, J. (2010). Creative labour, cultural work and individualisation. *International Journal of Cultural Policy*, 16(3), 323-335. <https://doi.org/10.1080/10286630903029658>
- McKee, R. (2015). *El guion. Sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. Alba.

- McLeod J. y Hawley, S. (1964). Professionalization among Newsmen. *Journalism Quarterly*, 41(4), 529-577. [https:// doi.org/10.1177/107769906404100406](https://doi.org/10.1177/107769906404100406)
- McMillan, S. (2000). Interactivity is in the eye of the beholder: function, perception, involvement, and attitude toward the web site. En M. A. Shaver (Ed), *Proceedings of the 2000 Conference of the american academy of advertising* (pp. 71-78). Michigan State University.
- McMillan, S. (2002). A four-part model of cyber-interactivity: some cyber-places are more interactive than others. *New Media & Society*, 4(2), 271-291. <https://doi.org/10.1177/14614440222226370>
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory*. Sage.
- Messenger, M. (2007). Quality and Creativity in TV: The Work of Television Storytellers. En J. McCabe y K. Akaas (Eds.) *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond* (pp. 171-184). I.B Tauris.
- Mieles, M.; Tonon, G. y Alvarado, S. (2012). Investigación cualitativa: el análisis temático para el tratamiento de la información desde el enfoque de la fenomenología social. *Universitas Humanística*, (74), 195-225. <http://www.scielo.org.co/pdf/unih/n74/n74a10.pdf>
- Miller, C. (2017). Where do genres come from? En C. Miller y A. Kelly (Eds.). *Emerging Genres in New Media Environments*. (1 - 34). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-40295-6>
- Mínguez, N. (2014). Más allá del marco referencial. Ficción y no ficción en la cultura audiovisual digital. *TELOS: Revista de Pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad*, (99), 126 - 134. <https://www.fundaciontelefonica.com/cultura-digital/publicaciones/telos-99/304/>

- Mittell, J. (2004). *Genre and Television*. Routledge.
- Mittell, J. (2006). Narrative Complexity in Contemporary American Television. *The Velvet Light Trap*, (58), 29-40. [https:// doi.org/10.1353/vlt.2006.0032](https://doi.org/10.1353/vlt.2006.0032)
- Moine, R. (2008). *Cinema Genre*. Blackwell Publishing.
- Monaghan, W. (2017). Starting from... now and the web series to television crossover: an online revolution? *Media International Australia*, 0(0) 1-10. [https:// doi.org/10.1177/1329878X17708842](https://doi.org/10.1177/1329878X17708842)
- Montoya, D. (2017, del 11 al 15 de septiembre). As Web Series da America Latina. [Conferencia]. V COCAAL - Colóquio de Cinema e Arte da América Latina, São Paulo, Brasil. [Archivo de video]. https://www.YouTube.com/watch?v=L_2FfotV3xQ
- Montoya, D. (2020, del 9 al 13 de noviembre). Caracterización de la producción de series web en el contexto latinoamericano: un estado del arte del formato [Ponencia]. XV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC). *Desafíos y Paradojas de la Comunicación en América Latina: las ciudadanías y el poder*, Medellín, Colombia.
- Montoya, D. y García, H. (2016). Estructuras narrativas en relatos cortos y serializados para la web. *Anagramas -Rumbos y sentidos de la comunicación-*, 15(29), 103-118. [https:// doi.org/10.22395/angr.v15n29a5](https://doi.org/10.22395/angr.v15n29a5)
- Moore, I. (2014). Cultural and Creative Industries concept – a historical perspective. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110(24), 738 – 746. [https:// doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.918](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.918)

- Mora, C.; Puccini, A. y Uribe, E. (2021). De los medios a la convergencia. La formación del espacio audiovisual ampliado en Colombia. *In Mediaciones de la Comunicación*, 16(1), 59-85. <http://doi.org/10.18861/ic.2021.16.1.3097>
- Morales, F. y Hernández, P. (2012, del 23 al 25 de mayo). La *webserie*: convergencias y divergencias de un formato emergente de la narrativa en Red. [Ponencia] *I Congreso Internacional de la Red Iberoamericana de Narrativas Audiovisuales (Red INAV)*. Málaga-Sevilla, España. <http://hdl.handle.net/11441/34320>
- Moreno, A. (2018). DIY y producción audiovisual amateur. Tensión en la construcción de las visualidades contemporáneas. *ANIAY, Revista de Investigación en Artes Visuales*, (3), 24-39. <https://doi.org/10.4995/aniav.2018.10052>
- Moreno, I. (2015) Interactividad, interacción y accesibilidad en el museo transmedia. *Zer: Revista de estudios de comunicación*, 20(38), 87-107. https://www.researchgate.net/publication/293838709_Interactividad_interaccion_y_accesibilidad_en_el_museo_transmedia
- Morin, E. (1966). *El espíritu del tiempo*. Taurus Ediciones.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication* (2nd ed.). Sage.
- Mulya, A. (2020). Visual analysis of product placement in the Nkcthi web series on Toyota Indonesia YouTube channel [Conferencia]. *International Proceeding Conference on Multimedia, Architecture & Design*, 1, 309-314. <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/imade/article/view/396>
- Murolo, L. (2020). *Series web en la Argentina*. Universidad Nacional de Quilmes Editorial.
- Neale, S. (2000). *Genre and Hollywood*. Routledge.

- Neale, S. (2012). Question of Genre. En B. Grant (Ed.), *Film Genre Reader IV* (pp. 178-202). University of Texas Press.
- Neuendorf, K. (2017). *The Content Analysis guidebook*. Sage.
- Niqui, C. (2014). *Los primeros 20 años de contenidos audiovisuales en Internet. 1000 obras y webs*. Editorial UOC.
- Northrup, P. (2001). A Framework for Designing Interactivity into Web-Based Instruction. *Educational Technology*, 41(2), 31-39. www.jstor.org/stable/44428657
- Núñez, T. y Loscertales, F. (2008). El cine de animación visto en casa: dibujos animados y TV. *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*, 16(31), 757-763. <https://doi.org/10.3916/c31-2008-03-078>
- O'Brien, A. (2019). *Women, Inequality and Media Work*. Routledge
- O'Sullivan, T. (1994). *Key concepts in communication and cultural studies*. Routledge
- OECD (2007). *Participative Web: User-Created Content. Working Party on the Information Economy*. <http://www.oecd.org/dataoecd/57/14/38393115.pdf>
- Olarte, G. (2020). *Oink por Oink, serie web de humor de actualidad colombiana* [Trabajo de grado, Universidad de Antioquia]. Repositorio institucional. <http://hdl.handle.net/10495/18934>
- Ong, W. (2006). *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*. Fondo de Cultura Económica.
- Otzen, T. y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>.
- Parsons, T. (1939). *The Professions and the Social Structure, Essays in Sociological Theory*. The Free Press.

