

CREACIÓN DE LA ESTRATEGIA TRANSMEDIA PARA LA PELÍCULA DOCUMENTAL “EXPERIMENT STUKA”



- Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación
- Itinerario de Creación y Producción Transmedia
- Modalidad nº 3: Creación/ Realización de un producto comunicativo



Autor: María Gil Bordás

Tutor: Esteban Galán Cubillo

Fecha: 5 de septiembre de 2019

RESUMEN

Esta investigación se centra en el análisis de la creación y diseño de la estrategia transmedia que parte de la película documental *Experiment Stuka*. Con la expansión de esta historia a través de las diversas plataformas propuestas para contar este relato, se pretende conseguir que los receptores de la historia se sumerjan en ella y se impliquen en la expansión de la misma. Realizando un estudio detallado de las posibilidades que existen hoy en día para contar historias a través de múltiples canales y plataformas se podrá definir una narrativa transmedia que puede ayudar a la sistematización de los procesos productivos a llevar a cabo por un productor audiovisual, que pretenda expandir la historia que cuenta en su película documental. Para poder resumir y esquematizar los pasos seguidos por la productora SuicaFilms, a la hora de crear el proyecto transmedia, se procede a analizar cada uno de los bocetos del proyecto planteados desde su ideación hasta su presentación ante el público y puesta en funcionamiento. Para conocer con más detalle las intenciones y decisiones tomadas por sus creadores, la metodología empleada es la realización de una entrevista semidirectiva y practicar durante unos meses la observación participante. Este es el método elegido para lograr establecer una serie de pautas y procesos productivos para poner en marcha un proyecto transmedia que parte de una película documental.

ABSTRACT

This research focuses on the analysis of the creation and design of the transmedia strategy based on the documentary film *Experiment Stuka*. With the expansion of this story through the various platforms proposed to tell this story, it is intended that the recipients of the story are immersed in it and involved in the expansion of it. By carrying out a detailed study of the possibilities that exist today to tell stories through multiple channels and platforms, it will be possible to define a transmedia narrative that can help the systematization of the productive processes to be carried out by an audiovisual producer who wants to expand the story he tells in his documentary film. In order to summarize and schematize the steps followed by the production company SuicaFilms, at the time of creating the transmedia project, we proceed to analyze each of the sketches of the project from its ideation to its presentation to the public and implementation. In order to know in more detail the intentions and decisions taken by its creators, the methodology used is to carry out a semi-directive interview and to practice the participant observation for a few months. This is the method chosen to establish a series of guidelines and production processes to launch a transmedia project that starts from a documentary film.

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| 1. INTRODUCCIÓN | 4 |
| 1.1- JUSTIFICACIÓN DEL TEMA E INTERÉS DEL TEMA..... | 4 |
| 1.2- OBJETIVOS DEL TRABAJO FIN DE MASTER..... | 5 |
| 1.3- HIPÓTESIS DEL TRABAJO FIN DE MASTER..... | 6 |
| 2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | 7 |
| 3. MARCO TEÓRICO | 9 |
| 3.1- ESTRATEGIAS DE CREACIÓN DE UN PROYECTO TRANSMEDIA | 9 |
| 3.2- LA EVOLUCIÓN DEL DOCUMENTAL Y SUS PROGRESOS EN LA ERA DE LA COMUNICACIÓN TRANSMEDIA..... | 13 |
| 3.3- ALGUNOS APUNTES TÓRICOS PARA LA CREACIÓN DE UN PROYECTO TRANSMEDIA | 15 |
| 4. EVOLUCIÓN DEL PROYECTO TRANSMEDIA | 19 |
| 4.1- 1ª PROPUESTA DE PROYECTO DE DOCUMENTAL MULTIPLATAFORMA . | 19 |
| 4.1-1. TEASER..... | 19 |
| 4.1-2. DOCUMENTAL INTERACTIVO | 19 |
| 4.1-3. VIDEOJUEGO | 23 |
| 4.1-4. CANAL DE YOUTUBE | 23 |
| 4.1-5. REDES SOCIALES | 24 |
| 4.1-6. EXPERIENCIA VIVENCIAL “IN SITU” | 24 |
| 4.2- 2ª PROPUESTA DE PROYECTO DE DOCUMENTAL MULTIPLATAFORMA . | 26 |
| 4.2.1- VÍDEO INTERACTIVO | 28 |
| 4.2.2- SECCIÓN DE PARTICIPACIÓN..... | 29 |
| 4.2.3- EXPERIENCIA EN VIVO..... | 29 |
| 4.2.4- FEED DE NOTICIAS | 29 |
| 4.2.5- ILUSTRACIONES..... | 29 |
| 4.2.6- HISTORIA DEL DOCUMENTAL | 29 |
| 4.2.7- TESTIMONIOS | 29 |
| 4.2.8- FOOTER/ RRSS..... | 30 |
| 4.3. COMPARATIVA ENTRE LA 1ª Y 2ª PROPUESTA DE PROYECTO TRANSMEDIA | 30 |
| 5. ELABORACIÓN DEL PROYECTO TRANSMEDIA FINAL Y DE LA WEB..... | 31 |
| | 34 |
| <input type="checkbox"/> Redes Sociales..... | 34 |
| - Facebook | 34 |
| - Instagram | 38 |
| <input type="checkbox"/> Canal de Youtube..... | 39 |
| - Deocupage de Experiment Stuka..... | 40 |

| | |
|--|-----|
| □ Prensa..... | 42 |
| □ Programación en Televisión y Radio | 42 |
| □ Página web | 44 |
| - Mapa de contenidos web y del vídeo interactivo. | 47 |
| - Montaje de vídeos para documental interactivo | 48 |
| □ Banda sonora original | 65 |
| □ Proyecciones en cines o salas | 68 |
| □ Exposición de Benassal..... | 69 |
| Canal de Vimeo..... | 73 |
| 6. PLANTILLA DE ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA TRANSMEDIA DE “EXPERIMENT STUKA” | 74 |
| 7. EXPERIMENT STUKA VS. M-OTHERHOOD..... | 83 |
| 8. CONCLUSIONES..... | 86 |
| 8.1- PRINCIPALES PAUTAS DE CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA TRANSMEDIA PARA UNA PELÍCULA DOCUMENTAL | 88 |
| 9. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN..... | 90 |
| 10. GLOSARIO TERMINOLÓGICO | 91 |
| 11. BIBLIOGRAFÍA..... | 93 |
| ANEXO | 97 |
| ANEXO 1- ENTREVISTA SEMIDIRECTIVA REALIZADA A LOS DIRECTORES DEL PROYECTO <i>EXPERIMENT STUKA</i> | 97 |
| ANEXO 2- DOSSIER DEL 1ª PROPUESTA DE PROYECTO MULTIPLATAFORMA PARA <i>EXPERIMENT STUKA</i> | 105 |
| ANEXO 3- MAPA TRANSMEDIA DEL PROYECTO EXPERIMENT STUKA | 116 |
| ANEXO 4- PRESS KIT DE EXPERIMENT STUKA..... | 117 |
| ANEXO 5- WIREFRAME DE LA WEB DE EXPERIMENT STUKA | 124 |
| ANEXO 6- MAPA DE CONTENIDOS DE LA WEB DE EXPERIMENT STUKA | 125 |
| ANEXO 7- IMÁGENES RETOCADAS PARA EL DISEÑO DE LA WEB..... | 126 |
| ANEXO 8- MAPA DE PROYECCIONES DE LA PELÍCULA <i>EXPERIMENT STUKA</i> | 136 |
| ANEXO 9- ESQUEMA GRÁFICO DE PAUTAS PARA LA CREACIÓN DE UN PROYECTO TRANSMEDIA PARA UNA PELÍCULA DOCUMENTAL..... | 137 |
| ANEXO 10 – WEB DE M- OTHERHOOD..... | 138 |
| ANEXO 11- DEOCUPAGE DEL DOCUMENTAL EXPERIMENT STUKA..... | 142 |

CREACIÓN DE LA ESTRATEGIA TRANSMEDIA PARA LA PELÍCULA DOCUMENTAL “*EXPERIMENT STUKA*”

1. INTRODUCCIÓN

1.1- JUSTIFICACIÓN DEL TEMA E INTERÉS DEL TEMA

El día 8 de noviembre de 2018 se estrenaba en la gran pantalla la película documental *Experiment Stuka*, una producción de la productora audiovisual valenciana SuicaFilms. Se trata de un film que se empieza a gestar el año 2014, que se proyecta por primera vez el 3 de mayo de 2018 en el festival DocsValencia y ha sido emitido por la televisión de À punt y la 2 de TVE. Se trata de un proyecto que cuenta con web propia y redes sociales a través de las que se expande el *storytelling* de lo que inicialmente nace como un film documental, para convertirse en un enriquecido proyecto transmedia.

El principal motivo que me lleva a desarrollar la investigación del análisis del contenido transmedia con el que cuenta el proyecto *Experiment Stuka* es mi participación en la creación de la estrategia transmedia de *Experiment Stuka*, gracias al periodo de tiempo en el que realicé prácticas en la productora de la película, Suica Films y el hecho de haber podido colaborar directamente y trabajar mano a mano con la empresa de diseño web y branded vídeo en la creación de la web y el Canal de Youtube, además de realizar directamente el desarrollo y montaje de la exposición de las maquetas usadas para el rodaje del documental situada en Benassal.

La investigación que se llevará a cabo se basará en el análisis detallado del contenido de cada una de las partes y plataformas que forman el mapa transmedia del proyecto. Se realizará un estudio de lo que inicialmente desde la productora se pretendía realizar y se mostraran las modificaciones que ha ido sufriendo el proyecto durante su elaboración, hasta que finalmente ha salido a la luz. En este proceso se analizarán los cambios llevados a cabo y los motivos por los que se han realizado.

Para completar la investigación se hará una breve comparativa entre el contenido del proyecto transmedia de *Experiment Stuka* y el contenido transmedia desarrollado para el documental transmedia *Motherhood*, también producido por SuicaFilm, para ver las diferencias que existe entre dos proyectos transmedia de una misma productora y ver en que difieren un proyecto que nace a partir de una película documental ya finalizado y otro proyecto creado desde sus raíces siendo un proyecto transmedia, en el que su parte principal es también un documental. Con la investigación se puede hacer visible que este se implique en el desarrollo del *storytelling* que envuelve las historias que se cuentan en los proyectos analizados.

Inicialmente, mi intención era realizar un análisis de la repercusión que hubiese tenido el proyecto una vez lanzado y haber permanecido un tiempo expuesto al público, para observar el impulso de la participación ciudadana y el interés que habían suscitado en público los temas tratados por la película documental y el resto de material que integra el proyecto transmedia.

Finalmente no he podido profundizar en analizar el alcance y la repercusión del proyecto debido a que la web se abrió al público a finales de abril de este 2019, pero no se ha hecho promoción de la misma desde Suica Films, por tanto sus contenidos tan apenas han sido consumidos ya que la web ha registrado muy pocas visitas. Desde la productora se está esperando a darle promoción una vez se incluya en la web del Lab de RTVE, en el apartado bien de Webdoc o de Interactivos.

El desarrollo de esta investigación puede ser útil para la mejora y el desarrollo de futuros proyectos de documentales transmedia y para ver que partes y plataformas resultan más efectivas y funcionan mejor según el objetivo previsto.

En un momento en el que las redes de redes son el principal medio de comunicación y participación de la audiencia, el correcto desarrollo de una adecuada estrategia transmedia puede ser la clave para alcanzar el éxito y la distinción entre las miles de producciones audiovisuales que salen a la luz día a día.

1.2- OBJETIVOS DEL TRABAJO FIN DE MASTER

- 1- Esta investigación pretende **estudiar las posibilidades que ofrece la comunicación transmedia para la expansión del storytelling** de una película documental.
- 2- Se pretende **ver cuáles son las herramientas transmedia más adecuadas para dar a conocer los bombardeos experimentales de los que habla la película *Experiment Stuka*** y para **llamar a la participación ciudadana** a la hora de esclarecer hechos históricos que siguen siendo un tabú a día de hoy.
- 3- También se **analizará detalladamente la creación**, una por una, de las diversas **plataformas utilizadas para la expansión de *Experiment Stuka***.
- 4- **Realizar un estudio del proyecto inicial de *Experiment Stuka* y la evolución del proyecto transmedia** para **ver los cambios y adecuaciones** que se han ido sucediendo.
- 5- Ver **cómo se interconectan las líneas narrativas que engloba el proyecto** a través de las diversas plataformas que lo componen.

- 6- **Estudiar qué elementos y plataformas pueden funcionar mejor para cumplir el objetivo** marcado por Suica Films **de remover conciencias y de inspirar en el público la necesidad de ser ellos mismos los investigadores** y quienes descubran nuevas partes de las historias de sus pueblos.
- 7- **Comparar dos proyectos transmedia** producidos por Suica Films, **uno transmedia nativo, Motherhood, y otro que nace como un film documental y acaba siendo un proyecto transmedia.**
- 8- Y por último el objetivo principal del trabajo final de master sería el de **realizar una guía de la creación del proyecto transmedia que pueda servir de apoyo para otras productoras de documentales que pretendan despertar la curiosidad del público e quieran invitar a la participación del mismo.**

Los objetivos enumerados anteriormente serán los que ayuden y faciliten llegar a este objetivo final. El hecho de querer realizar una guía orientativa para la creación de proyectos transmedia para otras productoras, viene motivado porque al empezar a trabajar durante mi estancia de prácticas con Suica Films y la empresa encargada de desarrollar la web y vídeo interactivo MDH Brand Vídeo y The Graphic Bureau pude observar como no tenían un patrón que les guiara a la hora de crear la estrategia transmedia en torno al ya acabado documental *Experiment Stuka*, por tanto experimente una sensación de incertidumbre y desamparo al carecer de modelos, guías o simplemente de documentos de buenas prácticas que te permitieran tener certezas sobre cómo diseñar las tareas. Pero habiendo cursado el master en producción y creación transmedia y gracias a mi experiencia profesional y a mi faceta como investigadora considero que puedo llegar a crear un *toolkit* para acometer este tipo de proyectos transmedia en el género documental.

1.3- HIPÓTESIS DEL TRABAJO FIN DE MASTER

Al contrario de lo que muchas veces se cree en la profesión del productor creador de productos audiovisuales, es posible sistematizar los procesos de producción de un proyecto transmedia.

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de esta investigación se prestará especial atención a cada una de las plataformas utilizadas para la expansión de la historia, que parte de la idea inicial de lanzar una película documental, *Experiment Stuka*. Se pretende estudiar el proceso de creación de la estrategia transmedia y las decisiones que se han ido tomando hasta conformar el proyecto transmedia.

Se analizará en profundidad el mapa transmedia creado inicialmente para la difusión y se profundizará en las modificaciones que se han ido llevando a cabo, hasta el momento del lanzamiento de la página web.

Para el análisis del mapa transmedia completo se recurrirá a crear una plantilla de análisis en la que se incluirán los diversos parámetros propios y principios de un producto transmedia tales como la diversidad de plataformas, diversidad de personajes, diversidad de narradores y narratarios, contenido original y único en cada plataforma, la integración de todos los actores que participan en el universo narrativo.

A nivel temporal la investigación se centrará en el periodo de creación de la web que se empezó a gestar en abril de 2018 y se estudiará hasta los primeros meses del lanzamiento de la web que contiene el documental interactivo, es decir hasta agosto de 2019. En este periodo el análisis que se realizará se centrará en analizar el contenido, por tanto se usarán métodos cualitativos como la observación participante o la entrevista semidirigida de respuesta abierta.

Se deberá recurrir al uso de técnicas cualitativas como las entrevistas a los directores del documental y demás implicados en la producción del contenido transmedia. En estas entrevistas es donde se recopilará la información necesaria para investigar los cambios que se han ido realizando en el proyecto transmedia inicial y los motivos por los que se ha ido modificando el contenido inicialmente planteado.

Tras explorar los diversos métodos existentes para organizar la información en una entrevista, he concluido que la mejor opción es realizar una entrevista semidirigida de respuesta abierta. Este tipo de entrevistas, al tratarse de un modelo mixto entre la entrevista dirigida y la no dirigida, permite que de ella se puedan extraer datos objetivos y cuantificables y también información subjetiva, como puede ser la percepción o visión que tenga el entrevistado sobre ciertos temas, por tanto, esto da pie a que el entrevistado exprese su opinión de forma más abierta que en una entrevista estandarizada. Se trata de entrevistas más flexibles, debido a que están creadas a partir de preguntas que pueden ajustarse al entrevistado y permiten motivar al interlocutor, aclarar términos o reducir formalismos. Una de las características de este tipo de entrevistas es que ya se conocen datos sobre el tema por el que se cuestiona y del propio entrevistado, y por ello se puede buscar la información que se necesita para la investigación, planteando adecuadamente las preguntas para ese fin. En esta investigación, concretamente, se ha realizado una entrevista que consta de once preguntas en las que se da opción a una larga y reflexiva respuesta. El entrevistado será Rafa Molés, director de *Experiment Stuka* y se puede leer íntegra en el anexo.

A entrar a participar directamente en el proyecto en mayo de 2018, momento en el que se muestra en la gran pantalla por primera vez la película documental en el festival Docs Valencia, y el haber podido participar de primera mano en la creación, tanto de la web de *Experiment Stuka*, como en la exposición de las maquetas y en la creación de parte del contenido de las diversas plataformas que han integrado la estrategia transmedia, una de las principales metodologías que se va a emplear en la investigación es la observación participante. Este método se trata de una herramienta de investigación cualitativa que permite conocer mejor lo que ocurre durante la etapa de elaboración y creación del proyecto transmedia. Este método se caracteriza principalmente por el hecho de que existe una persona que observa, en este caso yo misma, que recoge los datos en el lugar donde se genera el contenido y está en contacto directo con los propios creadores del contenido. Se trata de un método interactivo de recogida de información que requiere una implicación por parte de quien se dispone a observar los acontecimientos y fenómenos que le rodean. Por tanto, para llevar a cabo participé socialmente con los miembros implicados en la creación del contenido transmedia y compartir con ellos las actividades y trabajos que íbamos realizando. La metodología de la observación participante ha sido útil para el desarrollo de la investigación por diversos motivos (B. Kawulich, 2005):

- Ayuda a la hora de saber cómo se ha organizado y priorizado el contenido creado.
- Muestra lo que los directores del film documental y lo que los creadores y diseñador del documental interactivo y la web estiman importante en cuanto a la historia que se cuenta, la estética, el contenido de cada plataforma o la puesta en marcha de cada apartado de la web
- Ayuda a ver qué elementos se han ido añadiendo en base a las opiniones de los participantes en el proyecto
- Es la mejor manera de ver la evolución del proyecto y ver cuales se han considerado sus puntos fuertes y sus puntos débiles, para después realizar un análisis más ajustado a las pretensiones de los creadores.

La investigación se abordará partiendo de un marco teórico fundamentado y se recurrirá a libros, artículos y demás investigaciones como tesis doctorales o trabajos de final de grado o master que investiguen la creación y repercusión de algún contenido transmedia.

Gracias a estos textos se consigue orientar el estudio y elegir aquella metodología que sean más adecuada para conseguir el objetivo inicial en la investigación.

3. MARCO TEÓRICO

Para elaborar una estrategia comunicativa transmedia a partir de un producto audiovisual, se debe realizar una recopilación y aproximación teórica de las diferentes opciones que ofrecen las nuevas narrativas transmediadas y los diversos productos con los que puede expandirse la historia de un producto previamente creado. Para la creación de una estrategia transmedia que amplíe la comunidad de usuarios interesados en “Experimento Stuka”, se debe realizar un repaso a la historia del género documental y de la evolución del mismo, para ver cómo las funciones e intencionalidades del “cine de lo real” han ido variando y transformándose con el paso de los años, hasta llegar al momento actual, en el que la era digital y la irrupción de los medios interactivos marcan los pasos de los productores y creadores de productos audiovisuales.

3.1- ESTRATEGIAS DE CREACIÓN DE UN PROYECTO TRANSMEDIA

Actualmente, vivimos un momento en el que los medios que son los llamados tradicionales, como la televisión, el cine, la prensa o la radio tienen la necesidad de adaptarse a los cambios que ha traído consigo la era de la digitalización, teniendo en cuenta que la mayoría de canales que se utilizan, hoy en día, para la producción, emisión y recepción de información no existían hace poco más de una década.

Para adaptarse a la llegada de las nuevas formas de comunicación transmedia, los medios tradicionales están adaptándose al cambio, teniendo en cuenta diversas vertientes. En cuanto a la vertiente tecnológica, el cambio más significativo llega de la mano de la digitalización de los medios de producción, emisión y recepción, que ha llevado a la modificación del concepto de venta tradicional de un producto audiovisual por el concepto de monetización que viene marcado por factores relacionados con el universo transmedia. (Scolari, 2013).

El mercado de la publicidad también está evolucionando, y con él, las estructuras empresariales de los medios de comunicación. La vertiente sociológica es una de las más importantes, si se trata de justificar los cambios de comportamiento de los ciudadanos a la hora de comunicarse, ya que la llegada de los nuevos medios ha modificado la velocidad de percepción e interpretación de los relatos.

La función de los medios ha pasado de ser la que tradicionalmente le ha sido asociada, llevando por bandera aquello de informar, formar y entretener, para adoptar y potenciar la interacción y la participación de los usuarios. Como lo exponen Galán, Gil y Marzal (2016: 1839) “Las cinco vertientes analizadas (tecnológica, económica, política, sociológica y comunicativa) vienen a mostrar que la configuración del escenario comunicativo en una sociedad no es solamente una cuestión que afecta a los profesionales de los medios de comunicación sino que su influencia permea a toda la sociedad.”

Esta nueva forma de comunicación, en la que entran en juego múltiples plataformas y participantes que no solo reciben el significado del relato que se les ofrece, sino que entran de lleno en la creación y expansión del relato, gracias

a la explosión de esta interactividad a la que, prácticamente obligan estos nuevos medios.

A estas nuevas formas de contar, se las ha acuñado como narrativas transmedia, las cuales combinan las múltiples plataformas, existentes en el momento actual, y los numerosos relatos que se diseminan por estas plataformas. En palabras de Galán, Rodríguez Serrano y Marzal (2018: 14) “Se fundamentan en el desarrollo de la historia a través de diferentes medios y unidades de interpretación del usuario. La narrativa transmedia se constituye en relatos reticulares autónomos que se expanden radialmente. Definimos y entendemos la comunicación transmedia como: *Un plan o estrategia de comunicación integral que busca establecer una relación transparente y de confianza con su comunidad.* Preferimos el término comunicación al de universo narrativo porque las narrativas transmedia pueden ser aplicadas a cualquier discurso ya sea de ficción, educativo, informativo o incluso corporativo o publicitario.”

En el caso de la comunicación transmedia la información que se lanza no va destinada a un solo individuo, sino que para que una estrategia de comunicación transmedia tenga éxito hay que concebirlo teniendo en cuenta que nos dirigimos a una comunidad, concepto que implica un grupo de personas que comparten una serie de intereses que pueden llegar a crear vínculos y relación entre ellos.

Partiendo de esta premisa, lo primero para crear una estrategia transmedia es poner ímpetu en la generación de esa comunidad que gire en torno al producto central. Para ello se puede empezar por elaborar un producto que sea lanzado desde un medio de los considerados tradicionales, en el caso del documental *Experiment Stuka*, podría distribuirse inicialmente en el cine o la televisión.

Una vez realizada esta acción, ya se cuenta con una comunidad de personas, que están interesadas y comprometidas en compartir el contenido que se vaya lanzando, para la expansión del relato. Cuando ya está entablada esta relación, entre los creadores de la comunicación transmedia y los receptores, es el momento propicio para hacer a estos receptores protagonistas del proyecto dándoles opciones para aportar contenidos y valorar proyecto.

Con una comunidad de fans, ya consolidada, es momento de estudiar qué medios y plataformas se van a emplear, tanto para crear un catálogo de medios en los que insertar el contenido, como cómo para estudiar que recursos persuasivo son los que funcionan mejor en cada medio, de este modo es más sencillo llegar a una buena adaptación de los contenidos al medio en el que son insertados, lo cual también provoca que llegue a un mayor número de usuarios de los distintos medios por los que se disemina. Esto se explica porque según Galán, Rodríguez Serrano y Marzal (2018) en referencia a las teorías de Manovich, en el relato transmedia cada nuevo contenido se realiza buscando la complementariedad con la obra adaptada (se aborda un tiempo en el relato previo o posterior a la acción, se cambia el punto de vista del personaje etc.) es decir, se modifica algún aspecto para que el nuevo relato complemente al anterior y a su vez pueda ser consumido de manera independiente. No es necesario haber leído el cómic para disfrutar del film, pero la lectura del cómic

hace más atractivo y rico el visionado del film y genera a su vez deseos de consumir el relato en nuevas plataformas (p.15)

Para delimitar una estrategia transmedia, primero sería interesante ver cuáles son los rasgos, según Henry Jenkins (2009), que se encuentran en todas las narrativas transmedia:

- Extensión vs profundidad
La extensión entendida como la capacidad de los receptores para participar y difundir contenidos.
Profundidad relativa al interés del público en acceder y consumir más subproductos que nacen del producto transmedia.
- Continuidad vs multiplicidad
La continuidad para referirse al hecho de que cualquier producto perteneciente a una estrategia transmedia debe seguir una línea común. Por tanto, hay que tener cuidado en no incurrir en contradicciones dentro de la misma historia.
En cuanto al concepto de multiplicidad Jenkins propone que una narrativa transmedia debe contener textos alternativos en que se presentan nuevas perspectivas de los personajes o los acontecimientos narrados.
- Inmersión vs extracción
La inmersión se refiere a que una historia transmedia debe conseguir que los usuarios se sumerjan en el universo de la historia a través de los diversos formatos que se creen.
En cuanto a la extracción el autor explica que podemos extrapolar los elementos de la historia al mundo real.
- Construcción del mundo referida a que todo proyecto transmedia necesita de un universo, bien real o creado desde la ficción, que será enriquecido y se podrá profundizar en él gracias a las extensiones transmedia que se vayan adyaciendo al producto.
- La serialidad es otro de los rasgos de las narrativas transmedia y es que la historia se ser susceptible de ser fragmentada en unidades más pequeñas que se pueden ir distribuyendo por diversas plataformas y medios.
- La subjetividad, según Jenkins es una característica a tener en cuenta a la hora de pensar y crear una estrategia transmedia, ya que se debe basar en una historia que profundice en el tema para que puedan existir diversos puntos de vista sobre los hechos narrados y que haga que se dejen abiertas nuevas posibilidades de explorar los hechos, los personajes y sus relaciones.

- La última de las características propuestas por Jenkins para conseguir un buen producto transmedia es el rendimiento refiriéndose a la capacidad que posea el producto creado a la hora de llevar a la motivación de los usuarios y fans a ser los creadores de contenidos que refuerces y expandan el *storytelling*. La película documental Experimento Stuka se servirá de una estrategia transmedia para la expansión del mismo, pero no sólo se pretende que el documental tenga más público, sino que gracias a la estrategia transmedia puede llegar a expandirse la historia que el documental nos muestra. Para captar nuevo público y nuevos usuarios que estén dispuestos a participar en la expansión de la narrativa se exploran cuáles han sido los recursos que otros documentales transmedia han explotado. Hoy en día existen múltiples plataformas y soportes a través de los cuales se puede conformar y complementar la trama narrativa de un producto audiovisual y a continuación se recogen algunos de ellos.

Se parte de un film documental que para expandir su universo narrativo podría sumar a su estrategia productos como el webdoc o documental multimedia interactivo, en el que se pueden desglosar los testimonios ofrecidos para el documental y permitir a los usuarios sumergirse en la experiencia personal de los supervivientes de los bombardeos ejecutados por la legión Cóndor, conociendo así como se vivieron los bombardeos en cada uno de los cuatro pueblos bombardeados e invitando a los usuarios a que descubran parte de la historia que no se muestra en el documental.

Otro de los recursos con los que puede contar la estrategia transmedia de *Experiment Stuka* puede ser un mapa interactivo abierto, a través del cual, los usuarios pueden localizar y descubrir a los demás usuarios otros ataques y bombardeos realizados durante la guerra civil española y describir las características de los mismos.

También se puede reforzar la narrativa transmedia del documental a través de diversos movisodios que son breves píldoras de vídeo, de hasta 3 minutos de duración, pensadas para ser consumidas desde un dispositivo móvil, en cualquier momento y lugar. Documental transmedia se puede componer de varios vídeos que abordan temáticas sobre la investigación sobre la memoria histórica en España, sobre los documentos que se pueden encontrar en los archivos militares que documentan los ataques producidos durante la guerra civil, sobre el silencio y el olvido de los años de guerra provocado por el miedo y diferentes temáticas que deja abiertas el documental.

Una de las herramientas que actualmente puede ser muy útil a la hora de dar a conocer el producto y despertar el interés de un gran número de público son las redes sociales. Expandir la narrativa de *Experiment Stuka* en Facebook e Instagram. *Experiment Stuka* ya cuenta con un perfil propio en las redes sociales que contaba ya con un buen número de seguidores, tiempo antes del estreno de la película documental, pero una vez estrenado el documental se pueden usar los perfiles en las redes sociales para establecer vínculos entre los medios de la

narrativa, llamar a la acción a la comunidad, compartir información sobre nuevos hallazgos en la historia de la guerra civil española...

Por tanto para el diseño de una narrativa transmedia partiendo de un film documental, primero es necesario ahondar en los cambios y derivas del propio producto documental para ver cómo se están llevando a cabo estas narrativas transmedia, y así, poder observar potencialidades y debilidades de otras experiencias del documental transmedia.

3.2- LA EVOLUCIÓN DEL DOCUMENTAL Y SUS PROGRESOS EN LA ERA DE LA COMUNICACIÓN TRANSMEDIA

Cuando se hace referencia a los inicios del género documental la Unión de Documentalistas (World Union of Documentary) lo definía como "Todo método de registrar en celuloide cualquier aspecto de la realidad interpretado bien por la filmación de hechos o por la reconstrucción veraz y justificable, para apelar a la razón o a la emoción, con el propósito de estimular el deseo y ampliar el conocimiento y la comprensión, y plantear sinceramente problemas y soluciones en el campo de la economía, la cultura y las relaciones humanas."(León, 1999:63).

Si se analiza esta definición, se puede decir que podría ser válida actualmente, exceptuando el punto al que se refiere al celuloide, aun así, la evolución que ha experimentado este género audiovisual y sus diversas acepciones no han dejado de modificarse y progresar.

Realizar un recorrido por la historia del género documental puede resultar útil para entender mejor la situación actual por la que pasa y como se ha llegado a los formatos actuales, según los modos de representación que le han sido asignados históricamente por diversos autores y documentalistas, pero la atención de esta investigación se centra en cuáles son las tendencias comunicativas actuales en el documental y ver cómo se puede hacer llegar a más público a través del uso del transmedia.

Una definición de documental que ha tenido mucha difusión es la propuesta por Bill Nichols (1991) quién se refiere al género documental como "una institución proteica, consistente en un corpus de textos, un conjunto de espectadores y una comunidad de practicantes y de prácticas convencionales que se encuentran sujetas a cambios históricos". Este mismo autor comenta: "Un buen documental estimula el diálogo acerca de su tema, no de sí mismo. Éste podría ser el lema de más de un documentalista, pero pasa por alto lo cruciales que son la retórica y la forma a la hora de alcanzar este objetivo. A pesar de un lema semejante, los documentales plantean una amplia gama de cuestiones historiográficas, legales, filosóficas, éticas, políticas y estéticas [...]. En vez de una, se imponen tres definiciones de documental, ya que cada definición hace una contribución distintiva y ayuda a identificar una serie diferente de cuestiones. Consideremos

pues el documental desde el punto de vista del realizador, el texto y el espectador.” (Nichols, 1991:42)

Bill Nichols en su obra *“La representación de la realidad. Cuestiones y Conceptos sobre el Documental”* (1991), plantea diferentes visiones para clasificar un film documental. Para realizar esta categorización, el autor se centra en los estilos de la captura de imágenes y en las prácticas materiales, y tras varios estudios, concluye que el documental puede clasificarse en expositivo, poético, reflexivo, observacional, participativo y performativo.

- Expositivo: Esta es la categoría que se asocia al documental clásico y se caracteriza por formar su argumento a través de las imágenes que se muestran. En esta se usa la locución y el texto para apoyar las imágenes y completar la información que las imágenes no cuentan por sí solas.

- Poético: Tiene sus orígenes en el cine de vanguardias y de otras corrientes como el surrealismo o la fragmentación. Su principal objetivo es llegar a inmiscuirse en el estado de ánimo del espectador para provocarle alguna reacción sentimental sobre algún hecho o tema.

- Reflexivo: El fin principal con el que se crea es el de concienciar al espectador y hacerlo conocedor de una realidad que le es desconocida o le pasa desapercibida, por tanto se puede considerar una representación del mundo. Pretende internarse en la ideología de sus espectadores.

- Observacional: Como su propio nombre indica, en este tipo de documentales se prioriza la observación directa y espontánea del “mundo de lo real”, sin la interacción de un realizador que filtre la imagen captada a través de su propia observación.

- Participativo: También llamado interactivo en anteriores estudios de Nichols. Esta categoría a diferencia de la anterior se basa en la relación que se establece entre la mirada del realizador y el objeto o sujeto que se capta y se hace visible como el realizador se involucra en la narrativa. En estos nacen nuevos formatos de entrevistas a expertos y testimonios sobre el tema.

- Performativo: En esta última categoría entra en juego la delgada línea que existe entre el cine documental y el cine de ficción, porque aquí gana peso la vertiente expresiva, poética y retórica y la pierde la observacional. El discurso se aleja de la capacidad representativa para centrarse más en las cualidades evocativas.

Tras repasar algunas clasificaciones para los productos documentales se debe centrar la atención en la adaptación del documental a las nuevas narrativas transmedia. En la era de la comunicación transmedia se ha llegado a una transformación de los roles principales del emisor, texto y receptor, que traía consigo el denominado documental convencional, el cual sufre grandes cambios derivados del escenario tecnológico actual. Nacen nuevas maneras y caminos, a través de los que crear y expandir historias. Por tanto, se debe concluir que estamos en un momento en el que el autor debe asumir que expandiendo su

producto a través de los medios interactivos, puede perder el control de su obra, porque ya no es el único que tiene el poder de transmitir esa historia. También, el texto en sí pasa a tener una estructura clara y cerrada a poseer una estructura abierta a la participación y a la creación multiautoral. En estas nuevas formas de comunicar el receptor del documental tiene el poder de convertirse en emisor y contribuir a los contenidos creados por el autor.

Arnau Gifreu apunta, en su investigación sobre el documental interactivo, que “El espectador clásico (ahora también interactor, participando y contribuidor), adopta en este nuevo formato las connotaciones propias de un autor, y en cierto modo se convierte en el creador de un propio documental personal, ya que dirige el control de la navegación (del orden del discurso) y utiliza el gran poder que la interacción permite (la característica definitoria que diferencia el medio digital, gracias a su interfaz y la posibilidad de relación con otras personas).” (Gifreu, 2010:)

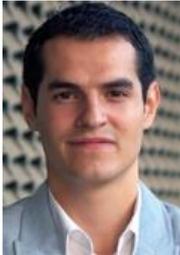
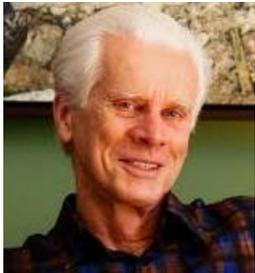
El documental transmedia va más allá del documental interactivo y no sólo utiliza la web como plataforma para diseminar la narración, si no que con la llegada de los smartphones, redes sociales y demás avances digitales, el documental transmedia consigue captar el interés y la participación de los usuarios de múltiples plataformas que aportarán su granito de arena al storytelling del producto audiovisual.

Para realizar un repaso de todo lo citado en el marco teórico, a continuación se ofrece un cuadro resumen en el que se destacan las principales ideas en cuanto a la creación de estrategias transmedia y del estudio del género documental y sus autores referentes.

3.3- ALGUNOS APUNTES TÓRICOS PARA LA CREACIÓN DE UN PROYECTO TRANSMEDIA

| | | |
|---|---|---|
|  | <p>Carlos Alberto Scolari</p> <p><i>Profesor Titular en el Departamento de Comunicación de la Universidad Pompeu i Fabra (UPF)</i></p> | <p>La adaptación de los medios tradicionales a la llegada del transmedia observando la vertiente tecnológica y la consecuente digitalización de medios de producción, emisión y recepción modificando el concepto de venta del producto audiovisual por el concepto de monetización marcado por el universo transmedia.</p> |
|---|---|---|

| | | |
|---|--|---|
|  | <p>Lev Manovich</p> <p><i>Historiador de los medios, Doctor universitario, crítico literario y periodista</i></p> | <p>En el relato transmedia cada nuevo contenido se realiza buscando la complementariedad con la obra adaptada, es decir, se modifica algún aspecto para que el nuevo relato complemente al anterior y a su vez pueda ser consumido de manera independiente.</p> |
|  | <p>Henry Jenkins</p> <p><i>Profesor universitario y sociólogo</i></p> | <p>Delimita los rasgos que se deben encontrar en todas las narrativas transmedia.</p> <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 10px; border: 1px solid #ccc;"> <p style="text-align: center;">Los 7 principios</p> <p>De acuerdo con Jenkins (2009), una narrativa transmedia involucra siete principios que pueden aplicarse en el desarrollo del relato:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Expansión vs profundidad 2) Continuidad vs multiplicidad 3) Inmersión vs extracción 4) Construcción de mundos 5) Serialidad 6) Subjetividad 7) Ejecución </div> |
|  | <p>Esteban Galán</p> <p><i>Profesor universitario y ayudante de dirección</i></p> | <p>La configuración del escenario comunicativo en una sociedad no es solamente una cuestión que afecta a los profesionales de los medios de comunicación, sino que su influencia permea a toda la sociedad</p> |
|  | <p>José Javier Marzal Felici</p> <p><i>Catedrático en Comunicación Audiovisual y Publicidad</i></p> | <p>El transmedia es una nueva forma de comunicación en la que se involucran múltiples plataformas y participantes que entran de lleno en la creación y expansión del relato, gracias a la explosión de interactividad que prácticamente obligan a estos nuevos medios</p> |

| | | |
|---|--|--|
|  | <p>Samuel Gil Soldevila</p> <p><i>Investigador en Formación del Ministerio de Economía y Competitividad</i></p> | <p>La narrativa transmedia se constituye de relatos reticulares que se expanden radicalmente</p> |
|  | <p>Aarón Rodríguez Serrano</p> <p><i>Doctor en Comunicación Audiovisual y Analista Fílmico</i></p> | |
|  | <p>Bil Nichols</p> <p><i>Crítico y teórico de cine y estudioso del cine documental</i></p> | <p>Define el documental como “ institución poética, consistente en un corpus de textos, conjunto de espectadores y una comunidad de participantes y de prácticas convencionales que se encuentran sujetas a cambios históricos”</p> <p>Un buen documental estimula el diálogo acerca de su tema, no de sí mismo</p> <p>Se debe considerar el documental desde el punto de vista del realizador, el texto y el espectador.</p> <p>El documental se clasifica en:</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Expositivo - Observacional 4. Poético - Participativo 5. Reflexivo - Performativo |
|  | <p>Arnau Gifreu</p> <p><i>Realizador, Investigador y docente en el ámbito audiovisual y multimedia</i></p> | <p>En el documental interactivo el espectador clásico, adopta en este nuevo formato las connotaciones propias de un autor y en cierto modo se convierte en creador de un propio documental personal, ya que dirige el control de la navegación y utiliza el poder de la interacción.</p> <p>El documental transmedia va más allá del interactivo, ya que además de los usuarios de la web consigue captar la</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | | atención de los usuarios de otras plataformas que aporten su granito de arena al storytelling del producto audiovisual |
|--|--|--|

Tabla 1. Principales apuntes teóricos.

