

ESTRATEGIAS CREATIVAS PARA EL DESARROLLO DE FORMATOS WEB DE FICCIÓN

Por Paula Hernández (@Enawebseriada)

Las webseries son series de ficción creadas para ser emitidas por Internet. Se trata de una nueva forma de producción de ficción, dirigida a un nuevo público y emitida en un nuevo medio, que presenta características propias diferentes a las ofrecidas por las ficciones de los medios tradicionales (Hernández, 2013).

1. Los primeros experimentos de ficción en Internet

Los pioneros en la experimentación de ficción seriada para la Web fueron profesionales de la televisión que investigaban la respuesta de los usuarios hacia los contenidos ‘televisivos’ en Internet. De esta forma nace en 1995 la primera webserie en Estados Unidos: ‘The Spot’. Inspirada en la exitosa ‘Melrose Place’, presentaba un argumento similar a través de capítulos de 5 minutos de duración e interactivos de forma que los usuarios podían, a través de comentarios, influir en la trama. La webserie funcionó a la perfección logrando hasta 100 mil visitas diarias, algo que por aquellos años causaba un fallo continuo en los servidores –poco acostumbrados a la afluencia masiva de usuarios–. Este exitoso estreno consiguió el sponsor de algunas marcas que facilitaron la supervivencia de la webserie durante un tiempo. También financiada con publicidad, nace en 1997 la webserie *Homicide: Second Shift*. Dirigida por Scott Zaccarin, se trataba de un correlato en Internet de la serie de televisión *Homicide: Life on the Street* (NBC). Es uno de los primeros intentos por hacer converger un mismo hilo argumental entre televisión e Internet, uno de los primeros ejemplos de narración transmediática mediante webseries.

A principios de la década de los 2000 se produce la crisis de la burbuja puntocom que hace perder confianza en Internet como nuevo medio de comunicación. Los medios tradicionales retiran sus incipientes apuestas de ficción para la Red y observan al nuevo medio digital con reticencias.

2. Los usuarios como productores de webseries

Es entonces cuando toman el relevo los usuarios y se convierten por vez primera en productores de ficciones seriadas para Internet. El fenómeno, en aquel momento, experimenta un crecimiento exponencial. En Estados Unidos aparecen webseries que fascinan a millones de usuarios. Prom Queen, con episodios en forma de corto diseñados para verlos fácilmente en múltiples plataformas, y con más de 20 millones de visualizaciones de 2007 hasta hoy. O *The annoying Orange* de Dane Boedigheimer que logró acumular más de 380 millones de visitantes en su canal de Youtube.

En España es a partir de 2004 cuando este fenómeno empieza a aumentar. Ese mismo año nace en Barcelona la primera webserie realizada en Flash a nivel mundial: *Cálico Electrónico*. Los capítulos de *Cálico Electrónico* no bajaban del millón de visitas (4 temporadas con 6 capítulos cada una). A raíz del éxito obtenido los creadores se constituyeron en una productora independiente, Nikodemo Animation, y apostaron por traducir la serie web al inglés y al francés. Convirtiéndose, así, en la primera Webserie española de éxito internacional.

A partir de entonces empiezan a nacer webseries tan emblemáticas como *Qué vida más triste*, *Malviviendo*, *Lo que surja o Pendiente de título*. Es en estos años de proliferación de ficción para Internet cuando Andalucía se alza como “El Hollywood de las webseries” (El País), el hervidero de la creación digital. Y no solo por la cantidad de series online que se producen si no por la calidad. Sobre todo es el caso de tres producciones que llaman la atención en esos primeros años: ‘Malviviendo’, ‘Honorio, tu obispo más cercano’ y ‘trilogía sevillana’.

Más tarde y para confirmar el reinado del sur en la creación de webseries, aparecieron: *Niña Repelente*, *Shepperton*, *Treintañeros*, *Hoy puede ser un gran día*, *Peña Malaguitas FC*, *Generación Z*, *Capitán Nazareno*, *The Becquer’s Guide*, *EL reto*, *Barra Libre*, *Malo Montano*, *La grieta*, *Comaland*, *40añeraslaserie...*

3. Webseries para todo y para todos

Poco a poco los usuarios dejan de ser los únicos productores de ficción para Internet y los profesionales del sector audiovisual como cineastas, actores y productores americanos están creando sus propias webseries. Tom Hanks ha producido *Electric City* una webserie animada emitida por Yahoo. Lisa Kudrow presenta la 3ª Temporada de su webserie ‘*Web Therapy*’. Ricky Gervais y Jerry Seinfeld anuncian sus propias webseries. Bryan Singer, director de X-men, dirige *H+* una webserie de ciencia ficción. E incluso el gigante Netflix, en 2013, ha estrenado *House of cards* y *Orange is the New Black*, ficciones pensadas para ser emitidas en exclusiva por Internet. De esta manera, *House of cards*, se convirtió en la primera webserie que ganó un Emmy.

En España también vemos cómo rostros conocidos también empiezan a apostar por las webseries: Amaia Salamanca y Dafne Fernández en ‘Inquilinos’, Cristina Pedroche y Luis Fernández en ‘La huida’, Víctor Valdés con ‘El poder está en tus manos’, Chiquito de la calzada prestó su voz para ‘Cálico electrónico’ incluso la cantante Malú apareció en ‘Academia casting’.

Pero una vez más la reina de los cameos es una serie web andaluza ‘Malviviendo’. La ficción ha contado con personajes de la talla como Los morancos, Dani Martín, Juan y Medio, varios deportistas y hasta Ted Mosby.