- Paszkievicz, K. (2017). *Genre, ship and Contemporary Women Filmmakers*. University Press.
- Pauwels, M. C. (2015). Work and Prosumerism: Collaborative Consumption in the United States. En O. Frayssé & M. O'Neil (Eds.), *Digital Labour and Prosumer Capitalism* (pp. 66-84). Palgrave MacMillan.
- Pereira, Z. (2011). Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. *Revista Electrónica Educare*, 15(1), 15-29.
<https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/EDUCARE/article/view/867>
- Pérez, J. y Gómez, F. (2010). Paradigmas de la producción audiovisual en la web 2.0. *Razón y Palabra*, (72). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199514906039>
- Pérez, J. y Gómez, F. (2013). Nuevos formatos audiovisuales en Internet: cuando el usuario es quien innova. En E. Mira y M. De Salas (Eds.), *Prospectivas y tendencias para la comunicación en el siglo XXI* (pp. 167-187). CEU Ediciones.
- Peter, R. y Raj, M. (2021). Hierarchies of masculinities: an analysis of the characters in the Indian web series, Paatal Lok. *Mediterranean Journal of Social & Behavioral Research*, 5(2), 29-33. <https://doi.org/10.30935/mjosbr/10916>
- Piñeiro-Naval, V. (2020). La metodología de análisis de contenido. Usos y aplicaciones en la investigación comunicativa del ámbito hispánico. *Communication & Society*, 33(3), 1-16.
<https://doi.org/10.15581/003.33.3.1-15>
- Piscitelli, A. (1998). *Post/Televisión. Ecología de los medios en la era de internet*. Buenos Aires: Paidós Contextos.
- Poole, A. y Andújar, O. (2019). La *webserie* en el aula de ELE: una propuesta desde la interculturalidad. *Revista electrónica de didáctica del español lengua extranjera*, (31), 18-43. doi: 10.4438/1571-4667-redele

- Postigo, H. (2009). America Online volunteers: Lessons from an early co-production community. *International Journal of Cultural Studies*, 12(5), 451-469.
<https://doi.org/10.1177/1367877909337858>
- Powers, S.; Rothman, D. y Rothman, S. (2018). *Hollywood's America: Social and political themes in motion pictures*. Routledge
- Prado, E., Franquet, R., Ribes, X., Soto, M. T., y Fernández Quijada, D. (2006). *Televisió interactiva. Simbiosi tecnològica i sistemes d'interacció amb la televisió*. Quaderns del CAC. <https://www.cac.cat/es/documentacio/televisio-interactiva-simbiosi-tecnologica-i-sistemes-dinteraccio-amb-la-televisio-0>
- Prado, E., Franquet, R., Soto, M. T., Ribes, X., & Fernández Quijada, D. (2008). Tipología funcional de la televisión interactiva y de las aplicaciones de interacción con el televisor. *Zer: Revista de estudios de comunicació= Komunikazio ikasketen aldizkaria*, 13(25), 11-35. <https://doi.org/10.1387/zer.3570>
- Proimágenes. (2021, marzo). *Cine en cifras*. [Boletín].
https://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/Cine_en_cifras_20_ESP/index.html
- Prósper, J. y Ramón-Fernández, F. (2020). Propuesta de modelo de evaluación para *webseries*. *La Colmena*, (105), 65-76. <https://doi.org/10.36677/lacolmena.v0i105.12731>
- Punday, D. (2019). *Playing at narratology. Digital media as narrative theory*. The Ohio State University Press.
- Quintanilla, E. (2011). *Webseries y narrativa audiovisual: análisis de Malviviendo* [Tesis de maestría, Universitat Oberta de Catalunya]. Open Access UOC.

- http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/8629/1/equintanillam_TFM_0611.pdf
- Rafaeli, S. (1988). Interactivity: From new media to communication. *Sage annual review of communication research: Advancing communication science*, 16, 110-134.
https://www.academia.edu/533664/Interactivity_From_new_media_to_communication
- Rafaeli, S.; Sudweeks, F. (1 March 1997). Networked Interactivity. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2(4). <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00201.x>
- Ramírez, E. (2014) *Análisis de la narrativa audiovisual de la serie web 'Déjà Vu'* [Trabajo de grado, Universidad Pontificia Bolivariana]. Archivo digital.
http://biblioteca.upbbga.edu.co/docs/digital_28575.pdf
- Real Academia Española. (2020). *Informe sobre el lenguaje inclusivo y cuestiones conexas*.
https://www.rae.es/sites/default/files/Informe_lenguaje_inclusivo.pdf
- Ricoeur, P. (2002). *Del texto a la acción. Ensayos de hermenéutica II*. Fondo de Cultura Económica.
- Riffe, D.; Lacy, S. y Fico, F. (2014). *Analyzing Media Messages. Using Quantitative Content Analysis in Research*. Routledge.
- Rimmon-Kenan, S. (2005). *Narrative Fiction*. Routledge.
- Rincón, O. (2013). Narrativa fusión, formatos audiovisuales y el sabroso popular. En O. Rincón (ed.). *Zapping TV. El paisaje de la tele latina*. (pp. 39-50). FES Comunicación.
- Rodríguez, F. y Serrano, R. (2016). *Creación de personajes para series*. Instituto RTVE.
- Rogers, E. (1986). *Communication Technology. The New Media in Society*.
- Romaguera, J. (1999). *El lenguaje cinematográfico. Gramática, géneros, estilos y materiales*. Ediciones De La Torre.

- Ross, A. (2009). *Nice work if you can get it: Life and labor in precarious times*. NYU Press.
- Ruano, S. (2009). Internet y la telefonía móvil: nuevos soportes para distribuir contenidos audiovisuales. *Razón y Palabra*, (68).
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520297025>
- Ryall, T. (1970). The Notion of Genre. *Screen*, 11(2), 22–32.
<https://doi.org/10.1093/screen/11.2.22>
- Ryan, M. L. (2004). Will new media produce new narratives? En M. L. Ryan (Ed.), *Narrative across media: The languages of storytelling* (pp. 337-359). University of Nebraska Press.
- Ryan, M. L. (2005). On the Theoretical Foundations of Transmedial Narratology. En J., Christoph; T., Kindt y W. Schernus. (Eds.), *Narratology beyond literary criticism: mediality, disciplinarity* (pp. 1-24). Walter de Gruyter.
- Ryan, M. L. (2006). From Parallel Universes to Possible Worlds: Ontological Pluralism in Physics, Narratology, and Narrative. *Poetics Today*, 27(4), 633–674.
<https://doi.org/10.1215/03335372-2006-006>
- Ryan, M. L. (2012). Narration in Various Media. *The Living Handbook of Narratology*. (221-235). Hamburg University Press. <https://www.lhn.uni-hamburg.de/printpdf/article/narration-various-media>
- Sáez, C. (2010, del 3 al 5 de febrero). Series para móviles y series por Internet: el lenguaje de las nuevas pantallas y su aterrizaje en la televisión española [Ponencia]. *II Congreso Internacional Comunicación y Desarrollo en la Era Digital*, Málaga, España.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5405032>
- Saló, G. (2003). *¿Qué es eso del formato?: cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*. Gedisa.