Fuente: Elaboración propia

4. EVOLUCIÓN DEL PROYECTO TRANSMEDIA

Tal y como detalla Rafa Molés en la entrevista realizada (Anexo 1) la idea inicial de crear una película documental surge en el momento en el que “un profesor de la universidad Jaume I, Hugo Domenech, compañero que vive en San Mateo, plantea que en Benassal hay un profesor de física, vecino del pueblo que está investigando la historia, sería sobre el 2014. En ese momento nosotros nos ponemos a investigar (...) pero cuando decidimos realmente hacer Experiment Stuka es cuando vemos lo singular de esta historia, del hecho de que son vecinos del pueblo los que poco a poco y por iniciativa propia empiezan a hacerse preguntas, a buscar y a darse cuenta de que muchas de esas preguntas ya tienen respuesta, pero por las circunstancias especiales de la ley del silencio de la postguerra y la transición, las respuestas no habían llegado a los propios protagonistas, el saber quién había bombardeado sus pueblos y porqué murieron tantos civiles en mayo del 38. (...) cuando vemos que es una historia que son los propios ciudadanos los que empiezan a remover y buscar su propia historia, es cuando nos ponemos a hacerlo, y esto tiene mucho que ver con el porqué después se realiza un proyecto multiplataforma, porque esa iniciativa particular de los ciudadanos que cogen la responsabilidad ellos mismos de empezar a buscar, a investigar y a ir conectando diversos colectivos y conectando lo que hay en los archivos encontrados, esa iniciativa personal de responsabilidad para que se mueva la recuperación histórica”.

4.1- 1ª PROPUESTA DE PROYECTO DE DOCUMENTAL MULTIPLATAFORMA

Mientras la productora Suica Films estaba inmersa en el rodaje y montaje del largometraje documental, se pensó en apostar por realizar también un proyecto transmedia compuesto por varias plataformas pero para ello, se necesitaba solicitar ayuda económica través de subvenciones. Para conseguir estas ayudas, la productora creó un dossier en el que se detallaban las partes del proyecto que se pensaban llevar a adelante.

4.1-1. TEASER

El dossier se puede encontrar en el anexo 2 pero resumiendo se pretendía crear el proyecto multiplataforma contando con un teaser que subido en el canal de Vimeo de la productora se integraría en redes sociales y también en el portal web realizado para la expansión de la historia.

4.1-2. DOCUMENTAL INTERACTIVO

Además de esto, el proyecto multiplataforma contaría con un documental interactivo que se incluiría en un portal web creado expresamente para el proyecto multiplataforma. Se intenta que el vídeo interactivo sea el elemento principal del proyecto ya que condensa la mayor parte del contenido discursivo y a través de él se permite el acceso de los demás elementos que componen el proyecto. En esta primera idea de proyecto se proponía que el acceso al documental interactivo se realizara a través de una portada donde se podrá ver un vuelo animado sobre el mapa de la península, siguiendo una estética marcad

a por las fotos aéreas que realizaron los soldados de la Legión Cóndor en los vuelos en los que planificaban los bombardeos. A partir de esta imagen aérea de la península se podría haciendo clics sobre la zona de l'alt Maestrat para ir descubriendo los contenidos de Experiment Stuka. Pero por otra parte, el mapa se dejaba abierto a nuevos descubrimientos que se vayan realizando para ir señalando los puntos donde había habido otros experimentos alemanes, convirtiéndose en un centro de información vivo para usuarios. Se ejemplificaba con la siguiente imagen.



Propuesta 1. Mapa de España

Fuente: Suica Films

Tal y como se observa en la parte superior izquierda del mapa se propone que aparezca el título del proyecto, en el que clicando encima se volvería a la portada. Seguido del título aparecen una serie de botones que permiten acceder a la sinopsis, al videojuego, al canal de Youtube, al contacto, a la información de pases en cine, televisión...

Debajo de esta línea roja que funciona como menú se encuentra el mapa de la península y algunos símbolos (en forma de punto de mira) que marcan los sitios donde se sucedieron los experimentos de la Legión Cóndor, siendo el principal el lugar donde sucede el *Experiment Stuka*. Cuando pasamos el cursor por encima de cada punto de mira este cambia a rojo, y al hacer clic cae en picado, hacia la zona para ver todos los contenidos del experimento.

Haciendo clic sobre la zona del Maestrazgo donde los nazis probaron sobre población civil los Junkers 87A, conocidos mundialmente como Stuka, hacemos un vuelo en picado sobre el mapa para aproximarnos. Aquí vemos los 4 pueblos bombardeados: Ares, Albocàsser, Benassal y Vilar de Canes. Pero también la Sènia, de donde salían los Stuka. A partir de aquí podremos acceder a diferentes contenidos sobre el mapa de proximidad: Vídeo interactivo con la historia del experimento, relatos de las víctimas, historias de reconciliación, La vida de los nazis en la Sènia.

En la esquina superior se puede acceder al vídeo interactivo en el que el descubridor del experimento, Oscar Vives, narra su proceso de investigación. En todo momento podremos parar el vídeo para acceder a las fuentes documentales que encontró en los archivos militares.



Propuesta 1. Alt Maestrat Fuente: Suica Films

Al hacer clic en la pantalla anterior sobre el vídeo de la investigación se abre una de las piezas más importantes, un vídeo interactivo en la que Óscar Vives hace un recorrido por el hallazgo histórico y por todos los pasos y fuentes documentales que ha descubierto.

Durante todo el vídeo hay una serie de puntos (en el time-line de reproducción) donde se puede pulsar para parar el vídeo y observar, en una nueva ventana, las referencias y la documentación a la que alude Óscar en el relato: Archivos militares de Ávila, el ejército del Aire en Villaviciosa de Odón o el archivo militar de Friburgo.

Cada vídeo se puede compartir siempre de manera directa en redes sociales.



Propuesta 1. Videos documental interactivo Fuente: Suica Films

Cuando se entra a un pueblo se despliega a una nueva pantalla donde se puede ver una de las fotos reales del experimento realizado por los nazis y donde están señalados los impactos de las bombas. Cuando se pasa con el cursor por encima de las casas se abrirán las ventanas con dos tipos de testimonios:

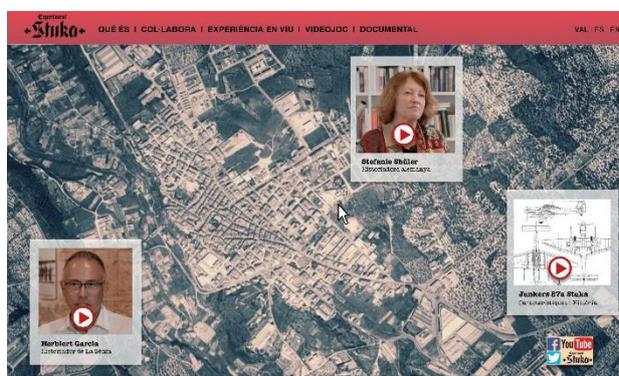
- A) Testimonios de supervivientes.
- B) Testimonios de personas que se han reconciliado gracias a conocer la verdad.



Propuesta 1. Ejemplo de videos de los testimonios Fuente: Suica Films

Si el usuario decide hacer clic sobre la Sénia se encuentra dos tipos de contenidos que completan la historia del experimento:

- A) Historiadores que hablan de la Legión Cóndor y la convivencia con los vecinos.
- B) Detalles sobre los Junkers 87A, técnicos e históricos, y sobre el experimento mismo.



Propuesta 1. Ejemplo del contenido del video interactivo Fuente: Suica Films

Aparte de las pruebas con un antecedente del napalm y de diferentes formaciones aéreas experimentadas en Guernika, hay indicios, en la documentación histórica de al menos otros cinco experimentos militares conocidos y no investigados a fondo. Este documental multiplataforma tiene el objetivo de animar a los protagonistas de esas historias a reconstruir y sumar sus descubrimientos en este mapa interactivo.

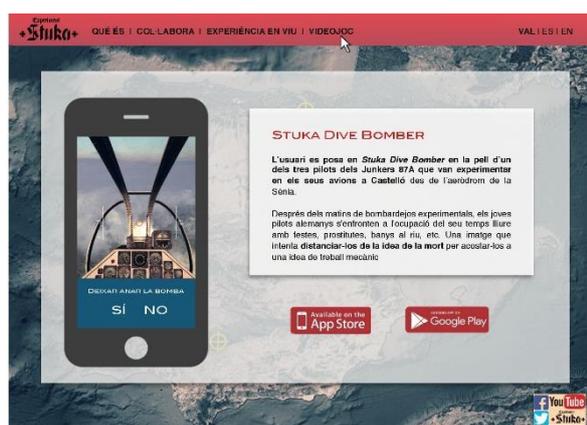


Propuesta 1. Mapa de otros experimentos. Fuente: Suica Films

4.1-3. VIDEOJUEGO

En este primer dossier de proyecto multiplataforma que se proponía otra de las plataformas que formara parte del transmedia de *Experiment Stuka* fuese un videojuego y se pretendía crear con el objetivo de profundizar en uno de los asuntos de fondo de *Experiment Stuka*. La ignorancia y la desconexión absoluta de los verdugos en las guerras, convertidos también en piezas de un juego que se juega, en realidad, desde lejos del campo de batalla. En este videojuego el usuario se debía poner en la piel de uno de los pilotos de los Junkers 87A que experimentaron con sus aviones en Castellón. Hay una parte de la película documental que comenta el tiempo que pasaron estos pilotos en La Sènia y cuenta cuál era su rutina, explicada por estos mismos pilotos en sus diarios personales y tal y como muestran algunas de las fotos encontradas en el archivo militar de Friburgo. Por tanto, en el videojuego se pretendía recrear como ellos se levantaban, se subían a un avión marcaban en los planos y fotografías el objetivo a bombardear. Cuando el avión caía en picado para bombardear con precisión, el piloto perdía el conocimiento y después de los ataques volvían a La Sènia donde pasaban el rato disfrutando del paisaje, de las playas y fiestas del pueblo...

Tras descubrir estos datos, los directores del proyecto pensaron que se podría realizar un videojuego con el objetivo de concienciar de que la ignorancia y la distancia personal es un elemento clave para cometer un asesinato y que hoy en día se sigue matando con bombardeos, ahora con drones. Con el vídeo juego se pretendía llegar a otro tipo de público con una finalidad educativa.



Propuesta 2. Videojuego Stuka Drive Bomber Fuente: Suica Films

Se pretendía que llegara a ser un videojuego con un valor comercial y una importante difusión. La adhesión de un público no habitual del documental se conseguiría con la jugabilidad. Además, el tema bélico y los simuladores de batallas aéreas son un lenguaje clásico del mundo del videojuego, que en este caso concreto se pone al servicio de la toma de conciencia. La idea era realizar un videojuego que estuviera disponible en dispositivos móviles y tablets de forma gratuita tanto para usuarios de Android como de iOS.

4.1-4. CANAL DE YOUTUBE

Otra de las plataformas que se quieren crear inicialmente es un Canal de Youtube. El objetivo de tener este canal es el de centralizar gran parte del

material videográfico que se vaya generando. Se elige Youtube para este fin porque se trata de una plataforma de simple utilización y que es conocida, por tanto permitirá que se conozca el proyecto a público más amplio y diverso. El canal se crearía con la idea de albergar vídeos de diversas índoles como *making off*, avances, presentaciones... Pero sobre todo para cargar en este canal vídeos con contenido extra que no estén ni en la película ni en el vídeo interactivo, aportando más datos a la historia. Además el canal podría contar con suscriptores que vayan comentando el contenido que se les ofrece e incluso participar enviando contenido extra y opiniones.

4.1-5. REDES SOCIALES

Por último esta primera propuesta multiplataforma, además de las plataformas enumeradas anteriormente, se compondría de los perfiles en las diferentes redes sociales a través de las cuales conseguir llegar de manera más inmediata a un mayor número de usuarios. Se propone que las redes sociales contribuyan a promocionar tanto el documental interactivo como al resto de las plataformas. También a través de ellas se intentaría preparar al público para vivir toda la experiencia.

Desde principios del 2016 el proyecto ha tenido activo el perfil de Facebook y se pretendía en 2018 activar un perfil de Twitter. Se quería contar con estas dos redes sociales ya que se consideraban las más extendidas entre la sociedad y las que en el momento de planificación del proyecto contaban con más seguidores. Estos perfiles se usarían por el equipo de Sucia Films para difundir novedades, publicar artículos de otros medios relacionados con la temática del documental y sobre todo, porque se considera que con ellas se puede crear una comunidad de seguidores e usuarios a nivel internacional. También inicialmente se planificó a apertura de cuentas en Instagram y Vimeo, ya que son redes sociales con más potencial visual y a través de ellas se podría publicar fotos de presentaciones, rodajes o los diversos eventos que se vayan desarrollando. Las redes, al ser uno de los medios más participativos que existen, podrían servir como canal para que los usuarios añadan las fotografías que puedan realizar en relación a *Experiment Stuka*.

En Vimeo, inicialmente se querían subir vídeos sobre historias personales.

4.1-6. EXPERIENCIA VIVENCIAL “IN SITU”

Por último en el primer dossier multiplataforma de Experiment Stuka, se propone crear una serie de acciones y exposiciones en los lugares donde se sucedieron las historias que narra el documental. Por tanto, con la idea de aumentar vivencialmente la experiencia del documental se pretendía la realización de una serie de proyecciones especiales del largometraje en Albocàsser, Ares del Maestrat, Benassal y Vilar de Canes.

Se pretendía de este modo, que se produjese una aproximación real, tras la difusión comercial, por parte de los espectadores a aquellos lugares reales narrados en la película, tanto para recorrer los escenarios in situ, como para conocer y dialogar con los supervivientes de los bombardeos secretos de la Legión Cóndor.

La proximidad a la zona permitirían trasladarse al lugar de los hechos, así como conocer los protagonistas y allí se podría realizar por un lado la proyección pública del largometraje documental, junto a un posterior debate y coloquio con los directores, miembros del equipo y protagonistas de la historia, y como plus se podrían realizar excursiones guiadas en cada pueblo, con los supervivientes de los bombardeos por los escenarios de la historia para compartir con ellos las vivencias, relatos y detalles del hecho.

También se gestionó un acuerdo con los ayuntamientos de Benassal y de la Sénia para la creación de una exposición de las maquetas fabricadas para el documental *Experimento Stuka*.

En Benassal se pretendía ubicar la exposición permanente en la 'Torre de la prisión' y allí se contaría con las fotos de los archivos de Friburgo y con las maquetas de los cuatro pueblos bombardeados.

Por otra parte, en la Sénia se depositarían en el museo del Aeródromo, aquellas maquetas que hacen referencia a la presencia de los Stuka en aquellas instalaciones.



Propuesta 1. Esquema del contenido transmedia del portal web para "Experiment Stuka"

Fuente: Suica Films

Finalmente el primer proyecto multiplataforma se podría resumir a través del siguiente esquema.

Una vez presentado el proyecto descrito anteriormente a algunas entidades para recibir ayudas económicas, se le conceden estas subvenciones a la productora, qué empieza a trabajar en el proyecto. Antes de ponerse con el proyecto transmedia los directores de Suica Films pensaron que era mejor asesorarse y

llevar adelante el proyecto a través de personas que se encargaran de diseñar y crear tanto la web como el vídeo interactivo. Uno de los directores de la película, Rafa Molés comentaba en la entrevista que se consiguió llevar adelante el proyecto “entre la ayuda de todos y de forma colaborativa, estando abiertos a diversas experiencias e intentando concentrar la energía en lo que realmente se podría hacer, ya que se trata de un proyecto de muy bajo presupuesto. Que hubiese un videojuego, que es por ejemplo lo que se planteó en un primer momento, teniendo la experiencia del coste que esto supone tanto en tiempo como en dinero, y pensando en la efectividad, no teníamos una experiencia muy realista y positiva con eso, ya que en un videojuego hay que invertir mucho dinero para que realmente sea útil. Por esto, se han ido cambiando el documental interactivo, las láminas que se pueden imprimir y convertirse en una especie de iconos... Se ha tratado de un trabajo colaborativo en el que se ha ido viendo que plataformas funcionaban”.

4.2- 2ª PROPUESTA DE PROYECTO DE DOCUMENTAL MULTIPLATAFORMA

Tras debatir que partes se podían llevar adelante entre algunos miembros de la productora Suica Films y la empresa de vídeo y diseño MDH Brand Vídeo y The Graphic Bureau, y ver qué elementos iban a funcionar mejor, se propuso que la estrategia transmedia estuviese formada por seis partes. A continuación, se detalla el esquema que el diseñador y el creador del vídeo interactivo proponían a la productora para la elaboración de la web y el proyecto transmedia.

1/6
Web

Diseño y programación de una página web con las siguientes secciones:

- 1 Menú
- 2 Vídeo interactivo PlayFilm
- 3 Sección Participación
- 4 Experiencia en vivo
- 5 Feed Noticias
- 6 Ilustraciones
- 7 Historia del Documental
- 8 Testimonios
- 9 Footer / RRSS

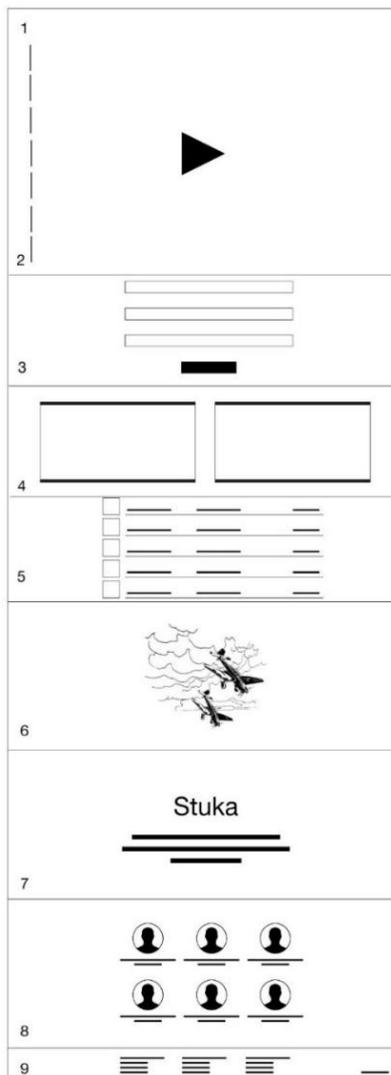
En la web incorporamos contenidos no incluidos en el vídeo interactivo con el objeto de:

- Facilitar la usabilidad de la página web
- Optimizar la navegación de los contenidos del vídeo interactivo
- Fomentar la participación
- Ayudar a la indexación de la plataforma por los motores de búsqueda
- Crear un ecosistema digital que favorezca un mejor conocimiento por parte del visitante del documental.

Diseño web onepage basado en la plataforma Squarespace o similar.

2/6
Vídeo Interactivo

El contenido del vídeo interactivo se centra en el aspecto audiovisual, dando protagonismo a contenidos extra que no aparecen en el documental. Para dar paso a los distintos bloques/secuencias del vídeo se crearán transiciones específicas basadas en las ilustraciones de Juanjo Gasull.



Propuesta 2. Esquema de los contenidos de la Web para el proyecto de *Experiment Stuka*

3/6

Ilustración

Las ilustraciones de Juanjo Gasull, artista joven de Torrent (Valencia), definen personajes con un estilo dramático, por el uso de proporciones, formas, texturas y paleta de color. Además la combinación de distintos puntos de fuga en sus ilustraciones recrean varias narrativas en un mismo espacio. Desde un punto de vista artístico, el tratamiento que da a las personas, vehículos y construcciones urbanas encajan en el estilo y contenido del documental.



4/6

Experiencia en vivo

Exposiciones: Diseño de los paneles de información y gestión de la ubicación de las maquetas en Benassal y La Senia. Visitas guiadas.

5/6

YouTube

Publicar contenido extra enlazado con la web principal. Personalización de la imagen del canal.



6/6

Twitter/Instagram

Personalización de la imagen de los distintos canales.



Propuesta 2. Esquema de contenidos Web para el proyecto de Experiment Stuka Fuente: The graphic boreu

En este esquema se aprecia que la pieza central y la que englobaría la mayor parte de elementos que conforman el mapa transmedia sería una web con 9 apartados.

El menú de la página aparecería en todo momento en el lateral derecho de la página y su diseño consta de 9 rayas verticales, una para cada una de las secciones con las que cuenta la web, se remarcará la raya que corresponda a la sección en la que se esté en ese momento y haciendo scroll se podrá ir accediendo a todos los apartados.

4.2.1- VÍDEO INTERACTIVO

El primer apartado que aparecería en la web es un vídeo interactivo que podría ser difundido a través de otras plataformas, pero en este caso se decide que vaya embebido en la propia web. Este vídeo se crearía a partir de Play Film, una la plataforma integral de vídeo Interactivo dirigida a productoras, agencias de publicidad y creativos audiovisuales, que facilita las herramientas para la creación de un vídeo interactivo abaratando costes y siendo intuitiva y efectiva. En el vídeo interactivo se pretende que el usuario vaya descubriendo la historia de *Experiment Stuka* a través de los documentos encontrados por Oscar Vives en los archivos militares de Friburgo y a través de cada uno de los testimonios de los supervivientes de los bombardeos, de algunos familiares de supervivientes y de los investigadores locales Pilar Vidal y Oscar Vives. Lo que cuentan los protagonistas en este vídeo serán testimonios inéditos, ya que estos

fragmentos no aparecen en la película. Las transiciones entre los vídeos serán creadas específicamente para este fin por el ilustrador Juanjo Gasull.

En lugar de incluir todo el contenido inicialmente propuesto en el vídeo interactivo, se decide que en la web se incorporen contenidos no incluidos en el vídeo interactivo con los objetivos de facilitar la usabilidad del vídeo y de la web en sí, de optimizar la navegación de los contenidos del vídeo interactivo, fomentar la participación, ayudar a la indexación de la plataforma por los motores de búsqueda y crear un ecosistema digital que favorezca un mejor conocimiento por parte del visitante del documental.

4.2.2- SECCIÓN DE PARTICIPACIÓN

Debajo de la imagen que da acceso al vídeo interactivo, se propone que esté el apartado de participación, en el que se dispondrían unas casillas a rellenar por aquellos usuarios que quieran participar contando historias sobre bombardeos que hayan conocido o investigado por su cuenta.

4.2.3- EXPERIENCIA EN VIVO

En la web, debajo del apartado de participación, se situarían las imágenes sobre las exposiciones que se había planificado, desde un principio, montar en Benassal y La Sènia, para las que se diseñarían los paneles informativos y las fotografías y se planificaría la ubicación y el montaje de las maquetas utilizadas para el rodaje del documental, para que puedan ser visitadas. También se promocionaría la opción de realizar visitas guiadas a los lugares donde tuvieron lugar los bombardeos.

4.2.4- FEED DE NOTICIAS

El siguiente apartado que se planificó es el feed de noticias, en el que se recogerían aquellas noticias que hablan sobre la temática que trata el documental, pero sobre todas aquellas que hablan de la producción y estreno de la película documental y entrevistas con los directores.

4.2.5- ILUSTRACIONES

El sexto apartado que se plantea se trata de las ilustraciones de Juanjo Gasull, artista joven de Torrent y en el que se fijaron desde The Graphic Bureau porque crea personajes con un estilo dramático, por el uso de proporciones, formas, texturas y paleta de color y se cree el tratamiento que da a las personas, vehículos y construcciones urbanas encajan en el estilo y contenido del documental y pueden mostrar un poco más sobre la historia que se cuenta en *Experiment Stuka* pero desde una perspectiva diferente.

4.2.6- HISTORIA DEL DOCUMENTAL

Debajo de las ilustraciones se pensó en poner un texto explicativo en el que los directores cuenten en que momento y porqué se decide llevar a cabo la película documental.

4.2.7- TESTIMONIOS

Tras descubrir al público las motivaciones que llevan a los directores del documental a ejecutarlo, se disponer las fotografías de los protagonistas de la

película y que serían accesos directos a los vídeos de los testimonios de los investigadores y los supervivientes de los bombardeo en el que explican más datos sobre lo sucedido, material inédito que no se había mostrado en el film documental.

4.2.8- FOOTER/ RRSS

Por último, como elemento de cierre y en la parte inferior, se situaría el *footer* donde se colocarían el copyright y los botones a las redes sociales del *site*.

Con este proyecto que se presenta desde *MDH Brand Vídeo* y *The Graphic Bureau* a Suica Films comienza en trabajo de creación tanto del vídeo interactivo, como de cada una de las partes que componen la web.

4.3. COMPARATIVA ENTRE LA 1ª Y 2ª PROPUESTA DE PROYECTO TRANSMEDIA

A diferencia de la primera propuesta multiplataforma presentada por Suica Films, creada con el fin de mostrar el proyecto, y así, obtener ayuda económica para su realización, a esta segunda propuesta multiplataforma ya se aprecian diversas diferencias.

La diferencia más notable, y que más cambia la estructura y navegabilidad a través del contenido que engloba el proyecto, es que en lugar de encontrar todo el contenido dentro del vídeo interactivo, se tratará de sacar parte del contenido de la primera propuesta fuera del vídeo y crear la web en *scroll* con este y más contenido.

La segunda diferencia entre las dos primeras propuestas de proyecto transmedia es la del videojuego, que en la primera propuesta se le ofrece una gran importancia y en la segunda, se elimina del proyecto. Desde Suica Films se justifica la eliminación del videojuego del proyecto alegando que para que cumpla los fines con los que se planteaba inicialmente sería necesario invertir una gran cantidad económica en su creación y puesta en funcionamiento y finalmente, el proyecto cuenta con una pequeña cantidad económica. Si se hubiese ejecutado este videojuego, lo más probable es que no hubiese habido dinero para desarrollar la web y el vídeo interactivo.

Otra de las partes que no se contemplaban en la primera propuesta y que puede llegar a ser parte clave para que los usuarios aporten su granito de arena, y con ello contribuir a la expansión de la historia es la sección de participación. En esta se abre el proyecto a que los usuarios y público de la web puedan aportar contenido al *storytelling*, por tanto se produce un gran paso para que además de ser un proyecto multiplataforma, también lo sea transmedia.

En la segunda propuesta se añade la sección de feed de noticias, una buena manera de medir la dimensión y el alcance que ha tenido la película documental y también de realizar una recopilación o dossier de prensa. Gracias a esta sección de noticias se podría analizar la repercusión que ha tenido hasta el momento el film documental y ver si el proyecto transmedia podría llegar a tener

éxito, ya que mucho público ha leído sobre *Experiment Stuka* y es posible que esté interesado en ampliar la información sobre este tema.

El apartado en el que se propone la inserción de las ilustraciones realizadas por Juanjo Gasull es otro de los canales a través del que se expande la historia, por tanto le da ese plus transmedia, primero porque el propio ilustrador es el que plasma en su obra su perspectiva sobre el documental que ha visualizado antes de ejecutar los elementos gráficos y disponerlos de cierto modo formando una lámina o cartel. Por otra parte, se considera que este apartado es mucho más rentable económicamente que el videojuego, por ejemplo, y puede causar curiosidad por conocer más sobre el tema a aquellas personas que vean las ilustraciones fuera del contexto de la página web, por tanto puede llegar a más público.

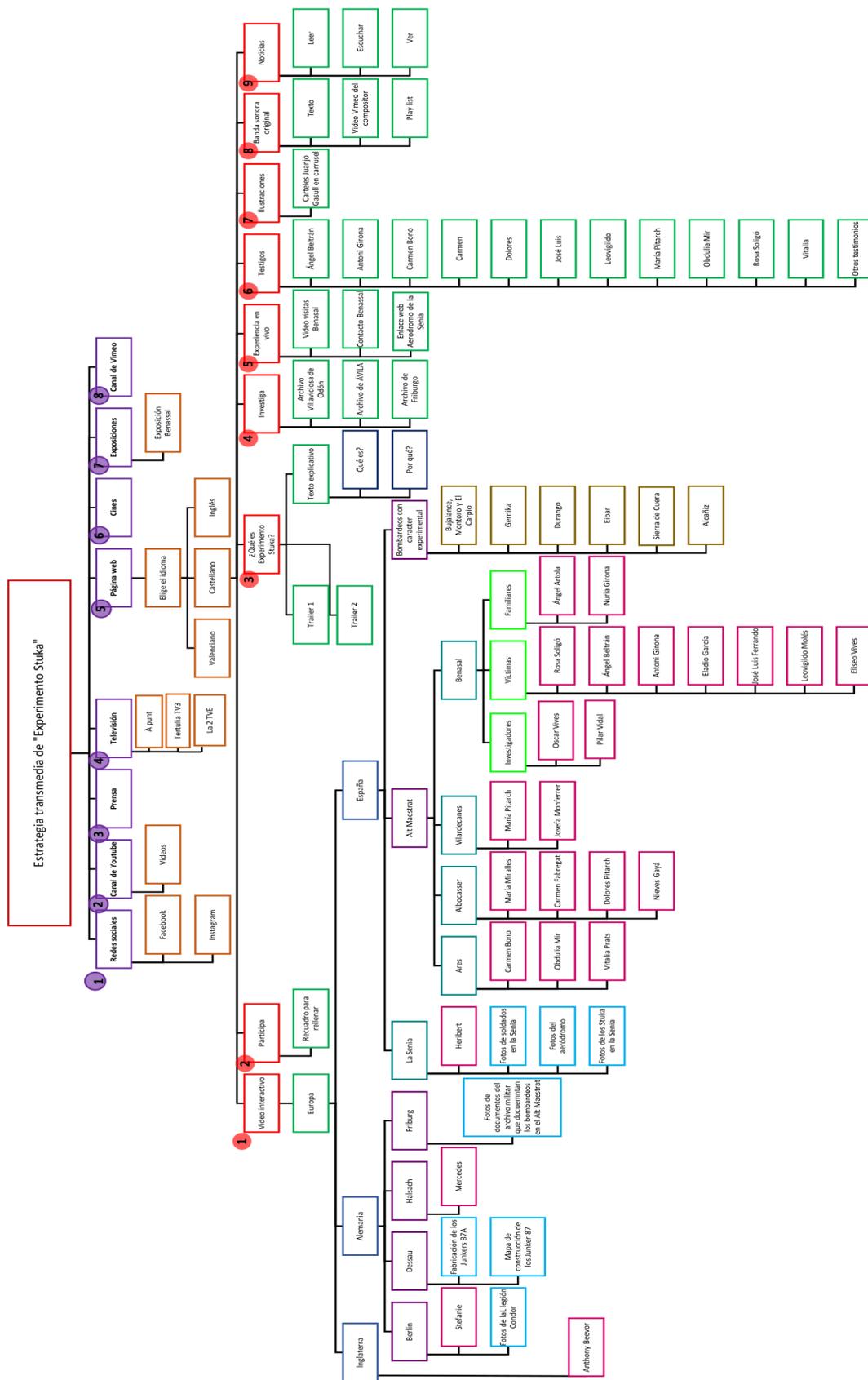
La sección en la que aparecen las fotografías de los testimonios y que enlazan a los vídeos del Canal de Youtube también se puede considerar una nueva aportación que se añade en la segunda propuesta del proyecto. Estos vídeos le darían más visibilidad al canal de Youtube y además aportarían más datos a la historia, ya que serían diferentes a los que aparecerían en el vídeo interactivo.

El *footer* sería la herramienta más adecuada para agrupar los accesos directos a las redes sociales que dispone *Experiment Stuka* y desde la propia web se enlazaría a cada uno de estos perfiles.

Desde Suica Films se dio el visto bueno a MDH Brand Vídeo y The Graphic Boreau de la propuesta presentada y se empezó con la elaboración del proyecto. A continuación se analizará el resultado final de la estrategia transmedia llevada a cabo y se detallará la elaboración de cada una de las partes que conforman el proyecto, hasta ver en la situación en la que se encuentra actualmente.

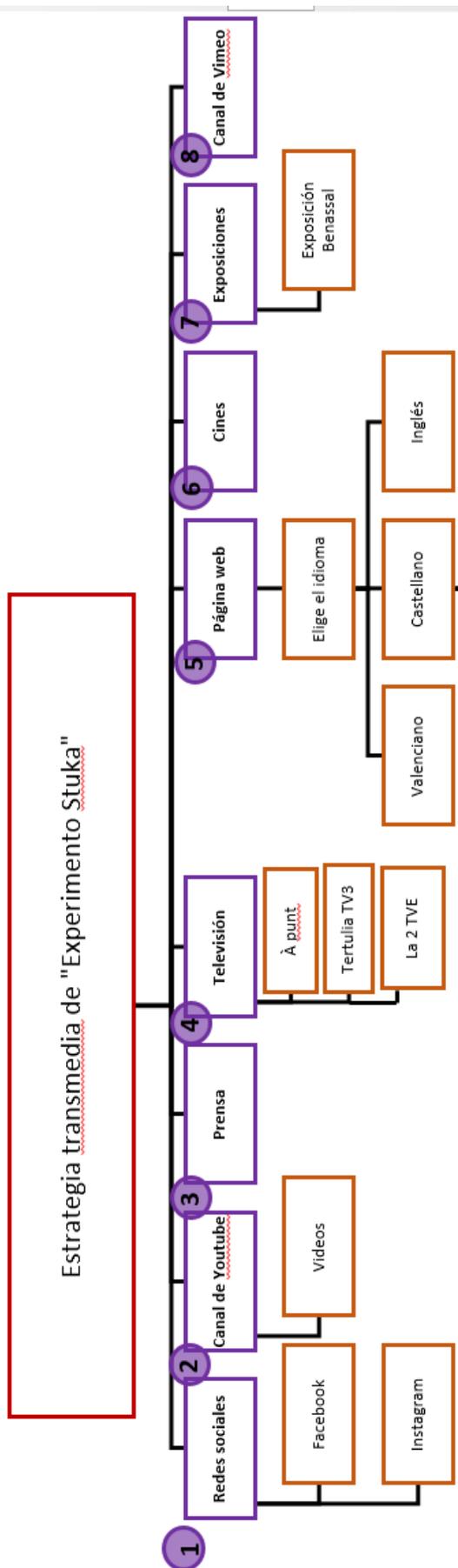
5. ELABORACIÓN DEL PROYECTO TRANSMEDIA FINAL Y DE LA WEB

Tras estudiar las anteriores propuestas de proyecto del documental multiplataforma se inició la elaboración de las diversas plataformas y partes que formarían la estrategia transmedia de *Experiment Stuka*. En la página siguiente se ha elaborado un esquema con todas las plataformas que, a día de hoy, conforman el proyecto transmedia. Seguidamente se detallará como han sido elaboradas las distintas partes del proyecto, las modificaciones y problemas que han surgido y las relaciones entre las líneas narrativas que aparecen en cada plataforma.



Fuente: elaboración propia

Mapa transmedia de Experiment Stuka. (Consultar en el anexo 3)



Fuente: Elaboración propia.

Mapa transmedia de Experiment Stuka. Plataformas del proyecto transmedia.

1 • Redes Sociales.

- Facebook

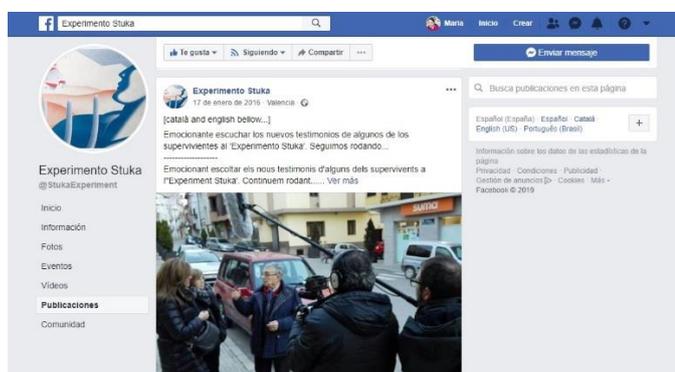
La página de Facebook se abre en enero de 2016 y desde ese momento Suica Films ha ido compartiendo aquí información sobre la película documental y sobre los pases y actos programados en torno al documental.

Inicialmente se eligió una foto de perfil y de portada aleatoriamente, ya cuando se crean otros canales y redes sociales se unifican estas imágenes en los diferentes perfiles y páginas. En el caso de Facebook la foto de perfil y de portada elegida sería la siguiente.



Fotos de perfil y portada de la página de Facebook. Fuente: Página de Facebook.

Durante la grabación de la película documental se van publicando en Facebook imágenes del rodaje en diversos lugares, las imágenes preceden a un breve texto en el que se explica la localización de las fotografías.



Facebook. Imágenes durante el rodaje de *Experiment Stuka* Fuente: Página de Facebook.

Además de imágenes del rodaje, las primeras publicaciones que se realizan en las páginas de Facebook serán enlaces a noticias lanzados en medios de prensa

escrita sobre el tema que versa el documental y sobre la elaboración del mismo. El hecho de ir publicando estos enlaces a noticias, además de expandir la información sobre el documental, sirven como una recopilación o dossier de prensa para la Productora Suica Films, sobre *Experiment Stuka*, que ha aparecido en multitud de periódicos tanto online como en papel, incluso en informativos de televisión y radio, como puede ser en 4 noticias y entrevista con los directores del documental en Radio Nacional de España. En estos casos se introduce el contenido de la noticia y a continuación se adjunta una imagen y el enlace directo a la noticia.



Facebook. Enlaces a noticias en prensa, televisión y programas de radio sobre *Experiment Stuka*. Fuente: Página de Facebook.

La página de Facebook también ha sido uno de los principales medios a través de los que Suica Films ha ido anunciando tanto la fecha de los estrenos en los festivales en los que ha participado, como puede ser Docs Valencia y Docs Barcelona, como todos los pases que se han ido ofreciendo en diversos cienes de la geografía española, ofreciendo la información en varios idiomas, en caso de dirigirse a un público con otros idiomas. También, a través de Facebook, se iban anunciando aquellos pases que contarían con la asistencia de los directores del documental y expertos investigadores del tema para realizar un coloquio con los mismos y poder comentar con el público todo aquello que los asistentes consideren.



Facebook. Publicaciones sobre estreno del documental en cines y salas y referencias a los premios recibidos. Fuente: Página de Facebook.