Actores, directores, Empresas y Productoras de TV empiezan a apostar por la creación de webseries. De este modo, Internet se convierte en un escaparate perfecto de creaciones audiovisuales.

4. Características de las webseries

Las webseries son producciones de ficción pensadas para ser emitidas por Internet, por lo tanto estamos ante una nueva forma de producción pensada para un nuevo medio con un nuevo público. Hecho que debería regir las características propias de sus contenidos por varias razones:

4.1. Nuevos productores

Los presupuestos para realizar una Webserie varían mucho según los creadores, aunque prima la austeridad. El bajo presupuesto del que disponen éstas producciones (siempre generalizando) condiciona los recursos técnicos con los que trabajan:

- Aparecen pocos decorados.
- Las localizaciones suelen ser internas o externas públicas (dónde no haya que pagar alquiler).
- El equipo es habitualmente reducido y en muchas de ellas los actores son los mismos guionistas y directores.
- Para una mayor difusión de las creaciones, del estreno de los nuevos capítulos/temporadas o de los eventos que organizan con tal de recaudar fondos, los productores de Webseries utilizan las Redes Sociales para comunicarse con sus seguidores:

4.2. Nuevos públicos

Nos encontramos frente a un público diferente que no se comporta de la misma forma que cuando mira la televisión o va al cine. Se trata de un usuario multitarea que mientras ve nuestro websodio está escribiendo en Facebook y leyendo el Twitter desde el teléfono, por ejemplo. El comportamiento de este usuario debemos tenerlo muy en cuenta a la hora de crear nuestra ficción.

La guía del creador de Youtube aconseja algunas estrategias para captar la atención con nuestro vídeo y generar más tráfico:

- Primeros 15 segundos: Los primeros 15 segundos de nuestro capítulos son claves para que el usuario decida si seguir viéndolo o no. Los intervalos de atención son breves, por lo tanto captar la atención en esos primeros instantes es clave.
- Llamadas a la acción: Invita a los usuarios a interactuar en las redes y hacer cosas que puedan permitir generar audiencia durante el video.
- Frecuencia de emisión de capítulos: Se debe crear un compromiso con los seguidores (emitir cada 15 días, cada semana...) y cumplirlo. *“Una audiencia frecuente necesita contenido frecuente”*.

- Aprovechar los grandes eventos: Grandes eventos generan tendencias de búsqueda, oportunidades editoriales y campañas de búsqueda.

4.3. Nuevo medio

- Optimización página web: Es la primera impresión de nuestro producto, la cara vista. Tener una buena plataforma transmite buenas sensaciones, y de esta forma parece que la webserie vaya a ser también de buena calidad.
- Crear para nichos: La distribución en la Red es gratuita y la creación puede llegar al mundo entero (siempre y cuando tenga acceso a Internet). Si tenemos en cuenta la filosofía de la *long tail* (Anderson, 1961) cada nicho de la sociedad tiene su público y si creamos para un nicho específico se suelen sentir más identificados y se convierten en fans de la producción.
- Inexistencia marco regulador de contenido: Permite una libertad de contenidos inexistente en los medios tradicionales. Aspecto que nos puede ayuda a testear formatos o temáticas imposibles en otros medios.

El tener en cuenta el presupuesto y los medios con los que contamos antes de producir. El conocer al receptor al que nos dirigimos, sus prácticas y sus intereses, y la comprensión total del funcionamiento del medio en digital puede facilitar que una webserie se convierta en un fenómeno social.

Una de las mejores webseries que se han estrenado en 2013 ha sido 'Lavida.es' que aconsejo verla porque es el ejemplo perfecto de todas las características anteriores.

5. Panorama actual de webseries España

“¡España, campeona del mundo en series web!”, así titulaba la publicación francesa [Liberation](#) el artículo en el que presentan a España como la número 1 del mundo en producción de ficción para Internet:

“Cuando la crisis llegó a arruinar la economía Argentina al final del siglo pasado, la industria del cine se reinventó de la noche a la mañana. Forzados a liberarse de los canales tradicionales de producción bruscamente hundidos, los autores, realizadores y actores se vieron en la calle y de autónomos. Esta “autogestión” no frenó sus ganas ni afectó a la calidad de sus películas, por el contrario, liberó su creatividad hasta llegar a crear una nueva época dorada del cine argentino. Es probable que este sea el mismo fenómeno que ha hecho que España sea el nuevo Hollywood de las series que se emiten por Internet. Casi o sin exageración alguna, la crisis da unas ganas inmensas de decir cosas y da buenas razones para hacerlo sin esperar nada de nadie”.

Sea esa o no la verdadera razón de la proliferación de series online en España, lo que es cierto es que es uno de los países con más producciones de ficción para Internet del mundo.

BIBLIOGRAFÍA

Anderson, C. (2007). *La economía Long Tail. De los mercados de masas al triunfo de lo minoritario*. Barcelona: Urano.

Hayes, Gary P. (2011). *How to write a Transmedia Production Bible*. URL: http://www.screenaustralia.gov.au/documents/sa_publications/transmedia-prod-bible-template.pdf. Fecha de visita: 19/04/13.

Hernández, Paula (2013). *Convergencia y transmedialidad. La ficción después del TDT en Europa e Iberoamérica*. Barcelona: Gedisa.

JENKINS, H. (2006). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona. Paidós.

SIMELIO, N. (2010). *La representación de las relaciones sociales en las series de ficción digitales creadas específicamente para Internet*. URL: <http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos>. Fecha de visita: 25/04/2011.

Vilches, L. (2013). *Convergencia y transmedialidad. La ficción después de la TDT en Europa e Iberoamérica*. Barcelona: Gedisa.