- Saló, G. (2019). *Los formatos de televisión en el mundo. De la globalización a la adaptación local. Análisis de formatos nórdicos* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. E-Prints Complutense. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/56746/>
- Saló, G. y Maestro, S. (2018). El negocio de los formatos de televisión y su valor comercial como marca en el mercado internacional [Ponencia]. *VI Congreso Internacional AEIC: Comunicación & Conocimiento*, Salamanca, España.
<https://www.aeicsalamanca2018.org/wpcontent/>
- Sánchez-Noriega, J. (2018). *Historia del cine: teorías, estéticas, géneros*. Alianza Editorial.
- Sánchez-Navarro, J. (2006). *Narrativa Audiovisual*. Editorial UOC.
- Sarris, A. (2009). Notes on the Auteur Theory in 1962. En L. Braudy y M. Cohen (Eds.), *Film Theory and Criticism* (pp. 451-454). Oxford University Press.
- Saum-Pascual, A. y Schiwy, F. (2012) Desalmados. Hipertextos y biopolítica en el mundo de la *webserie* española. *Journal of Spanish Cultural Studies*, 13(1), 39-58,
<https://doi.org/10.1080/14636204.2012.740256>
- Schatz, T. (2009). Film Genre and the Genre Film. En L. Braudy y M. Cohen (Eds.), *Film Theory and Criticism*. (564-575). Oxford University Press.
- Schlütz, D. (2016). Contemporary Quality TV: The Entertainment Experience of Complex Serial Narratives. *Annals of the International Communication Association*, 40(1), 95-124,
<https://doi.org/10.1080/23808985.2015.11735257>
- Schneider, L. (2009). *Des series tele sur internet aux webseries. L'interaction tv / internet a travers les series* [Tesis de maestría Université Metz, Centre de recherche sur les médiations]. Archivo digital.
<https://www.youscribe.com/BookReader/Index/1989319/?documentId=1967067>

- Schrott, R. (2014). *Escribiendo series de televisión*. Manantial.
- Schrott, R. y Negro, M. (2017). *Escribiendo series web*. Manantial.
- Scolari, C. (2008). Hacia la hipertelevisión: los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. *Diálogos de la comunicación*, 77, 1-9.
<http://hdl.handle.net/10230/25464>
- Scott R. O. (1987). Meta-television: Popular postmodernism. *Critical Studies in Mass Communication*, 4(3), 284-300. <https://doi.org/10.1080/15295038709360136>
- Scott, S. (2019). *Fake geek girls: Fandom, gender, and the convergence culture industry*. NYU Press.
- Segarra-Saavedra, J. (2016). *Panorama español de las webseries publicitarias. Aproximación transmediática desde la perspectiva del branded content* [Tesis doctoral, Universidad de Alicante]. Archivo digital.
https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/63125/1/tesis_jesus_segarra_saavedra.pdf
- Segarra-Saavedra, J.; Hidalgo-Mari, T. y Tur-Viñes, V. (2016). Branded *webseries*. Acciones estratégicas del anunciante basadas en la ficción online corporativa y el marketing de contenidos. *Index Comunicación*, 6(2), 259-284.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5511315>
- Seiter, E. (2003). Television and the Internet. En J. Turow y A. Kavanaugh (Eds.), *The Wired Homestead. An MIT Press Sourcebook on the Internet and the Family* (pp. 93-116). The MIT Press.
- Silva, C., Zambrano, R., & Jiménez, G. (2012). Creatividad y producción audiovisual en la red: el caso de la serie andaluza Niña Repelente. *Fonseca, Journal of Communication*, (4), 2-22. <https://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/12044>

- Silva, E. y Barros, D. (2015, del 2 al 4 de julio). Estrutura Narrativa Seriada para Web a partir da Análise da Websérie Elemento [Ponencia]. *Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste*. <https://docplayer.com.br/12278232-Estrutura-narrativa-seriada-para-web-a-partir-da-analise-da-webserie-elemento-1.html>
- Silva, L. y Zanneti, D. (2013, del 3 al 5 de junio). A Websérie Como Produto Audiovisual [Ponencia]. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste*. https://www.academia.edu/5447945/A_Webs%C3%A9rie_Como_Produto_Audiovisual
- Silverston, R. (2005). The sociology of mediation and communication. En Calhoun, C., Rokek, C., & Turner, B.S. (Eds.), *The International Handbook of Sociology* (pp. 188-207). Sage.
- Simelio, N. (2010). La representación de las relaciones sociales en las series de ficción digitales creadas específicamente para Internet [Ponencia]. *Congreso Euro-Iberoamericano de Alfabetización Mediática y Culturas Digitales*, Sevilla, España. <http://hdl.handle.net/11441/56278>
- Simões, G.; Wehrmann, J.; Barros, R. y Ruiz, D. (2016, del 24 al 29 de julio). Movie Genre Classification with Convolutional Neural Networks [Ponencia]. *International Joint Conference on Neural Networks (IJCNN)*, Vancouver, Canadá. <https://doi.org/10.1109/IJCNN.2016.7727207>
- Smith, M. & Telang, R. (2016). *Streaming, Sharing, Stealing: Big Data and the Future of Entertainment*. The MIT Press.
- Smythe, D. W. (2006) On the Audience Commodity and its Work. En M. Durhan & D. Kellner (Eds.) *Media and Cultural Studies KeyWorks* (pp. 230-256). Blackwell Publishing.

Snyder, B. (2016). *Salva al gato. Guía para guionistas de todos los argumentos del mundo*.

Editorial Alba.

Sobchack, T. (2012). Genre Film: A Classical Experience. En B. Grant (ed.) *Film Genre Reader*

IV. (pp. 121-132). University of Texas Press.

Soto-Sanfiel, M.; Aymerich L; Ribes, F. (2010). Impacto de la interactividad en la identificación con los personajes de ficciones. *Psicothema*, 22(4) 822-827.

<http://www.psicothema.com/pdf/3807.pdf>

Staiger, J. (1997). Hybrid or Inbred: The Purity Hypothesis and Hollywood Genre History. *Film*

Criticism, 22(1), 5-20. <https://www.jstor.org/stable/44018896>

Stam, R.; Burgoyne, R. y Flitterman-Lewis, S. (1999). *Nuevos conceptos en la teoría del cine*.

Paidós.