La página de Facebook también se ha utilizado para rendir homenaje a algunos de los protagonistas del film documental que han fallecido en el transcurso del rodaje, antes de haberse estrenado.

En la página de Facebook se ha facilitado el enlace de Filmin para todo aquel que quiera visionar la película online, el texto y el enlace se acompañan de un fotograma del documental. También se invitó a ver la exposición instalada en Benassal y se anunciaba su inauguración a través de Facebook, acompañando el texto de algunas fotos de la exposición.



Facebook. Publicación con enlaces a Filmin y fotos de la exposición de las maquetas en Benassal. Fuente: Página de Facebook

Alguno de los post que se pueden ver en el Facebook de *Experiment Stuka* está dedicado a la banda sonora y a su autor, aparece un vídeo enlazado de Vimeo,

en el que el autor de la banda sonora Alberto Lucendo, explica las principales características con las que cuenta la banda sonora y como fue creada.

También en los últimos meses, en la página de Facebook se ha podido observar alguna publicación extraída de las historias de Instagram, de modo que esta información llega al público de las dos redes sociales elaborando un solo diseño de cartel, contando con las herramientas que ofrece Instagram stories.



Facebook. Enlaces a un video de la BSO y stories de Instagram compartidas en Facebook. Fuente: Página de Facebook

Facebook también ha servido a Suica Films para anunciar las nominaciones que ha ido recibiendo Experiment Stuka una vez estrenado y los premios que ha conseguido la película documental. Se ha publicado la información sobre la entrega de esos premios y se han acompañado las publicaciones a través de fotos del momento en el que los directores de la película han recogido los galardones.



Facebook. Enlaces a noticias de los galardones recibidos para Experiment Stuka. Fuente: Página de Facebook

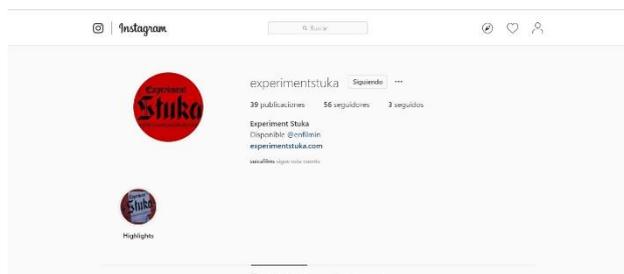
La página de Facebook ha sido un instrumento muy utilizado por la productora para lanzar noticias, compartir informaciones y anunciar acontecimientos en torno a *Experiment Stuka*. Puede que sea una de las plataformas que más difusión haya ofrecido de *Experiment Stuka* y sobre todo que más respuesta ha recibido por parte de los usuarios. Esto es lo que indicaba Rafa Molés en la entrevista que se le ha realizado “Es verdad que la película genera una gran comunicad y a pesar de ser una red social en decadencia, a nosotros nos está funcionando Facebook. Tenemos grandes visionados en Facebook y los seguidores que tenemos se trata de gente que es fácil de movilizar y la que queremos transvasarla hacia otras redes y plataformas, en el momento en el la vida de la película y los condicionantes que te va poniendo la película te lo permiten.” Por tanto los directores confían en Facebook para ampliar el Storytelling, para llamar a la participación activa del público y también para

promocionar el resto de plataformas y proyectos creados para la estrategia transmedia de *Experiment Stuka*.

- **Instagram**

Desde Suica Films también nos facilitaron aquellas credenciales usadas para cada cuenta, de tal modo que podíamos acceder crear un perfil y editarlo para que tuviese cohesión con la cuenta de Facebook que ya llevaba algunos años funcionando.

El perfil de Instagram de Experiment Stuka se abre en febrero de este 2019. Pero lo más curioso cuando revisas este perfil es que todas las imágenes que se han colgado en el muro están subidas desde el día 27 de febrero. Esto quiere decir que no se actualiza a menudo este perfil y que todas las imágenes se subieron el mismo día. El perfil solo cuenta con 39 publicaciones y 56 seguidores.

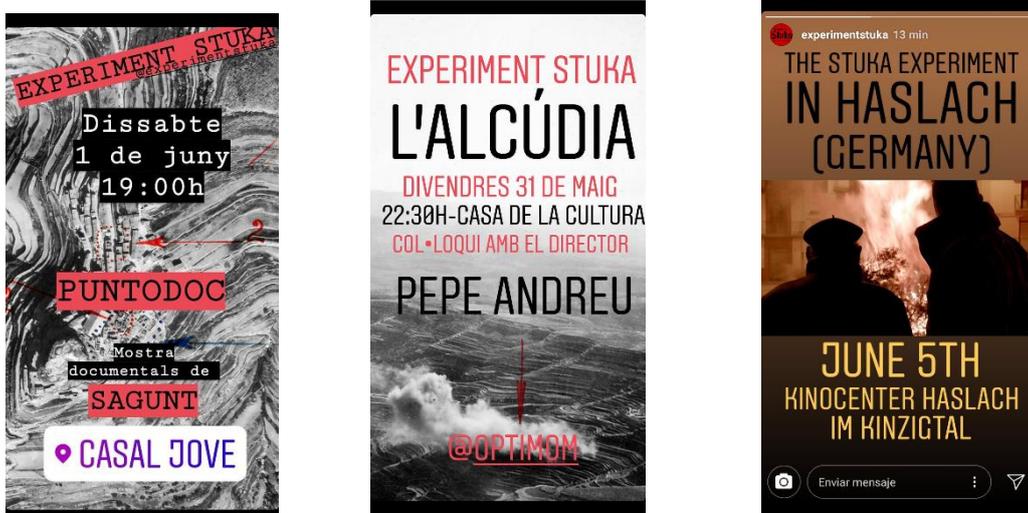


Instagram. Perfil de Instagram de Experiment Stuka. Fuente: Stories de Instagram.

Pero por otro lado se debe destacar que el Instagram de *Experiment Stuka* sí que se utiliza para informar sobre nuevos pases a través de *Insta Stories*.



Instagram. Ejemplos de stories compartidas desde el canal de Experiment Stuka y Suica Films Fuente: Stories de Instagram.



Instagram. Ejemplos de stories compartidas desde el canal de Experiment Stuka y Suica Films
Fuente: Stories de Instagram.

Una vez creadas las cuentas y unificada la imagen de todas ellas, ya se podía enlazar a la web de *Squarespace* en la que íbamos a trabajar.

2 • Canal de Youtube

Desde el primer momento que se piensa en convertir la película *Experiment Stuka* ya se tiene la idea de crear un canal de Youtube en el que expandir la historia que se cuenta en el documental. Inicialmente se plantea que el documental interactivo se enlace a los vídeos previamente subidos a Youtube, pero será en el segundo proyecto presentado cuando se propone extraer estos vídeos fuera del interactivo y que estos estén enlazados en un apartado independiente en la web al que se pondrá como título “*Testimonios*”. Una vez decidido esto, se debía ver que fragmentos de las declaraciones de los entrevistados que no había aparecido en la película documental serían adecuadas para poderse visionar de modo independiente, y que además de aumentar el interés del espectador, añadiesen contenido a la historia. Se estudiaría de qué modo que se podrían consumir de forma separada y teniendo sentido siendo vistos individualmente, pero a su vez se debían crear interés en el espectador, de modo que tras ver uno de los vídeos, sintiese curiosidad por seguir viendo los vídeos de los otros testigos.

Para crear los vídeos la tarea que realizaríamos entre, Rafa Molés director y productor en Suica Films, la encargada de la edición en la productora y mi compañero de prácticas Kevin Villar y yo, María Gil, sería el análisis de las

transcripciones y búsqueda de elementos significativos para crear nuevas piezas que complementaban la visión de lo explicado en el montaje original.

Nos dividimos todas las entrevistas transcritas entre Kevin Villar y yo, las releímos y nos dispusimos a destacar aquellas partes que resultaban interesantes para la narrativa no lineal que se pretendía crear. Una vez seleccionados los fragmentos, nos pusimos en contacto con Rafa Molés para que desde Suica se nos facilitaran los brutos que contenían todas las entrevistas a los testimonios.

- Deocupage de Experiment Stuka

Cuando nos pusimos a trabajar tanto en los vídeos como en el diseño y contenido de la web, nos dimos cuenta de que resultaría interesante y útil, perder un poco de tiempo en realizar una descomposición del documental para situar aquellos fragmentos que necesitáramos en cada momento lo más eficazmente posible. Para ello elaboramos una tabla con cuatro casillas en las que aparecerían los fotogramas correspondientes a el tiempo en el metraje de cada secuencia, además de enumerar los personajes que aparecían, explicar brevemente sobre que hablaban y en el lugar en el que situaba la acción. Se puede ver en el anexo 11 con el nombre de “Minutaje”.

Ya con el *deocupage* y los brutos de los testimonios seleccionados, cortamos con el Final Cut los fragmentos elegidos de cada uno de los testigos de la historia y una vez editados estos fragmentos, les remitimos de nuevo a Rafa Molés y a la encargada de edición del documental, Sara, los vídeos cortados. Después de Rafa revisarlos y ejecutar las modificaciones que creía necesarias, la montadora sería la que se encargarían de cubrir con imágenes rodadas los testimonios orales y también de darle una cohesión a todos los vídeos añadiendo a cada testimonio una cabecera común. Los fragmentos de introducción de los vídeos de Youtube son animaciones realizadas por la montadora con los materiales gráficos creados por el ilustrador Juanjo Gasull, como se aprecia en los siguientes fotogramas.



Animación de ilustraciones de Juanjo Gasull. Fuente: Video de Youtube.

El Canal de Youtube, al tratarse de una plataforma independiente tiene dos modos de acceso, se puede acceder a Youtube y en la barra buscadora introducir *Experiment Stuka*, de modo que te filtrará al acceso del canal y de los vídeos que este contiene o, se puede acceder a través de la web de www.experimentstuka.com en la que existe un apartado específico para los vídeos de los testimonios, en el que aparecen las fotos de los personajes que aparecen en la película y pinchando sobre ellas se accede al vídeo de Youtube en el que el personaje cuenta sus recuerdos.



Apartado de Testimonios. Enlaces a los videos del canal de Youtube. Fuente: página web de Experiment Stuka

En el canal de Youtube se pueden encontrar 30 vídeos. Algunos de los vídeos son de los supervivientes de los bombardeos que aparecen en la película, cuentan cómo vivieron los bombardeos, también hay otros testimonios de supervivientes que no aparecen en el documental como es el caso de Eliseo Vives o de Nieves Gaya. Además de testimonios vivenciales, en el canal de Youtube se encuentran vídeos en los que aparecen los investigadores de Benassal, Oscar Vives y Pilar Vidal y también cuentan hechos que no aparecen en el documental y otros vídeos son de los investigadores de guerra como el inglés Anthony Beevor y la alemana Stephanie. También en Youtube se dará acceso a las historias que nos cuentan algunos familiares de personas que vivieron los bombardeos como Josefa Monferrer, Mercé Ferrando o Ángel Artola. La mayoría de vídeos colgados están subtítulos en inglés y los personajes hablan en valenciano.

Se debe remarcar que este canal de Youtube por el momento cuenta con muy pocos suscriptores y los vídeos con muy pocas visualizaciones debido a que este canal no se ha promocionado a través de ningún medio y los vídeos no se han compartido en ninguna red social.

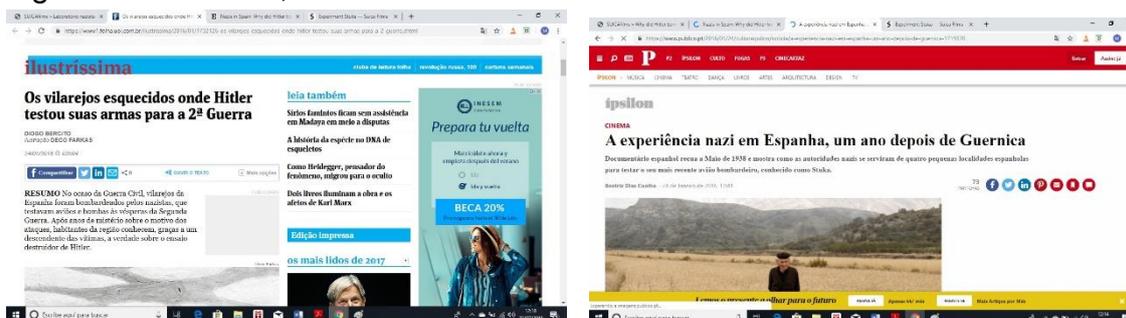
Todos los vídeos de este canal tienen una serie de elementos en común además de la introducción, que ya se ha comentado anteriormente. La imagen en movimiento se enmarca en un recuadro gris y en el margen superior derecho se ha colocado un logotipo en blanco en el que se puede leer "*Experiment Stuka*" en la tipografía que se ha utilizado para toda la cartelería e imagen del

documental y de las demás plataformas, de modo que hace más identificables los vídeos si se consumen desde fuera del canal de Youtube.

3 • Prensa

Desde el año 2016 se han ido lanzando noticias en diversos medios de prensa digital y escrita en los que se ha hablado sobre el tema que se trata en la película *Experiment Stuka*, sobre la investigación llevada a cabo por Oscar Vives y sobre los cuatro pueblos del alt Maestrat que fueron bombardeados. Además de sobre el tema tratado en el documental los medios de prensa escrita también se han hecho eco del estreno en cines de la película y de los premios que le han sido concedidos. Suica Films en su web cuenta con un apartado en el que va recogiendo las noticias que se van lanzando en relación con el documental como se puede ver en el siguiente enlace <http://suicafilms.com/prensa/>.

Las noticias publicadas en prensa sobre *Experiment Stuka*, también se recogen en la web propia del proyecto transmedia para que los usuarios puedan tener un acceso más directo a toda la información. Es interesante ver como la película documental ha tenido repercusión tanto a nivel nacional, como internacional, ya que son varios los medios internacionales que se han hecho eco de la existencia de este documental, como se puede ver a continuación en algunos diarios digitales brasileños, entre otros.



Noticias en prensa digital sobre *Experiment Stuka*

Fuente: página web de los periódicos digitales

SuicaFilms creó un *Press Kit*, en el que aparecen textos explicativos sobre el documental que han creado y en el que aparecen una serie de fotografías de los archivos de Frigurgo y de fotogramas de la película que, además de servirles para promocionarse, permiten que se publiquen en prensa o medios, hecho que también da publicidad y hace que se conozca su trabajo. El *Press Kit* se puede encontrar en el Anexo 5.

4 • Programación en Televisión y Radio

La película documental *Experiment Stuka* se estrenó en televisión en À punt, la televisión autonómica de la Comunidad Valenciana, el 20 de enero de 2019. Se emitió en *prime time* y finalizada la película, en el programa *La Qüestió* los

invitados en el plató serían los protagonistas del documental Oscar Vives y Pilar Vidal, investigadores de Benassal, Stephanie, protagonista en la película y directora del Centro de Investigación del Antisemitismo de Berlín y Rafa Molés, uno de los directores de *Experiment Stuka*. Durante este programa de algo más de una hora de duración se resolvieron diversas preguntas que quedan pendientes de respuesta en el documental y el director explica las motivaciones que les llevaron a plantearse producir este documental. Los investigadores explicaban también las complicaciones que les han surgido durante la investigación y el rodaje y desvelaban datos que no aparecen en la película. Por tanto, en À punt se ofreció una interesante tertulia que permitió al público ampliar la visión y el conocimiento sobre *Experiment Stuka*. Antes de ser estrenado en À punt ya se había hablado sobre la película documental en el programa “El mati d’À punt” y se comentaba también sobre otro documental producido por SuicaFilms como es *Motherhood*.

Antes del estreno en cines y en À punt, Noticias Cuatro ya se quiso hacer eco de la historia y ofreció la información del estreno en Docs Valencia del documental el 4 de mayo de 2018. En la noticia que se lanzó se aportaba información sobre el tema que se trata en el documental y a su vez lo promocionaba a nivel nacional.

El 27 de noviembre de 2018 en el magazine “Els Matins” de TV3, televisión autonómica catalana, también se realizaba una tertulia en la que se contaba con el director de la película, Rafa Molés como invitado, quien conversaba con periodistas y expertos que trataron el tema de la realización de la película documental y se aportaban más detalles sobre la historia además de aquellos que se cuenta en el documental, de este modo se despertaba la curiosidad entre los telespectadores en relación a lo que cuenta *Experiment Stuka*, por tanto el público que vio el programa podría llegar a ser futuro público en el estreno del documental en las proyecciones realizadas en Cataluña.

La emisión del documental más actual en televisión es la realizada en la 2 de TVE, el 28 de julio de 2019, se emitió a las 21:30 en su versión en castellano. Esta ha sido la única emisión a nivel nacional que se ha realizado.

Los programas de tertulias comentados en los párrafos anteriores se pueden encontrar a través de las respectivas páginas web de las televisiones en las que se han emitido, en la sección a la carta y también están enlazados en la web www.experimentstuka.com en el apartado “Noticias” como se explicará en la sección de “Página Web”.

También los directores de *Experiment Stuka* han sido entrevistados en diversas radios, como en *Radio Castellón Cadena Ser* o *Radio 3 de Radio Nacional de España*, para hablar sobre el documental como se ven en las siguientes publicaciones de Facebook.

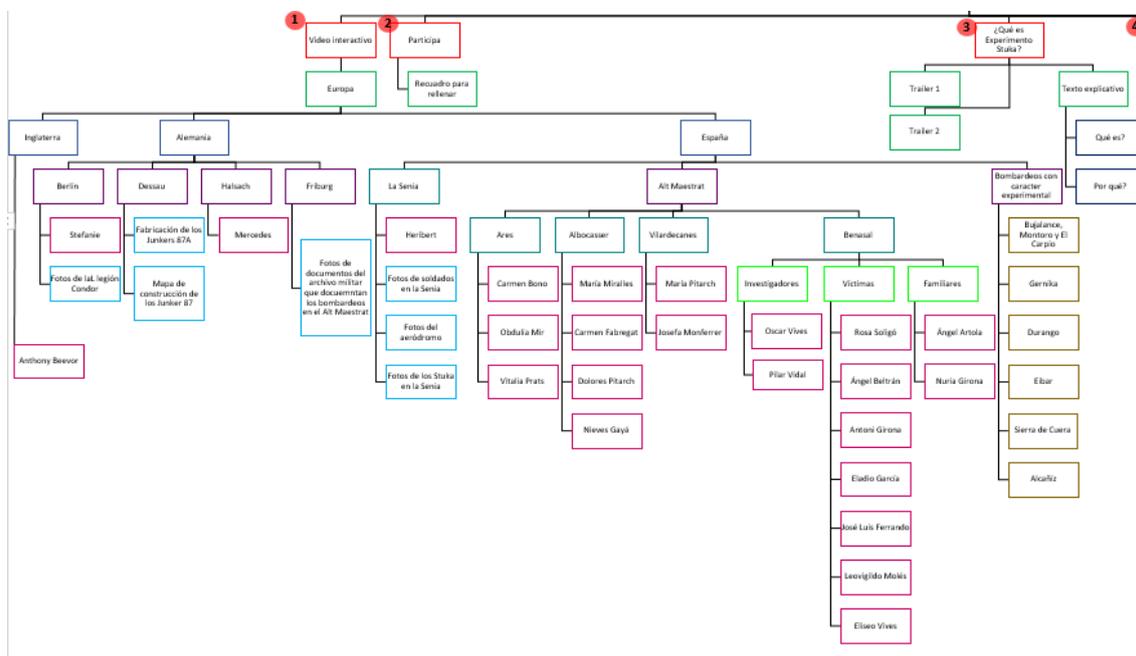


Referencias en Facebook de las entrevistas de radio realizadas sobre Experiment Stuka Fuente: página de Facebook

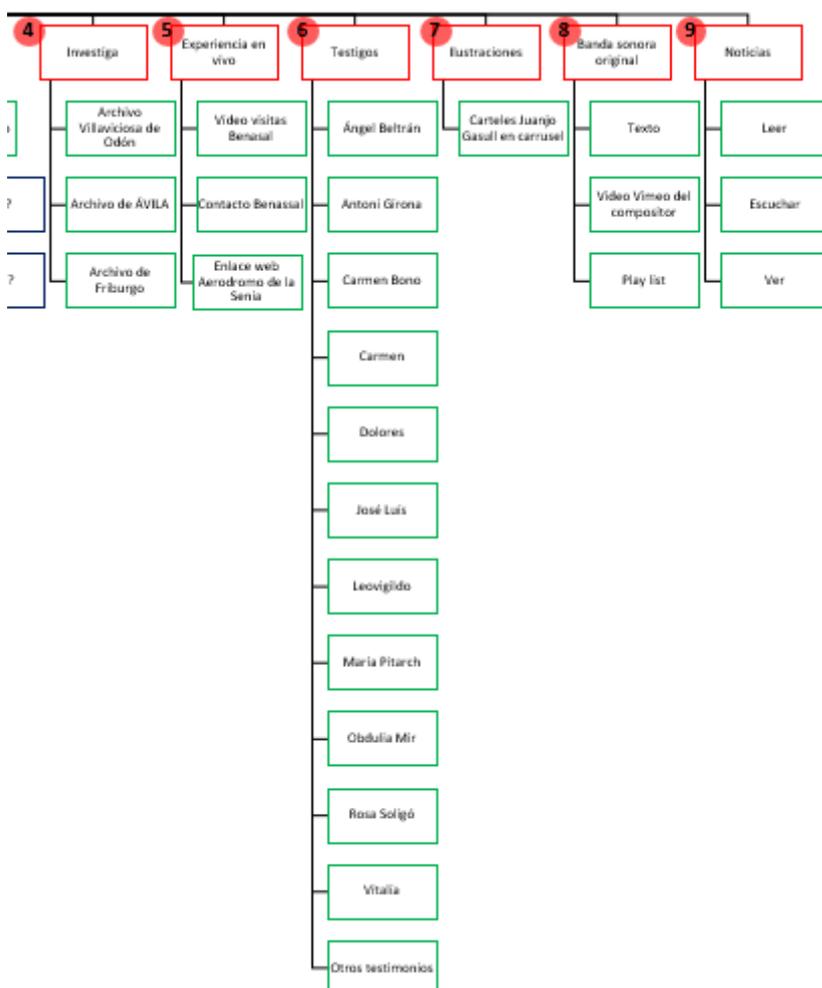
5

• Página web

Esta plataforma es el eje central de la estrategia transmedia creada para *Experiment Stuka* ya que según el segundo proyecto propuesto para el documental multiplataforma, esta web englobará las diversas partes con las que cuenta el proyecto. A continuación se detallará como se han ido elaborando cada una de las partes que la componen hasta el momento de su apertura al público. A continuación se puede ver un esquema del contenido de esta web.



Mapa de contenido de la Web de Experiment Stuka. Esquema los tres primeros apartados. Fuente: elaboración propia



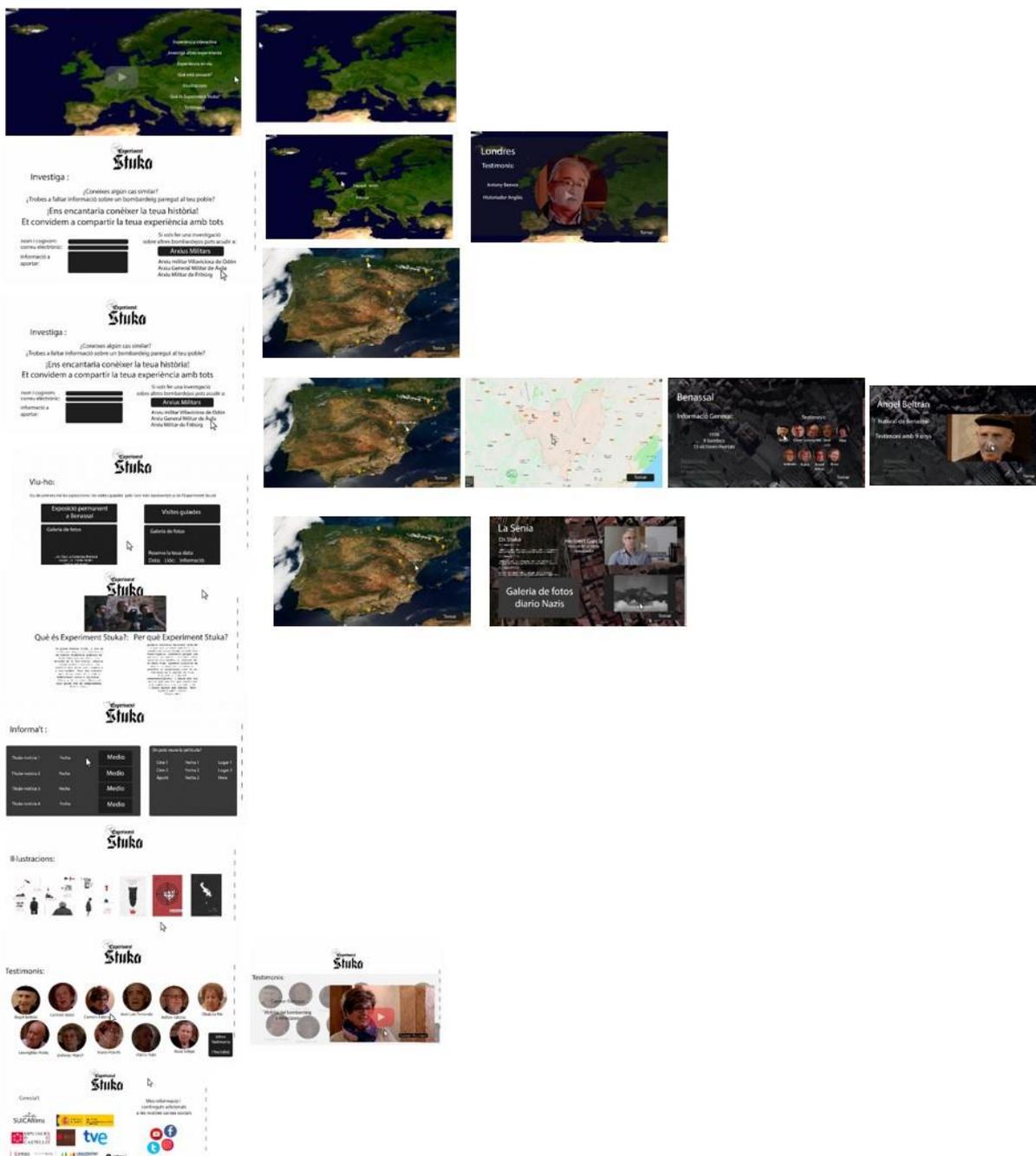
Mapa de contenido de la Web de Experiment Stuka. Esquema los apartados de la web. Fuente: elaboración propia.

Tras estudiar los contenidos de esta segunda propuesta de proyecto desde Suica Films, MDH Brand Vídeo y The Graphic Bureau con la ayuda de mi compañero de prácticas Kevin y yo nos pusimos a trabajar en la creación de un *wireframe* para diseñar y distribuir el espacio que ocuparán los contenidos en la página web, y la búsqueda de imágenes y textos que incluir en el mismo. Este se trata de un trabajo que se fue modificando en múltiples ocasiones tras revisar los contenidos, pero sobre todo se fue estudiando cómo ir ampliando la información que se daba en el proyecto inicial.

La elaboración del *wireframe* se llevó a cabo con el programa *Photoshop*, a través de la herramienta de mesas de trabajo para diseño web, de modo que se realizó un mapa de páginas y contenidos que recogía cada uno de los elementos con los que debía contar finalmente la web y el vídeo interactivo. Para la recopilación de la información estuvimos en permanente contacto con SuicaFilms y con demás implicados en el proyecto, como son Oscar Vives, con quien contactamos para que nos diese más información sobre otros bombardeos no documentados que existen en España, y de este modo, situar en el mapa interactivo estos otros lugares bombardeados. Con esto se pretendía llamar al público a investigar hechos históricos o ataques bélicos como los que cuenta

Experiment Stuka que aún no se han esclarecido El resultado final de la elaboración de *wireframe* se puede visualizar a continuación y en el anexo 5.

A continuación se puede observar este *Wireframe*, que tan solo era una maqueta sobre la que modificar contenidos y adaptar la distribución de los mismos, para el momento de realizar la web definitiva.



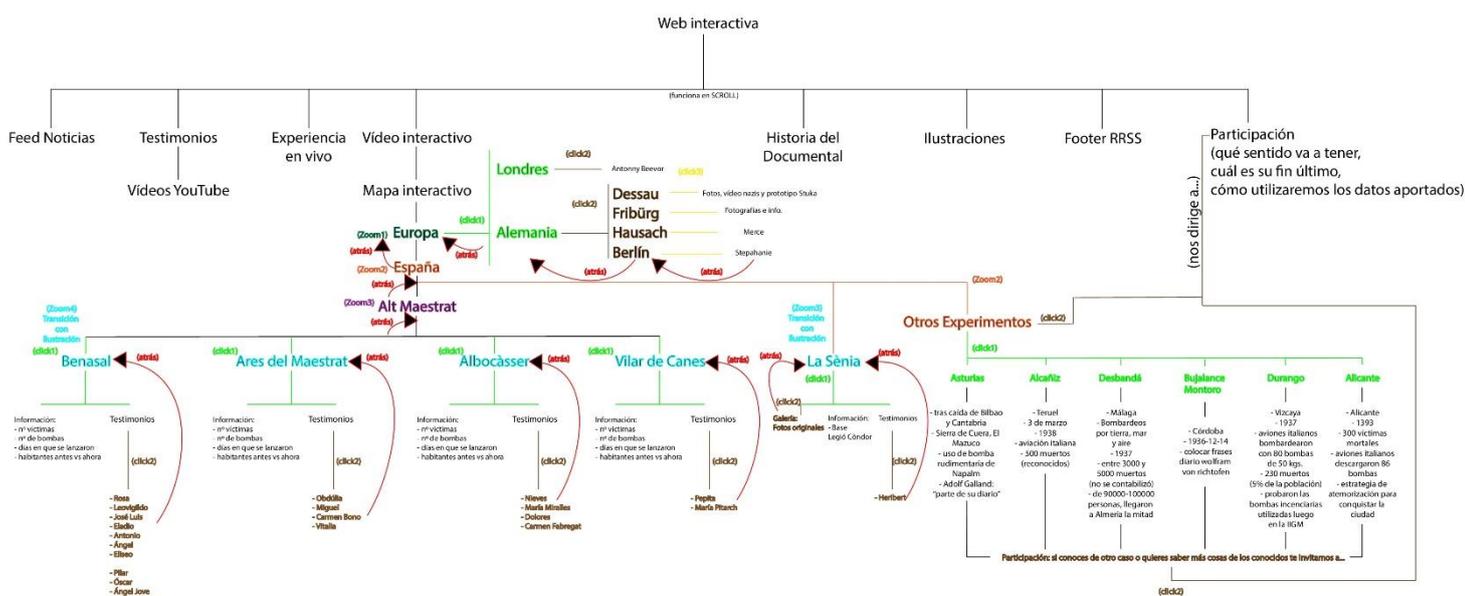
Wireframe de la página web.

Fuente: elaboración propia

- **Mapa de contenidos web y del vídeo interactivo.**

Para empezar con la elaboración de la página web y del mapa interactivo se llevó a cabo la elaboración de un mapa de contenidos con especificación de los *clicks* del mapa interactivo y como se desarrolla la navegación tanto de la web como del mapa interactivo. Este mapa esquemático de contenidos se realizó con el programa *Illustrator*. Este mapa se puede observar de modo más ampliado en el anexo 6.

MAPA DE CONTENIDOS WEB EXPERIMENT STUKA



Mapa de contenidos de la web antes de elabora la página Fuente: elaboración propia

En este mapa de contenidos ya se pueden observar diversas variaciones que ha sufrido el proyecto respecto al mapa transmedia definitivo.

Referencias de diseño web.

Antes de ejecutar la página web, la tarea que se realizó fue la visualización de distintas webs para recoger referentes e influencias de cara al desarrollo de la página web, visitas de diversas webs específicas de diseño web, indicadas por Cesar Mallent, de modo que se podía ir seleccionando algunas ideas de los diseños que nos pudieran aportar buenas ideas para el aspecto definitivo que iba a tener la web *www.experimentstuka.com*. En esta búsqueda se extraían algunas secciones y modos de navegación que podían resultar interesantes para el proyecto.

- Montaje de vídeos para documental interactivo

Una vez desde Suica Films se nos facilitaron los brutos originales los revisamos y con el programa *Final Cut*, fuimos cortando aquellos fragmentos que previamente habíamos seleccionado en las transcripciones y disponiéndolos de modo que formaran una única píldora, para que posteriormente la encargada de la edición de “Experiment Stuka”, Sara, cubra esos vídeos con los planos registrados para el documental. Antes de ponernos a editar los vídeos, acordamos con Marcos, que las piezas que iban a aparecer en el vídeo interactivo tendrían una duración de 2 minutos aproximadamente, para hacer más dinámico el funcionamiento del vídeo interactivo. Por otro lado, se acordó que los vídeos de Youtube podrían ser más largos, sin sobrepasar los 4 minutos y a ellos se accedería a través de los accesos directos habilitados en el apartado de Testimonios, destinado a que el público conozca más sobre los protagonistas del documental. Finalmente hay alguno que sí que ha sobrepasado este tiempo estimado. Finalmente hay 3 vídeos que sobrepasan los 4 minutos, al tratarse de partes de los testimonios que son interesantes y que pierden el sentido si se recortan más. Estos vídeos son los de Stefanie, Pili Vidal y Nuria Girona.

Una vez los vídeos fueron revisados por Rafa y Pepe, se detectó una serie de fallos en cuanto al contenido narrativo y realizó una serie de observaciones para que se reformulara el guion de algunas de las piezas. Realizamos algunas modificaciones que considerábamos convenientes y los volvimos a llevar hasta la productora, Rafa pretendía revisar algunos guiones, ya que se quería enfocar el documental interactivo teniendo en cuenta que cada pieza tenga la suficiente independencia, para que la lectura que haga el público sea una lectura completa de los hechos que narra el documental.

Esta parte de la web dedicada a los Testimonios ha quedado como se observa en la imagen en el anterior apartado del Canal de Youtube y en estos vídeos se encuentra información que no ha aparecido en el documental, aunque alguno de los fragmentos de los testimonios que se encuentran en Youtube sí que coinciden.

Se tenía pensado crear la web con la plataforma online *Squarespace* y para ello tuvimos que aprender el uso de la misma. Para ello, Suica Films ha adquirido un dominio propio. *Squarespace* se trata de una plataforma de creación Web que ofrece diversas plantillas y elementos personalizables para el diseño web de una forma intuitiva y sencilla, aun así estuvimos estudiando las posibilidades que nos ofrecía la plataforma antes de enfrentarnos a la ejecución definitiva de la web. Recurrimos a los chats de ayuda que se ofrece desde *Squarespace* para que solucionaran algún que otro recurso que no teníamos claro cómo aplicar para algún apartado concreto de la web. Finalmente se tuvo que usar lenguaje de código html en alguna de las secciones programadas, como es la de “Noticias” para la opción de hacer un desplegable y ampliar la información.

Una vez explorados los tipos de diseño y visto cómo funciona *Squarespace* el diseñador hizo una plantilla modelo para mostrar cómo debía quedar rotulado y

estructurado cada uno de estos apartados de la web, a continuación se puede apreciar la estética que se había elegido para la web definitiva.

Experiment Stuka

EN PLENA GUERRA CIVIL QUATRE PACÍFICS POBLES DE CASTELLÓ VAN SER BOMBARDEJATS. VAN MORIR 38 PERSONES. MAI ES VA SABER QUI VA SER EL RESPONSABLE. FINS ARA.

PARTICIPA

¡ENS ENCANTARIA CONÈIXER LA TEUA HISTÒRIA!

Aquest documental té el que possible gairebé a l'ajuda d' Oscar Vives, professor de Física i natural de Benassal que pertany al Grup de Memòria Històrica del seu municipi. La seva curiositat per desenterrar els últims d'uns bombardejos que no tenien sentit va conduir a un projecte d'Experiment Stuka Dada Ròide i Deixar Anar-ho per aconseguir l'ajuda a la llum una veïnat d'alguns i milers de que ara serem a tota una població l'home que avui veïnat d'alguns. Per tu, ara volem saber: No ho esperes a que el nostre és el. Dels que tu qui la investigas, que desobrir una història colgada i profunda que sempre important per ser coneguda.

nom i cognom
 correu electrònic
 informació i contacte

Les dades no s'han enviat encara
ENVIAR

INVESTIGA

gràcies per nos investigació
 sobre altres bombardejos que van a nades Arxius Militars
 Arxius Militar Viquipèdia de Dada
 Arxius General Militar de Arxius
 Arxius Militar de Castella

VIU-HO

Viu de primera mà les exposicions i les visites guiades dels llocs més representatius de l'Experiment Stuka:

Exposició permanent a Benassal

2100 Casa La Costueta, Benassal
 90000 5-8, 20000-20000
 000 00 000 000
 Mòduls utilitzades a documental

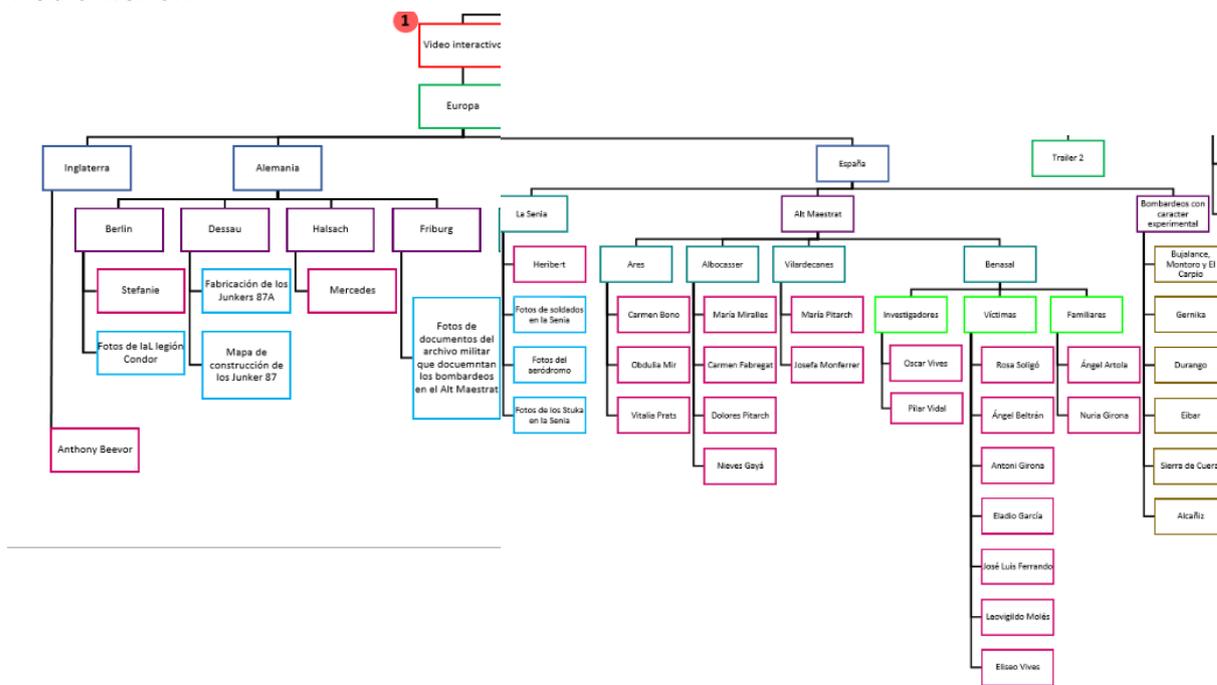
Plantilla para el diseño de la página

Fuente: The Graphic Bureau

En base a esta plantilla, el compañero de prácticas y yo nos pondríamos a crear los diversos textos y a retocar las imágenes necesarias que compondrían la web, en el anexo 7 se pueden encontrar estas imágenes originales y retocadas para ser incluidas en la web.