Steuer, J. (1993). Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence. *Social*

Responses to Communication Technologies, 104, 3-25.

<http://papers.cumincad.org/data/works/att/27eb.content.pdf>

Strangelove, M. (2010). *Watching YouTube. Extraordinary videos by ordinary people*.

University of Toronto Press.

Stromer-Galley, J. (2004). Interactivity-as-Product and Interactivity-as-Process. *The Information*

Society, 20(5), 391-394. <https://doi.org/10.1080/01972240490508081>

Sugihartati, R. (2017). Youth fans of global popular culture: Between prosumer and free digital

labourer. *Journal of Consumer Culture*, 0(0) 1-19.

<https://doi.org/0.1177/1469540517736522>

- Suing, A.; González, V. y Aguaded, I. (2015). Géneros y formatos para la televisión digital. Análisis en los países andinos. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 14(27), 29-47. <https://doi.org/10.22395/anqr.v14n27a2>
- Surbezy, A. (2015). Las *webseries*: intermedialidad y multipantallas. En A. Florenchie y D. Breton. (Eds.). *Nuevos dispositivos enunciativos en la era intermedial* (pp. 179-201). Éditions Orbis Tertius.
- Tapscott, D. (2009). *La era digital: cómo la generación net está transformando al mundo*. McGraw-Hill.
- Taylor, S. (2015, del 15 al 17 de julio). It's the wild west out there: can web series destabilise traditional notions of script development? [Conferencia]. *Refereed Proceedings: Australian Screen Production Education and Research Association Annual Conference*. <https://www.semanticscholar.org/paper/%22It's-the-Wild-West-out-there%22%3A-Can-web-series-of-Taylor/5ab04c074580ba0fe7edabd3be7ab19563408a01>
- Terranova, T. (2000). Free labor: Producing culture for the digital economy. *Social text*, 18(2), 33-58. <https://web.mit.edu/schock/www/docs/18.2terranova.pdf>
- Terranova, T. (2004). *Network Culture: Cultural Politics for the Information Age*. Pluto Press.
- Thompson, R. (1997). *Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER*. Syracuse University Press.
- Todorov, T. (1971). The two principles of narrative. *Diacritics*, 1(1), 37-44. doi: 10.2307/464558
- Todorov, T. (1976). The origin of Genres. *New Literary History*, 8(1), 159-170. <https://doi.org/10.2307/468619>
- Todorov, T. (2006). *As estructuras narrativas*. Perspectiva.
- Toffler, A. (1980). *The third wave*. Bantam books.

- Tous, A. (2009). Paleotelevisión, neotelevisión y metatelevisión en las series dramáticas estadounidenses. *Comunicar, Revista Científica de Educomunicación*, 17(33), 175-183.
<https://doi.org/10.3916/c33-2009-03-009>
- Tous, A. (2010). *La era del drama en televisión*. UOC Press.
- Trejo, M. (2011). *La telenovela mexicana: Orígenes, características, análisis y perspectivas*. Editorial Trillas.
- Tuchman, G. (1973). Making News by Doing Work: Routinizing the Unexpected. *American Journal of Sociology*, 79(1).110-131. <http://www.jstor.org/stable/2776714>
- Tur-Viñes, V. y Rodríguez, 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*, (34), 115-131. <https://doi.org/10.7764/cdi.34.549>
- UNESCO (2010). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales*. <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/220384s.pdf>
- Universitat Autònoma de Barcelona. (2011). *Guía para el uso no sexista del lenguaje en la Universitat Autònoma de Barcelona*.
https://www.uab.cat/Document/964/953/Guia_uso_no_sexista_lenguaje2,0.pdf
- Universitat Autònoma de Barcelona (2019). *IV Plan de acción para la igualdad de género de la Universidad Autónoma de Barcelona Cuatrienio 2019-2023*. <https://www.uab.cat/doc/iv-pag-es>
- Urteaga, E. (2008). Sociología de las profesiones: una teoría de la complejidad. *Lan Harremanak. Revista de Relaciones*, (18), 169-198.
http://www.ehu.es/ojs/index.php/Lan_Harremanak/article/view/2812/2428

- Vaishnav, V. (2021). Portrayal of Female Identity in Digital Media: An Investigation Based on Selected Indian Web Series. *International Journal of Creative Research Thoughts*, 9(3). 5745-5749. <https://www.ijcrt.org/papers/IJCRT2103677.pdf>
- Vargas-Iglesias, J. (2020). Making sense of genre: The logic of videogame genre organization. *Games and Culture a journal of interactive media*, 15(2), 158-178. <https://doi.org/10.1177/1555412017751803>
- Vassallo, M. y Castilho, F. (2018). Recepção transmídia: perspectivas teóricometodológicas e audiências de ficção televisiva online. *Galaxia*, (39), 39-52. <https://doi.org/10.1590/1982-255435151>
- Velásquez, G. (2013). Convergencia de medios y nuevas formas de comunicación. *Revista Politécnica*, 9(16), 117-130. <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/pol/article/download/335/311/>
- Viguri, R. G. (2014). El modelo del entretenimiento educativo en la webnovela, caso Historias de culpa (2000). *Balajú. Revista de Cultura y Comunicación de la Universidad Veracruzana*, 1(1), 134-148. <http://revistas.uv.mx/index.php/balaju/article/view/1136/2155>
- Vilches, L. (2017). *Diccionario de teorías narrativas. Cine, televisión, transmedia*. Caligrama.
- Villegas, I. (2019). *Los formatos televisivos de ficción y su adaptación sociocultural Los misterios de Laura: caso de estudio*. [Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona]. Dipòsit digital de documents de la UAB. <https://hdl.handle.net/10803/667269>
- Villegas-Simón, I. y Soto-Sanfiel, M. (2021). Similarities in adaptations of scripted television formats: The global and the local in transnational television culture. *Poetics*, 86. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2020.101524>

- Vogler, C. (2002). *El viaje del escritor. Las estructuras míticas para escritores, guionistas, dramaturgos y novelistas*. Ma Non Troppo.
- Wehrmann, J. y Barros, R. (2017) Movie Genre Classification: A Multi-Label Approach based on Convolutions through Time. *Applied Soft Computing Journal*, 61, 973-982.
<https://doi.org/10.1016/j.asoc.2017.08.029>
- Wheatley, H. (2016) *Spectacular Television: Exploring Televisual Pleasure*. Tauris
- White, D. (1950). The Gate Keeper: A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, 27(4), 383-390. <https://doi.org/10.1177/107769905002700403>
- Williams, D. (2012). *Web TV series. How to make and market them*. Creative Essentials
- Wood, R. (2012). Ideology, genre, auteur. En B. Grant (ed.) *Film Genre Reader IV*. (pp. 78-92). University of Texas Press.
- Wreyford, N. (2018). *Gender Inequality in Screenwriting Work*. Palgrave Macmillan
- Yeates, R. (2018). Serial fiction podcasting and participatory culture: Fan influence and representation in The Adventure Zone. *European Journal of Cultural Studies*, 23(2), 1–21. <https://doi.org/10.1177/1367549418786420>
- Yin, Y. (2016). *An Analysis of Chinese Web Series Development and Strategy. Go Princess Go: A Case Study* [Tesis de maestría, Drexel University]. iDEA: Drexel Libraries E-Repository and Archives. <http://hdl.handle.net/1860/idea:6940>
- Zanneti, D. (2013). Webséries: narrativas seriadas em ambientes virtuais. *Revista Geminis*, 4(1), 69 – 88. <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/128>
- Zapata, M. y Ospina, C. (2004). Cincuenta años de la televisión en Colombia. Una era que termina. Un recorrido historiográfico. *Historia Crítica*, (28), 105-119.
<https://doi.org/10.7440/histcrit28.2004.04>

Zavala, L. (2003). *Elementos del discurso cinematográfico*. Universidad Autónoma Metropolitana – Xochimilco, Colección Libros de Texto.

Zboralska, E. (2017). No More Status Quo! Canadian Web-Series Creators' Entrepreneurial Motives Through a Contextualized "Entrepreneuring as Emancipation" Framework. *International Journal on Media Management*, 19(1), 29-53.
<https://doi.org/10.1080/14241277.2016.1270947>

Anexos

Anexo 1 *Listado de series web de ficción colombianas publicadas en YouTube.*

| Número de Serie web | Nombre de la serie web | Año de publicación | Ciudad | Género |
|----------------------------|-----------------------------------|---------------------------|---------------|----------------|
| SW001 | 4 Extraños en DC [T1] | 2008 | Bogotá | Comedia |
| SW002 | 4 Extraños en DC [T2] | 2009 | Bogotá | Comedia |
| SW003 | 4 Extraños en DC [T3] | 2010 | Bogotá | Comedia |
| SW004 | La loca política [T2] | 2010 | Medellín | Comedia |
| SW005 | 4 Extraños en DC [T4] | 2011 | Bogotá | Comedia |
| SW006 | Cositas de niñas [T1] | 2011 | Bogotá | Comedia |
| SW007 | Cositas de niñas [T2] | 2011 | Bogotá | Comedia |
| SW008 | La loca política [T3] | 2011 | Medellín | Comedia |
| SW009 | Algo animal | 2012 | Medellín | Comedia |
| SW010 | Fobia | 2012 | Medellín | Comedia |
| SW011 | La lista [T1] | 2012 | Medellín | Comedia |
| SW012 | La lista [T2] | 2012 | Medellín | Comedia |
| SW013 | Desocupe masivo | 2012 | Cali | Comedia |
| SW014 | Susana y Elvira [T1] | 2012 | Bogotá | Comedia |
| SW015 | Edipo presidente | 2012 | Barranquilla | Drama |
| SW016 | Déjà Vu | 2013 | Bogotá | Suspense |
| SW017 | El rehén | 2013 | Medellín | Drama |
| SW018 | El pandejo | 2013 | Medellín | Comedia |
| SW019 | Detrás del balón | 2013 | Bucaramanga | Comedia |
| SW020 | Felpas | 2013 | Bucaramanga | Comedia |
| SW021 | Crecí | 2013 | Bucaramanga | Comedia |
| SW022 | Aula 13 | 2013 | Medellín | Comedia |
| SW023 | Adulto contemporáneo – temporada1 | 2013 | Bogotá | Comedia |
| SW024 | Susana y Elvira [2] | 2013 | Bogotá | Comedia |
| SW025 | Vida pública [1] | 2013 | Bogotá | Comedia |
| SW026 | Los hombres también lloran | 2014 | Bucaramanga | Drama |
| SW027 | Mentes alternas | 2014 | Medellín | Drama |
| SW028 | Cataclismo | 2014 | Medellín | Terror |
| SW029 | Coctel 48 | 2014 | Medellín | Fantasía/SciFi |
| SW030 | Púrpura | 2014 | Medellín | Drama |
| SW031 | Terapia mortal | 2014 | Medellín | Suspense |
| SW032 | Aguanta finca | 2014 | Medellín | Comedia |
| SW033 | Café carreño | 2014 | Bucaramanga | Comedia |

| | | | | |
|-------|--------------------------------|------|-------------|----------|
| SW034 | 4 Extraños en DC [4] | 2014 | Bogotá | Comedia |
| SW035 | Entre panas [T1] | 2014 | Bogotá | Comedia |
| SW036 | Vida pública [T2] | 2014 | Bogotá | Comedia |
| SW037 | Conectándome con la U [T1] | 2014 | Bogotá | Comedia |
| SW038 | La ranga | 2014 | Bogotá | Comedia |
| SW039 | Las ye ye's [T1] | 2014 | Bogotá | Comedia |
| SW040 | Líbranos del mal | 2015 | Bogotá | Drama |
| SW041 | Se nos voltió | 2015 | Bogotá | Comedia |
| SW042 | 411 | 2015 | Medellín | Drama |
| SW043 | Conectados | 2015 | Medellín | Drama |
| SW044 | Del otro lado | 2015 | Bogotá | Suspense |
| SW045 | El concurso | 2015 | Medellín | Drama |
| SW046 | El ritual | 2015 | Medellín | Suspense |
| SW047 | Final de partida | 2015 | Bucaramanga | Drama |
| SW048 | Inmaduros | 2015 | Medellín | Comedia |
| SW049 | Pretensiones | 2015 | Medellín | Drama |
| SW050 | Primíparos [T1] | 2015 | Medellín | Comedia |
| SW051 | Primíparos [T2] | 2015 | Medellín | Comedia |
| SW052 | Meet Brad | 2015 | Medellín | Comedia |
| SW053 | Bea | 2015 | Bucaramanga | Drama |
| SW054 | A dos metros | 2015 | Bucaramanga | Comedia |
| SW055 | En alquiler | 2015 | Bogotá | Comedia |
| SW056 | 4 Extraños en DC [T7] | 2015 | Bogotá | Comedia |
| SW057 | Esa no soy yo | 2015 | Bucaramanga | Comedia |
| SW058 | Condor space | 2015 | Bogotá | Comedia |
| SW059 | Entre panas [T2] | 2015 | Bogotá | Comedia |
| SW060 | Entre panas [T3] | 2015 | Bogotá | Comedia |
| SW061 | Son de tijeras [T1] | 2015 | Bogotá | Comedia |
| SW062 | Fuera de mi | 2015 | Medellín | Drama |
| SW063 | Rafael Novoa [T1] Son de tacón | 2015 | Bogotá | Drama |
| SW064 | Conectándome con la U [T2] | 2015 | Bogotá | Comedia |
| SW065 | Todo queda en familia | 2015 | Bogotá | Comedia |
| SW066 | Las ye ye's [T2] | 2015 | Bogotá | Comedia |
| SW067 | Las ye ye's [T3] | 2015 | Bogotá | Comedia |
| SW068 | Lo prometido es deuda [T1] | 2015 | Bogotá | Comedia |
| SW069 | Arritmia [T1] | 2015 | Bogotá | Drama |
| SW070 | En el taxi | 2015 | Bogotá | Drama |