1 • Vídeo interactivo con Play Film

A continuación se puede apreciar el mapa de contenido del vídeo interactivo definitivo y ver los cambios que se han realizado respecto al mapa de contenido web anterior.



Mapa transmedia del contenido del vídeo interactivo. Fuente: elaboración propia

Antes de empezar a crear el vídeo a través de la plataforma Play Film, se debía seleccionar y crear cada uno de los vídeos, textos, galerías de imágenes y grafismo que se incluiría en este vídeo interactivo.

Para los textos fuimos recopilando toda la información, los vídeos los creo Sara, la montadora de SuicaFilms, las galerías de imágenes se generaron desde MDH Brand Vídeo y The graphic bureau.



Ilustraciones y elementos para el diseño del vídeo interactivo Fuente:(Creado por Juanjo Gasull)



Ilustraciones y elementos para el diseño del vídeo interactivo. Fuente: (Creado por Juanjo Gasull)

Vídeo y el encargado de ilustrar el vídeo sería el ilustrador Juanjo Gasull, quien generaría tanto el grafismo, como los mapas de Europa, Alemania, Inglaterra, España, y de la comarca de l'Alt Maestrat y los cuatro pueblos bombardeados. También se encargó de diseñar los símbolos y punteros que aparecen en el mapa.

PlayFilm se trata de una plataforma para la generación de vídeos animados e interactivos, es una herramienta que facilita la inserción del contenido tanto de imagen y texto para que se consiga un vídeo en el que el público será el encargado de explorar, creando su propio relato.

Al no disponer de los vídeos e imágenes definitivas para la creación del documental interactivo, lo que hicimos fue ir creando el vídeo con las imágenes y recursos usados para realizar el *wireframe* y algunos de los vídeos montados inicialmente de los testimonios, de modo que cuando ya se dispuso del material definitivo ya le habíamos adelantado parte del trabajo a Marcos en el montaje final del vídeo que encabeza la web.

Una vez finalizado el vídeo de Play Film se embebe en la web, de tal manera que nada más acceder a www.experimentstuka.com aparece una imagen original del archivo de Friburgo en el que se aprecia el impacto de una de las bombas lanzadas en el Alt Maestrat y una flecha roja señalando el boquete de la bomba. Encima de esta se aprecia un texto en el que se lee “*En plena guerra civil 4 pueblos de Castellón fueron bombardeados. Murieron 38 personas. Los vecinos nunca entendieron quién fue el responsable. Hasta ahora.*” Este texto se presenta en mayúsculas y con la tipografía Franklin Gothic Condensed y en rojo, ya que junto al gris, negro y blanco son los colores elegidos para todos los elementos que componen la web y el vídeo. El texto ofrece los datos básicos de la historia para crear la curiosidad entre los visitantes de la web y que accedan a ver el vídeo interactivo haciendo click encima del recuadro negro con el texto “Ver vídeo interactivo”. Tras pulsar sobre este recuadro se ve un vuelo en picado que va atravesando nubes hasta dar con el mapa de Europa, al margen izquierdo aparece un texto que explica la historia y el fin con el que se ha hecho el vídeo, porque invita a los usuarios a participar en la investigación para completar el mapa aportando nuevos testimonios de estos u otros bombardeos experimentales o poco conocidos.

En el mapa, el usuario puede explorar el contenido que hay en Inglaterra, Alemania y España. Si se sitúa el puntero encima del recuadro de Inglaterra aparece el símbolo de una mano con una lupa, símbolo que indica que hay un

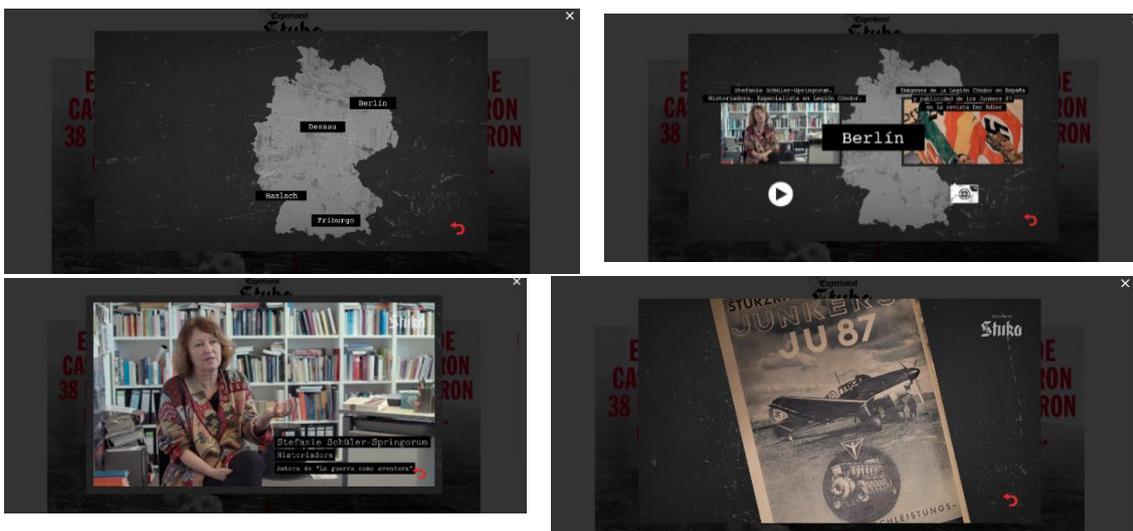
investigador. Si se clica sobre esa lupa se produce un *zoom out*, simbolizando un vuelo travesando las nubes, aparece el mapa de Inglaterra y acto seguido se abre un recuadro con el vídeo del historiador inglés Anthony Beevor que cuenta detalles sobre el estudio que ha realizado de los bombardeos experimentales ocurridos en el Alt Maestrat y explica cómo se documenta para investigarlos. Durante la reproducción del vídeo en el margen inferior derecho aparece una flecha de retroceso en rojo para volver a la pantalla anterior.

A continuación se pueden ver las diversas pantallas descritas en los párrafos anteriores.



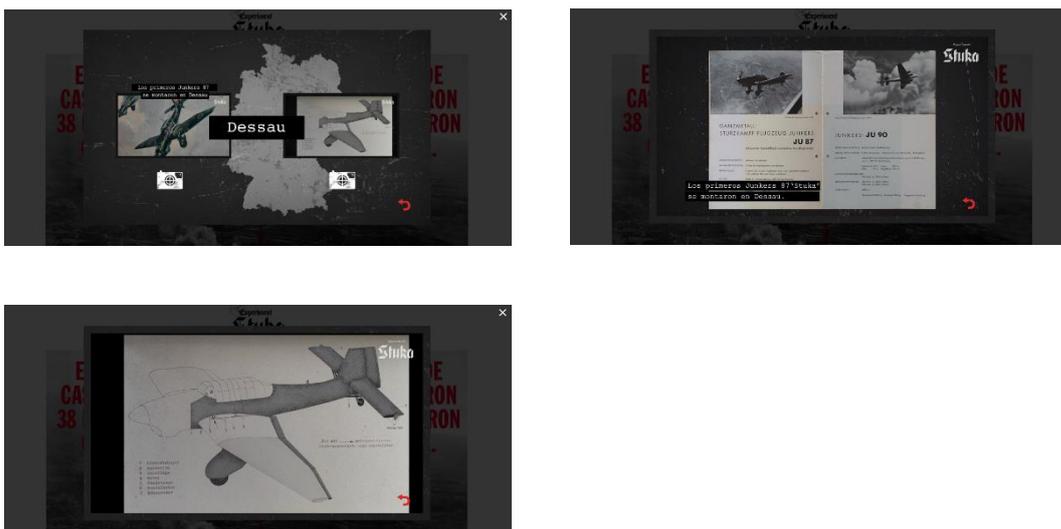
Video interactivo. Contenido de la web en "Ver video interactivo", clicando en la lupa de Inglaterra
Fuente: Página web de Experiment Stuka

Si se pincha sobre Alemania, a través de un *zoom out* aparece el mapa de Alemania y cuatro recuadros donde se inscriben cuatro ciudades alemanas. Si pasamos el puntero por encima de Berlín aparece el símbolo de la lupa, como en Inglaterra, sin embargo, cuando se pasa el puntero por Dessau aparece el símbolo de un avión Stuka junto una flecha hacia abajo. En Haslach aparece el símbolo de una casa con una gota roja cayendo sobre esta y en Friburgo el símbolo es una cámara de fotos con un punto de mira en lugar de un objetivo. Estos símbolos son el preámbulo de lo que se puede encontrar si se pincha sobre ellos, ya que si se pulsa sobre la lupa que aparece encima de Berlín se accede a una pantalla en la que vemos un vídeo del testimonio de la historiadora especialista en la Legión Cóndor Stefanie Schüler- Springorum, que cuenta como los soldados enviados a La Sènia tenían una vida agradable, ya que excepto el rato que salían a probar la efectividad de los aviones y las bombas, el resto del tiempo estaban como si estuvieran de vacaciones y cobraban muy bien por su estancia en España. Junto al vídeo de Stefanie se encuentra otro vídeo en el que aparecen imágenes de una revista de propaganda, Der Adler, en la que se muestran fotografías de la Legión Cóndor y los Stuka



Video interactivo. Contenido en el mapa de Alemania, clicando en Berlín. Fuente: Página web de Experiment Stuka

Si retrocedemos pulsando la flecha roja que aparece en la esquina derecha de la pantalla, volvemos al mapa de Alemania y clicamos sobre el recuadro de Dessau accedemos a la pantalla donde aparecen dos vídeos y una frase donde se explica que “Los primeros Junkers 87 se montaron en Dessau” si pulsamos sobre el símbolo de la cámara de fotos del vídeo de la izquierda se muestran fotografías del manual técnico del Junker 87 A que se utilizó en España para ensamblar los aviones. En el vídeo de la derecha se muestra una ilustración animada por Juanjo Gasull del montaje del modelo de Junker 87.



Video interactivo. Contenido en el mapa de Alemania, clicando en Dessau. Fuente: Página web de Experiment Stuka

Saliendo de Dessau y clicando sobre Haslach se accede al vídeo del testimonio de Mercedes Ferrando, hija de uno de los supervivientes de los bombardeos en la localidad de Albocasser, que vive y ejerce de profesora de español en Alemania y cuenta como en Alemania se habla mucho de lo ocurrido durante la segunda guerra mundial y sin embargo en Albocasser siempre se ha guardado silencio y evitado hablar de los bombardeos que sufrió este municipio en mayo de 1938.



Vídeo interactivo. Contenido en el mapa de Alemania, clicando en Haslach. Fuente: Página web de Experiment Stuka

En Friburgo, pulsando sobre la cámara de fotos se accede a un vídeo en el que aparecen imágenes de la carpeta BA- MA RL 35/24, conservada en el archivo militar de Friburgo, donde se documentan los bombardeos de Albocasser, Ares, Benassal y Vilar de Canes y se muestran los datos sobre las misiones de los bombardeos y las fotografías del terreno bombardeado antes de lanzar las bombas y después de haberlas lanzado para mostrar el efecto y la destrucción que estas han producido.



Vídeo interactivo. Contenido en el mapa de Alemania, clicando Friburg. Fuente: Página web de Experiment Stuka

Si del mapa de Alemania se retrocede hasta el mapa de Europa de nuevo y se pasa el puntero por encima de España aparece el símbolo de un punto de mira. Si se pulsa sobre él, a través de un zoom out y el efecto de nubes, aparece el mapa de España. En este mapa aparecen etiquetas sobre La Sènia, Alt Maestrat y otra en la que se lee “Bombardeos con carácter experimental”, además de diversos símbolos de bombas de color rojo situadas en diversos puntos del mapa.



Vídeo interactivo. Contenido en el mapa de España. Fuente: Página web de Experiment Stuka

Al pasar el puntero por encima de La Sènia aparece un símbolo de un Stuka junto a una flecha hacia abajo, pulsando sobre este se accede a una pantalla con cuatro recuadros. En el recuadro superior izquierdo aparece Heribert García y clicando sobre el recuadro se abre el vídeo en el que este investigador de La Sènia explica los motivos por los que la Legión Cóndor situó el aeródromo de los Stuka en este territorio, además cuenta como los vecinos convivían con los soldados alemanes y las experiencias que los aviadores pasaron durante su estancia allí. En los demás recuadros aparecen fotografías en blanco y negro y pulsando en el recuadro superior derecho se accede a una galería de fotografías hechas por los soldados alemanes durante su estancia en La Sènia. Clicando sobre el recuadro inferior izquierdo se abre una ventana con una galería de

fotografías de los Junkers 87A en el aeródromo de La Sènia y de los trabajos de los soldados en este aeródromo. Si se pulsa sobre el recuadro inferior derecho, la galería de imágenes que se abre muestra fotografías que los soldados realizaron en el aeródromo.



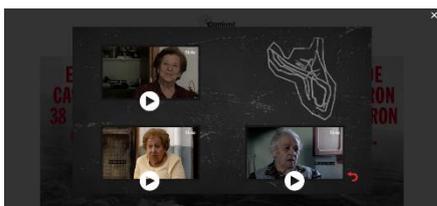
Vídeo interactivo. Contenido en el mapa de España clicando en La Sènia. Fuente: Página web de Experiment Stuka

Si se vuelve al mapa de España se puede ver que justo encima de la etiqueta de l'Alt Maestrat hay una pequeña zona en un gris más claro y pulsando sobre el recuadro se realiza un *zoom out* y aparece el mapa de la comarca de l'Alt Maestrat, con cuatro símbolos de una bomba rojos en diferentes puntos del mapa, acompañado del siguiente texto explicativo “El mayo de 1938 la Legión Cóndor documentó los bombardeos con los Junkers87A `Stuka´ a cuatro pueblos del Alt Maestrat. El año 2005 el historiador británico Antony Beevor señaló el carácter experimental de estos ataques”



Vídeo interactivo. Contenido en el mapa clicando Alt Maestrat. Fuente: Página web de Experiment Stuka

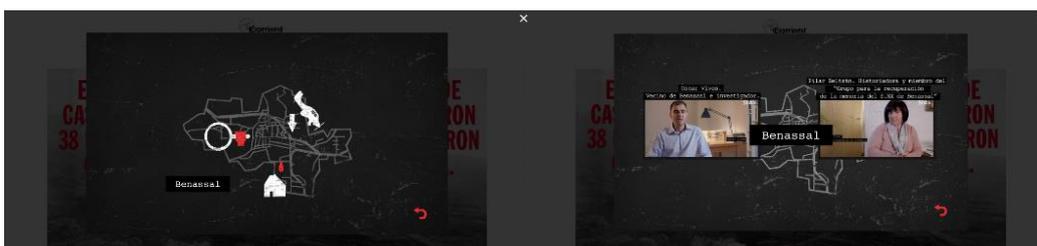
Cada una de las bombas rojas sitúa uno de los pueblos bombardeados de la comarca. Pulsando encima de la bomba de más arriba se abre una pantalla en la que vemos el rotulo de “Ares del Maestrat” y un mapa grafico de las calles del pueblo en la parte superior derecha, además se observan tres recuadros con los testimonios de tres supervivientes de los bombardeos en esta localidad. Carmen Bono, Obdulia Mir y Vitalía Prats cuentan como recuerdan los bombardeos y ofrecen más datos de los que aparecen en la película documental sobre las víctimas de los bombardeos y de los lugares en los que las bombas explotaron.



Vídeo interactivo. Contenido en el mapa del Alt Maestrat clicando en Ares del Mestrat. Fuente: Página web de Experiment Stuka

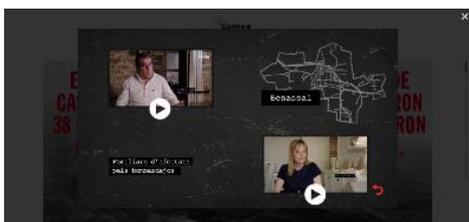
Si se retrocede de nuevo al mapa del Alt Maestrat y se pincha sobre la bomba de más a la izquierda, aparece una pantalla con el mapa callejero de Benassal y se suscriben sobre el símbolo de una lupa, un Stuka con una flecha y una casa

con una gota encima. Pulsando sobre el símbolo de la lupa se abre una pantalla con dos vídeos, uno de Oscar Vives y otro de Pilar Vidal. Oscar Vives, vecino de Benassal e investigador de estos bombardeos en su testimonio aporta algunos datos que se pueden encontrar tanto en la película documental como en el vídeo del canal Youtube, pero además en este vídeo narra la motivación que le llevó a investigar el origen de estos bombardeos. Pilar Vidal vecina de Benassal y miembro del Grupo de recuperación de la Memoria Histórica ofrece un testimonio más extenso y detallado de donde caen las bombas en el pueblo y de la gente que muere en estos bombardeos, además de la teoría sobre los objetivos que tenían los aviadores para soltar las bombas y de cómo queda el pueblo tras los bombardeos. También insiste en la importancia de reclutar los testimonios orales de las personas que vivieron de primera mano estos hechos históricos. Esta parte del testimonio de Pilar Vidal no aparece en la película documental, por tanto expande también el storytelling.



Vídeo interactivo. Contenido en el mapa del Alt Mestrat clicando en Benassal y en la lupa. Fuente: Página web de Experiment Stuka

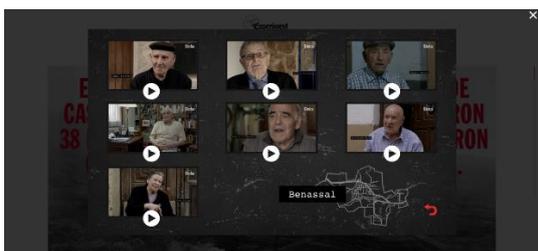
Si se pulsa sobre el símbolo del avión se abre una pantalla en la que aparecen dos vídeos de familiares afectados por los bombardeos. Ángel Artola, hijo de un miliciano republicano en su testimonio cuenta como su padre falleció sin saber quiénes eran los culpables de los bombardeos y sintiendo la culpa de acusaciones que se realizaban al bando republicano de haber bombardeado el pueblo, por tanto cree que el saber la verdad sobre los bombardeos cierra heridas abiertas. Similar es el relato de Nuria Girona, sobrina de Antonio Girona, superviviente de los bombardeos en Benassal, que cuenta que sus abuelos no esperaban que Benassal fuese bombardeado y era un sitio más seguro que Barcelona, por ello llevaron allí a su tío.



Vídeo interactivo. Contenido en el mapa del Alt Mestrat clicando en Benassal y en el avión. Fuente: Página web de Experiment Stuka

Si se clica sobre la casa con la gota roja del mapa de Benassal aparece una pantalla con siete recuadros, cada uno de estos contiene un vídeo de los testigos vivenciales de los bombardeos sucedidos en este pueblo. Cinco de estos vecinos de Benassal; Ángel Beltrán, Antoni Girona, José Luis Ferrando, Leovigildo Moles y Rosa Soligó, aparecen también en la película documental y en el canal de

Youtube, pero en el caso del vídeo interactivo aparecen partes del testimonio que no se incluyeron en el film documental, por tanto, el usuario puede adquirir conocimientos extras de esta historia a través del visionado del vídeo interactivo. Eliseo Vives y Eladio García son testimonios que solo aparecen en el vídeo interactivo y el canal de Youtube, pero no fueron incluidos en la película. A través de estos vídeos se pretende que el usuario quedé informado de cómo vivieron los vecinos el momento de los bombardeos y como se han sentido tras conocer los resultados de la investigación llevada a cabo por Oscar Vives y el grupo de recuperación de la memoria histórica. En estos vídeos se encuentra información que no aparece en los vídeos de Youtube y además en estos el testimonio aparece en todo momento en pantalla, mientras que en los vídeos colgados en el Youtube hay momentos en que se escucha la voz el testimonio pero la imagen se cubre con planos que fueron rodados para la película documental y que aportan información gráfica, además de lo que en el momento está relatando el testimonio.



Vídeo interactivo. Contenido en el mapa del Alt Mestrat clicando en Benassal y en la casa. Fuente: Página web de Experiment Stuka

En el mapa del Alt Maestrat, si clicamos sobre la bomba roja del centro accedemos a una pantalla en la que encontramos el rótulo de Vilar de Canes y dos vídeos con el testimonio de María Pitarch y Josefina Monferrer, dos supervivientes de los bombardeos en la pequeña localidad de Vilar de Canes.



Vídeo interactivo. Contenido en el mapa del Alt Mestrat clicando en Vilar de Canes. Fuente: Página web de Experiment Stuka

Si en el mapa de Alt Maestrat se pulsa sobre la bomba roja situada más hacia la derecha se accede a la página de los testimonios de los bombardeos en Albocasser. Clicando sobre el símbolo de *play* del vídeo que se encuentra en la parte superior izquierda de la pantalla aparece el testimonio de Carmen Fabregat y al lado izquierdo se encuentra el vídeo de Dolores Pitarch, en los recuadros de

debajo se encuentra el vídeo de María Miralles y Nieves Gaya.



Vídeo interactivo. Contenido en el mapa del Alt Mestrat clicando en Albocasser. Fuente: Página web de Experiment Stuka

Volviendo al mapa de la Península Ibérica se observa que la bomba roja situada en el océano Atlántico se trata de un símbolo que indica, tal y como se informa en el texto que hay en su parte inferior, que en los lugares del mapa en el que se ha situado una bomba roja hubo bombardeos experimentales similares a los sucedidos en el Alt Maestrat.

Si se pulsa sobre la bomba roja situada al sur del mapa, en Andalucía, aparece un recuadro negro y en él se informa de diversos datos sobre el bombardeo realizado en Bujalance, Montoro y El Carpio. Lo mismo sucede si se pulsa sobre las bombas rojas situadas en la parte norte del mapa, que de izquierda a derecha ofrecen información de los bombardeos de Sierra de Cuera, Guernika, Durango, Eibar y la bomba situada en el sur de Aragón que hace referencia a los bombardeos de Alcañiz.

En el recuadro negro que aparece al pulsar las bombas rojas se detalla la siguiente información:

- Nombre del lugar bombardeado
- Fecha del bombardeo
- Atacante responsable del bombardeo
- Cantidad de bombas lanzadas y kilos de las mismas
- Porcentaje de destrucción provocada y número de víctimas mortales
- Información extraída de los diarios escritos por los soldados dirigentes de los ataques en los que se detalla el estudio que realizaban con los bombardeos, como son los resultados y efectos de los experimentos realizados con los nuevos Stuka y las bombas de 50 kg en el territorio español.



Vídeo interactivo. Contenido en el mapa de España clicando en las bombas rojas. Fuente: Página web de Experiment Stuka

2 Tu relato puede completar la historia (Participa)

Esta parte de la web es a través de la que se pretende que el público y los usuarios se impliquen en la expansión del *storytelling*. El texto que se inserta en este segundo bloque de la web ya indica que “buscar uno mismo las respuestas, es el camino para resolver interrogantes”. Esta redacción de los directores del proyecto relata uno de los principales objetivos con los que se decide producir el documental *Experiment Stuka*. A lo largo del film la voz en off y los testimonios insisten, en varias ocasiones, en que lo interesante de esta historia es el darse cuenta de cómo la curiosidad de un individuo, en este caso Oscar Vives, ha conseguido que se pueda transmitir, a los habitantes de los pueblos bombardeados y a la ciudadanía en general, la verdadera historia de estos sucesos.

El texto es el siguiente:

Ser responsable es la mejor manera de pedir responsabilidades. Buscar uno mismo las respuestas, el camino más rápido para resolver los interrogantes.

Óscar Vives y los vecinos de Benassal han podido, por sus propios medios, reescribir la historia de sus pueblos. Así que toma las riendas de tu vida. El camino está marcado, ahora está en tus manos recorrerlo. Busca y explica tu historia. Rescata los testimonios orales de tu familia, de tus vecinos, visita los archivos históricos y militares, tienes todo el derecho a hacerlo... Porque hay quien dice que remover el pasado reabre heridas. ‘Experimento Stuka’ demuestra todo lo contrario, sólo la verdad puede cerrar las heridas para siempre.

Contacta con nosotros con este formulario y completemos entre todos el mapa. Si tienes documentación o vídeos, contacta con nosotros y te facilitaremos un medio para hacérselo llegar.

Para facilitar la participación de los visitantes y público de la web se decide acompañar el cuestionario a rellenar del texto anterior para concienciar al público de la importancia de los testimonios individuales pueden contribuir a la reconstrucción de unos hechos históricos silenciados hasta el momento.

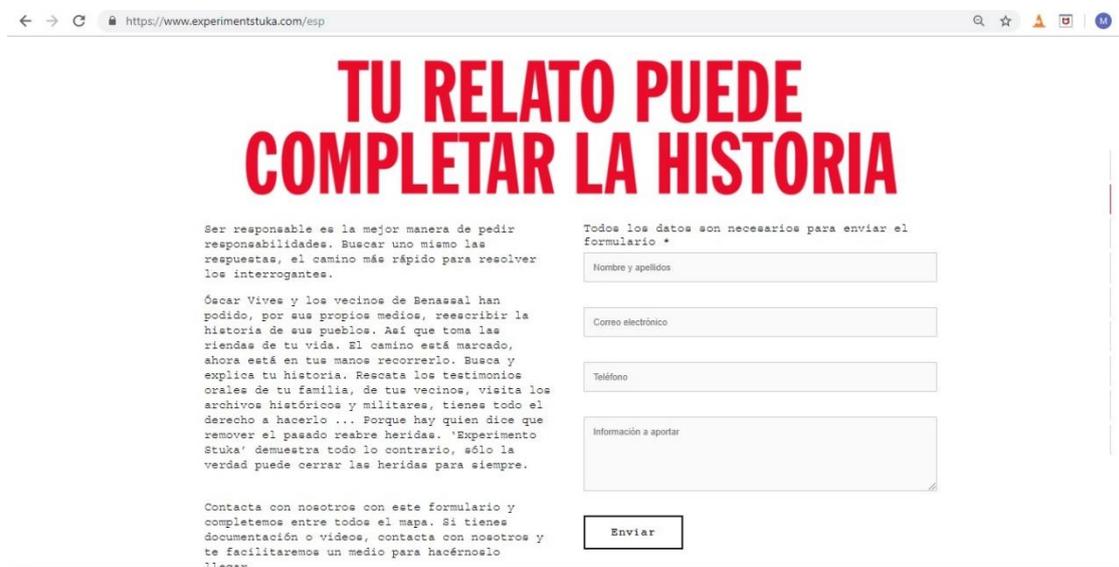
El cuestionario de respuesta y participación del usuario demanda los siguientes datos:

- Nombre y Apellidos
- Correo Electrónico
- Teléfono
- Información a aportar

Tras rellenar los recuadros, los usuarios deben pulsar el botón de “Enviar”, de modo que SuicaFilms recibirá esta información y se podrá poner en contacto con la persona que ha decidido aportar nuevos datos sobre la historia de *Experiment Stuka* u otros sucesos históricos que conocen, han vivido o les han transmitido.

Con toda la información que se vaya recopilando se pretende ir ampliando los datos en el vídeo interactivo y en el mapa que recoge los demás bombardeos sufridos en la península.

Esta parte del proyecto es una de las que más principios de la comunicación transmedia contiene, ya que con ella se quiere que el relato acabe siendo construido gracias a la participación y la implicación de la audiencia.



The screenshot shows a web browser window with the URL <https://www.experimentstuka.com/esp>. The main heading is "TU RELATO PUEDE COMPLETAR LA HISTORIA" in large red letters. Below the heading, there is a text block on the left and a registration form on the right.

Text on the left:

Ser responsable es la mejor manera de pedir responsabilidades. Buscar uno mismo las respuestas, el camino más rápido para resolver los interrogantes.

Oscar Vives y los vecinos de Benassal han podido, por sus propios medios, reescribir la historia de sus pueblos. Así que toma las riendas de tu vida. El camino está marcado, ahora está en tus manos recorrerlo. Busca y explica tu historia. Rescata los testimonios orales de tu familia, de tus vecinos, visita los archivos históricos y militares, tienes todo el derecho a hacerlo ... Porque hay quien dice que remover el pasado reabre heridas. 'Experimento Stuka' demuestra todo lo contrario, sólo la verdad puede cerrar las heridas para siempre.

Contacta con nosotros con este formulario y completemos entre todos el mapa. Si tienes documentación o vídeos, contacta con nosotros y te facilitaremos un medio para hacérselo llegar.

Form on the right:

Todos los datos son necesarios para enviar el formulario *

Nombre y apellidos

Correo electrónico

Teléfono

Información a aportar

Enviar

Página web. Contenido del apartado PARTICIPA de la página web. Fuente: Página web de Experiment Stuka

3

¿Qué es Experimento Stuka?

El tercer apartado de la web es gracias al que el usuario recién llegado a la página, sin antes haber visto el documental ni el vídeo interactivo, se puede informar de qué trata el proyecto. El fin de este bloque es introducir la temática del documental y dar a conocer la motivación que llevo los directores a crearlo. Para ello se ha enlazado uno de los vídeos del canal de *Vimeo* que contiene el tráiler del film documental de 2:23 minutos de duración.

El vídeo irá precedido de un texto que resume muy brevemente la historia contada por la película, pero dejando abiertos muchos interrogantes, buscando así que el usuario quede intrigado y tenga la necesidad de seguir conociendo más sobre esta historia.

Los textos que aparecen son los siguientes:

¿Qué es Experimento Stuka?

En plena Guerra Civil los habitantes de cuatro diminutos pueblos de Castellón ven aparecer tres aviones en el horizonte. Algunos niños salen a saludar, los adultos los miran con inocencia y curiosidad. Pero los aviones maniobran, caen en picado y bombardean casas e iglesias. Matan a 38 vecinos

Nunca entendieron quién fue el responsable.

Hasta ahora.

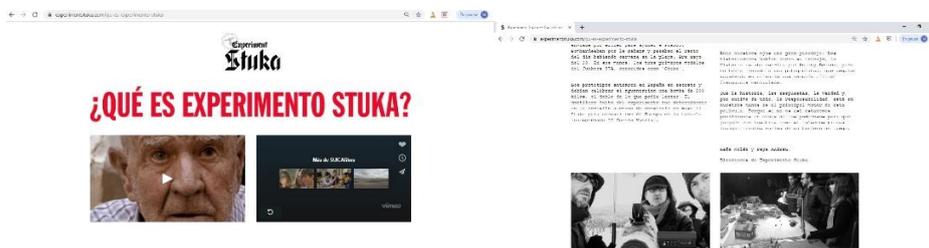
¿Por qué Experimento Stuka?

Esta historia existe gracias a que una persona decide no quedarse paralizada ante los interrogantes. Existe porque una persona decidió resolver ella misma las dudas en torno a su vida. Esta historia se conoce porque una persona y los miembros del grupo de la recuperación de la memoria de Benassal asumieron la responsabilidad de no resignarse a pasar la vida pidiendo y esperando responsabilidades. Y esos son los motivos que hicieron que nosotros nos sumáramos a esa historia de la única manera que sabíamos, haciendo esta película.



Página web. Contenido del apartado "Qué es Experimento Stuka" de la página web. Fuente: Página web de Experiment Stuka

Después de los textos aparece un botón de "Leer más" que da acceso a una página en la que aparecen, debajo del rótulo, dos trailers, diferentes al que se encuentra en la página principal, enlazados desde el canal de *Vimeo*. Debajo de los vídeos se encuentran los textos anteriores pero más extensos y con más datos, firmados por los directores Rafa Molés y Pepe Andreu. En la parte inferior se ha decidido insertar dos fotografías en blanco y negro del *making off*, en la que vemos a parte del equipo de rodaje junto con los directores planificando un plano en el momento del rodaje.



Página web. Contenido de la web "Qué es Experimento Stuka" clicando en Leer más. Fuente: Página web de Experiment Stuka

4 • Investiga

En los apartados anteriores de la web se anima al usuario a a portar la información que conoce y se le informa de qué es *Experiment Stuka*, y cual es objetivo por el que se ha realizado este proyecto.

En este cuarto bloque se dan las herramientas para que el usuario pueda investigar sobre los hechos que quiera aportar.

En este apartado se han enlazado las tres páginas web de los tres archivos militares consultados por Oscar Vives para averiguar el origen y los culpables de los bombardeos de mayo del 38 en el Alt Maestrat. Se ofrece el acceso a la web del Archivo Histórico del Ejército del Aire de Villaviciosa de Odón, del Archivo General Militar de Ávila y del Archivo militar de Friburgo.

Debajo de los enlaces a las páginas de los archivos se han colocado fotogramas de la película rodados en cada uno de estos archivos. Estas fotografías las seleccionamos previamente y se retocaron con Photoshop con el fin de pasarlas a blanco y negro y aplicarle un filtro. Esto se hizo para mantener la estética del diseño con el rojo el blanco y el negro como colores predominantes.

A través de estas páginas los usuarios pueden contactar con los responsables de la documentación y ayudarles en las referencias de sus búsquedas, además se da información sobre la dirección de estos lugares documentales por si el usuario prefiere acudir al archivo físicamente a documentarse.

INVESTIGA

Si quieres hacer un comentario o tienes alguna pregunta puedes acudir a esta sección de comentarios.

Archivo Histórico del Ejército del Aire de Villaviciosa de Odón

Archivo General Militar de Ávila

Archivo Militar de Friburgo



Página web. Contenido del apartado la web "INVESTIGA". Fuente: Página web de Experiment Stuka

5

Experiencia en vivo

La sección de experiencia en vivo presenta la posibilidad de concertar visitas guiadas por los pueblos de Benassal y La Sènia. En estos pueblos se han realizado ya diversos actos relacionados con los bombardeos, sobre todo durante el mes de mayo y junio del 2018, ya que se celebró el 80 aniversario de los hechos.

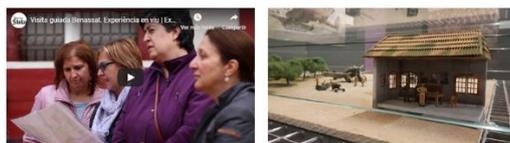
En Benassal se instaló una exposición con paneles explicativos y fotografías de la película y de la etapa de rodaje y de producción, además se colocaron las maquetas creadas para el rodaje del documental.

En la web se ofrece la dirección de correo electrónico y los teléfonos de contacto de la oficina de turismo de Benassal, donde se podrá solicitar la información sobre visitas guiadas. También se ha querido enlazar un vídeo de Youtube en el que aparece una de las vivitas guiadas realizadas por investigador Oscar Vives y la posterior visita a la exposición de las maquetas.

Al lado aparece una fotografía de la maqueta del campo de aviación de La Sènia y debajo se facilita el enlace a la página web donde se almacena toda la información relacionada con este campo de aviación y sobre las visitas al mismo, o al museo que está instalado en La Sènia dedicado al campo en el que estuvieron los Stuka en el año 1938. A modo de separador de sección, debajo del texto se han colocado tres fotografías de los directores Rafa Molés y Pepe Andreu en la exposición situada en Benassal.

EXPERIENCIA EN VIVO

100% de primera mano las exposiciones y las visitas guiadas por los expertos más representativos del experimento Stuka!



Si quieres una visita guiada por los lugares más representativos de los bombardeos puedes contactar en la oficina de turismo de Benassal:

Dirección electrónica: tourismofibenasal@gmail.com

Teléfono fijo: 964 41 20 01

Teléfono móvil: 648 48 92 83

Calle Molé, nº 8, Benassal, Castellón

También puedes visitar en persona el campo de aviación de La Sènia desde donde salieron para sus operaciones los Stuka de la Legión Condor. En el mismo puedes ver además la réplica original del aeródromo utilizado en el documental.

Toda la información y visitas guiadas en la Web

<http://www.experimentostuka.com>



Página web. Contenido del apartado la web "EXPERIENCIA EN VIVO". Fuente: Página web de Experiment Stuka

6

• Testimonios

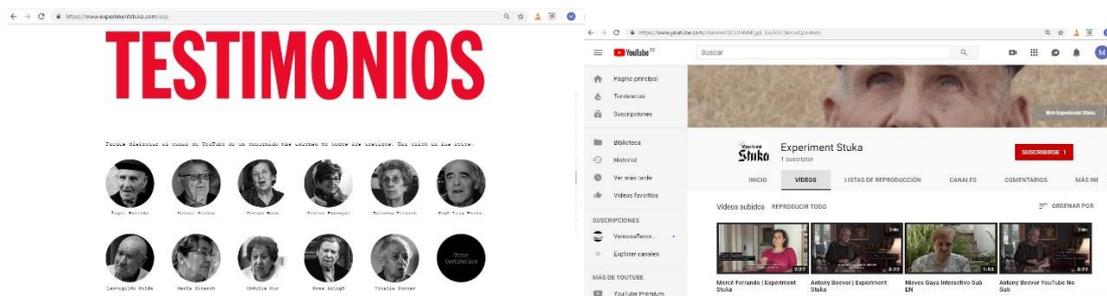
El bloque dedicado a los testimonios de los protagonistas del documental se decidió extraerlo del vídeo interactivo para poder dar una visión más amplia sobre la historia de que relata cada uno de estos testigos vivenciales de los bombardeos.

Poniendo los círculos con las fotografías de cada uno de estos testimonios en blanco y negro, siguiendo la estética de la página web, se consigue que el usuario se acerque más a estos testigos y pueda optar por elegir que testimonio quiere escuchar y conocer más de su particular vivencia.

En la web se decide poner a los testimonios que vivieron de primera mano los bombardeos en los 4 pueblos de Castellón de modo que si se pincha sobre uno de los personajes se enlaza a un vídeo colgado en el Canal de Youtube y desde allí se puede disfrutar de una versión más extensa del testimonio, además de conocer datos que no aparecen ni en la película documental ni en el vídeo interactivo.

En el último círculo, en lugar de aparecer una foto se lee "Otros testimonios", el cual enlaza al Canal de Youtube donde aparecen también los testimonios de los

investigadores y de otros testigos de los hechos que no aparecen en el documental. En el apartado anterior sobre el Canal de Youtube se describen más características sobre la elaboración y contenido de los vídeos.



Página web. Contenido del apartado la web "Investiga" y vídeos de Youtube. Fuente: Página web de Experiment Stuka

7

Ilustraciones

Esta sección surge a raíz de que se descarta realizar el videojuego inicialmente planteado por la complicación del mismo y la falta de presupuesto para desarrollarlo en óptimas condiciones. Así lo explica+ Rafa Molés *"concentrando la energía en lo que verdaderamente se podía hacer, un videojuego que por ejemplo se planteó en un primer momento, tenemos la experiencia que el coste que supone en tiempo y dinero, relacionado con la efectividad, no lo tenemos como una experiencia muy realista y positiva con esto, porque realmente, para un videojuego se debe invertir mucho dinero para que realmente sea útil y se ha ido cambiando por el documental interactivo, las láminas que se pueden imprimir y convertirse en una especie de icono..."*

La empresa encargada de la ejecución del vídeo interactivo se propone como alternativa el insertar una sección que contenga ilustraciones, por ello para esta tarea recurren al joven ilustrador valenciano Juanjo Gasull. Tras diversas reuniones se acordó que Juanjo plasmaría su propia visión sobre lo que se cuenta en el documental *Experiment Stuka* y de este modo, podía aportar la estética de sus ilustraciones al diseño del propio proyecto. Además las ilustraciones, Juanjo fue el encargado de ponerle la imagen ilustrada al vídeo interactivo. Siempre jugando con tonos grises, negros, blancos y rojos, consigue unificar las diversas partes del proyecto, ya que según dice "son colores que representan muy bien lo que se cuenta en la película.

Las ilustraciones contienen frases, en algunos casos, de testimonios de los bombardeos y datos sobre los mismos. Se muestran seis ilustraciones en miniatura y encima la imagen seleccionada en grande y tal y como incida en el texto anterior a las ilustraciones, estas se pueden descargar para ser compartidas por los usuarios, o también pueden convertirse en carteles o poster.

Este bloque de la web aporta una nueva visión sobre la historia ocurrida en el Alt Maestrat, y sigue sumando la expansión del *storytelling*.

ILUSTRACIONES

El artista plástico Juanjo Beauli ha creado su propia versión ilustrada de Experiment Stuka. El resultado son 6 obras que plasman una reflexión sobre el acuerdo de la guerra. Los mismos pueden haberlo sido, documentado, convertido en un objeto o ponerte en contacto con que el arte se descomponga en nuevas historias visuales.

Juanjo Beauli es un joven ilustrador valenciano natural de Torremorja. Con sólo 22 años ya ha trabajado para diversas empresas y fue seleccionado, en el año 2017, en el último concurso internacional de ilustración de España y en el que el premio correspondió al de Torremorja.



Página web. Contenido del apartado la web “ILUSTRACIONES”. Fuente: Página web de Experiment Stuka

8

Banda sonora original

La sección dedicada a la banda sonora creada expresamente para el documental es más tarde se decide incorporar al proyecto de la web, esta decisión viene motivada porque se piensa que es un elemento muy importante en el sentido y lo que se transmite en la película.

En el bloque se ha insertado un vídeo de Vimeo, en el que el creador de la banda sonora, el castellanense Alberto Lucendo explica cómo le llega la propuesta de llevar a cabo este trabajo y porque se interesa en ejecutarlo. Mientras narra cómo se inspira para crear las melodías de Experiment Stuka se muestran planos del estudio mientras compone.

La banda sonora se trata de una melodía inspirada en un Requiem, con el sonido del piano y transmite una canción que puede transmitir intriga, tristeza, desolación...

El el texto que acompaña el vídeo también se enlaza la página web del compositor www.albertolucendo.com, para que aquellos usuarios que sientan curiosidad por el autor puedan conocer más temas del autor y seguir conociendo más de su obra.

Además del vídeo se han insertado cuatro temas originales de la banda sonora de Experiment Stuka que pueden ser reproducidos. Pulsando en el botón “Más música” se accede a una página donde se han colgado todos los temas compuestos para cada momento de la película en el que la música suena.

En total esta BSO se compone de 44 canciones todas ellas tituladas con referencia al momento en el que aparecen en el documental. Cabe remarcar que la banda sonora fue candidata a mejor música original en Los Goya en su edición del 2019. A demás tuvo nueve candidaturas más como son a mejor película, mejor dirección, mejor dirección de producción, mejor dirección de fotografía, mejor montaje, mejor dirección artística, mejor sonido y mejor película documental.

BANDA SONORA ORIGINAL

El músico Alberto Lucendo es el autor de la banda sonora original de Experimento Stuka. Aquí tienes disponibles todos los temas creados para este proyecto, así como un video donde el mismo autor explica el proceso creativo de la música.

Puedes encontrar todos los trabajos de Alberto Lucendo en su sitio web: www.albertolucendo.com



Página web. Contenido del apartado la web “BANDA SONORA ORIGINAL” y cilando sobre “Más música” Fuente: Página web de Experiment Stuka

9 • Noticias

El último apartado que se puede encontrar en la web, se trata del bloque dedicado a los contenidos o noticias que otros medios como la prensa, la televisión o la radio. En este apartado el contenido se divide en tres columnas tituladas Leer, Escuchar y Ver.

En la primera columna en el apartado de leer se han colocado algunas de las noticias que han aparecido en prensa cómo digital hablando sobre la historia que se cuenta en la película. Aparece la fecha de publicación y donde se publica, junto al titular de la misma.

Encima del titular de la página web de procedencia de la noticia donde es usuario puede leer la noticia completa. Esta acción se repite si se pulsa sobre el símbolo más (+). En la web solo aparecen cuatro noticias como ejemplo y debajo de ésta

se sitúa un botón con el texto de más noticias. Pulsando en " Más Noticias" se abrirá una nueva página donde además de las cuatro noticias anteriores, se añade un apartado que enlaza con la página de la productora Suica Films y donde se ofrecerá información sobre las fechas y los lugares donde se realizan las próximas proyecciones de la película.

En esta subpágina también se recopilan más titulares de noticias. Cómo se puede comprobar, han sido muchos los periódicos nacionales e internacionales que se han hecho eco de la historia que narra el documental y en la página web de SuicaFils también se pueden encontrar estas y otras noticias de antes del estreno de la película y de la repercusión que está teniendo una vez presentada en cines y televisión.

En la columna central, en el apartado de " Escuchar" se han colocado los *podcast* de las entrevistas que ese ha realizado a los directores del documental en algunas radios como son *Rtve (Comunitat Valenciana)*, *À punt* o la *Cadena Ser*.

Por último se en el bloque de "Ver" se han adjuntado dos programas, uno de TV3 y otro de *À punt*, en los que se muestran los programas de televisión en los que se habló sobre la película documental con la presencia de algunos protagonistas del film y con su director Rafa Molés.

NOTICIAS

LEER

17 Dic 2018
 ABC: Experimento Stuka: así bombardearon los nazis cuatro pueblos de Castellón para probar su avión más letal

Maestrat

25 May 2018
 LA VANGUARDIA: El 25 de mayo que no debemos olvidar

10 May 2018
 EL DIABLO ES: 'Experimento Stuka': los bombardeos de precisión que Hitler ensayó en la Guerra Civil española

Más noticias

ESCUCHAR



VER



Página web. Contenido del apartado la web " NOTICIAS". Fuente: Página web de Experiment Stuka

6 • Proyecciones en cines o salas

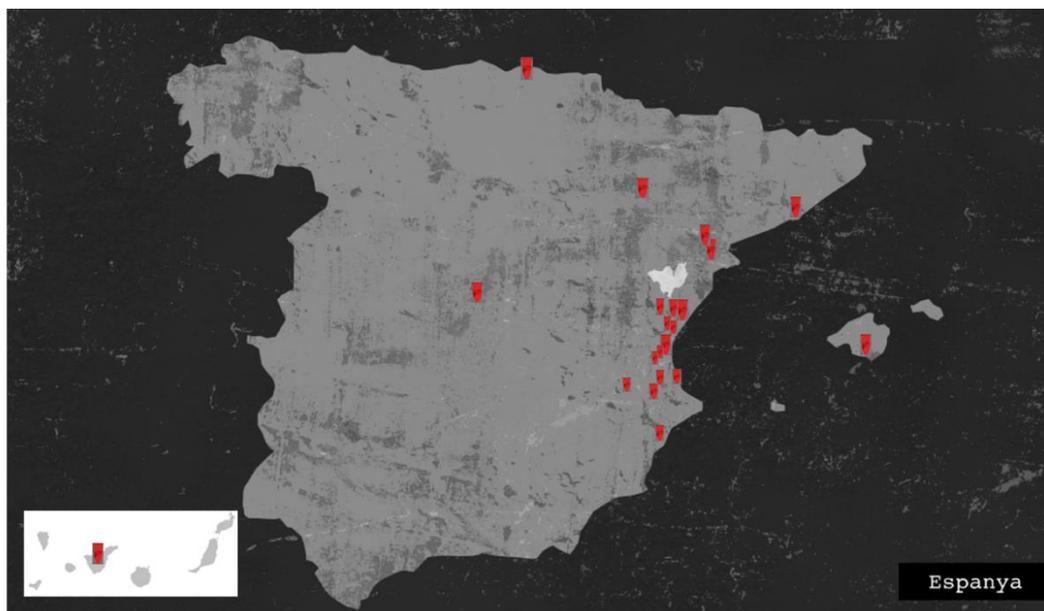
| PROYECCIONES DE <i>EXPERIMENT STUKA</i> EN CINES Y SALAS | |
|--|---------------------------------|
| FECHA | LUGAR |
| 8 noviembre 2018 | Plama de Mallorca Elche |
| Del 9 al 15 de noviembre de 2018 | Valencia |
| Del 12 al 15 de noviembre de 2018 | Alicante |
| 19 noviembre 2018 | Bilbao |
| 18 noviembre 2018 | Valencia- Cines Lys |
| 22 noviembre 2018 | Ontinyent- Valencia |
| 23 noviembre 2018 | Amposta- Tarragona |
| 27 noviembre 2018 | Barcelona |
| 28,29 y 30 noviembre 2018 | Madrid |
| 30 noviembre 2018 | Tenerife Castellón |
| 4 diciembre 2018 | Valencia- Sgae |
| 7 diciembre 2018 | Castellón- Neocines |
| 11 diciembre 2018 | Alicante |
| 17 enero 2019 | Castellón- Paraninf UJI |
| 18 enero 2019 | Valencia- IBI |
| 1 febrero 2019 | Borriol- Castellón |
| 12 febrero 2019 | Xàtiva- Valencia |
| 15 febrero 2019 | Vall d'Uixò – Valencia |
| 16 febrero 2019 | Gandia- Valencia |
| 7 marzo 2019 | Almansa- Albacete |
| 2 abril 2019 | Universitat Valencia |
| 3 abril 2019 | Zaragoza |
| 12 abril 2019 | Ludwigsburg- Alemania |
| 13 abril 2019 | Tortosa- Tarragona |
| 17 abril 2019 | Benetússer- Valencia |
| 16 mayo 2019 | Alicante |
| 31 mayo 2019 | L'Alcudia- Valencia |
| 1 junio 2019 | Sagunto |
| 5 junio 2019 | Halsach- Alemania |
| 7 junio 2019 | Valencia- Biblioteca l'Hospital |
| 17 junio 2019 | Alcora- Castellón |

3 julio 2019

Ontinyent- Valencia

Tabla 2. Lugar y fecha de proyecciones de *Experiment Stuka*. Fuente: Elaboración propia

Es cierto que *Experiment Stuka* ha viajado por la geografía Española e incluso ha salido de las fronteras, desde SuicaFilms se ofrece que se proyecte en más lugares para que se siga conociendo esta historia. Hasta el momento, como se puede observar en el siguiente mapa, donde más proyecciones se han realizado ha sido en la zona de la Comunidad Valenciana, ya que la historia que se cuenta se desarrolla en esta comunidad y es probable que haya más interesados en conocer su historia más próxima.



Mapa con los lugares donde se ha proyectado la película documental *Experiment Stuka*. Fuente: Elaboración propia Anexo 8.

7 • Exposición de Benassal

Creación de contenidos a partir de directrices del diseñador Cesar Mallent, de The Graphic Boreau.

Cesar confeccionó un diseño en planta del espacio en el que se iba a instalar la Exposición y planificó la disposición de los paneles explicativos de las fotos.

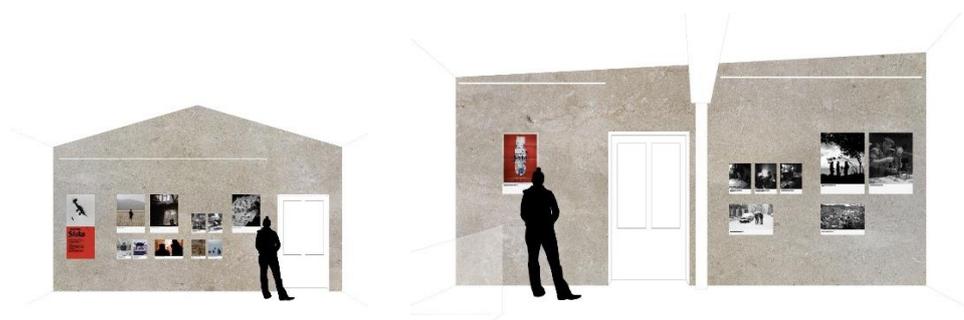


Planta y fotografía de la sala donde se ha ubicado la exposición de Benassal. Fuente: The Graphic Bureau

Se procedió a la elección de las fotografías y carteles que se encuentran en la exposición, para su posterior retoque con *Photoshop*. Se seleccionaron las siguientes fotografías del *making off* del documental, algunas extraídas del *press kit* de la película y otras aportadas por Suica Films, que se redimensionarían según las indicaciones de Cesar Mallent, a las que se les aplicaría un filtro previamente pactado. Una vez las fotos listas se redactaría un pie de foto informativo y teniendo en cuenta la limitación de caracteres. Tras la aprobación por parte de los directores de *Experiment Stuka* Rafa Molés y Pepe Andreu, mi compañero de prácticas, Kevin y yo idearíamos la distribución de los paneles, las maquetas y sus respectivos pies de foto.

Estas imágenes retocadas y antes de retocar, se pueden encontrar en el Anexo, al igual que los diversos fotogramas de la película seleccionados para formar parte de la exposición.

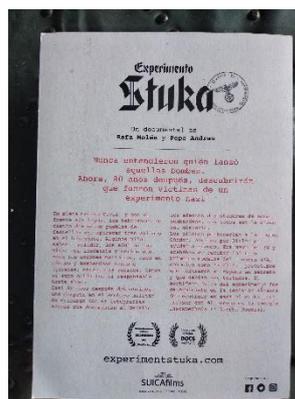
A continuación se puede apreciar el diseño definitivo de la exposición tras el trabajo de selección y confección del contenido de los paneles, así como su distribución final.



Boceto del diseño de la exposición de Benassal. Fuente: The Graphic Bureau

Tarjetas de visita:

Desde Suica Films se propuso diseñar una tarjeta de visita para aquellos que pasaran a visitar la exposición. Kevin y yo nos dedicamos a redactar el contenido del texto y a validarlo con Suica Films y el diseño lo ejecutaría Cesar Mallent.



Tarjeta de bienvenida y promoción del proyecto. Fuente: The Graphic Bureau

Se procedió a redactar del texto del panel explicativo de la exposición que se insertaría junto a una fotografía antigua de un *Stuka* en misión.

Las maquetas debían ser transportadas desde el taller donde fueron creadas en Elche hasta Benassal y para ello se gestionó algún viaje de Bla Bla Car y se reunieron todas las maquetas en el estudio de Valencia para ser transportadas hasta Benassal.

Se compraron de los diversos materiales necesarios para la colocación de los paneles de cartón pluma, las maquetas y la cortina que se dispondría en la planta baja para no distraer la atención del visitante, al estar la planta vacía.

Kevin y yo nos desplazamos hasta Benassal con las maquetas y los paneles para llevar a cabo el montaje de la exposición.

En coordinación con la brigada de servicios de Benassal se llevaron hasta la sala de exposiciones las mesas donde situar las maquetas y se situó una lona en la fachada exterior del edificio.



Imágenes del montaje de la exposición en Benassal. Fuente: Kevin Villar

Una vez situada la lona y la cortina se procedería al montaje de los cuadros y colocación de los elementos sobre las maquetas. Equilibrado de los paneles con hilo de pescar y disposición de las maquetas con sus respectivos pies de foto. El resultado de la exposición se puede apreciar en las siguientes imágenes.



Imágenes del montaje de la exposición y de las visitas recibidas. Fuente Kevin Villar y Suica Films

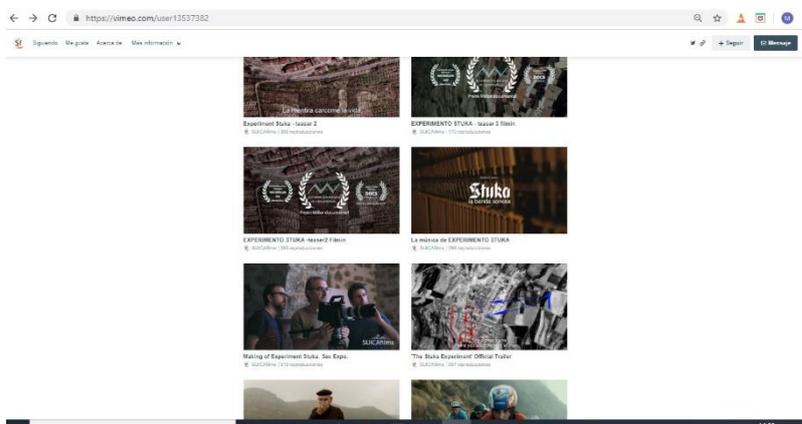
Para tramitar todo el tema de la exposición nos pusimos en contacto con Pilar Vidal, también participante en el documental y quien preside el Grupo de memoria histórica de Benassal, para que nos pusiera en contacto con la oficina de turismo para solicitar los contactos a los que el público puede recurrir a través de la web, para visitar la exposición y ver los lugares bombardeados.

El hecho de decidir montar esta exposición por parte de la productora en colaboración del ayuntamiento de Benassal es porque se piensa que realizando acciones of line es una forma muy directa de llegar al público y de impactar sobre este. Por tanto, los visitantes que llegan al pueblo de Benassal y pasan por la oficina de información turística serán informados de la existencia de esta exposición que podrán visitar además de conocer la interesante historia que cuenta Experimento Stuka y gracias a la exposición es muy probable que sientan curiosidad por conocer más datos sobre el suceso y accedan tanto a la página web, como a las redes sociales para seguir informándose, incluso pueden acudir a Filmin y pagar para visionar íntegro el documental. Además de la exposición en Benassal y en Albocacer se han organizado las visitas guiadas por los lugares que fueron bombardeados para visitantes que estén interesados.

En la web creada para el proyecto en el apartado de “Experiencia en vivo” se facilita el número de teléfono y la dirección de las oficinas de turismo de Benassal y la página web del museo del aeródromo de la Sènia para que quien lo desee pueda visitar las exposiciones o realizar las visitas guiadas.

8 Canal de Vimeo

SuicaFilms ya contaba con un canal de Vimeo donde compartía los vídeos de las diversas producciones en la que trabaja y no creo expresamente un Canal de Vimeo para *Experiment Stuka*, pero sí que ha usado los vídeos colgados en el Canal de SuicaFilms para compartirlo en otras plataformas y redes sociales. En el Canal de Vimeo de la productora se pueden encontrar 11 vídeos de Experiment Stuka, entre los que se encuentran diferentes *teasers*, *making of*, trailers y vídeos sobre la presentación del proyecto y sobre la banda sonora del documental. Los primeros vídeos sobre la película que se pueden encontrar en el Canal de Vimeo están subidos desde el año 2016.



Canal de Vimeo de Suica Films con Trailers y Teaser del documental Fuente: Canal de Vimeo.

6. PLANTILLA DE ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA TRANSMEDIA DE “EXPERIMENT STUKA”

Una vez desarrollada la estrategia transmedia y explicadas las herramientas que se han utilizado para su creación, se aporta una plantilla en la que se analiza el proyecto llevado a cabo por SuicaFilms para *Experiment Stuka*. Cada apartado recoge una serie de ítems que son necesarios a la hora de trabajar una estrategia transmedia. Esta plantilla se podría adaptar a cualquier proyecto transmedia que parta de una película o un documental.

1- TEMA Y CONFLICTO QUE SE HA PRETENDIDO CONTAR

Según los directores de Experiment Stuka descubren la investigación realizada por los vecinos de la localidad de Benassal y ven muy interesante apoyarles en esta investigación hasta dar con esos documentos que afirman que la Legión Cóndor, en su presencia en España durante la guerra civil Española, realizó diversos bombardeos de carácter experimental en cuatro pueblos de la comarca castellonense del Alt Maestrat. Además de dar a conocer esta historia a los vecinos de los pueblos bombardeados, con el documental y la posterior estrategia transmedia creada alrededor del mismo, los creadores de Experiment Stuka afirmaban “ decidimos hacer realmente Experiment Stuka, cuando vemos que lo singular de esta historia viene cuando ven que son vecinos del pueblo los que poco a poco y por iniciativa propia han comenzado a hacerse preguntas, buscar y darse cuenta que muchas de esas preguntas ya tenían respuesta, pero por las circunstancias especiales de la ley del silencio de la posguerra y de la transición, esas respuestas no habían llegado al pueblo por los propios protagonistas que bombardearon sus pueblos”, por lo tanto, pretenden transmitir que todos somos responsables de conocer nuestro pasado y que no debemos esperar a que nadie nos cuente qué pasó, sino que podemos hacer como han hecho los vecinos de Benassal que , que se han encargado de investigar los sucedido en su pueblo y gracias a ellos se ha conocido la historia de los otros pueblos vecinos, y que pueden hacer reaccionar al público de este proyecto para que se decida a investigar algún hecho por el que haya sentido curiosidad per que hoy en día no se sabe con certeza.

Por tanto, se pretende contar la historia de los bombardeos sucedidos en Benassal, Albocasser, Ares y Vilardecanes en mayo del 38, en los que nunca se había entendido lo sucedido, ya que se acusaba al bando republicano de haber efectuado los bombardeos, siendo esto ilógico al encontrarse en territorio que aún estaba en dominio de este propio bando. Por tanto, como se dice en el documental es una manera de sanar las heridas que permanecían abiertas. Pero, con estos hechos se transmite también, la idea de hacer responsables a los ciudadanos de investigar su propia historia hasta poder ser conocedores de la misma.

2- PERSONAJES QUE PARTICIPAN EN EL STORYTELLING

En el film documental “Experiment Stuka” aparecen diversos personajes a través de los cuales se van contando partes de la historia para llegar a formar un todo que se ofrecerá al público. Por un lado se cuenta con un narrador, que da voz a los directores del film y que interviene para apoyar los testimonios de los testimonios de los bombardeos, de sus familiares y de los investigadores, que han realizado el trabajo de investigación hasta dar con los archivos que documentan los bombardeos del 1938 en el Alt Maestrat.

PERSONAJES PARTICIPANTES:

- Narrador que pone voz a los directores del film documental

- Investigadores:

- Oscar Vives

- Pilar Vidal

- Historiadores:

- Stefanie

- Anthony Beevor

- Testigos de los bombardeos:

- Ángel Beltrán

- Antoni Girona

- Carmen Bono

- Carmen

- Dolores

- José Luis

- Leovigildo

- María Pitarch

- Obdulia Mir

- Rosa Soligó

- Vitalia

- COMO SE VINCULAN ENTRE ELLOS

3- ESCENARIOS EN LOS QUE SE DESARROLLA LA HISTORIA

- España:

- Alt Maestrat

- Benassal

- Ares del Maestrat

- Albocasser

- Vilar de Canes

- Ávila

- Villaviciosa de Odón

- La Sènia

- ▶ Valencia
- ▶ Elche
- ▶ Barcelona
- ▶ Bujalance, Montoro y El Carpio
- ▶ Gernika
- ▶ Durango
- ▶ Eibar
- ▶ Sierra de Cuera
- ▶ Alcañiz

- ▶ Alemania
- ▶ Berlín
- ▶ Husach
- ▶ Friburgo, Archivo Miitar
- ▶ Vulkan

4-

- ▶ TÍTULO: Experiment Stuka
- ▶ GÉNERO: Película documental
- ▶ SINOPSIS: En plena Guerra Civil los habitantes de cuatro diminutos pueblos de Castellón ven aparecer tres aviones en el horizonte. Algunos niños salen a saludar, los adultos los miran con inocencia y curiosidad. Pero los aviones maniobran, caen en picado y bombardean casas e iglesias. Matan a 38 vecinos. Nunca entendieron quién fue el responsable. Hasta ahora.

5- VER CUALES SON LOS ELEMENTOS DE LA HISTORIA

Las primeras líneas narrativas de Experiment Stuka son aquellas que ofrece el documental.

- ▶ Por un lado, una voz en off narra el pensamiento de los directores y guía a los espectadores por la historia que se pretende transmitir, se propone al espectador que no espere a que le cuenten la historia ya que puede ser él mismo el que la investigue hasta descubrir la verdad de lo que pasó.
- ▶ Por otro lado, tenemos las líneas narrativas planteadas por parte de los investigadores Oscar Vives, Pilar Vidal y el grupo de la memoria histórica de Benassal, que son quienes a través de sus búsquedas y insistencia consiguen dar con los archivos que documentan los bombardeos ejecutados por la legión Cóndor y quienes contactan los supervivientes de los bombardeos para recoger sus testimonios.
- ▶ Las líneas narrativas que cuentan con más credibilidad y poder narrativo son aquellas que nacen del testimonio de las personas que presenciaron aquellos bombardeos y que dan esa visión de

verdad de los hechos, la trama narrativa principal es la de esa narración desde la vivencia, el construir la historia desde el testimonio vivencial y de esta línea narrativa nacen las diversas subtramas, en cada relato de cada uno de los testigos que aparecen en el documental o en la web.

- También resaltar la línea narrativa que surge del relato de los dos historiadores internacionales, como son Anthony Beevor y Stephanie quienes nos cuentan la historia de la guerra civil española y la intervención de la legión Cóndor en la misma desde los datos.
- Juanjo Gasull ilustrador que ha trabajado para uno de los apartados de la web también abre una subtrama, contando a través de sus ilustraciones su forma de interpretar la película documental.
- También se dejan abiertas las líneas narrativas que aportan los diversos participantes en el apartado de participación que se abre en la web. De este apartado de la web se pretenden generar diversas subtramas en las que los usuarios investiguen datos de la historia que aún no estén esclarecidos o sean dudosos a día de hoy.
- Se pueden considerar otras líneas narrativas aquellas que nacen de las explicaciones de los guías que realicen las vivitas guiadas en los lugares bombardeados como puede ser en Benassal o en el aeródromo de La Sènia, quienes contarán los hechos sucedidos en estas zonas frente al público que haya solicitado la visita.
- Se puede considerar otra línea narrativa aquella que nace de la banda sonora creada específicamente para la película documental, ya que a través de la música se cuenta y permite al espectador sumergirse en la historia a través de esos sonidos que evocan el momento de esos bombardeos con los sonidos de los Stuka, además de crear una atmosfera de tristeza y destrucción.
- Las subtramas que han surgido y pueden seguir surgiendo del público que ha acudido a los cines a ver Experiment Stuka o que ha visto la película cuando se ha emitido en À punt u otras televisiones, en los que se plantean si es posible descubrir historias ocultas o desconocidas sucedidas en sus propios pueblos y ciudades.

6- AUDIENCIAS/PÚBLICOS

- Ver a qué audiencia va dedicado el producto. Donde está esta audiencia

Experiment Stuka va dirigido a diversos públicos, sobre todo a públicos de mediana y gran edad que pueden tener indicios de historias que se les hayan contado sobre hechos históricos que no están documentados con exactitud y que simplemente por el momento se han oído gracias al boca a boca.

Se puede considerar que la película se ha hecho pensando en descubrir la historia de estos pueblos del Alt Maestrat a sus propios habitantes que habían vivido en silencio por no causar enfrentamiento entre familias y vecinos de diversos ideales

políticos. Por tanto, el revelar lo que verdaderamente sucedió en mayo de 1938 hace que los habitantes de estos pueblos se puedan reconciliar con su pasado.

- Además de para los habitantes de los pueblos que aparecen el documental el film documental pretende llegar a público joven, de mediana y alta edad de España para que se pueda conocer datos que hasta ahora eran desconocidos de la historia de la guerra civil que se vivió en este país y de este modo que se despierte la curiosidad de la gente por investigar la historia y no tener que esperar a que otros la cuenten. Se pretende que este público sea el que complete el vídeo interactivo y se puedan situar más casos similares a los de Gernika, Bujalance, Eibar, Alcañiz...
- Al tratarse de bombardeos experimentales y que serían, años más tarde, útiles para trazar la estrategia de la Legión Cóndor para los ataques realizados en la segunda guerra mundial, también se pretende que tanto el film documental, como el contenido digital de la web y redes sociales traspase las fronteras de España y llegue a públicos de otros países de Europa, ya que el documental también está rodado en Londres y diversas localizaciones de Alemania, incluso a personas de otros países del mundo.
- ¿En qué tipo de medios y plataformas consume la audiencia estos contenidos
- La película documental *Experiment Stuka* fue creada para ser difundida tanto en cines como en televisión y a través de plataformas de visionado online. A través de estos medios ya se consigue llegar a cierto público, aquel al que le interesan temas de memoria histórica y ,por supuesto, a los habitantes de los pueblos del Alt Maestrat a quienes se les está descubriendo parte de la historia de sus localidades, pero como lo que se pretende con el proyecto de *Experiment Stuka* es llegar a mucho más público para despertar el interés y curiosidad de este y provocar que se pongan a investigar otros sucesos similares a los que se cuentan en el documental, por ello los directores piensan que es interesante expandir el storytelling del film documental, y para ello creen interesante expandir la historia en diversos medios. Hoy en día los medios más usados para la expansión y promoción de un producto cinematográfico como es esta película documental, son los medios digitales y aquellos que se encuentran en la red, como por ejemplo un blog o una página web, pero también muy importante la creación de un perfil en redes sociales. Hoy en día tanto el público joven como el de mediana edad vive conectado a internet y a las redes sociales, por tanto, que mejor manera de llegar a ellos que creando una página web donde expandir la historia, que ya se cuenta en la película documental, además de anunciar los diversos pases de la película y coloquios de los directores a través de perfiles de redes sociales como son Facebook, red social que actualmente tienen más usuarios de mediana y alta edad, e Instagram, que es una red social usada por muchos jóvenes y que también se está usando ya por muchos usuarios de mediana edad.

Para aquel público más curioso y que se dispone a vivir la historia en primera persona se ha organizado la exposición de las maquetas con las que se rodó el documental, que se encuentra en Benassal y en este mismo pueblo desde la oficina de turismo se puede contratar una visita guiada por las zonas del pueblo que fueron bombardeadas donde se dan detalles de las personas que fallecieron y la destrucción que crearon estas bombas.

➤ ¿Qué hábitos de consumo tiene la audiencia a la que se dirige (Cómo y dónde)? Una vez decidido a través de qué medios es adecuado transmitir las diversas líneas narrativas que surgen de Experiment Stuka, es necesario investigar acerca de los hábitos de consumo que tiene la audiencia a la que se dirige el contenido creado para la expansión de la historia.

➤ En el caso de las proyecciones en cine se programan sobre todo en la zona de la Comunidad Valenciana y Cataluña, pero también en otras partes si se solicita y se ha proyectado en Alemania, en alguno de los lugares que aparecen en el film documental, normalmente las proyecciones se han realizado en salas pequeñas con poca capacidad, ya que en la mayoría de ellas se realiza un coloquio con los directores una vez realizado el pase.

En el caso de las emisiones en televisión, en À punt, tras la emisión del documental, se dedicó un espacio a una tertulia con el director, alguno de los personajes que aparecen en el documental y expertos historiadores que trataban el tema. Una tertulia similar se sucedió en tv3, el programa de tv3 era el material y en À punt, tanto la proyección de la película como la tertulia posterior, se emitían en prime time, un domingo.

En las redes sociales también hay momentos en los que una publicación puede tener más éxito, ya que hay días de la semana y momentos del día en el que se conectan más los usuarios, por tanto, pueden tener más éxito. Se recomienda publicar en Facebook los miércoles, jueves, viernes y sábado a las de 15:30 a 16:00, de 18:30 a 19:30, de 20:30 a 21:30. En Instagram, sin embargo, la hora en la que se alcanza mayor visibilidad de una publicación puede ser entre las 20:00 y 21:00 horas. En el caso de Experiment Stuka no siempre se han usado estas recomendaciones, ya que la mayoría de publicaciones en redes sociales se realizan para anunciar los pases del documental o eventos como la inauguración de la exposición, por lo tanto se suelen publicar días antes de los pases y recordad el lugar y hora de los pases a los usuarios que si desean visualizar la película. En cuanto a la forma de las publicaciones, es cierto que cada día se cuida más el formato de publicación y se cuida más la imagen.

7- OBJETIVOS que se pretenden conseguir con la estrategia transmedia.

Los directores insisten en que les “parecía coherente expandir y contar la historia concreta, crear una especie de plataforma donde otras personas pudieran ir sumando, dar ciertos detalles de cómo se ha investigado, dar ciertos detalles a los que uno pueda aproximarse,

como por ejemplo ir al pueblo y hablar con los vecinos, hacer la ruta guiada de estos sitios, ver la película, conocer los elementos de la película, que tengan experiencia vivenciales y sobre todo que se puedan compartir experiencias, y también dar pistas o señalar la posibilidad de que otras personas también podrían comenzar a recopilar información y unirlo. Esta idea colaborativa de que existan actos individuales que pueden ir construyendo una historia colectiva, por ese motivo se decide crear la parte transmedia de Experimento Stuka.”

Indican que Facebook puede que sea una de las plataformas que más funciona para movilizar al público y publicitar y expandir las diferentes propuestas y plataformas que se lanzan desde Suica Films, en torno a Experiment Stuka.

8- PARTICIPACIÓN DE LAS AUDIENCIAS

- Las herramientas que se le dará a la audiencia para que pueda participar en el storytelling

Como ya se ha explicado anteriormente los directores de Experiment Stuka realizaron el documental para dar visibilidad al trabajo realizado por el vecino de Benassal Oscar Vives y el grupo de recuperación de la memoria histórica, que se han dedicado a investigar por cuenta propia lo sucedido en su localidad en mayo de 1938. Con la realización del documental, además de dar a conocer la verdad de los hechos bélicos sucedidos los directores pretendían concienciar al público de que no se puede esperar sentados a que alguien descubra la propia historia, sino que si sentimos curiosidad por algún hecho que no está esclarecido cada uno puede investigar hasta llegar a encontrar la verdad de lo sucedido, tal como lo hizo Oscar Vives. Para fomentar esta investigación por parte del público, desde Suica Films se han ofrecido a la audiencia diversas vías.

Las redes sociales, tanto de la productora, como los perfiles creados específicamente para Experiment Stuka, son un canal a través del cual el público puede contactar específicamente con los directores para explicarles sus investigaciones y sus hallazgos, pero para que este fin de búsqueda sea más claro, desde la web de Experiment Stuka es donde se llama de forma directa a la participación de la audiencia.

El segundo apartado de la web “Tu relato puede completar la historia” es donde se insiste al público en que aporte lo que sabe a la historia para que siga la expansión del storytelling, para ello se ofrece un formulario para rellenar y enviar directamente a la productora.

En el cuarto apartado de la web, llamado “Investiga”, se ofrece el enlace a las páginas web de los archivos militares de Ávila, de Villaviciosa de Odón y de Friburgo, para que puedas hacer la tarea que hizo Oscar Vives en su momento y descubrir otros hechos ocultos o que no están claros de la guerra civil. Además de en estos dos apartados se fomenta la participación del público a

2º- PRENSA. En diciembre de 2015, el periódico El País, en su versión de la Comunidad Valenciana ya publica un artículo titulado ¿Por qué Hitler bombardeó cuatro pacíficos pueblos de Castellón?, el cual ya venía motivado por la investigación que más tarde se muestra en la película documental. En enero de 2016 “La folha de Sao Paulo” un prestigioso periódico brasileño, ya habla de la historia que se cuenta en Experimento Stuka, por tanto, dos años y medio antes de ser estrenada la película documental. Este mismo mes se sucederán muchas más en prensa nacional e internacional, además tras el lanzamiento de la película documental muchos más diarios y revistas se interesan en la historia que cuenta Experimento Stuka. Todas estas publicaciones se recogen en la página web de experimentstuka.com, en la sección de noticias y también en la página de Sueca Films en su particular dossier de prensa.

3º- FACEBOOK. El perfil de Facebook se abre el 5 de enero de 2016 y desde este momento que ha informado sobre todo lo que ha ido sucediendo relación con la película.

4º- VIMEO DE EXPERIMENT STUKA. El tráiler definitivo de la película se compartirá en el canal de Vimeo el día 5 de Abril de 2018. Y desde aquí se compartirán diversas versiones del tráiler y de los teasers de la película.

5º. CINES. El documental se proyecta por primera vez en la gran pantalla en el festival de documentales Docs Valencia, el día 3 de mayo. Tras esta proyección se puede ver en Docs Barcelona en junio y también en las jornadas preparadas en los pueblos bombardeados en los actos conmemorativos del 80 aniversario de los bombardeos. Tras estas proyecciones se ha podido ver en diversas salas de la geografía valenciana, española, e incluso ha traspasado las fronteras y se ha visto en algunos lugares de Alemania.

6º EXPOSICIONES. El 25 de mayo de 2018 se estrena en Benassal la exposición de las maquetas a escala creadas para el rodaje de la película documental y acto que se enmarca las jornadas organizadas desde los Grupos de Recuperación de la memoria histórica de Benassal y de Albocasser para conmemorar el 80 aniversario de los bombardeos en los cuatro pueblos del Alt Maestrat. El mes de noviembre de 2018 la maqueta del aeródromo de La Sènia se transporta hasta este mismo pueblo para ser visitada allí durante las jornadas que se celebran en el campo de aviación de La Sènia.

7º CANAL DE YOUTUBE. El canal es creado en junio del 2018, pero los vídeos se introducen en el canal a partir de diciembre, se van subiendo las diversas versiones sin subtítulos, y más tarde se subirán todos los vídeos ya subtítulos en inglés, castellano y valenciano. Los últimos vídeos se han subido durante abril de 2019.

8º EMISIÓN EN TELEVISIÓN. El 27 de noviembre de 2018 el magazine “Els Matins” de TV3 realiza una tertulia en la que el invitado es el director de Experiment Stuka, Rafa Molés con quien periodistas y expertos tratan el tema de la realización de la película documental y comentan detalles sobre la historia que se cuenta en el documental.

Por otra parte, el 20 de enero de 2019 se estrena en primicia el film en À punt y tras la emisión del mismo, el programa “La Questió” se debate sobre el tema que se trata en el documental, siendo invitados a la tertulia, el director, Rafa Molés y otros miembros de Suica Films, además de Oscar Vives, uno de los protagonistas de la película documental.