| | | | | |
|-------|--|------|-------------|----------|
| SW071 | Voz populi toons [T1] | 2015 | Bogotá | Comedia |
| SW072 | Destinity | 2016 | Cali | Drama |
| SW073 | El inadaptado | 2016 | Medellín | Comedia |
| SW074 | Frontera city | 2016 | Cúcuta | Drama |
| SW075 | 922 | 2016 | Medellín | Drama |
| SW076 | Cafe sobre todas las cosas | 2016 | Medellín | Drama |
| SW077 | Clase 10 [T1] | 2016 | Medellín | Comedia |
| SW078 | Clase 10 [T2] | 2016 | Medellín | Comedia |
| SW079 | Donde esta la abuela | 2016 | Medellín | Comedia |
| SW080 | Memoria 36 | 2016 | Medellín | Drama |
| SW081 | Sinesterra | 2016 | Bogotá | Suspenso |
| SW082 | Avulsión | 2016 | Bogotá | Suspenso |
| SW083 | 50%. | 2016 | Pereira | Drama |
| SW084 | Cuarto rojo | 2016 | Bucaramanga | Drama |
| SW085 | Estado civil | 2016 | Bogotá | Comedia |
| SW086 | Entre panas [T4] | 2016 | Bogotá | Comedia |
| SW087 | Las 13 [T1] | 2016 | Bogotá | Suspenso |
| SW088 | Chateo luego existo | 2016 | Bogotá | Drama |
| SW089 | Parceros | 2016 | Bogotá | Drama |
| SW090 | Son de tijeras [T2] | 2016 | Bogotá | Comedia |
| SW091 | Antonia | 2016 | Bogotá | Drama |
| SW092 | Mesa para camaleones | 2016 | Bogotá | Comedia |
| SW093 | #Blog | 2016 | Bogotá | Drama |
| SW094 | La vida es como | 2016 | Bogotá | Drama |
| SW095 | Las misses | 2016 | Bogotá | Comedia |
| SW096 | Nací en país equivocado [T1] | 2016 | Bogotá | Comedia |
| SW097 | Rafael Novoa [T2] Anónimo | 2016 | Bogotá | Drama |
| SW098 | Rafael Novoa [T3] Alter ego | 2016 | Bogotá | Comedia |
| SW099 | Rafael Novoa [T4] Hipótesis de un crimen | 2016 | Bogotá | Suspenso |
| SW100 | Conspiración póker | 2016 | Bogotá | Suspenso |
| SW101 | Revela2 | 2016 | Bogotá | Drama |
| SW102 | A lo Sánchez | 2016 | Bogotá | Comedia |
| SW103 | Arritmia [T2] | 2016 | Bogotá | Drama |
| SW104 | Misterios luna blu | 2016 | Bogotá | Suspenso |
| SW105 | Grandiosa familia [T1] | 2016 | Bogotá | Comedia |
| SW106 | El reflejo | 2017 | Pereira | Drama |
| SW107 | Trastorno | 2017 | Pereira | Suspenso |

| | | | | |
|-------|--------------------------|------|-------------|----------|
| SW108 | Cuarenta y pico | 2017 | Medellín | Drama |
| SW109 | El coste | 2017 | Medellín | Comedia |
| SW110 | El don | 2017 | Bucaramanga | Comedia |
| SW111 | El krapus | 2017 | Pereira | Drama |
| SW112 | Encorbatinados | 2017 | Armenia | Comedia |
| SW113 | Esta es mi historia [T1] | 2017 | Quibdó | Drama |
| SW114 | Esta es mi historia [T2] | 2017 | Quibdó | Drama |
| SW115 | Esta es mi historia [T3] | 2017 | Quibdó | Drama |
| SW116 | Esta es mi historia [T4] | 2017 | Quibdó | Drama |
| SW117 | Esta es mi historia [T5] | 2017 | Quibdó | Drama |
| SW118 | Esta es mi historia [T6] | 2017 | Quibdó | Drama |
| SW119 | Friendzone | 2017 | Medellín | Comedia |
| SW120 | Grietas | 2017 | Bogotá | Drama |
| SW121 | Saudade | 2017 | Pereira | Suspenso |
| SW122 | Sonder | 2017 | Pereira | Drama |
| SW123 | The gamer | 2017 | Medellín | Drama |
| SW124 | Uróboro | 2017 | Pereira | Drama |
| SW125 | Vida de chicas | 2017 | Cali | Comedia |
| SW126 | Endeudados | 2017 | Medellín | Comedia |
| SW127 | Tres Marías | 2017 | Pereira | Drama |
| SW128 | L 2-2 | 2017 | Bucaramanga | Comedia |
| SW129 | Casi5 | 2017 | Pereira | Comedia |
| SW130 | Despierta | 2017 | Pereira | Drama |
| SW131 | Love pain you | 2017 | Pereira | Drama |
| SW132 | Adn criminal | 2017 | Pereira | Drama |
| SW133 | Regrets | 2017 | Bucaramanga | Drama |
| SW134 | Testosterona pink | 2017 | Bogotá | Comedia |
| SW135 | Entre panas [T5] | 2017 | Bogotá | Comedia |
| SW136 | Las 13 [T2] | 2017 | Bogotá | Suspenso |
| SW137 | La senior | 2017 | Bogotá | Drama |
| SW138 | Los hinchas | 2017 | Bogotá | Comedia |
| SW139 | Los vecinos [T1] | 2017 | Bogotá | Drama |
| SW140 | Piel para vivir | 2017 | Bogotá | Drama |
| SW141 | Mucha mierda | 2017 | Bogotá | Comedia |
| SW142 | A quien le importa | 2017 | Bogotá | Drama |
| SW143 | #TBT Sin límites [T1] | 2017 | Bogotá | Drama |
| SW144 | La man cave | 2017 | Bogotá | Comedia |