9º INSTAGRAM. El perfil en esta red social se abrió el 27 de Febrero de 2019, se decidió crear el perfil para tener visibilidad en esta red social, que parece ser la más usada actualmente, aunque para el proyecto de Experimento Stuka no se está explotando, por el momento.

10º PAGINA WEB. Se trata de la parte más elaborada del proyecto transmedia, a parte de la película, cuenta con diversos apartados y se abrió durante el mes de abril de 2019, se puede visitar en la dirección www.experimentstuka.com, pero no se ha promocionado, ni anunciado a través de ningún medio, por tanto, no ha tenido prácticamente visualizaciones, ni público hasta el momento.

Tabla 3. Tabla de análisis de la estrategia transmedia seguida en Experiment Stuka. Fuente: Elaboración propia

7. EXPERIMENT STUKA VS. M-OTHERHOOD

A continuación se realizará una comparativa entre dos proyectos transmedia realizados por la productora SuicaFilms, viendo así las diferencias entre ambos y pudiendo ver cuál de las dos estrategias transmedia creadas funciona mejor.

[m]otherhood es un proyecto transmedia creado por la productora Suica Films y con su lanzamiento que pretende cumplir el objetivo de normalizar la opción de las mujeres que no quieren tener hijos. A través de los contenidos de este proyecto se quieren desmontar los mitos y tabúes que rodean la maternidad planteando muchas preguntas e intentando dar algunas respuestas. Tal y como aparece en la descripción del proyecto que se hace en la web “*Este no es un proyecto contra los hijos ni contra las personas que quieren tenerlos. Es a favor de las mujeres que han decidido no tenerlos y de la libertad para vivir sus vidas de la manera que cada una de ellas considere*”. Se puede ver algo más sobre el proyecto en el Anexo 10.

[m]otherhood es un proyecto anterior al realizado para *Experiment Stuka* y consta de una web, también convertida en plataforma transmedia que incluye un documental interactivo, el videojuego *[m]other Earth* y el webcómic *Eva*. El proyecto se redondea con el largometraje documental que fue estrenado con

anterioridad y donde también se conoce a diferentes mujeres que viven en primera persona algunos de los aspectos planteados.

El análisis de *[m]otherhood* puede ser útil para contrastar dicha producción con otras experiencias previas de la productora y para ver qué elementos se deben cambiar para que funcione mejor el documental interactivo a la hora de ponerse a diseñar el de *Experiment Stuka*.

En el proyecto de *[m]otherhood*, igual que en *Experiment Stuka*, cuenta con el elemento inicial, que es la película documental. A raíz de la creación de la película se desarrollará un proyecto transmedia que gira entorno a la temática que se cuenta en la producción documental. En el caso de *[m]otherhood* se realizó una web a la cual se accede a través de una única pantalla donde aparece el título "*[m]otherhood*" y un botón con el rótulo "Comenzar". Pulsando en este botón se abre una nueva página donde aparece una ilustración animada de una mujer desnuda, en el centro de la pantalla. En la columna lateral izquierda se leen tres palabras, "no madre", "instinto", "idealización", mientras que en la columna de la derecha se puede leer "opresión", "conciencia" y "libertad".

Por ejemplo, si se pulsa encima del rótulo "no madre" se abre una pantalla con una introducción y después se accede a otra pantalla, donde se puede ver un mapa de Europa. En la esquina inferior izquierda de la pantalla, debajo de la ilustración de la mujer desnuda, se ofrece, al usuario, la opción de ver el bloque completo del documental en el que a través de los testimonios de mujeres se aborda el tema del deseo de algunas mujeres de no ser madres.

En la parte superior derecha de la pantalla aparecen dos botones, dentro del primero se puede leer "Conoce los personajes" y en el segundo "Testimonios". Pulsando sobre este segundo botón se abre el Canal de Youtube en el que se encuentran diversos vídeos en los que aparecen más testimonios de mujeres que han tomado la decisión de no ser madres.

Si se pulsa sobre los rótulos "instinto", "idealización", "opresión", "conciencia" y "libertad", también ocurre lo explicado en el párrafo anterior y se dispone del mapa de Europa con una serie de puntos señalizados, cada uno de estos puntos contiene el vídeo de una testimonio que hablará sobre el ítem anterior que previamente se haya seleccionado.

A diferencia del proyecto transmedia desarrollado para *Experiment Stuka*, en el cual se decide englobar las diversas partes del proyecto transmedia en una web, y donde también se ha insertado el documental interactivo. En el proyecto de *[m]otherhood*, la web en sí, es el documental interactivo, dentro del cual se pueden encontrar todos los contenidos audiovisuales, como son los vídeos, los enlaces al canal de Youtube y la explicación de *Qué es [m]otherhood*, de *Participa*, el videojuego y un web-comic.

Como ya se ha indicado, en la web de *[m]otherhood* aparece un mapa de Europa y se irán situando los puntos en el mapa donde se pueden encontrar los testimonios a cerca de las diversas temáticas que en él se tratan. En la parte superior del mapa se encuentra un menú en el que se diferencian cuatro

apartados: *Qué es*, *Participa*, *M-otherearth videojuego* y *Eva cómic*. Es en este apartado donde se sitúa el contenido transmedia y donde más se consigue la expansión del *storytelling* de *M-otherhood*.

En el apartado *Que es*, igual que en el proyecto de *Experiment Stuka* se explica por qué se crea *[m]otherhood* y las partes del proyecto que lo componen, para ello, se ha insertado un cuadro de diálogo que se abre sobre el mapa de Europa.

En el apartado de *Participa*, también se sigue la misma estructura que en la web de *Experiment Stuka*, se abre un cuadro en el que se invita a los usuarios a que aporten sus datos en un cuestionario para que Suica Films contacte con ellos, y se puedan seguir uniendo historias a las de otras mujeres que hablen sobre este tema en el mapa interactivo.

M-othererath se trata de un videojuego creado para dispositivos Android y que tiene como objetivo que la jugadora o jugador adopte el rol de dirigir un gobierno con el objetivo de regular la superpoblación de la tierra, el jugador deberá ir tomando diversas decisiones para mantener con vida la humanidad, llevando a cabo una buena regulación de las políticas en las cuestiones de población y consumo. Tras la experiencia obtenida de la creación de este videojuego, SuicaFilms decide prescindir de un videojuego para el proyecto de *Experiment Stuka*, que se había propuesto inicialmente, ya que se consideró que requería de un elevado esfuerzo económico y de producción, y que finalmente no acababa dando el resultado esperado.

Por último, el *Web-comic Eva* se conecta con la historia que se conecta con *[m]otherhood* a través de una serie de viñetas de cómic en las que se cuenta desde el humor cómo una madre de familia vive diversas situaciones con sus hijos y los problemas que surgen en la vida cotidiana de una mujer que es madre. A través del cómic se transmite una visión diferente de lo que se cuenta en la película documental, por tanto se expande el *storytelling*.

En *Experiment Stuka*, la parte del cómic se podría comparar al apartado de *Ilustraciones* en el que un autor externo a la productora plasma su visión sobre la historia que se cuenta en la película.

A modo de conclusión se puede apuntar que la principal diferencia entre los proyectos transmedia creados para un documental es que en *[m]otherhood*, el documental interactivo engloba todos los contenidos creados para el proyecto como son los *footers* de las redes sociales, el videojuego, el webcomic, o los vídeos del documental o de otros testimonios en el Canal de Youtube, mientras que en *Experiment Stuka*, después de la película documental, el núcleo central será la web en la que los diversos contenidos son externos al documental interactivo y están claramente diferenciados a través de apartados. Por tanto, con *Experiment Stuka* se pretendía facilitar el acceso a las diferentes partes del proyecto, ya que se considera que en el documental transmedia de *[m]otherhood*, el usuario debe realizar muchos pasos y retrocesos dentro de la página, para llegar a todo el contenido y resulta más complicado navegar por todo el contenido que se propone.

En la web de *Experiment Stuka* se facilita la navegación al usuario y de este modo están dispuestos todos los contenidos del proyecto a la vista del visitante de la web.

8. CONCLUSIONES

A través de los procesos llevados a cabo por la productora Suica Films para convertir la película documental *Experiment Stuka* en un proyecto transmedia, que lleve a la participación de su público a expandir la historia que se cuenta sobre los bombardeos de los Stuka de la Legión Cóndor a los pueblos del Alt Maestrat, se puede apuntar que mediante las diversas plataformas y canales de comunicación que existen hoy en día a través de la red, la comunicación transmedia es una de las mejores formas de integrar al público en la historia para convertirlo en partícipe de la misma.

Con la creación de este proyecto se ha pretendido remover la conciencia de sus destinatarios y hacerles ver que son ellos mismos los que pueden investigar sobre la historia, tal y como lo hacen algunos de los protagonistas del film, por tanto, que mejor manera de llegar a este fin que acercarles herramientas y canales para que puedan realizar su aportación al storytelling de *Experiment Stuka*.

Para llegar a más usuarios, se ha tenido que estudiar y observar cuales son las plataformas que más pueden acercar la historia a los destinatarios y hacerles partícipes de ella. Para conseguirlo se ha visto que resulta muy efectiva la elaboración de un documental interactivo en el que se ofrezcan datos que ya aporta esta película, pero insertando además testimonios inéditos, fotografías del archivo militar de Friburgo, que tampoco se pueden visualizar en el film, la posibilidad de realizar visitas guiadas y acudir a exposiciones en los lugares y escenarios en los que se desarrolla la historia. El documental interactivo también proporciona la transmisión de información a través de páginas en redes sociales o la realización de coloquios y cinefóruns con los directores del documental. Se puede concluir que el vídeo interactivo que forma parte de la web se trata de una de las mejores estrategias para involucrar al espectador en la historia, ya es él quien decide cómo explorar el contenido y le permite descubrir la historia en base a sus criterios y preferencias.

En el caso del documental interactivo de *Experiment Stuka* se decide diferenciarlo de los demás apartados y contenidos de la web, tras explorar y navegar a través del vídeo interactivo perteneciente al proyecto que crea Suica Films para el documental *M-otherhood*. Este replanteamiento se produce al persuadirse de que la navegación a través del vídeo interactivo de *M-otherhood* resulta demasiado enredosa para el usuario y, por tanto, se necesita realizar muchos clicks para retroceder y avanzar en el contenido, lo cual produce la desorientación del usuario y puede llegar a causar el desinterés del mismo.

A lo largo del desarrollo del proyecto se ha podido comprobar cómo existen plataformas que no resultan rentables y efectivas para llegar a más público y ayudar a que este se comprometa con la expansión del relato. En las propuestas

iniciales del proyecto transmedia se contempla incluir en el proyecto un videojuego que haga a los usuarios sumergirse en la mente de un piloto de los Stuka para efectuar los bombardeos. Esta plataforma se acaba descartando del proyecto por requerir un elevado presupuesto y no ser efectiva a la hora del *engagement* de los usuarios.

Una de las partes del proyecto web que se incluye posteriormente y que puede funcionar mejor en la expansión de la historia es la de “Participa”, a través de la cual se facilita un cuestionario al visitante de la página con el que éste puede aportar nuevos datos al storytelling.

El apartado de ilustraciones también ayuda a la aportación de nuevos puntos de vista sobre lo que cuenta el relato de *Experiment Stuka*, por el hecho de ser un material susceptible de ser exportado por los usuarios a otros canales o plataformas, en los que aún no se ha expandido contenido.

Tal y cómo apunta el director de SuicaFilms y observando cómo ha sido la respuesta del público, una de las partes del proyecto que absorbe más contenido y cumple más con los objetivos transmedia marcados inicialmente es la página de Facebook propia de *Experiment Stuka*, el cual cumple las funciones de transmitir información sobre la película y da acceso a las diversas noticias lanzadas en medios, además a través de esta página se enlaza con diversos vídeos promocionales del documental. También se considera que Facebook ha sido uno de los principales canales a través de los cuales se recibe y se valora la respuesta que ha tenido el público con el lanzamiento de las diversas partes del proyecto.

Otro de los aspectos que se deben cuidar de forma más detallada es la estética del proyecto. Esto se consigue unificando la imagen de todas las partes que forman el producto transmedia. Para ello es interesante usar ciertos colores, en este caso negros, grises, blancos y rojos, y contar con una serie de elementos de diseño, como es la tipografía de rotulación o las ilustraciones e iconos creados por Juanjo Gasull. Esto permite que cada parte del proyecto se haga identificable a ojos del receptor. En el caso de *Experiment Stuka*, esto es algo que se ha tenido en cuenta en todo momento, tanto antes, como durante la ejecución de cada parte que conforma la estrategia transmedia.

Cabe concluir que en cuantas más plataformas se disemine la historia más posibilidades de llegar a más receptores, pero si la pretensión final es que este público sea proactivo y participe existen una serie de canales y plataformas que se deben potenciar en pro de otras que pueden resultar menos efectivas para este fin.

A modo de conclusión y con el proyecto ya lanzado se puede apuntar que el productor dedicado a la creación de productos audiovisuales se encuentra con dificultades y contrapuntos a la hora de sacar adelante un proyecto transmedia que parte de una producción audiovisual ya existente, pero realizando un buen estudio de las posibilidades de expansión de la historia de su producto y adaptándolo a las necesidades económicas, sociales y de éxito de su producto

consigue sacar un buen partido de su proyecto. Siendo así, el trabajo realizado por el productor acaba cumpliendo, gracias a la diversidad de canales y sus interconexiones narrativas, todos los objetivos con los que se ha ideado el proyecto.

Siguiendo la serie de pautas, consejos y pasos a seguir, que se apuntan en el apartado siguiente, se demuestra que el proceso de producción de un proyecto transmedia puede llegar a ser sistematizado.

8.1- PRINCIPALES PAUTAS DE CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA TRANSMEDIA PARA UNA PELÍCULA DOCUMENTAL

Una vez realizado un análisis profundo de la estrategia seguida por Suica Films para la creación de la estrategia transmedia utilizada para la expansión del *storytelling* de *Experiment Stuka*, y de comparar este proyecto con el llevado a cabo por Suica Films para el documental *[m]otherhood*, se pueden extraer una serie de pautas que pueden ser útiles como guía para crear una estrategia transmedia en el ámbito documental como las que se ofrecen a continuación.

- Una vez elaborada la película se estudiará detalladamente el guion para definir qué partes de la historia son susceptibles de ser desarrolladas y se deberá ver cómo estas extensiones de la historia pueden acabar adaptándose a los diversos medios y plataformas.
- Con la película documental finalizada, es necesario darle visibilidad y para ello se creará un *press kit* para mandar a agencias de medios y se conozca la historia a través de prensa, televisión, radio...
- Crear páginas y perfiles en redes sociales en la que se difundirá cualquier información relativa al documental o la historia que cuenta.
- Utilizando las imágenes de la película, se creará un tráiler y algún *teaser* que puedan lanzarse tanto en medios como en redes sociales.
- Proyectar el documental en salas reducidas y en presencia de los directores del film, para realizar coloquios tras las proyecciones y poder contar con los testimonios y opiniones del público asistente para la expansión del *storytelling*
- Dar la opción al público que lo desee de conocer de más cerca los lugares donde se desarrolla la historia y como se ha rodado la película, a través de la organización de visitas guiadas y creación de exposiciones sobre el *making off*.
- Ampliar los testimonios de los protagonistas del documental a través de diversas capsulas de vídeo insertas en un canal de Youtube donde se pueden seguir subiendo nuevos testimonios.
- Ver que plataformas pueden funcionar mejor para la expansión de la historia y adaptar los contenidos del proyecto al presupuesto disponible.

- Crear una página web, o plataforma, en la que se recojan las diversas partes del proyecto y donde se inserte un documental interactivo en que el usuario sea el que decida como quiere visualizar la historia.
- Reunir en la web cada uno de los elementos o plataformas que conforman el proyecto transmedia facilitando el acceso a los usuarios y público a todo el contenido de la historia disponible hasta el momento.
- Facilitar a los usuarios un cuestionario su contacto y su testimonio para sumar su relato al *storytelling* de la historia.
- Unificar todas las partes del proyecto, los canales y las plataformas a través de la creación de una imagen y diseño identificables, creando una imagen de marca

Tabla 3. Guión para la creación de un proyecto documental de una película documental. Fuente: Elaboración propia

Este guion se puede traducir en el siguiente esquema.



Esquema de los pasos a seguir en la creación de un proyecto transmedia para una película documental. Fuente: elaboración propia. En anexo

9. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Con un análisis detallado de las herramientas utilizadas en la creación de la estrategia para la expansión de storytelling de *Experiment Stuka* se pueden apuntar una serie de pautas para llevar a cabo una producción transmedia, pero resultaría interesante poder observar qué contenidos son los que consiguen alcanzar más éxito entre el público y cuales son aquellos que consiguen contar con más participación ciudadana, ya que este es el principal objetivo con el que se decide seguir con la expansión de la historia que se inicia a partir de la creación de la película documental *Experiment Stuka*.

Una vez delimitado el mapa transmedia y comprobado cómo funciona el contenido inserto en cada una de las plataformas por las que se expande la historia, se puede seguir con el estudio realizando un seguimiento de cómo el público se involucra en investigar hechos históricos que no han sido esclarecidos y, de este modo, ver si gracias a *Experiment Stuka* se descubren datos que han sido desconocidos u ocultos hasta el momento. Tras comprobar si la estrategia transmedia llevada a cabo es exitosa y cumple con los propósitos marcados se puede establecer un guion de pasos a seguir que puede servir como referencia para productores y directores que pretendan involucrar al público en su proyecto documental ya que se desvelaran los pasos seguidos para la creación de cada una de las plataformas por las que se disemina la historia.

Para completar la presente investigación resultaría interesante realizar un estudio detallado de cada plataforma que compone el proyecto una vez puesta en funcionamiento y dada a conocer, para comprobar la verdadera acogida que tiene entre el público y usuarios de la web y realmente fijar que plataformas es mejor usar en este tipo de proyectos y de cuales se podría prescindir.

Al tratarse de un documental que deja líneas de investigación abiertas, aunque da evidencias y fuentes fiables de lo que en él se explica, pretende que el público vaya más allá y se sienta identificado con el principal investigador de los bombardeos sucedidos en el Alt Maestrat en el año 1938, Oscar Vives, y se interesen por descubrir partes de la historia que permanecen enterradas, por tanto la historia de *Experiment Stuka* sigue abierta a seguir siendo investigada, como muchos otros hechos históricos.

10. GLOSARIO TERMINOLÓGICO

Deocupage: Es un método de análisis fílmico que consiste en desglosar las secuencias de una película, plano por plano, para ser analizados detalladamente. Se trata de un documento utilizado por el equipo técnico para visualizar de manera más rápida la estructura y continuidad del film terminado.

Documental interactivo: También conocido como documental web, o como documental multimedia interactivo, es aquel documental que pretende representar, y al mismo tiempo, interactuar con la realidad. Ello implica la utilización de un conjunto de técnicas o modalidades de navegación e interacción que se convierten en el elemento clave para alcanzar los objetivos del documental. La composición del interactivo admite una estructura con varios desarrollos que contempla diferentes recorridos y desenlaces.

Embeber: Refiriéndose a una cosa inmaterial, es incluir o incorporar dentro de sí a otra cosa, en este caso la web incluye el vídeo interactivo.

Footer: Es la parte inferior de una estructura web en la que generalmente se incluyen links de navegación, enlaces de interés, el copyright o botones a las redes sociales del sitio web. Suele estar claramente diferenciada de algún modo del resto de la página.

Movisodios: Se trata de episodios de una serie dramática de televisión que es condensada y adaptada para ser transmitida a través de internet o de teléfonos móviles. Suele tener una duración de 30 segundos a 5 minutos.

Press kit: También conocido como dossier de prensa. Se trata de aquella documentación básica de la película, en este caso, que contiene información, refuerza y complementa una nota de prensa, suele tener una importancia más documental que noticiosa. Suele contener el cartel, un tráiler en buena resolución, notas de producción, comunicado de prensa, un dossier con imágenes de la película o su producción.

Storytelling: Se trata de una forma de plantear una historia, de dotarla de ángulo de enfoque, que cree un hilo argumental y construir un punto de vista preciso. En marketing es una técnica que consiste en conectar a los usuarios con el mensaje que se está transmitiendo.

Transmedia: Se trata de un proceso narrativo basado en el fraccionamiento intencionado del contenido y su diseminación a través de múltiples plataformas, soportes y canales, tanto online como offline, con el fin de que cada medio cuente una parte específica y complementaria de la historia. Por tanto, la comprensión absoluta y el conocimiento profundo de la narración se obtiene cuando se recorren las múltiples plataformas, soportes y canales. El transmedia es un proceso que implica la interacción y participación por parte del usuario, por tanto en esta comunicación no existen receptores pasivos e implica una estrategia que tiene por intención generar una experiencia al usuario, al que se le lleva a la acción y se le da libertad para actuar e integrarse en la narrativa.

Web en scroll: Es una forma de navegación en la página web, la cual consiste en desplazar o deslizar, en modo rollo, traducido al movimiento en 2D de los contenidos que conforman la ventana que se muestra en una aplicación informática.

Web doc: También llamado documental web es una producción documental que se diferencia de otros formatos más tradicionales y de narrativa lineal por tener la posibilidad de aglutinar una variedad de recursos, con la finalidad de permitir la interacción del público con estos materiales al informarse o documentarse. El web doc puede incluir entre sus apartados textos, fotografías, vídeos, audios, infografías, mapas o cualquier material que se considere importante incluir.

Websodio: es un breve episodio que se transmite inicialmente como una descarga de Internet en lugar de emitirse por televisión. Este formato se usa como vista previa del episodio, como una promoción o como parte de una colección de cortometrajes. Puede ser parte de una serie, ya establecida, o puede ser un material original en sí. El websodio es un episodio en la red, pero de forma colectiva, es parte de una serie web. Es una forma de consumir una serie a través de internet.

Wireframe: También llamado prototipo es un boceto donde se representa visualmente, de una forma muy sencilla y esquemática la estructura de una página web.

11. BIBLIOGRAFÍA

Bergillos García, Ignacio. (2015) Participación de la audiencia y televisión en la era digital: Propuesta de Análisis y evolución de las invitaciones a la participación en la era del TDT y otras plataformas. (Tesis doctoral) Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universitat Autònoma de Barcelona. Bellaterra.

Costa Sánchez, C. (2013). Narrativas Transmedia Nativas: Ventajas, elementos de la planificación de un proyecto audiovisual transmedia y estudio de caso. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 18. Nº Especial Diciembre. Págs. 561-574.

Costa Sánchez, C. y Piñeiro Otero, T. (2012). Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE). *Icono14* 10(2), 6-28, doi: 10.7195/ri14.v10i2.156

de la Puente, M. (2018). Transmedia, documental interactivo y educación: análisis de casos. *Question*, 1(59), e070. doi:<https://doi.org/10.24215/16696581e070>

de la Torre Espinosa, M. (2017). Narrador y narratario en el cine documental transmedia. *Tropelías. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, n.28, pp. 67-72.

Doñate Ventura, Joana. (2017) Diseño y producción de un programa de televisión. Atrapados. (Trabajo de fin de Master) Master en nuevas tendencias y procesos de innovación en comunicación

Galán, E.; Gil Soldevilla, S. y Marzal Felici, J. (2016) El relato audiovisual en el escenario transmedia: el dilema del espejo fragmentado en la televisión pública de proximidad. La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada) Universidad de La Laguna. Encontrado en http://www.revistalatinacs.org/15SLCS/2016_libro/088_Galan.pdf

Galán, E. Rodríguez, A. Marzal, J. (Eds.). (2018). Contenidos transmedia para la radiotelevisión de proximidad, Pamplona, España: Ediciones Universidad de Navarra.

Galán, E. (2016) Relato transmedia vinculado a marcas: el personaje de Benito como instrumento de *branded content*. *El profesional de la información*, v. 25, n. 6, pp. 915-922. Doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2016.nov.08>

García, A. (2015) Documental y narrativa transmedia. Estrategias creativas y modelos de producción. (Tesis doctoral) Universidad de Sevilla, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicida, Facultad de Comunicación, Sevilla.

García Marín, David. (2016) Podcasting y transmedia: El transcasting (Trabajo Final de Máster de Comunicación y Educacion en la red) UNED

Gifreu-Castells, A. (2014) El uso del documental transmedia como herramienta para el cambio social. Análisis de casos focalizados en las desigualdades de

género en el siglo XXI. Recuperado de [https://www.academia.edu/27685188/El uso del documental transmedia como herramienta para el cambio social. Análisis de casos focalizados en las desigualdades de género en el siglo XXI](https://www.academia.edu/27685188/El_uso_del_documental_transmedia_como_herramienta_para_el_cambio_social._An%C3%A1lisis_de_casos_focalizados_en_las_desigualdades_de_g%C3%A9nero_en_el_siglo_XXI)

Gifreu-Castells, A. (2011). El documental multimedia interactivo como discurso de la no ficción interactiva. Por una propuesta de definición y categorización del nuevo género emergente. [on line]. *Hipertext.net*, 9. Recuperado de <http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-9/documental-multimedia.html>

Gifreu-Castells, A. (2015). Evolución del concepto de no ficción. Aproximación a tres formas de expresión narrativa. *Obra Digital*, 8-1, pp. 14-39. Vic: Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya.

Gifreu Castells, A. (2010). El documental interactivo. Una propuesta de modelo de análisis. Treballs de recerca de programes de postgrau del Departament de comunicació. Departament de comunicació. Universitat Pompeu Fabra

Gifreu-Castells, A. y Moreno, V. (2014) Estrategias y modelos de financiación del documental interactivo transmedia. *Fonseca, Journal of Communication*, n. 9, pp. 41-63. Recuperado de <http://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/viewFile/12241/12592>

Hayes, Gary P. (2012) [traducción de Prádanos Grijalvo, E.] Cómo escribir una Biblia Transmedia. Una plantilla para productores multiplataforma. Recuperado de <http://umh2135.edu.umh.es/wp-content/uploads/sites/166/2013/02/como-escribir-biblia-transmedia-eduardo-pradanos-ANOTADA.pdf>

Hernández Ruiz, J. (2018) La peste transmedia. Una epidemia para contar el nuevo milenio. Recuperado de <http://ctxt.es/es/20180131/Culturas/17567/transmedia-la-zona-la-pestes-el-ministerio-del-tiempo.htm>

Iñesta Fernández, Noelia. (2017) El papel del espectador social en la Industria televisiva. (Tesis doctoral) Universidad Carlos III de Madrid. Getafe. Repositorio institucional e-Archivo. <http://e-archivo.uc3m.es>

Jenkins, H. (2007). Transmedia Storytelling 101. En Confessions of an Aca-Fan. Blog del autor. 22 de marzo de 2007. Recuperado de http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html.

Jenkins, H. (2009) *Cultura de la convergencia*. São Paulo: Alephe.

Kawulich, Barbara B. (2006). La observación participante como método de recolección de datos [82 párrafos]. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research [On-line Journal]*, 6(2), Art. 43, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0502430>

Koch, T. (2016). La industria creativa fía su futuro a la fórmula “transmedia”. *El País*, Fecha de consulta: 12 de junio de 2018. Recuperado de: https://elpais.com/cultura/2016/05/20/actualidad/1463749283_316523.html

Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós Comunicación.

Nichols, B. (1991). *La representación de la realidad: cuestiones y conceptos sobre el documental*. Barcelona: Paidós.

Nichols, B. (2001): *Introduction to documentary*. Bloomington: Indiana University Press.

Liuzzi, A. (2015). El documental interactivo en la era del transmedia: De Géneros Híbridos y Nuevos Códigos Narrativos. Artículo publicado originalmente en la Revista "*Obra Digital*" N° 8 (2014) "*Narrativas de no ficción audiovisual, interactiva y transmedia*" (Universidad de Vic-Universitat Central de Catalunya) y encontrado en <https://medium.com/transmedia-historitelling/el-documental-transmedia-g%C3%A9neros-h%C3%ADbridos-c%C3%B3digos-narrativos-y-experiencias-de-consumo-8b00dde2039f>

Liuzzi, A. (2015). Narrativas de no ficción audiovisual, interactiva y transmedia" El Documental Interactivo en la Era Transmedia: De Géneros Híbridos y Nuevos Códigos Narrativos. *Obra Digital* N° 8 (2014) Universidad de Vic-Universitat Central de Catalunya. Recuperado de <https://medium.com/transmedia-historitelling/el-documental-transmedia-g%C3%A9neros-h%C3%ADbridos-c%C3%B3digos-narrativos-y-experiencias-de-consumo-8b00dde2039f>

Lovato, A. (2017) Plantilla para el diseño de narrativas transmedia. Elaborada a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerea (2012) y Carlos Scolari (2014). Recuperado de <http://catedratransmedia.com.ar/2017/04/26/plantilla-para-diseno-de-narrativas-transmedia/>

Renó, D. (2013). Diversidades de modelos narrativos para documentales transmedia. En *Revista Doc Online*, 14, Agosto. Disponible en http://www.doc.ubi.pt/14/dossier_denis_reno.pdf. Acceso en 01/12/2013.

Renó, D. (2014). Diversidad de formatos para documentales transmedia. Actas del VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna. Encontrado en: http://www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014_actas/141_Reno.pdf

Rubio Diez, Silvia. (2015) Modelos de Representación Documental: De la Observación a la Participación. (Trabajo fin de Grado) Grado en Comunicación Audiovisual. Universitat Jaume I

Sánchez Castillo, S. y Galán, E. (2016). Narrativa transmedia y percepción cognitiva en El Ministerio del Tiempo (TVE). *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 508 a 526

Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Grupo Planeta, p. 342

Scolari, C. (2012). Más allá de la ficción: El documental transmedia. Hipermediaciones. Recuperado de <https://hipermediaciones.com/2012/05/09/mas-alla-de-la-ficcion-el-documental-transmedia/>

Scolari, C. (2018). Alfabetismo transmedia en la nueva ecología de medios. Libro blanco. Transliteracy. Recuperado de <http://www.codajic.org/node/3027>

Vázquez Herrero, J. (2017) Contribuciones del documental interactivo a la renovación de las narrativas periodísticas: realidades y desafíos. *Revista Latina de Comunicación Social* Recuperado de https://www.academia.edu/32175314/Contribuciones_del_documental_interactivo_a_la_renovaci%C3%B3n_de_las_narrativas_period%C3%ADsticas_realidades_y_desaf%C3%ADos Interactive documentary contributions to the renewal of journalistic narratives realities and challenges?auto=bookmark

ANEXO

ANEXO 1- ENTREVISTA SEMIDIRECTIVA REALIZADA A LOS DIRECTORES DEL PROYECTO EXPERIMENT STUKA

➤ ¿Cómo nace la idea de crear “Experiment Stuka”?

Experiment Stuka ens arriba a través d'un professor de la Universitat Jaume, jo era professor allí i Hugo Domenech, un company que viu en Sant Mateu em diu, escolta mira en Benassal hi ha un professor de física que és veí del poble que està investigant esta història. Això seria pel 2014. Nosaltres comencem a investigar, un poc escèptics, en el sentit de “no s'està història per on ens pot portar”, no sabem detalls... comencem a investigar, veem la investigació del que és purament militar de la història dates, però quan nosaltres decidim fer realment Experiment Stuka, quan veem que el singular d'esta història ve del fet que són veïns del poble el que a poc a poc i per iniciativa pròpia han començat a fer-se preguntes, a buscar i donar-se conte que moltes d'eixes preguntes ja tenien resposta però per les circumstàncies especials de la llei del silenci de la postguerra i de la transició, eixes respostes no havien arribat al poble pels propis protagonistes, el qui va bombardejar els seus pobles i perquè van morir tants civils el maig del 38. I que a més esta història, en relació a un document, en concret, que és la base d'esta història està en Alemanya, esta història es repeteix en almenys tres pobles més al voltant. Quan veiem que és una història que són els seus propis ciutadans els que comencen a remoure i a buscar la seua pròpia història és quan entrem a fer-ho, i a més açò té molt a veure amb el per què després es fa un projecte multiplataforma, perquè eixa iniciativa particular dels ciutadans individuals agafant la responsabilitat ells mateixos de començar a buscar a investigar i a anar connectant diferents col·lectius i anant connectant el que hi ha en els arxius, el que hi ha escrit pels historiadors, eixa iniciativa personal de responsabilitat perquè es moga la recuperació de la memòria històrica i de la desmemòria absoluta sobre este fet en Espanya i de la presència de la Legió Còndor i dels seus actes en particular, va ser el que ens va fer la pel·lícula.

➤ ¿Qué se pretende transmitir con el lanzamiento de “Experiment Stuka”?

Com en quasi totes les nostres pel·lícules, nosaltres partim d'una anècdota, més singular o menys, més especial o menys, que puga convertir-se en una espècie de categoria, exemple o mostra d'allò que pot ser nosaltres va fem en la nostra vida, tinguem relació concreta amb este fet o no. En este cas l'anècdota per dir-ho d'alguna manera o el punt de partida és uns bombardejos de la Legió Còndor en un avió amb uns propòsits experimentals dins de la Guerra Civil que al final és la història

d'este poble, de Benassal, fonamentalment i d'altres 3 que es veuen units a esta història.

Per a nosaltres açò és l'anècdota, sense llevar-li valor als fets, però sí que pensem que és el punt de partida perquè esta història pugua ser el més universal possible, en el sentit que pugua servir altres pobles, altres ciutadans, altres llocs, altres zones d'Espanya, que han viscut destins similars a la guerra civil i fins i tot no relacionats amb la Legió Còndor ni res, simplement que pugua ser un referent de com els ciutadans han de prendre les regnes de la seua pròpia història. Si és bé la societat no està sabut fer-ho fins ara, que la política no ha sabut fer-ho fins ara, que la historiografia no han tingut la possibilitat de connectar amb els ciutadans fins. Per tant eixa anècdota més o menys singular, per dir alguna manera de Benassal, i per a nosaltres ha sigut com una crida d'atenció sobre altres pobles; i de fet està passant a altres pobles del voltant, s'han creat grups de recuperació de la memòria històrica... I també una crida internacional, perquè sempre tenim una vocació amb les nostres històries que tenen una projecció internacional, de fet la notícia va eixir en diaris brasilers, portuguesos, britànics, alemanys ... ¿Per què? Per què al final això de no fer-se preguntes, o de què els ciutadans passius enfront de la història i els esdeveniments, és algo que es repeteix, de fet nosaltres ara mateix som passius respecte a guerres en les quals d'una manera o altra, i a vegades molt directament implicats, ¿no? Com els bombardejos d'Aràbia Saudita per part del govern saudí quan nosaltres els venem armes, les aliances en la Otan, que està ara bombardejant en coalició països d'Orient pròxim. Bé, eixa connexió i presa de consciència sobre que nosaltres som els primers responsables d'intentar saber, d'intentar conèixer, en intentar aproximar-nos a la realitat que vivim, és important i uns veïns de Benassal, són exemplars en este sentit.

➤ **Inicialmente se trabaja para desarrollar el film documental, ¿En qué momento y por qué motivo decidís crear una estrategia transmedia para la expansión de la historia?**

Ens pareixia coherent expandir i contar la història concreta, crear una espècie de plataforma on altres persones pogueren anar sumant, donar certs detalls de com s'ha investigat, donar certs detalls que un pugua aproximar-se, com per exemple anar al poble i parlar amb els veïns, fer la ruta guiada d'aquests llocs, veure la pel·lícula, conèixer els elements de la pel·lícula, que tinguen experiència vivencials i sobretot que es puguen compartir experiències, i també donar pistes o senyalar la possibilitat que altres persones també podrien començar a recopilar informació i unir-ho, esta idea col·laborativa que actes individuals poden anar construint una història col·lectiva, per això es decideix crear la part transmèdia d'Experiment Stuka.

➤ **¿Cómo van surgiendo las diversas plataformas que conforman la estrategia transmedia de “Experiment Stuka”?**

Les diferents plataformes que conformen l'estratègia transmèdia d'Experiment Stuka ha sigut també un treball col·laboratiu, realment Suica Films havia estat treballant, ja en un altre projecte transmèdia que és el de Motherhood , però és algo que és nou, distant, no està dins de la nostra tradició cinematogràfica, és algo que nosaltres havíem d'aprendre i en eixe sentit, la veritat és que ens hem deixat portar molt per la intuïció i per l'assessorament de gent molt jove com, tu mateix, com un xic que venia del grau de vídeojocs que també va participar en el multiplataforma, i tot açò. Però sí, nosaltres sempre que anem a festivals i fòrums fora d'ací sempre estem atents al que diuen en aquests llocs, a experiències diferents del transmèdia que es parlen en festivals de cinema, documental... Ací entre l'ajuda de tots i d'alguna manera col·laborativa, i estant oberts a diferents experiències i també intentant concentrar l'energia, ja que és un projecte de molt baix pressupost, concentrant l'energia el que verdaderament es podria fer, és quan ja anem decidint que hi haja un vídeojoc, per exemple que es va plantejar en un primer moment, tenim l'experiència que el cost que suposa en temps i en diners, relacionat en l'efectivitat, no teníem com una experiència massa realista i positiva en això, perquè realment per un vídeojoc cal invertir molts de diners perquè realment siga útil, i s'ha anat canviant el documental interactiu, les làmines que es poden imprimir i convertir-se en una espècie d'icona... Ha sigut un treball col·laboratiu en el qual s'ha anat veient quines plataformes funcionaven, en el que tú eres part directíssimament.

➤ **¿Qué creéis que aporta a la historia cada una de estas plataformas?**

Clarament el documental interactiu té eixa intenció de desgranar i consumir parcialment, perquè pots veure trossos al YouTube, pots veure trossos a partir del documental interactiu, pots desgranar certs testimonis. Aportar eixe extra del valor testimonial d'estes històries, ja que en el transfons de tot açò estem parlant de història viva, de història que es pot perdre de la guerra civil. Les làmines tenen un valor simbòlic d'intentar convertir una icona, en el que tu et pugues sentir identificat en això i pugues penjar-la en ta casa pugues distribuir-la, pugues compartir-la. Les experiències vivencials, tant en Benassal com en el museu que ja està instal·lat de l'aeròdrom de La Sénia, tindre eixa maqueta, que la maqueta que apareix en la pel·lícula siga un referent per a la pel·lícula i per a conèixer la història i a més que es puguen fer rutes guiades pels pobles com s'estan fent i s'han fet sessions i que al final tu veres que són persones com tu les que han aconseguit traure això endavant, traure la història del seu poble, que abans ens pareixia especialment interessant. Simplement el fet d'informar on estan els arxius històrics que tu podries visitar i podries buscar el nom del teu poble pareixia interessant, i més enllà d'explotar i oferir, com per exemple al final ha anat incloent-se fins i tot la banda sonora de la pel·lícula, que és algo del que estàvem satisfets i que de vegades simplement estàs ficant aquí una part que és més emocional, musical que forma part del documental però que la traus del documental perquè es convertisca una peça a part.