| | | | | |
|-------|-------------------------------|------|-------------|----------------|
| SW145 | Senoscasa | 2017 | Medellín | Drama |
| SW146 | U3G | 2017 | Medellín | Drama |
| SW147 | Web o nada | 2017 | Bogotá | Comedia |
| SW148 | Vida pública [T3] | 2017 | Bogotá | Comedia |
| SW149 | Lo prometido es deuda [T2] | 2017 | Bogotá | Comedia |
| SW150 | # Hoy por ti | 2017 | Bogotá | Drama |
| SW151 | De profesión actor | 2017 | Bogotá | Comedia |
| SW152 | La vida es como [T2] | 2017 | Bogotá | Drama |
| SW153 | Grandiosa familia [T2] | 2017 | Bogotá | Comedia |
| SW154 | Whisper | 2018 | Medellín | Drama |
| SW155 | Click clack | 2018 | Medellín | Drama |
| SW156 | Esta es mi historia [T7] | 2018 | Quibdó | Drama |
| SW157 | Hoja de vida | 2018 | Manizales | Comedia |
| SW158 | Quibdó baila | 2018 | Quibdó | Drama |
| SW159 | Saturno | 2018 | Medellín | Drama |
| SW160 | ¿Y ahora qué? | 2018 | Bucaramanga | Comedia |
| SW161 | In-consciente | 2018 | Medellín | Drama |
| SW162 | La titular | 2018 | Medellín | Comedia |
| SW163 | Equivocado | 2018 | Bogotá | Drama |
| SW164 | Amor obsesivo | 2018 | Bogotá | Drama |
| SW165 | Coleccionista | 2018 | Medellín | Drama |
| SW166 | Azrael | 2018 | Medellín | Suspense |
| SW167 | Play list | 2018 | Pereira | Drama |
| SW168 | Aion | 2018 | Pereira | Suspense |
| SW169 | La sociedad de los prejuicios | 2018 | Bogotá | Drama |
| SW170 | Ser común | 2018 | Medellín | Drama |
| SW171 | Chonto y chicho | 2018 | Medellín | Comedia |
| SW172 | Lily | 2018 | Pereira | Fantasia/SciFi |
| SW173 | Guetto | 2018 | Bucaramanga | Drama |
| SW174 | El manual | 2018 | Medellín | Comedia |
| SW175 | La nena | 2018 | Bogotá | Comedia |
| SW176 | Pasada de moda | 2018 | Bogotá | Comedia |
| SW177 | Los vecinos [T2] | 2018 | Bogotá | Drama |
| SW178 | Café con leche | 2018 | Bogotá | Comedia |
| SW179 | Familia López [T1] | 2018 | Bogotá | Comedia |
| SW180 | Familia López [T2] | 2018 | Bogotá | Comedia |
| SW181 | Familia López [T3] | 2018 | Bogotá | Comedia |

| | | | | |
|-------|-----------------------------------|------|-------------|----------------|
| SW182 | Familia López [T4] | 2018 | Bogotá | Comedia |
| SW183 | Enamórate | 2018 | Bogotá | Drama |
| SW184 | La brega | 2018 | Bogotá | Comedia |
| SW185 | Elevados | 2018 | Bogotá | Comedia |
| SW186 | Los Corredor [T1] | 2018 | Bogotá | Comedia |
| SW187 | Los Corredor [T2] | 2018 | Bogotá | Comedia |
| SW188 | Mujeres de tiempo completo | 2018 | Bogotá | Comedia |
| SW189 | Nací en país equivocado [T2] | 2018 | Bogotá | Comedia |
| SW190 | Sinceradamente [T1] | 2018 | Bogotá | Comedia |
| SW191 | Sinceradamente [T2] | 2018 | Bogotá | Comedia |
| SW192 | # Minuto celular | 2018 | Bogotá | Comedia |
| SW193 | Roma | 2018 | Bogotá | Drama |
| SW194 | Pasada de moda - La edad versátil | 2018 | Bogotá | Drama |
| SW195 | Ding dong | 2018 | Bogotá | Comedia |
| SW196 | Un bosque encantado | 2018 | Bogotá | Fantasia/SciFi |
| SW197 | Mi primera vez | 2018 | Bucaramanga | Drama |
| SW198 | Grandiosa familia [T3] | 2018 | Bogotá | Comedia |
| SW199 | Urna de cristal | 2018 | Bogotá | Drama |
| SW200 | Piel para vivir [T2] | 2018 | Bogotá | Drama |
| SW201 | La vida es un meme | 2018 | Bogotá | Comedia |
| SW202 | El buitre | 2019 | Medellín | Drama |
| SW203 | Nos-otros | 2019 | Pereira | Drama |
| SW204 | 20º/h | 2019 | Medellín | Drama |
| SW205 | Yo soy ella | 2019 | Medellín | Comedia |
| SW206 | Por la u | 2019 | Cali | Drama |
| SW207 | The wich | 2019 | Pereira | Fantasia/SciFi |
| SW208 | Desencuentro | 2019 | Pereira | Drama |
| SW209 | Fragmentos de ciudad | 2019 | Bucaramanga | Drama |
| SW210 | Karma | 2019 | Medellín | Drama |
| SW211 | Signos | 2019 | Medellín | Drama |
| SW212 | Tela de araña | 2019 | Pereira | Suspense |
| SW213 | Alter ego | 2019 | Pereira | Suspense |
| SW214 | Nada es lo que parece | 2019 | Pereira | Drama |
| SW215 | ¿Qué? ¿estás bien? ¿quién eres? | 2019 | Bucaramanga | Suspense |
| SW216 | Roma | 2019 | Medellín | Drama |
| SW217 | Empoderadas | 2019 | Medellín | Drama |
| SW218 | Take tarake take | 2019 | Medellín | Comedia |

| | | | | |
|-------|----------------------------------|------|-------------|--------------------|
| SW219 | Éxito y fama | 2019 | Quibdó | Drama |
| SW220 | #TBT Sin límites [T2] | 2019 | Bogotá | Drama |
| SW221 | De levante | 2019 | Bogotá | Comedia |
| SW222 | Rafael Novoa [T5] Clonados | 2019 | Bogotá | Comedia |
| SW223 | Ella | 2019 | Bogotá | Drama |
| SW224 | Las ye ye's [T4] | 2019 | Bogotá | Comedia |
| SW225 | Ubicados | 2019 | Bogotá | Comedia |
| SW226 | Un cuarto para las cuatro | 2019 | Bogotá | Comedia |
| SW227 | Atendido por su propietario | 2019 | Bogotá | Drama |
| SW228 | Friendzone | 2019 | Bogotá | Drama |
| SW229 | La junta | 2019 | Bogotá | Comedia |
| SW230 | Todos primero | 2019 | Bogotá | Drama |
| SW231 | Bolívar <i>YouTuber</i> | 2019 | Bogotá | Comedia |
| SW232 | Mi mundo interior | 2019 | Bogotá | Drama |
| SW233 | La tía en miami | 2019 | Cali | Comedia |
| SW234 | Patchers | 2019 | Bogotá | Drama |
| SW235 | Millennial arcade | 2019 | Bogotá | Comedia |
| SW236 | Los sastres | 2019 | Bogotá | Fantasía/SciFi |
| SW237 | La tía cecí | 2019 | Bucaramanga | Comedia |
| SW238 | Cata mestiza | 2019 | Medellín | Aventuras y acción |
| SW239 | Con todos los poderes | 2019 | Bogotá | Comedia |
| SW240 | El misterio de la condesa | 2019 | Medellín | Suspenso |
| SW241 | Siempre en la vía, cuida la vida | 2019 | Bogotá | Comedia |