► **¿De qué forma ha aumentado la participación de la audiencia con el lanzamiento de la web de “Experiment Stuka”?**

Nosaltres ara estem en un punt en el qual el documental encara està circulant, de fet demà me'n vaig a Alemanya perquè hi ha projeccions d'Experiment Stuka, encara eixa part de la peça inicial que és la documental, encara té la seua vida i nosaltres encara no li hem donat un foment, no l'hem convertit en una peça alternativa conseqüent del documental. Perquè necessitem que eixa part més clàssica cinematogràfica s'esgote del tot perquè encara n'hi ha televisions que estan pendents de fer-ho... Per a ser sincers també som, fins a cert punt, un poc escèptics de l'alcanç i de l'efectivitat, avui dia. Segurament per ineficàcia o mala qualitat o mala difusió del nostre projecte, però som nosaltres que estem molt atents als projectes transmèdia hem de ser sincers també amb això, no tenen un alcanç o no hem viscut un alcanç, que realment en els seus tipus més clàssics, estiguen funcionant. Estem en un moment de dubte, per una banda veiem totes les grans, verdaderes i reals possibilitats que té, però no acabem de veure si això s'està adaptant, o està funcionant, o està donant més difusió al documental, parle del nostre i parle d'altres experiència perquè com et dic nosaltres sí que fem molt de seguiment d'altres projectes, parlem de projectes valencians també que s'estan fent, i d'altres molt interessants interessantíssims que hem vist en grans fòrum de coproducció i de producció i de festival de cinema i que després no hem vist que hagen tingut una penetració, la tenen, hi ha casos excepcionals que sí que la tenen, i que per tant són les millors, i que són els que hauríem de copiar, existeixen, però en general hem de ser autocrítics en açò i hem de reflexionar sobre com es fa.

► **¿Ya habíais trabajado en otros proyectos transmedia antes de crear la estrategia para “Experiment Stuka”? En el caso de ser así ¿Qué cambios o mejoras habéis aportado al proyecto de “Experiment Stuka” respecto los otros proyectos transmedia que haya creado Suica Films?**

Si, hem treballat en altres projectes transmèdia a part del d'Experiment Stuka, l'altre és Motherhood, que va ser el primer que férem, i per tant, és una forma de nosaltres experimentar amb açò, perquè Motherhood també tenia com una lògica prou clara, el fet d'estar parlant d'un tema que no està sobre la taula, que és la “no maternitat” o les raons per a no ser mare, que no estan sobre la taula, i per tant el multiplataforma o transmèdia sí que ens permetia generar una comunitat de gent, de dones en tot el món que tingueren estes mateixes inquietuds i que tingueren un aforament o poder compartir-les, per tant, sentir-se acompanyades, sentir arguments diferents, posar sobre la taula el debat ¿no? Els objectius en Motherhood són els mateixos, sobre els canvis que l'experiència en Motherhood que han generat sobre Experiment Stuka, per exemple, un molt clar, la idea d'un vídeojoc, que és com un dels elements que permet la jugabilitat, que

està ahí com en la base clàssica de fer transmèdia... però tot depèn, creem per la nostra experiència que un vídeo joc o es fa en una inversió molt alta perquè realment acabe de tindre penetració o ser la persona més brillant del món per a fer un vídeo joc que realment tinga penetració, que no sol ser el que és habitual tampoc perquè no la solen tindre. L'eliminació o la transformació del vídeo joc per a poder optimitzar els recursos i donar-li's a altres coses, com per exemple les experiències vivencials in-situ, el treball d'anar a passes concrets de la pel·lícula on pugues comentar amb la gent i fer-los sentir que són protagonistes reals, que ells també poden, hem optat més per eixes coses, en un sentit de rendibilitzar els recursos econòmics que implica un projecte transmèdia, que són molts ¿no?

Crec que sí que cal afinar anar descartant per exemple això, el vídeo joc, per què crec clarament que un vídeo joc s'hi ha de fer clarament, només si tens uns recursos impressionants per a fer-lo, perquè eixe vídeo joc tinga una penetració i un efecte concrets, si no, optimitzar a allò que de veritat creus que ha de sumar, en este cas, crear comunitat, tant en Motherhood, com en Experiment Stuka, crear comunitat i donar pistes per a crear eixa comunitat, eixe diàleg entre els participants dels diferents elements del transmèdia perquè la pel·lícula ja té un tipus de consum concret.

➤ **¿Qué ventajas creéis que aporta el hecho de convertir un film-documental en parte de un proyecto transmedia?**

¿Aconsejarías a otros productores la creación de una estrategia transmedia para fomentar la expansión de la historia y llamar a la participación de la audiencia? ¿Por qué?

Per l'experiència i per tot, ja et dic que som un poc escèptics en este moment, sobretot perquè pensem que necessita un nivell de finançament i d'esforç molt gran perquè realment tinga una eficàcia concreta. Açò passa com en tot en la vida, dedicació i per tant implica finançament, el que fa millor les coses les fa més eficaces.

Consells o recomanacions... el faria només si hi ha un element súper fonamental dins del projecte principal, partint dins que el projecte principal és una pel·lícula clàssica. Algú que ve de l'audiovisual i fa pel·lícules clàssiques, entre en un projecte transmèdia, a no ser que hi haja alguna cosa que claríssimament és super eficaç, és super complementari, és una part clau, jo no ho faria, invertiria tots els recursos en una gran distribució d'eixa història. Dit això, ¿quan ho recomanaria? Ho recomanaria quan es fera d'altra manera, jo crec que el futur o pel que jo apostaria avui en dia en un projecte transmèdia, més que per estes peces més o menys clàssiques (documental interactiu...) apostaria per un projecte activista complet, que incloga una pel·lícula, és a dir, per projectes que coneixem i que hem vist recentment, vam estar a Mèxic aquest any veient un projecte, que no és una pel·lícula que a més té un projecte transmèdia, ni és un projecte transmèdia que a més té una pel·lícula... Ací el que hi ha és una intenció de transformar, per exemple, una illa del Carib en unes condicions... que té unes ciències on els cineastes ací el que fan és dir,

bé la pel·lícula és algo més però el que anem a fer és canviar esta societat i a partir d'aquí sí que es fa un projecte transmèdia en el qual no hi ha ni Instagram, ni coses d'eixes, ni vídeos interactius... no hi ha eixos elements, el que hi ha és un procés transformador social, d'activisme social en el qual es va portant gent i que l'excusa o la forma de convèncer a..., fins i tot patrocinadors, fins empreses, grans empreses i grans esportistes que van invertir a construir un camp de futbol a l'illa, tenia l'atractiu de la visibilització a través del documental, el documental per ells era un atractiu per a visibilitzar, per a fer visible tot eixe treball de transformació, però l'important era el treball de transformació, era un treball activista, que implicava des de fer cursos, des de portar gent, des de construir coses i tot això és un projecte transmèdia o no hi havia ni YouTube, ni Instagram, ni videojocs, ni res... Hi havia una verdadera voluntat activista social, en la que el documental servia de reflex de tot això i d'al·licient perquè participara, s'involucrara en eixe procés transformador i que eixa societat poguera tenir una visibilitat, tenint en compte que tots volen rendibilitzar econòmicament fins i tot la seua solidaritat. Però bé, funcionava perquè eixa societat es va canviar i jo crec que això és un projecte transmèdia d'activisme polític, social o econòmic.

► **¿Qué plataformas o medios crees que es más adecuado utilizar para la expansión de “Experimento Stuka” o cuál es el que mejor alcanza el objetivo propuesto?**

En este moment, en el que encara no estem potenciant-lo directament o que no hem transvasat tota la nostra energia de difusió a la plataforma, em costa saber-ho perquè crec que has d'actuar en funció de la resposta, has de veure quina resposta tens i potenciar unes plataformes dins del transmedia o una altra. És difícil fer una avaluació Ara tan prompte perquè encara la pel·lícula té una vida pròpia suficient per a generar espectadors. Sí que és veritat que la pel·lícula genera una comunitat gran i que a pesar de ser un mitjà, una xarxa social que està decaiguda a nosaltres ens està funcionant com és Facebook, tenim grans visionats en Facebook i és gent que ens resulta molt fàcil mobilitzar-la que confiem i volem transvasar-la cap ací, quan la vida de la pel·lícula i els condicionants que et fica després la pel·lícula ens ho permeten.

El possiblement ideal fora fer-ho conjuntament, bé realment, a vegades resulta difícil, il quan estàs arribant a un públic prou extens, com passes de cinema que seguim fent i als que anem, és un poc difícil començar a crear esta informació de... bé esteu veient una pel·lícula, ens costa encara explicar-ho però sobretot ens costa molt com a consumidors entendre que això existeix i que totes aquestes variants i a vegades és confús, veus certa confusió en les mirades. Aleshores, jo crec que tenim un problema de maduresa en este tema el del món transmèdia en general, per descomptat els productors, però també el públic, que és algo que se'ns fa un poc alié i a vegades ens costa com comunicar-nos i comunicar bé el que implica el que suposa. Crec que a pesar que duem molts anys treballant en esta idea, sincerament, pense que no hem aconseguit, ni explicar-la a nosaltres, ni explicar-la a les potencials audiències, parle des d'una experiència concreta des del cinema clàssic, ja que és el documental valencià més vist en sales i en ciutats d'Espanya ara, aleshores el altre és més difícil, ens costa explicar-ho i ens costa entendre-ho, ho expliques i és com, bé si val... hi

ha com un cert escepticisme, per tant és difícil, la veritat és que ens genera certa incertesa.

➤ **¿Tenéis pensado expandir más el mapa transmedia de Experiment Stuka a parte de la parte de participación de la audiencia, es decir, desde Suica Films se seguirá expandiendo el storytelling de Experiment Stuka?**

Quan comencem a centrar els esforços amb això ja ho veurem, perquè crec que sí que hi ha uns problemes a l'hora del finançament, perquè el finançament sol donar sobretot per a la posada en marxa, però és molt difícil tindre finançament sobretot per al seguiment, perquè estem parlant de projectes que sobretot tenen un seguiment en el temps, per tant, això genera una dificultat d'estructuració d'eixe finançament. ¿Quants diners dedique a crear-lo i quants recursos puc dedicar-li al seguiment, perquè estem pensant en un projecte transmèdia que es podria expandir i podria durar 20 anys o tota la vida, quants recursos podem dedicar a eixa continuïtat en el temps? Això és un gran dilema, evidentment si el funcionament fora molt gran es podria plantejar dedicar uns recursos a això, però caldria buscar un redi perquè no es pot treballar en finançar-lo, llençar-lo... ¿Quin rendiment econòmic se li trau a un projecte transmèdia que s'expandeix temporalment, en una línia de temps en anys. Perquè en el cinema clàssic sí que sabem... si aconseguim esta taquilla o si aconseguim estes vendes tindrem este retorn, que pot ser, com el aconseguisques, però sí que és com molt directe i passa en un any de vida, però quan estem parlant de projectes que tenen anys de vida, fins quin punt pots dedicar-li recursos per a comptabilitzar-lo, com el retabilitzem per a poder-li dedicar diferents recursos i per tant allargar-lo en el temps, esta és una de les claus d'esta història i és una de les falles per resoldre, almenys per la nostra part sobre este tema.

➤ **En relación a la idea inicial del proyecto transmedia,¿ qué modificaciones se han llevado a cabo y por qué motivos se han realizado?**

Bàsicament eixe element del vídeo joc que estava en el projecte inicial i que es va haver de parlar. ¿Quants recursos consumeix el vídeo joc, tenint en compte l'experiència prèvia d'altres projectes i d'altres companys, no només nostres, sinó d'altres, perquè eixe vídeo joc realment siga un element clau, sí que coneixem vídeo jocs que tenen una gran jugabilitat social i de conscienciació, però has de dedicar-li una quantitat de recursos i d'esforços que, amb la nostra capacitat de finançar açò, perquè realment finançar projectes transmèdia és complicat, perquè com és difícil explicar-los als mateixos creadors, per als propis consumidors, és com que no som capaços tots d'explicar-nos-el , doncs imaginat quan li ho has d'explicar a un inversor que ha de creure en què això ha de tindre una quantitat gran de recursos, per tant, en els recursos que hi han has d'apostar per peces que siguen molt més realistes, molt més selectives encara que siguen a

nivell local, per exemple creem que algo que funciona molt bé i que està funcionant és la instal·lació a Benassal d'açò, la gent que va allí, inclús sense conèixer la història, de moment, "pum" es troba davant seu tota una història a través d'una maqueta, a través d'uns panells, a través d'una persona que a vegades fa visites guiades, que veu una pel·lícula, que veu una web... i pot parèixer molt minimalista ... Però ¿quin seguiment pot fer? Doncs està ja en la col·laboració de l'ajuntament, en la col·laboració dels veïns, no en una estructura professionalitzada per dir-ho d'alguna manera, una persona amb sou per a fer exclusivament això. És difícil perquè no hi ha una possibilitat de comercialització en el temps dels projectes, o almenys dels nostres i no molts dels que coneixem, que et permeten continuar molt de temps treballar amb això.

ANEXO 2- DOSSIER DEL 1ª PROPUESTA DE PROYECTO MULTIPLATAFORMA PARA EXPERIMENT STUKA



EXPERIMENT STUKA MULTIPLATAFORMA PROJECTE DE DOCUMENTAL MULTIPLATAFORMA

ambició i llum
SUICAFilms

*"Mai van entendre qui va llançar aquelles bombes.
80 anys després els veïns de quatre pacífics pobles
de Castelló sabran que van ser víctimes d'un
experiment nazi."*

Rafa Molés i Pepe Andreu

TEASER

DEL LLARGMETRATGE DOCUMENTAL DEL QUAL
NAIX ESTE PROJECTE MULTIPLATAFORMA



Sf EXPERIMENTO STUKA - teaser sub castellano -
de SUICAFilms PLUS hace 4 semanas

<https://vimeo.com/103604860>

ÍNDEX

| | | | |
|--|----|---------------------------------|----|
| Tagline | 5 | | |
| Sinopsi | 5 | | |
| Guió del projecte multiplataforma | 6 | | |
| Introducció | 7 | | |
| Documental Interactiu | 9 | | |
| Videojoc | 17 | | |
| Canal YouTube | 19 | | |
| Xarxes Socials | 19 | | |
| Experiencia Vivencial <i>in situ</i> | 20 | | |
| Memòria de Direcció i Producció | 21 | ANNEXOS | 55 |
| Memòria de Direcció | 22 | Certificats CV SUICAFilms | 56 |
| Memòria de Producció | 23 | Certificat CV Prod. Executiva | 59 |
| Història SUICAFilms i Producció Executiva | 27 | Certificat CV Directors (premi) | 61 |
| Pressupost | 33 | Saldo Mitjà SUICAFilms'17 | 62 |
| Pla de Finançament | 39 | Capitalització Salaris | 63 |
| Pla de Comercialització | 41 | Cessió de Drets sobre el Guió | 64 |
| Pla General de Treball i Localitzacions | 43 | Cartes Equip Artístic i Tècnic | 65 |
| Equip Artístic i Tècnic | 47 | Precontractes Empreses Servies | 73 |
| Empreses de Serveis | 54 | Contacte | 76 |



TAGLINE Conèixer el passat no reobri ferides, és el que les tanca per sempre.

SINOPSI Maig de 1938. En plena Guerra Civil. **Tres avions desconeguts apareixen en el cel sobre quatre pobles indefensos del Maestrat.** Encara lluny del front. Els xiquets saluden amb les mans, no han vist mai un avió abans. Però **aleshores, les bombes. I després, el silenci.** Un llarg silenci fet de propaganda i por. Mai no van sospitar que havien sigut víctimes d'un experiment nazi.

Quasi 80 anys més tard, **Óscar, fill de víctimes, no para de fer-se preguntes i descobreix a Alemanya un arxiu que explica la seua història.** Però no és historiador, sols és algú que ha decidit buscar la veritat per si mateix.

La Legió Còndor va fer decenes d'experiments militars a Espanya. Alguns coneguts com **Guernika**, altres insospitats encara. L'exemple d'este procés de recerca personal d'Óscar és el **motor perquè altres, inspirats per ell i per este documental multiplataforma, descobrisquen la seua pròpia història.**

5

GUIÓ DEL PROJECTE MULTIPLATAFORMA



6

INTRODUCCIÓ

Versió Original: València

L'EXPERIMENT

El maig de 1938 uns avions desconeguts bombardegen la població civil de Benassal, Ares, Albocàsser i Vilar de Canes.

Quasi 80 anys després un veí de Benassal descobreix un arxiu secret a Alemanya.

Els avions pertanyien a la Legió Còndor, enviada per Hitler per ajudar Franco.

Eren els tres primers prototips del Junkers 87A, coneguts com 'Stuka'. Van entrar a Espanya en secret i havien de calibrar si aguantarien amb una nova bomba de 500 quilos, el doble de les llançades fins aleshores. El mortífer èxit de l'experiment va ser determinant en la decisió alemanya de construir en massa l'Stuka per arassar amb ell Europa en la encara inospitada II Guerra Mundial.

El projecte '*Experiment Stuka. Multiplataforma*', consta de 6 estructures, que inclouen un llargmetratge documental produït en paral·lel:

1. Documental interactiu (portal web)
2. Videojoc
3. Canal de youtube
4. Xarxes socials (facebook, twitter, instagram, vimeo)
5. Experiència Vivencial *in situ*
6. Llargmetratge documental (En producció. No inclòs ni descrit en aquesta fase del projecte).

Cadascun d'aquestos elements anirà **sumant contingut discursiu al projecte multiplataforma**, que té **característiques comunitàries** –el contingut es va elaborant entre una gran massa d'usuaris i els mateixos autors del projecte– i **dialògiques**, ja que permet el diàleg constant d'aquests usuaris en diferents direccions (usuari-usuari, usuari-autors, autors-usuari). A més, aquest diàleg es produirà **arreu d'Espanya i obert a de tot el món**. S'anirà teixint així una **xarxa global de ciutadants que col·laboren per investigar els experiments de la Legió Còndor**, ja que molta documentació no està a Espanya.

Hi haurà un **portal que centralitzarà l'accés a totes les plataformes** esmentades, encara que, com és lògic, les característiques inherents a internet permetran que l'accés pugui arribar des d'altres llocs de la xarxa. Descriurem a continuació les característiques i l'estil de navegació de cadascuna de les plataformes.

*Mireu l'esquema del projecte en la pàgina següent.

7



8

1. DOCUMENTAL INTERACTIU

El documental interactiu és l'element principal del projecte multiplataforma, ja que condensa la major part del contingut discursiu i, a més, permet l'accés a tota la resta d'elements del projecte.



PORTADA

L'accés al documental interactiu es farà mitjançant una **portada on vorem un vol animat sobre el mapa de la península**. L'estètica ve marcada per les fotos aèries que els soldats de la Legió Còndor feien en els seus vols de reconeixement.

A partir d'ací podrem anar, fent clic, a la zona de Castelló per descobrir els continguts de l'Experiment Stuka. Però este **mapa està obert a que els nous descobriments vagen assenyalant nous punts on va haver-hi altres experiments alemanys**, convertint-se el mapa en centre d'informació viu per als usuaris.

9

NAVEGACIÓ PEL MAPA

Al mapa de la portada l'usuari pot veure ràpidament:

TÍTOL DEL PROJECTE (extrem superior esquerre). Cliclant sobre aquest títol podrà tornar a la portada o **home** en qualsevol moment de la navegació.

BOTONS (extrem superior i inferior dret) on podrà accedir a:

Sinopsi del projecte / Videojoc / Canal de Youtube / Xarxes socials / Contacte i calendari per a experiències vivencials / Informació de passes al cinema, televisions, DVD, etc, del llarg documental.



MAPA DE LA PENÍNSULA amb diferents icones (en forma de punt de mira), que marcaran els llocs on es poden trobar experiments de la Legió Còndor, seguint el principal l'**Experiment Stuka**.

Quan passem el cursor per damunt de cada punt de mira este canvia a roig, i en fer clic volem, en picat, cap a la zona per a veure tots els continguts de l'experiment.

10

EXPERIMENT STUKA INTERACTIU

Clicant sobre la zona del Maestrat on els nazis van provar sobre població civil els Junkers 87A, coneguts mundialment com a Stuka, **fem un vol en picat sobre el mapa per a aproximar-nos**. Ací veiem els 4 pobles bombardejats: Ares, Albocàsser, Benassal i Vilar de Canes. Però també la Sènia, d'on eixien els Stuka.

A partir d'ací podem accedir a diferents continguts sobre el mapa de proximitat: Vídeo interactiu amb la història de l'experiment, relats de les víctimes, històries de reconciliació, La vida dels nazis a la Sènia.

HISTÒRIA DE L'EXPERIMENT Present sempre en el cantó superior esquere, accés al vídeo interactiu en el que el descobridor de l'experiment, Oscar Vives, narra el seu procés d'investigació. En tot moment podem parar el vídeo per accedir a les fonts documentals que va trobar.



11

Permet als usuaris revisar en detall, document a document, els arxius que han servit per a descobrir l'experiment



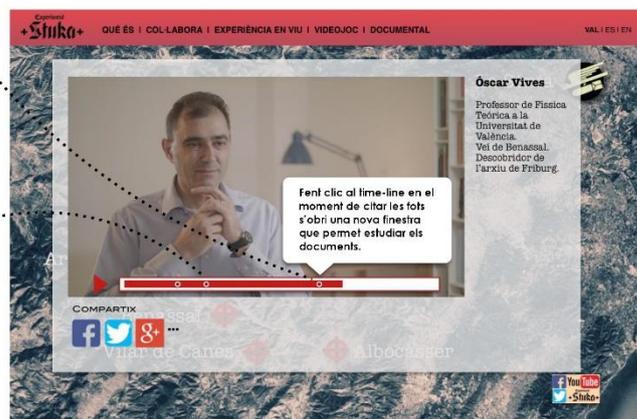
També servix per a guiar als usuaris que vulguen mamprendre la seua pròpia investigació a saber quines fonts hi ha.



VÍDEO INTERACTIU de la història de l'experiment. En fer clic en la pantalla anterior sobre el vídeo de la investigació s'obri **una de les peces més importants**, un vídeo interactiu en la que Óscar Vives fa un **recorregut per la troballa històrica** i per tots els passos i fonts documentals que ha descobert.

Durant tot el vídeo hi ha una sèrie de punts (en el time-line de reproducció) on podem clicar per **parar el vídeo i observar, en una nova finestra, les referències i la documentació** a la que al·ludix Óscar en el relat: Arxius militars d'Àvila, de l'Exèrcit de l'Aire a Villaviciosa d'Odón o l'arxiu militar de Friburg.

Cada vídeo es pot compartir sempre de manera directa en **xarxes socials**.



12

HISTÒRIES POBLE A POBLE. Quan entem a un poble anem a una nova pantalla on podem veure una de les fotos reals de l'experiment feta pels nazis i on s'assenyalen els impactes de les bombes. Quan passem el cursor per damunt les cases s'obrin les finestres amb dos tipus de testimonis:

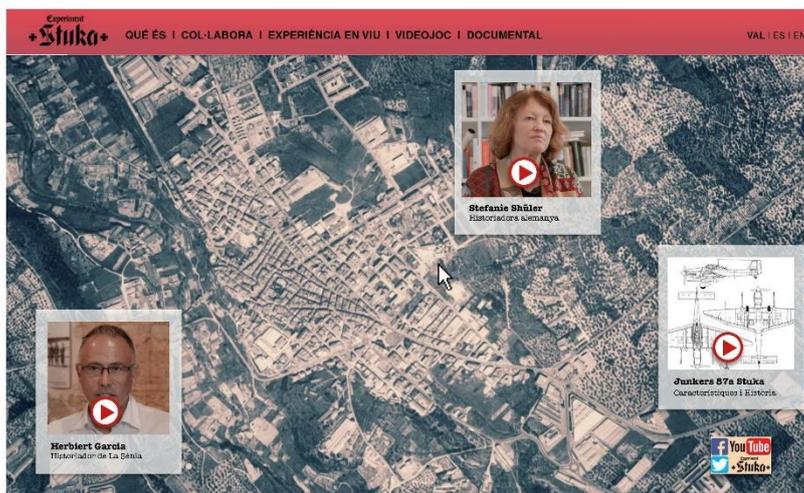
- A) Testimonis de supervivents.
- B) Testimonis de persones que s'han reconciliat gràcies a conèixer la veritat.



13

LA SÈNIA. Si l'usuari decideix fer clic sobre la Sènia es troba dos tipus de continguts que completen la història de l'experiment:

- A) Historiadors que parlen de la Legió Còndor i la convivència amb els veïns.
- B) Detalls sobre els Junkers 87A, tècnics i històrics, i sobre l'experiment mateix..



14

NOUS EXPERIMENTS

A banda de les proves amb un antecedent del nàpalm i de diferents formacions aèries experimentades a **Guernika**, hi ha indicis, en la documentació històrica d'**almenys altres cinc experiments militars coneguts i no investigats a fons**.

Este documental multiplataforma té l'objectiu d'animar els protagonistes d'eixes històries a reconstruir i sumar els seus descobriments a este mapa interactiu.



15

PERSONATGES

Descripció d'alguns dels 17 personatges principals del documental interactiu. Testimonis, historiadors, especialistes, etc.



Óscar Vives, investigador que va descobrir la referència escrita de Benassal i va arribar a la carpeta militar de Friburg amb les mostres documentals de l'experiment.

Rosa Sollgó, testimoni dels fets. Dormia amb la família a Benassal quan la casa es va ensorrar a sobre d'ella a causa de les bombes. La van traure amb vida d'entre les runes.

Àngel Beltrán, supervivent. Anava al camp quan va veure tres avions que llançaven objectes molt grans. Pensava que eren persones vestides de negre. Les bombes van explotar sobre ell.

Vitória Porcar, testimoni dels bombardejos. Estava rentant la roba en una bassa a les rodalies del poble. La seua germana gran la va obligar a amagar-se sota unes pedres.

Obdúlia Prades, supervivent dels bombardejos. No havia vist mai un avió. Quan els Stuka van aparèixer creia que eren voltors molt grans i no els tenia por.



Antony Beevor, investigador, historiador i exmilitar anglès, autor del llibre en què es fa referència per primera vegada a l'existència de l'experiment i, a partir del qual, s'inicia tota la investigació.

Stefanie Schüller Springorum, historiadora alemanya que ha investigat la vida dels soldats alemanys de la Legió Còndor. Autora del llibre "La guerra como aventura".

Heriberto García, veí de la Sénia i investigador amb la major col·lecció de fotografies sobre la Legió Còndor, la seua estada a l'aeròdrom de la Sénia i la seua convivència amb el poble.

Maria Miralles, testimoni dels bombardejos a Albocàsser, el poble més afectat. La seua família va fugir a les muntanyes al primer atac. Van viure en coves durant diversos dies.

Nieves Gayà, testimoni dels bombardejos a Albocàsser. La seua casa era de les més resistents del poble. Quan van bombardejar, els veïns van acudir a protegir-se sota l'escala.

16

2. VIDEOJOC 'STUKA DIVE BOMBER'

Aquest videojoc, té com a objectiu aprofundir en un dels assumptes de fons d'Experiment Stuka'. La ignorància i la desconexió absoluta dels botxins en les guerres, convertits també en peces d'un joc que es juga, en realitat, des de lluny del camp de batalla.

L'usuari es posa en *Stuka Dive Bomber* en la pell d'un dels tres pilots dels Junkers 87A que van experimentar amb els seus avions en Castelló des de l'aeròdrom de la Sénia. Després dels matins de bombardejos experimentals, els joves pilots alemanys s'enfronten a l'ocupació del seu temps lliure amb festes, prostitutes, banys al riu, etc. Una imatge que intenta **distanciar-los de la idea de la mort** per acostar-los a una idea de treball mecànic.

La part que conta d'Experiment Stuka' és l'estada dels pilots alemanys a la Sénia i la seua rutina, extreta dels diaris personals dels pilots alemanys i de les fotografies de l'arxiu de Friburg. **Ens situa en el dia a dia en què els pilots s'alçaven, els feien pujar a un avió i els marcaven l'objectiu a bombardejar.** El pilot una vegada queia en picat amb l'avió perdia el coneixement i posteriorment als atacs passaven l'estona i gaudien del paisatge, de les platges, de les festes del poble, etc.

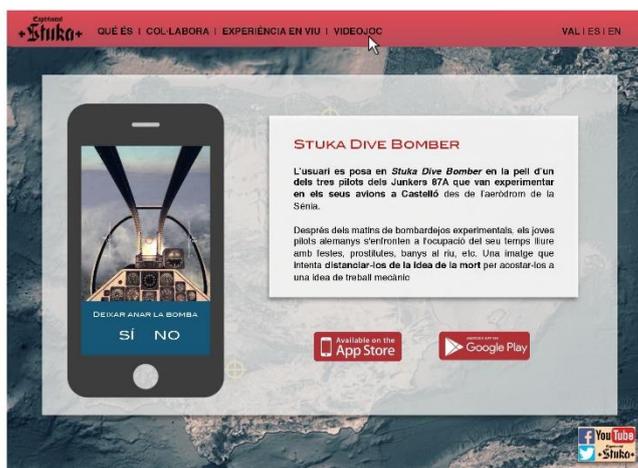


OBJECTIU. Conscienciar que la ignorància i la distància personal és un element clau per cometre un assassinat i que hui dia segueix vigent en les guerres. Hui es fa amb drons. A més serveix per a desenvolupar un punt molt important de la història, l'estada dels pilots alemanys a la Sénia. Es tracta d'**arribar a un altre públic que consumeix videojocs** però amb una **finalitat educativa**. En este joc no es guanya res, sinó que es pren consciència del buit intel·lectual que es fa en els soldats perquè maten.

17

El videojoc té un valor comercial i de difusió important. L'adressament a un públic no habitual del documental s'aconsegueix per la jugabilitat. A més el tema bèl·lic i els simuladors de batalles aèries són un llenguatge clàssic del videojoc que ací, en canvi, es posa al servei de la presa de consciència.

Estarà disponible per a jugar amb dispositius mòbils i tabletes de manera gratuïta tant per a usuaris amb sistema operatiu Android com iOS.



NARRATIVA del VIDEOJOC Es sustenta en un arbre de decisions lineal que et proporciona la sensació d'interactivitat constant amb el propi joc. No obstant això, es tracta d'una falsa creença en la presa de decisions ja que el joc, en tot moment, porta un full de ruta clar. **El pes no està en el resultat de les teues decisions sinó en l'experiència i conscienciació** durant la presa de decisions.

El videojoc *Unmanned* (Jim Munroe), de Mollindustria, és un referent clar. En aquest videojoc l'usuari encarna un soldat que tira bombes remotament amb un dron, que de dia fa aquest treball i a la nit viu la seua vida. El conflicte no està on cauen les bombes sinó en la psique del soldat.

18

4. CANAL YOUTUBE



Aquest canal servirà per centralitzar gran part del material videogràfic que es vagi generant. Es tracta d'una **plataforma molt popular i de molt senzilla utilització**, cosa que ens permetrà donar a conèixer el projecte a un **públic molt ampli i divers**. Albergarà vídeos de tota mena relacionats amb els rodatges, presentacions, avanços, etc. També emprarem el canal per tal de **pujar peces documentals de contingut extra** que no hagen estat incloses al documental interactiu. A més a més **els usuaris podran participar enviant testimonis i opinions** que per tipus de contingut així com materials, documentació audiovisual i altres documents que inspiren als investigadors de la memòria.

5. XARXES SOCIALS



Diferents xarxes socials juguen el seu paper i treballen juntes per tal de contribuir al cicle de vida del projecte. **Donen suport al documental interactiu i a la resta de plataformes i preparen el públic per a tota l'experiència.**

Des de fa 2 any el projecte té actives les xarxes Facebook i en breu tindrà **Twitter**. Aquestes xarxes, que són les més esteses entre la societat, estan experimentant un gran creixement i no paren de sumar seguidors. L'equip del projecte emprà aquestes eines per tal de difondre novetats, així com, per a publicar articles relacionats amb la nostra temàtica. A més a més, creen **comunitat d'abast internacional**, ja que empram no només el valencià i el castellà, sinó també l'anglès.

Facebook : <https://www.facebook.com/StukaExperiment/>

Està previst també obrir comptes d'**Instagram** i de **Vimeo**, per aprofitar les seues **potencialitats visuals**. Publicarem fotos de rodatges, presentacions i qualsevol altre esdeveniment. A més a més, **convidarem els usuaris a afegir les seues fotos** relacionades amb 'Experiment Stuka'. A **Vimeo** pujarem **vídeos amb un tractament molt acurat sobre històries personals**. La utilització d'aquestes plataformes ens permetrà arribar a un **públic jove i ampli**, en cas d'**Instagram**, i també a l'entorn d'altres **professionals de la imatge d'arreu del món**, en el de **Vimeo**.

19

6. EXPERIÈNCIA VIVENCIAL 'IN SITU'

Amb la idea d'augmentar vivencialment l'experiència del documental s'ha previst una sèrie de **projeccions especials del llargmetratge** a Albocàsser, Ares del Maestrat, Benassal i Vilar de Canes.

Es pretén així que es produisca una aproximació real, després de la difusió comercial, per part dels espectadors/ciudadans als llocs reals narrats en el documental. No només per recórrer els escenaris in situ, sinó per conèixer i dialogar amb els supervivents dels bombardejos secrets de la Legió Còndor.

La proximitat i la poca alteració de l'entorn de la zona permeten, com poques vegades, traslladar-se al lloc dels fets així com conèixer els protagonistes.

ACCIONS

1. Projecció pública del llargmetratge documental.
2. Debat i col·loqui amb els directors, membres de l'equip i protagonistes de la pel·lícula.
3. Excursió guiada, en cada poble, amb els supervivents dels bombardejos als escenaris de la història per compartir amb ells les vivències, relats i detalls del fet.

PROJECTE MUSEÍSTIC PERMANENT



S'ha arribat a un acord per a l'**exposició de les maquetes fabricades per al documental 'Experiment Stuka'** amb els ajuntaments de Benassal i de la Sénia.

A **Benassal** s'establirà una **exposició permanent a la 'Torre de la presó'** amb les fotos dels arxius de Friburg i amb les maquetes dels quatre pobles bombardejats.

A **la Sénia** es dipositaran al **museu de l'Aeròdrom**, aquelles maquetes que fan referència a la presència dels 3 Stuka en aquelles instal·lacions.

20

MEMÒRIES DE DIRECCIÓ I PRODUCCIÓ



21

MEMÒRIA DE DIRECCIÓ

PER PEPE ANDREU
I RAFA MOLÉS



A més de documentar un fet ocult, encara que crucial, en la història bèl·lica europea, **'Experiment Stuka Multiplataforma'** aborda el rerefons psicològic de **tota guerra**: decisions diminutes, aleatòries, cruels o covards que desencadenen tragèdies que se sumen al compte infinit de l'estupidesa de l'ésser humà.

En el moment en què les 66 fotos de la carpeta del Freiburg Militärrarchiv arriben a nosaltres de mans del seu descobridor, el veí de Benassal Óscar Vives, **entendem que aquelles imatges de la província de Castelló que semblen quadres abstractes o pintures de Paul Klee amaguen una realitat universal i són un document poderós per explicar una història que demanava a crits ser explicada amb detall.** Són l'evidència que aquells no van ser uns bombardejos qualsevol, sinó uns bombardejos amb finalitat científica i experimental.

DEL DOCUMENTAL AL MULTIPLATAFORMA

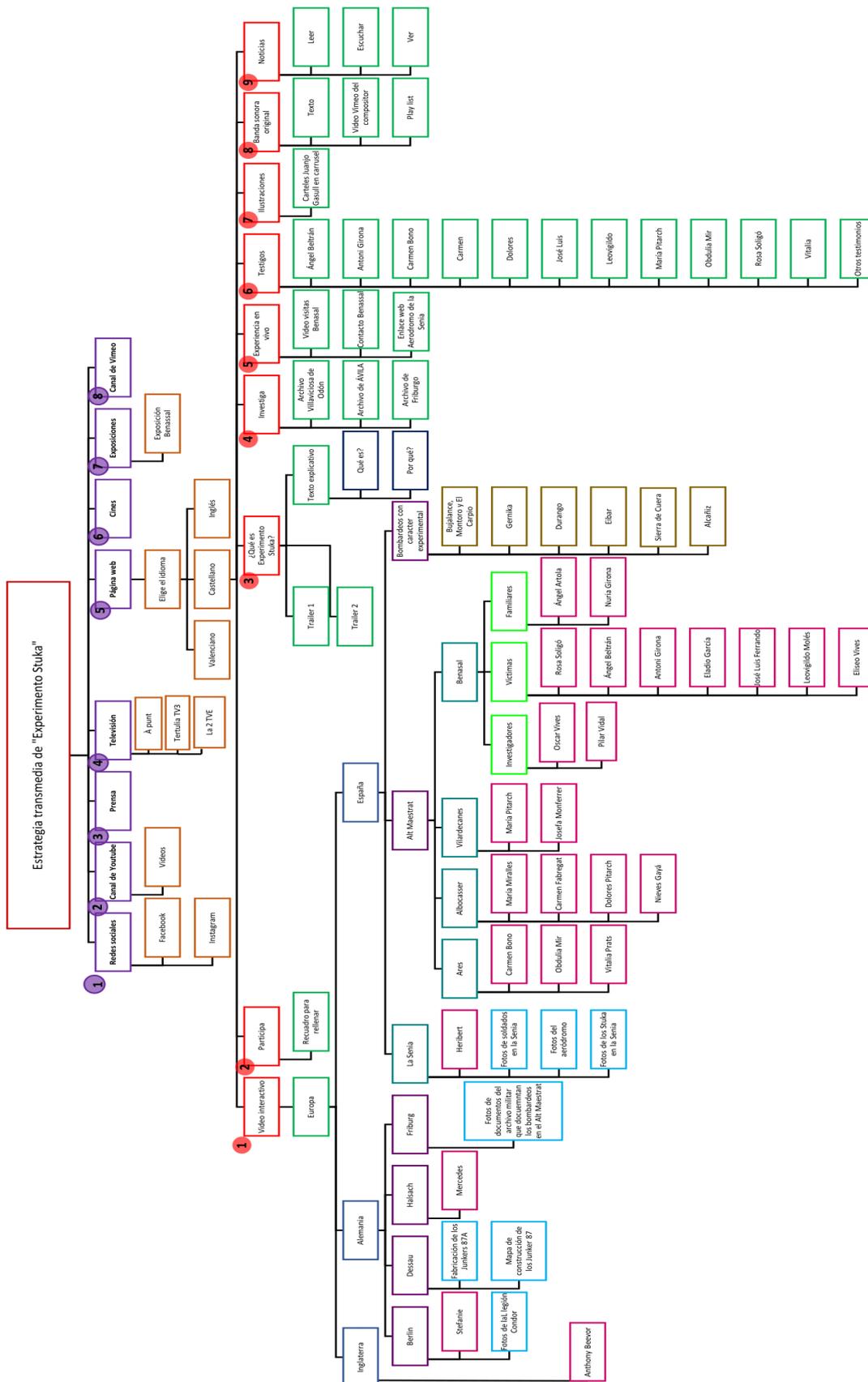
En un llargmetratge documental en procés de producció els directors vam entendre que **les dimensions d'esta història** i les seues capes de significat **necessitaven un pas més.**

'Experiment Stuka' ens ha permet adonar-nos que **s'ha de passar a l'acció.** Que un veí de Benassal mogut per l'inconformisme i la curiositat ha sigut capaç de fer una troballa històrica fonamental que ha servit per a tancar moltes ferides.