Anexo 2 *Ficha de análisis para la recolección y sistematización de las series web.*

| Ficha técnica | Aspectos de contenido | Aspectos del formato | Aspectos de publicación | Asp. calidad | Aspectos de la realización |
|--|-----------------------|----------------------|-------------------------|--------------|----------------------------|
| Nombre de la serie web | | | | | |
| Año de la publicación | | | | | |
| Ciudad de producción | | | | | |
| Género | | | | | |
| Subgénero | | | | | |
| Tema | | | | | |
| Propósito | | | | | |
| Tipo de imagen | | | | | |
| Presencia de interactividad | | | | | |
| Nivel de interactividad | | | | | |
| Tipología de la <i>webserie</i> | | | | | |
| Número de temporadas | | | | | |
| Número de capítulos | | | | | |
| Duración por capítulo | | | | | |
| Duración promedio por capítulo | | | | | |
| Fecha de publicación del primer capítulo | | | | | |
| Forma de publicación | | | | | |
| Periodicidad de la publicación | | | | | |
| Tipo de publicación | | | | | |
| Calidad de la serie web | | | | | |
| Niveles de fallos [Cámara – Iluminación – Sonido – Edición y postproducción] | | | | | |
| Créditos artísticos | | | | | |
| Dirección [Sexo atribuible al nombre] | | | | | |
| Créditos profesionales [Productoras – Empresas – Canales de TV - Gubernamentales – Instituciones educativas] | | | | | |
| Créditos <i>amateurs</i> [Procesos académicos – Colectivos – Personas naturales] | | | | | |
| Apoyos y agradecimientos | | | | | |

Anexo 3 *Cuestionario para la entrevista semiestructurada a realizadores de series web.*

Preguntas sobre la formación

¿Tiene estudios en el ámbito audiovisual? ¿Qué grados tiene?

¿Considera indispensable una formación académica para dedicarse a la producción audiovisual?

Preguntas sobre la experiencia

¿Cuántos años de experiencia en el ámbito audiovisual tiene?

¿En qué ha trabajado?

Específicamente en la producción de series web ¿Cómo ha sido su experiencia?

Enfoquémonos en la(s) serie(s) web que ha producido: empecemos definiéndolas ¿Para usted qué es una serie web?

¿Cómo fue esa(s) experiencia(s)? ¿Fue contratada por alguien, un proyecto personal, por qué la realizó?

¿Qué rol(es) desempeñó en la(s) serie(s) web?

¿Cuáles considera usted que son los roles imprescindibles para la producción de una serie web?

¿Existe alguna diferencia en la producción de una serie web versus otro tipo de realizaciones audiovisuales? Si existe, ¿Hay algún cambio en el rol particular que ejerce ?

Preguntas sobre las rutinas laborales

¿Cuánto duró la producción de la serie web?

¿Obedecían a horarios? ¿Cuánto tiempo duraba la jornada laboral?

¿Siente que hay diferencias muy marcadas en las rutinas laborales de una serie web frente a otro tipo de producciones de televisión tradicional? En el rol en particular

Desde su rol ¿Siente que hay más o menos posibilidades creativas en la realización de la(s) serie(s) web?

¿El proceso creativo es el mismo? ¿Existen diferencias o semejanzas?

¿Cuáles fueron las mayores dificultades que tuvo que enfrentar en el proceso de realización de la(s) serie(s) web? ¿considera que estas dificultades son las mismas o hay diferencia frente a otro tipo de producciones audiovisuales?

¿Considera que existió alguna restricción desde su rol para la realización de la serie web?
Si hubo restricciones ¿considera que es igual o distinto respecto a otro tipo de producciones audiovisuales?

¿Cómo sorteó ese tipo de restricciones?

¿Cómo fue el tema de los presupuestos? ¿Los considera suficientes, limitados?.

En una serie web como en la que participó ¿cuánto presupuesto aproximadamente requirió?

¿Cómo fue en general el ambiente laboral durante la producción de la serie(s) web?

Las rutinas laborales de la producción audiovisual son extenuantes y en muchas oportunidades estresantes, ¿considera que en la realización de la serie web fue mayor o menor esos niveles de estrés frente a otro tipo de producciones audiovisuales?

Preguntas sobre el proceso creativo

¿Dónde escribió la serie web?

¿Cuánto tardó en la escritura del guión?

¿Produjo el guión de toda la serie antes de producirse, o fue un proceso de capítulos? ¿Cómo fue ese proceso de creación?

¿Qué técnicas utiliza regularmente para la creación del guión? ¿sigue un autor en particular?

¿Tiene en cuenta los comentarios de los usuarios en redes sociales respecto a la serie web para generar cambios en los guiones futuros o en aspectos que afecten a los personajes?

El resultado final, incluida la respuesta de los usuarios ¿le ha dejado satisfecho(a)?

Preguntas sobre las remuneraciones

¿Recibió compensación económica por la producción de la serie web? Fue mayor o menor que lo que recibe en otro tipo de producciones, le parece justa

¿Ha trabajado o trabajaría en la producción de una serie web sin recibir pago? Si es así, ¿por qué lo hizo?

¿Cree que una persona que inicia en el ejercicio de la producción audiovisual de series web, debería realizar la labor de forma gratuita?

¿Cree que las series web, debido al acceso a los medios audiovisuales, podrían precarizar la producción audiovisual?

¿Qué piensa de las series web *amateurs*?

¿Qué piensa de las series web profesionales?

¿Considera que las series web *amateur* pueden competir con series web profesionales?

¿Qué piensa usted de la inclusión de las grandes productoras audiovisuales en el espacio de las series web?

Adicionalmente a estas preguntas que surgieron de las variables definidas en la matriz, al conjunto de realizadores se les indagó en preguntas adicionales sobre el formato.

Preguntas adicionales sobre el formato

¿Considera que las series web pueden ser un formato que se produzca ahora porque están de moda o van a perdurar en el tiempo?

¿Cree que van a cambiar en las formas de producción? ¿cómo?

¿Cómo es una serie web ideal para usted? ¿Qué características debería tener?

Anexo 4 *Sitio web con entrevistas verbatim y fichas de análisis.*

Para consultar la transcripción de las entrevistas a los realizadores de *webseries*, la matriz de análisis de contenido completamente diligenciada y las fichas con el análisis estructural de los relatos se creó un sitio web cerrado y al que se puede acceder a través del siguiente *link*.

<https://sites.google.com/view/series-web/>