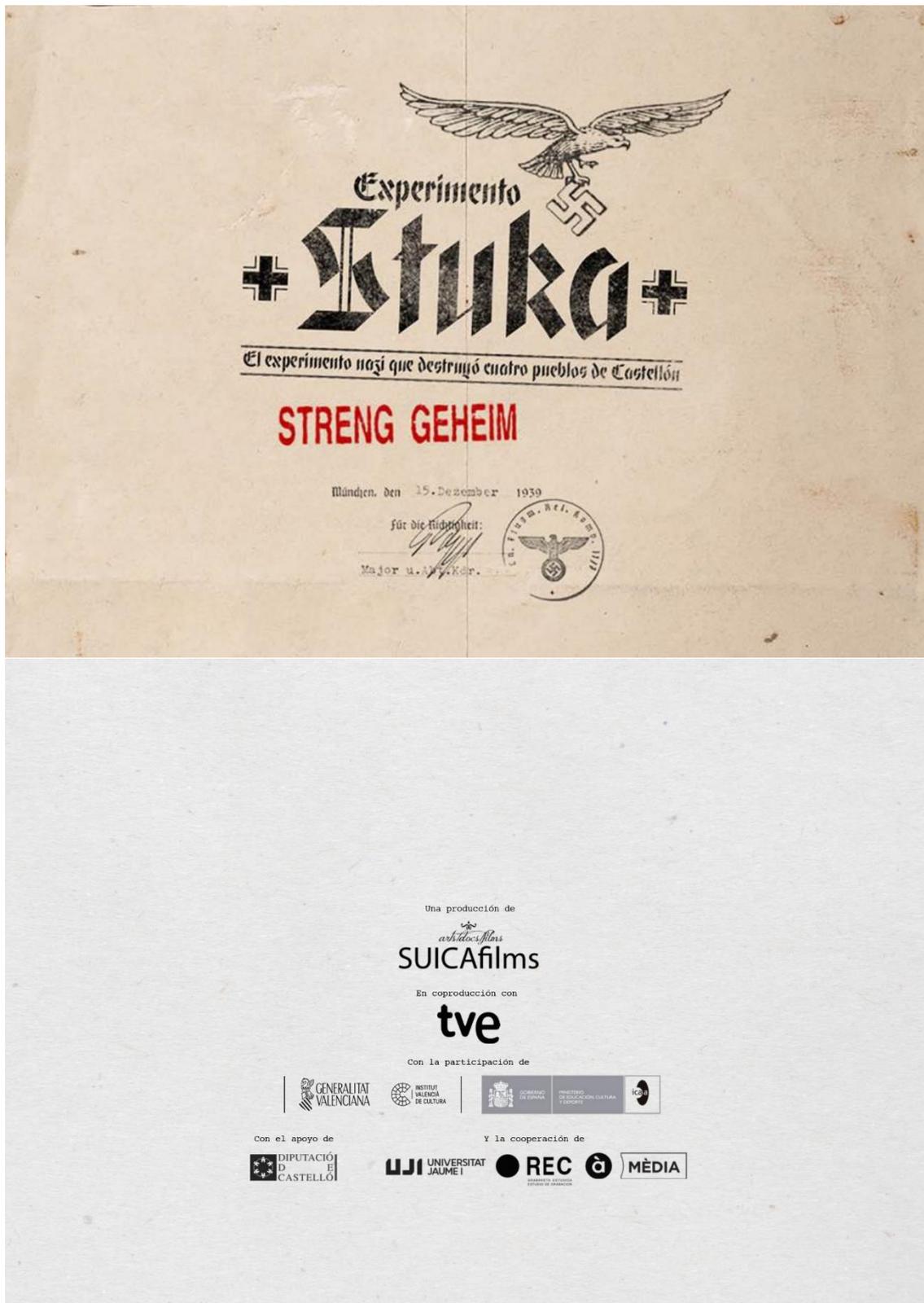
El documental multiplataforma vol convertir-se en un punt d'inspiració i una plataforma viva perquè altres ciutadans s'adonen que la reconstrucció de la seua història i la recuperació de la seua memòria pot estar en les seues mans. S'han de llançar a investigar. **Hi ha molts altres experiments nazis en la Guerra Civil. Este llenguatge multiplataforma vol ser alhora inspirador i també una ferramenta de col·laboració per a eixa recerca de la veritat.**

22

ANEXO 3- MAPA TRANSMEDIA DEL PROYECTO EXPERIMENT STUKA



ANEXO 4- PRESS KIT DE EXPERIMENT STUCA



Nunca entendieron quién lanzó aquellas bombas.
Ahora, 80 años después, los vecinos de cuatro pacíficos pueblos de Castellón descubrirán que fueron víctimas de un experimento nazi.



En plena Guerra Civil, y con el frente aún lejos, los habitantes de cuatro diminutos pueblos de Castellón ven aparecer tres aviones en el horizonte. Algunos niños salen a saludar, los adultos los miran con inocencia y curiosidad. Pero los aviones maniobran, caen en picado y bombardean casas, iglesias y ayuntamientos. Matan a 38 vecinos. Nunca se supo quién fue el responsable. Hasta ahora.

EXPERIMENTO STUKA



<https://vimeo.com/263318828>

FICHA TÉCNICA

Género Documental, sociedad, historia, cultura | **Duración** 75 min | **País de producción** España **Año de producción** 2018 | **Aspect ratio** 1.78 (16x9 video) color y b&w | **Sonido** 5.1/Stereo **Lengua original:** Catalán, español, Inglés, Alemán | **Formato exhibición** DCP, Bluray, DVD

SINOPSIS



En plena Guerra Civil, y con el frente aún lejos, los habitantes de cuatro diminutos pueblos de Castellón ven aparecer tres aviones en el horizonte. Algunos niños salen a saludar, los adultos los miran con inocencia y curiosidad. Pero los aviones maniobran, caen en picado y bombardean casas e iglesias. Matan a 38 vecinos. Nunca se supo quién fue el responsable. Hasta ahora.

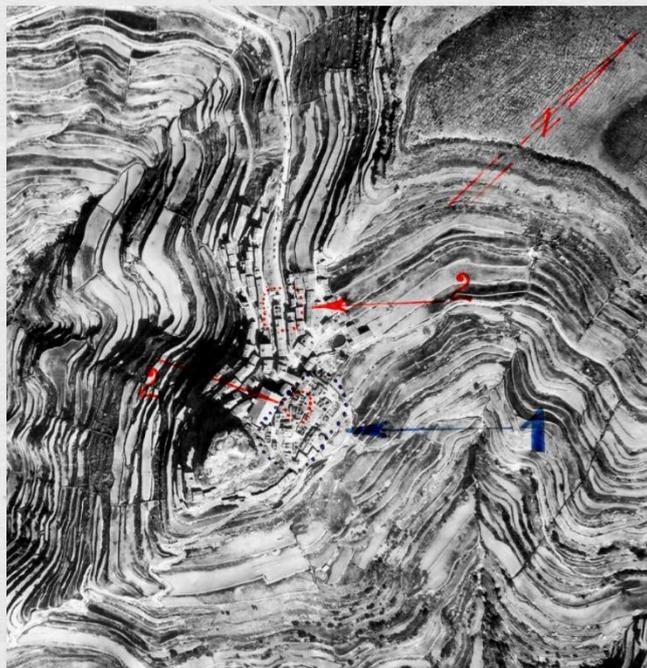
Casi 80 años después descubrimos una carpeta en el archivo militar de Friburgo, Alemania, con **66 fotografías aéreas**. Los alemanes se tomaron muchas molestias en documentar aquél bombardeo del que no informaron a nadie. **Las fotos son la clave del misterio**. Los habitantes de los cuatro pueblos de Castellón

sabrán por fin que fueron víctimas de un experimento nazi.

Los pilotos pertenecían a la **Legión Cóndor**, enviada por Hitler para ayudar a Franco. Fijaron su base en la Sènia. Bombardeaban por la mañana y pasaban la tarde bebiendo cerveza en la playa. Era mayo del 38 y acababan de recibir los tres primeros modelos del Junkers 87A, conocido como **'Stuka'**. Los prototipos entraron en España en secreto y debían calibrar si aguantarían una nueva bomba de 500 kilos, el doble de las lanzadas hasta entonces. El mortífero éxito del experimento fue **determinante en la decisión alemana de construir en masa el Stuka para arrasar con él Europa en la todavía insospechada II Guerra Mundial.**



Fotografía del archivo de Friburgo



Objetivos marcados por los nazis



NOTA DE LOS DIRECTORES

Además de documentar un hecho oculto en la historia bélica europea, 'Experimento Stuka' aborda el trasfondo psicológico de toda guerra: **decisiones diminutas, aleatorias, inconscientes, crueles o cobardes que desencadenan tragedias que se suman en la cuenta infinita de la estupidez del ser humano.**

En el momento en que las 66 fotografías de la carpeta del **Freiburg Militärarchiv** llegan a nosotros entendemos que aquellas imágenes abstractas de la provincia de Castellón esconden una realidad universal y son un documento poderoso para contar una historia que pedía a gritos ser explicada.

A partir de ellas se reconstruirá toda la historia. Son la evidencia de que aquellos no fueron unos bombardeos cualquiera, sino unos **bombardeos con finalidad científica y experimental.**

PSICOLOGÍA DE LA GUERRA

Matar a otro ser humano no es fácil. Esa es la tesis personal y ética que mantenemos los directores. Por eso, la guerra se llena de mecanismos que permiten a los soldados hacer "lo que tienen que hacer".

Tanto las víctimas como los verdugos tienen cierto **desconocimiento del acto del que son protagonistas.** Por un lado las víctimas ni siquiera sintieron el miedo al ver los aviones, les resultaba un hecho curioso. Por su parte, los tres jóvenes pilotos alemanes elegidos para pilotar aquellos nuevos aviones también estaban lejos del **contacto directo y emocional con sus víctimas.** Les mostraban sobre las fotos "abstractas" de los pueblos los

objetivos y en el momento de lanzarse en picado para dejar caer la bomba con los Stuka **perdían el conocimiento** durante unos segundos, justo cuando más cerca estaban de los objetivos. **Al final ni víctimas ni verdugos se veían las caras** y la decisión de la masacre la había tomado alguien a miles de kilómetros de allí.





CERRAR HERIDAS

Pero por encima de todo hay un elemento no buscado a priori por los directores pero que se ha ido haciendo evidente y nítido durante todos estos años de investigación: **Poner luz sobre los puntos oscuros de nuestra historia no abre heridas sino que las cierra.**



Saber lo que pasó a sus pueblos después de 80 años de silencio reconcilió a los vecinos de los cuatro pueblos de Castellón. El silencio había sembrado siempre la duda sobre quién había sido realmente el culpable de aquellas muertes indiscriminadas. Nadie lo había sabido hasta la fecha. **Todos eran víctimas de la mente criminal del nazismo.**



Pope Andreu y Rafa Melés
Directores del film



bomba SC-500 vs. bomba SC-250



Uno de los tres Junkers 87-A 'Stuka' utilizados en el experimento.

PEPE ANDREU



Director, guionista y realizador. Licenciado en Ciencias de la Información (Imagen y Sonido). 20 años de experiencia profesional.

Codirector del largometraje documental **'Five days to dance'** (2014), ganador del premio Canal + en el **Festival MiradasDoc** y seleccionado en el **Festival de San Sebastián**, el **Festival DocsBarcelona** o el **Festival Internacional de Santa Bárbara**.

Codirector del largo documental **'Sara Baras. Todas las voces'** (2016) Estrenado en el **Festival de Málaga** y **Premio Miradas en el Festival Internacional DocsValència 2017**. Seleccionado en **Krakov International Film Festival** y finalista en los

Premios Forqué 2018. Actualmente codirige el programa de radio y televisión **'Una habitación propia'** producido por **SUICAFILMS** para **À Punt Media**.

Durante 16 años ha trabajado como realizador en **Televisión Valenciana-Canal 9**. Fue Jefe de unidad del Departamento de Promociones (2007/09). Realizador del programa **Dossiers**, programa decano de Canal 9, donde ha participado en la producción de múltiples documentales. Realizador de los informativos de Canal 9 y retransmisiones. En el año 2012 se convierte en realizador del programa **Sociedad Anónima**. En 2005 dirigió el documental **'El Misterio de Elche: las voces de un pueblo'**.

RAFA MOLÉS



Director, Guionista y Periodista. Licenciado en Ciencias de la Información, con 19 años de experiencia en el sector audiovisual. En el año 2012 recibe el premio "Periodista del año" en la III Edición de los Premios Periodísticos de la Comunidad Valenciana. Profesor del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Jaume I de Castellón.

Codirector del largometraje documental **'Five days to dance'** (2014), ganador del premio Canal + en el **Festival MiradasDoc** y seleccionado en el **Festival de San Sebastián**, el **Festival DocsBarcelona** o el **Festival Internacional de Santa Bárbara**. Codirector del largo documental **'Sara Baras. Todas las voces'** (2016) Estrenado en el

Festival de Málaga y **Premio Miradas en el Festival Internacional DocsValència 2017** (Seleccionado en **Krakov International Film Festival**. Finalista en los **Premios Forqué 2018**)

Actualmente codirige el programa de radio y televisión **'Una habitación propia'** producido por **SUICAFILMS** para **À Punt Media**. Periodista durante 16 años en Radio Televisión Valenciana-Canal 9. Director del programa **Sociedad Anónima** de 2010 a 2014, programa semanal en horario de máxima audiencia. En 2003 se convierte en cofundador del **Equipo de Investigación** de los Servicios Informativos de la cadena pública inicia siete años de trabajo en la realización de reportajes y documentales para radio y televisión.



whidocfilms
SUICAFILMS

Contacto: Patricia Velert
patriciavelert@suicafilms.com
tlf. +34 619 101 926
www.suicafilms.com

Descarga: Stills, fotos making of,
foto directores y posters.
 Click [Aquí](#).

Noticias: Siguenos en

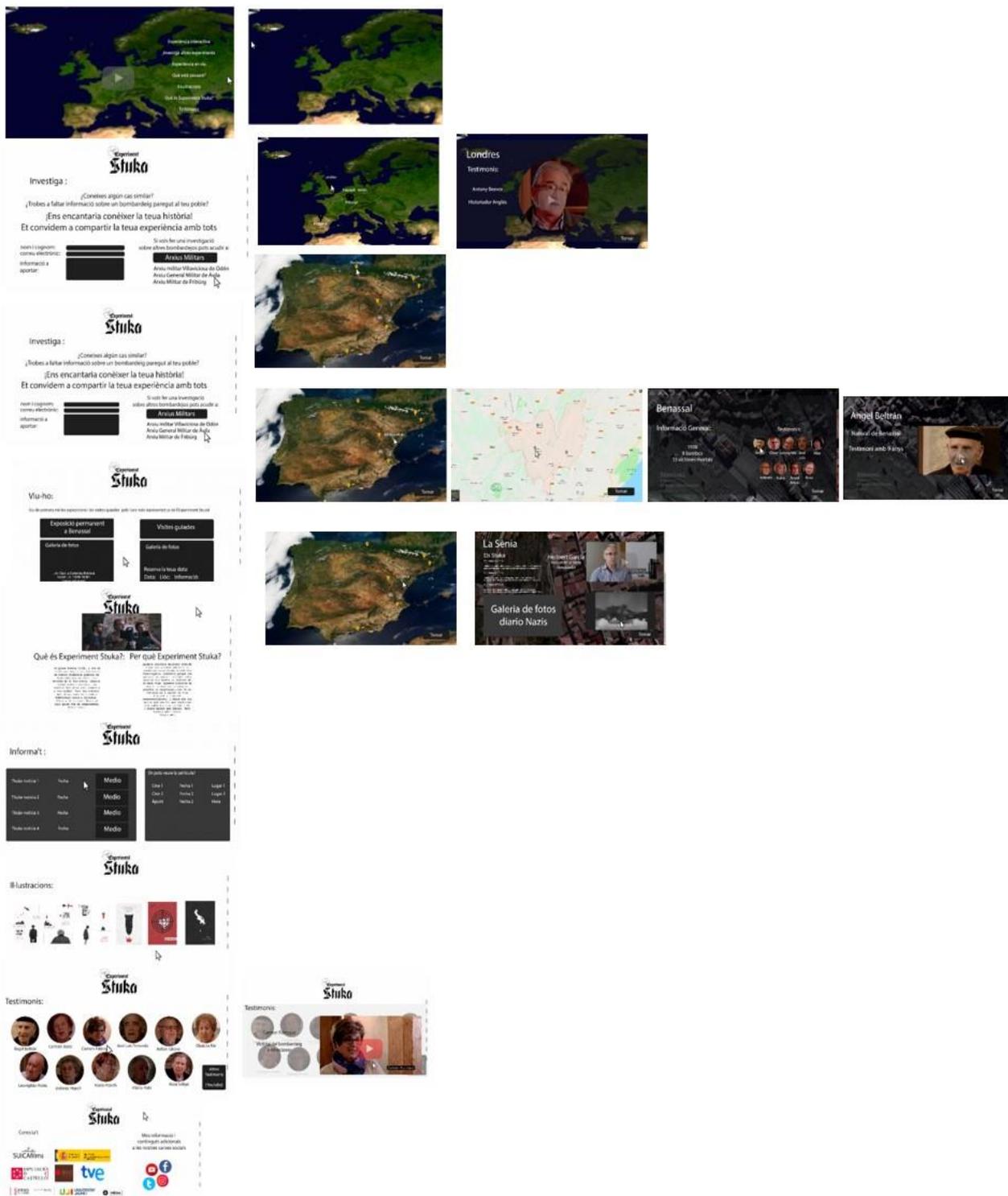
 Facebook (click [Aquí](#))

 Twitter (click [Aquí](#))

 Instagram (click [Aquí](#))



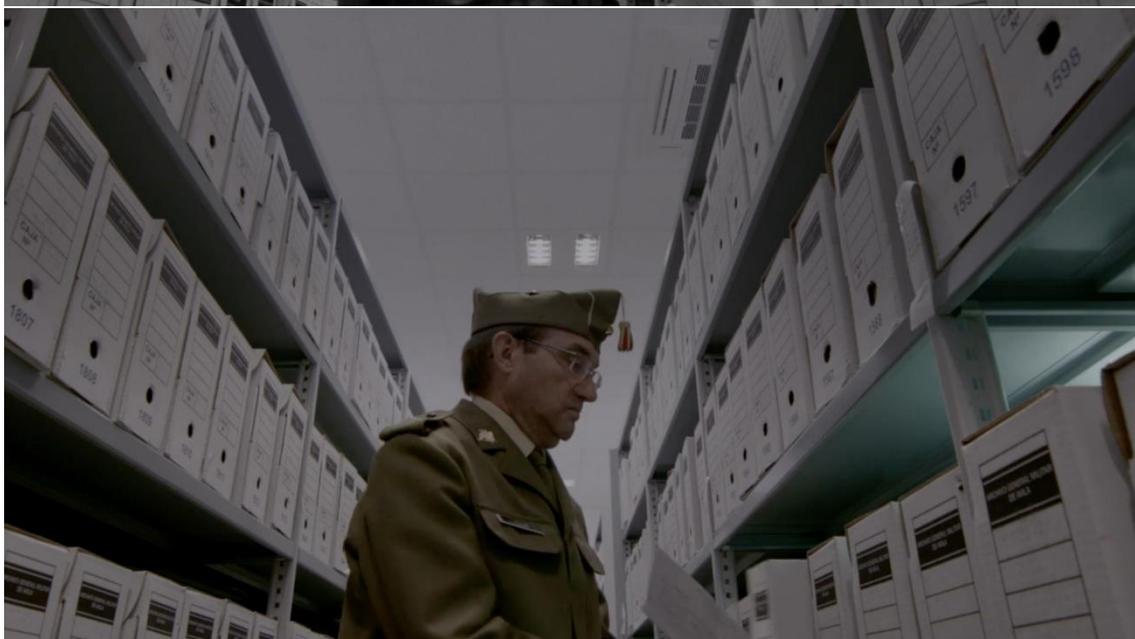
ANEXO 5- WIREFRAME DE LA WEB DE EXPERIMENT STUKA

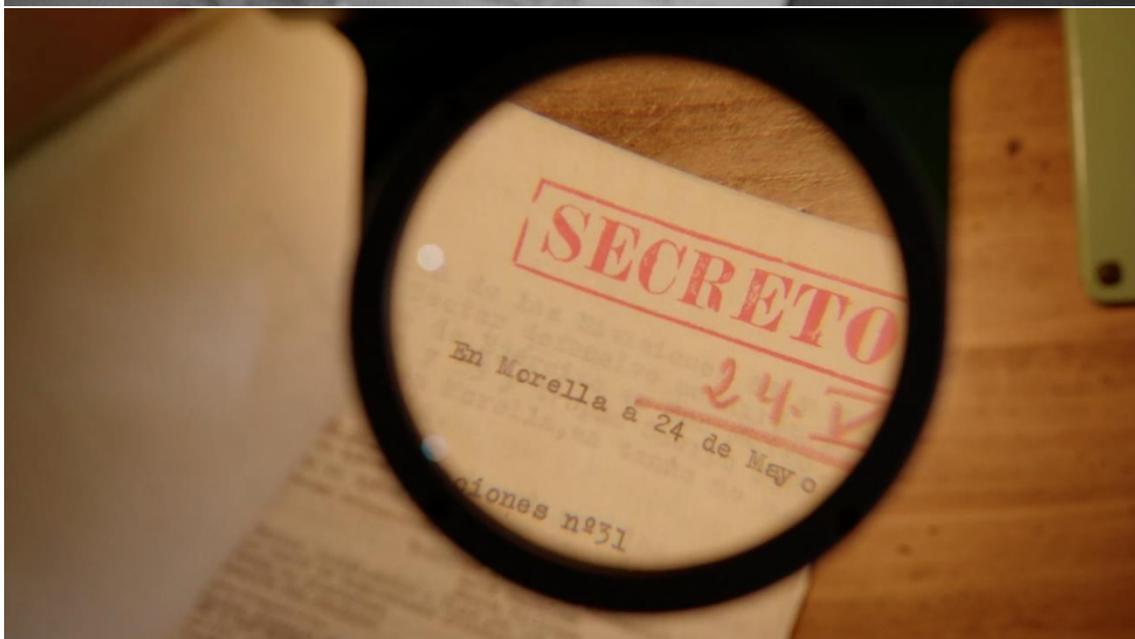


ANEXO 7- IMÁGENES RETOCADAS PARA EL DISEÑO DE LA WEB

















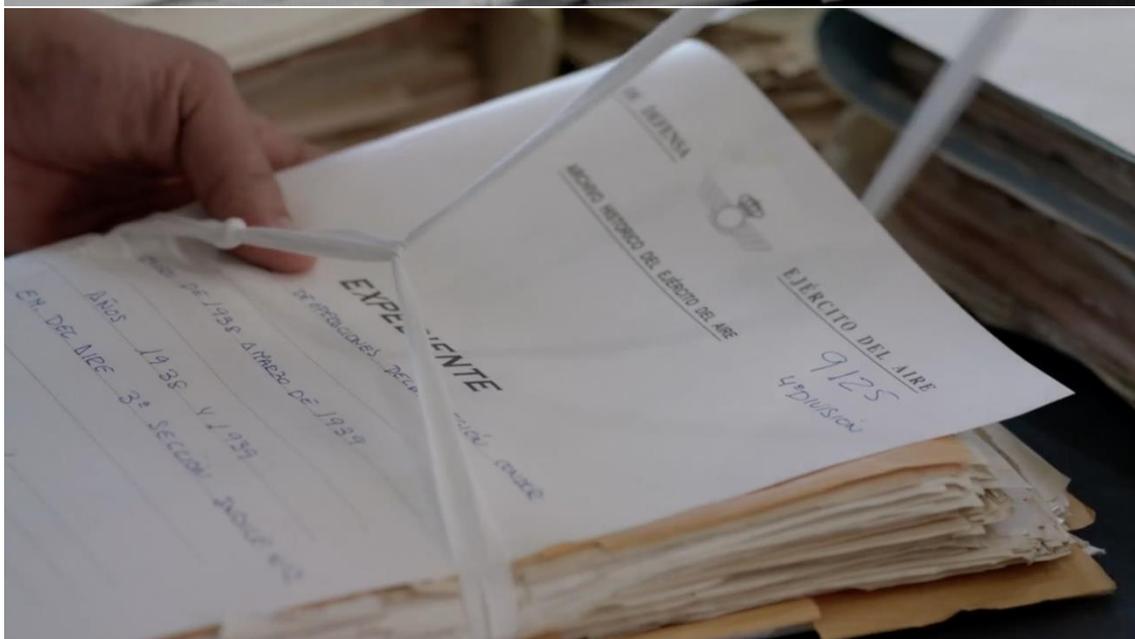


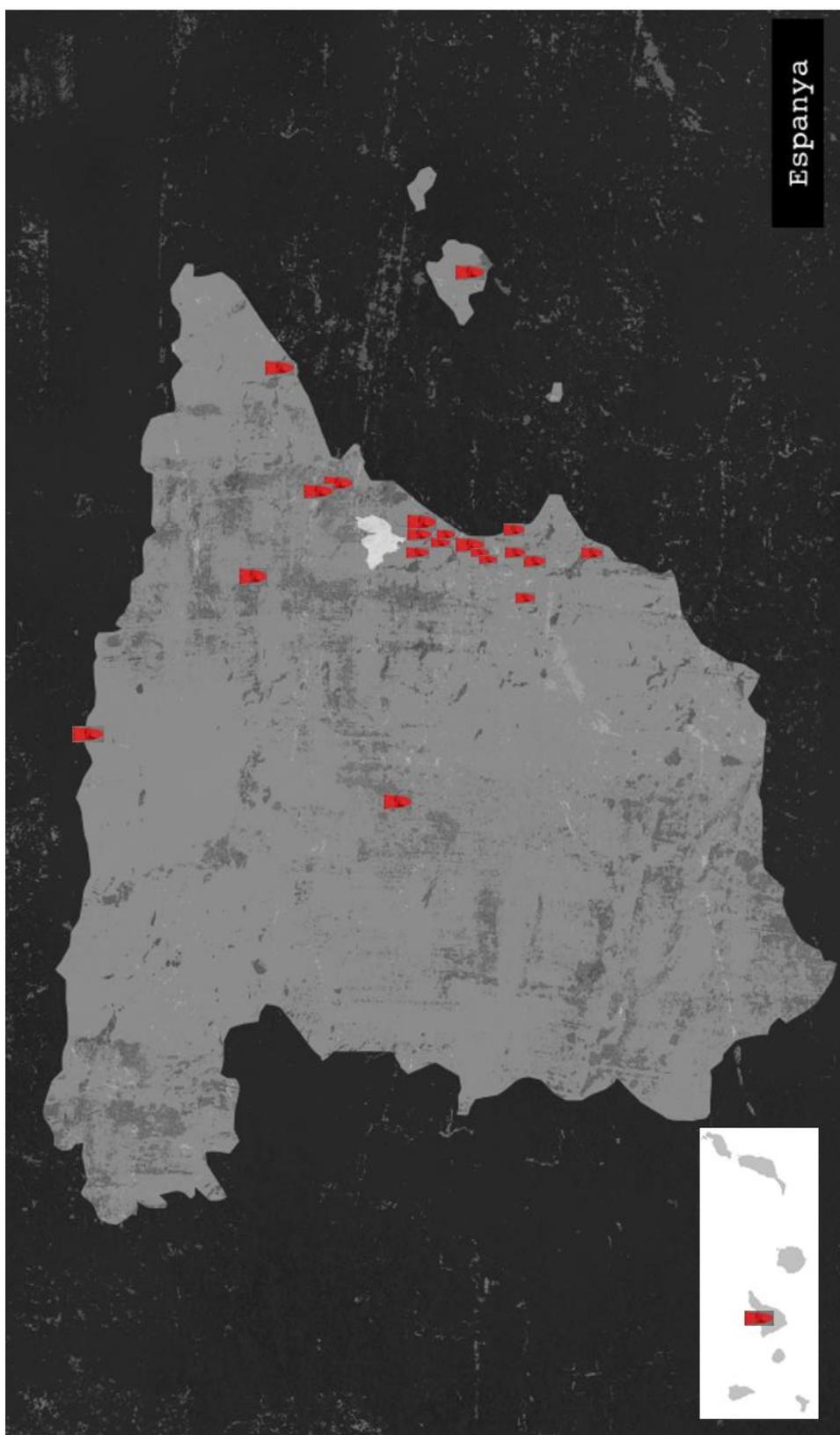
Bild Nr. 5



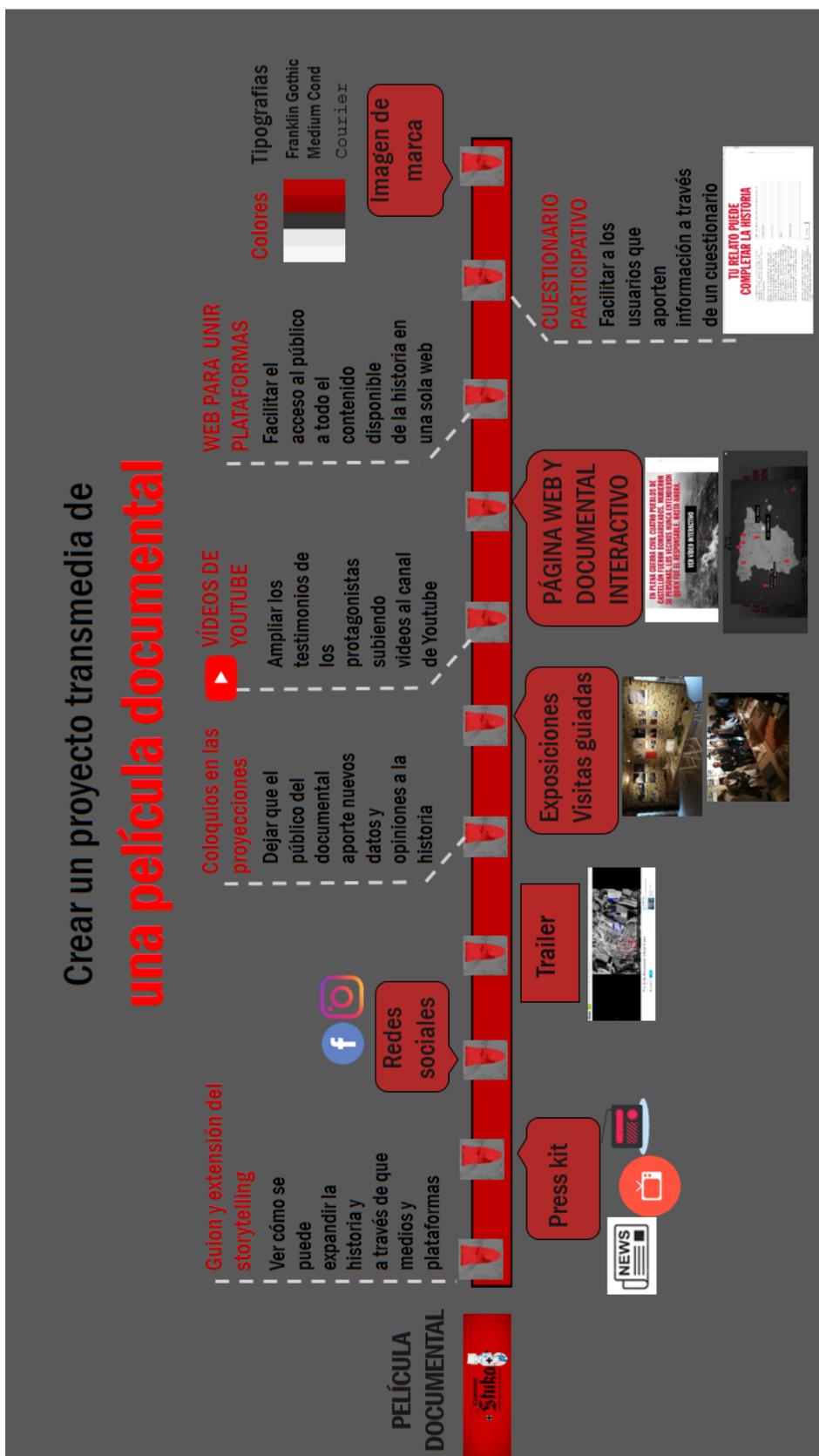
Bild Nr. 5



ANEXO 8- MAPA DE PROYECCIONES DE LA PELÍCULA *EXPERIMENT STUKA*



ANEXO 9- ESQUEMA GRÁFICO DE PAUTAS PARA LA CREACIÓN DE UN PROYECTO TRANSMEDIA PARA UNA PELÍCULA DOCUMENTAL



ANEXO 10 – WEB DE M- OTHERHOOD

un documental transmedia de
archivosfilms
SUICAFilms

[m]otherhood

COMENZAR

con el apoyo de

GENERALITAT VALENCIANA INSTITUT VALENCIÀ DE CULTURA

DOCS BARCELONA DOCS

[m]otherhood ES | CAT | EN

na madre

instinto

idealización

opresión

consciencia

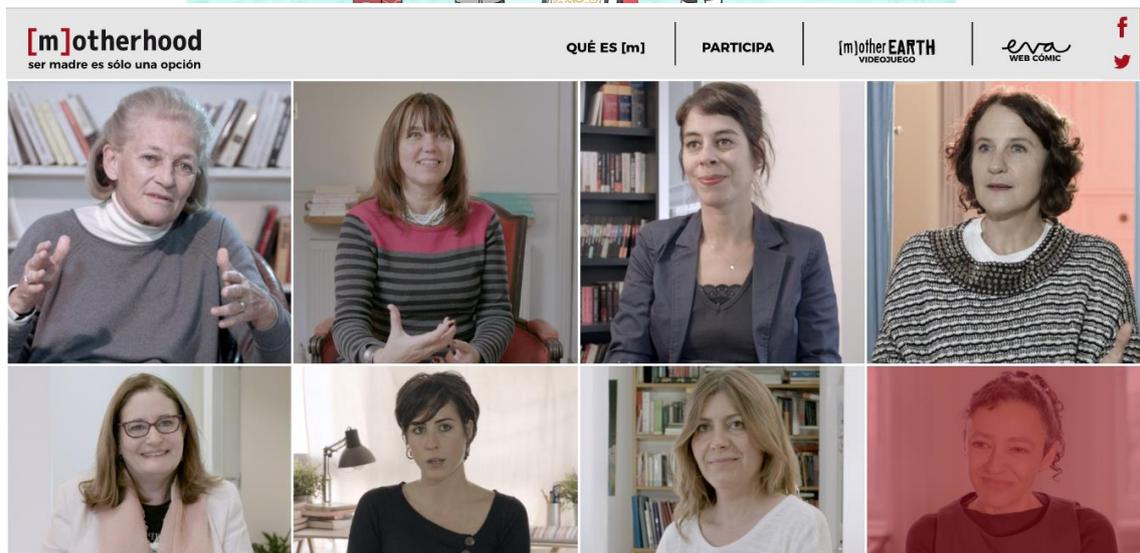
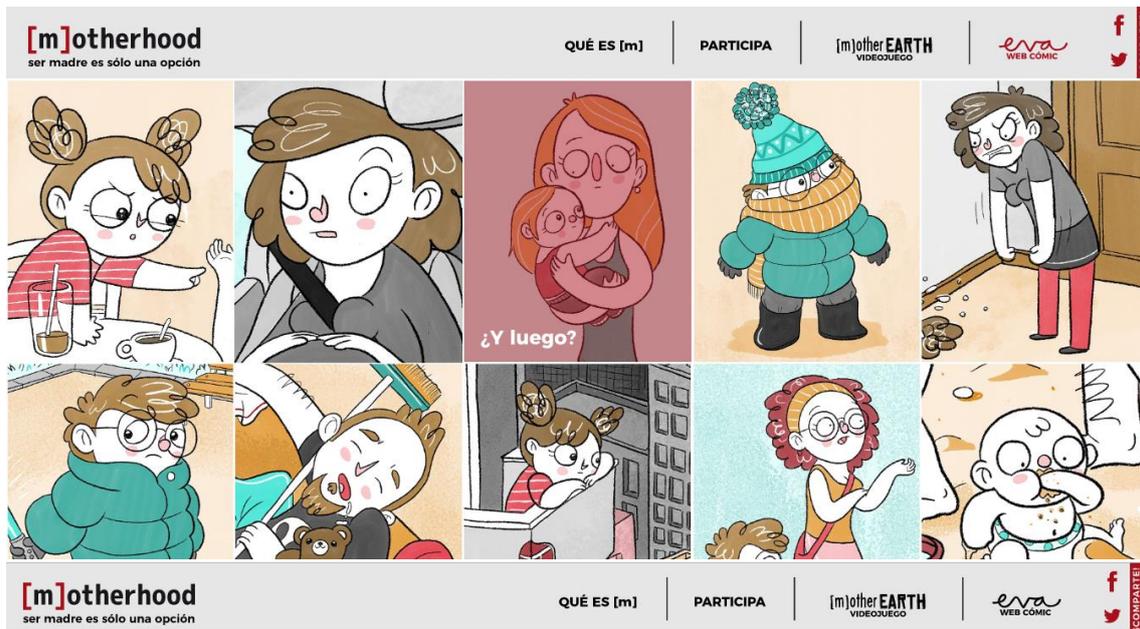
libertad

[m]otherhood ser madre es sólo una opción

QUÉ ES [m] PARTICIPA [m]other EARTH VIDEOJUEGO eva WEB CÓMIC

CONOCE A LOS PERSONAJES TESTIMONIOS





The image shows a screenshot of a YouTube channel page for 'M-Otherhood' and its corresponding Facebook page. The YouTube page features a video player with a woman speaking, a search bar, and a list of five video uploads with titles like 'TESTIMONIO - Laura Bellver' and 'PERSONAL STORY - Carolina Herrera'. The Facebook page below it has a cover photo with a quote: '“Toda mujer que quiera tener hijos debería tenerlos. La pregunta es: ¿Por qué una mujer que no quiere tener hijos debería tenerlos?”'. The page includes a navigation menu, a post creation area, and a community section.

https://www.facebook.com/1603888139827848/photos/1683514841895177/?set=ar&type=photo&id=1683514841895177

ANEXO 11- DEOCUPAGE DEL DOCUMENTAL EXPERIMENT STUKA

| Stuka | | | | |
|---------|--------------------|---|-------------------|---|
| H/M/S | Voz/Personaje | Imágenes | Lugar | Fotogramas |
| 0:00:33 | Voz en off | Intro | |  |
| 0:01:02 | | Imágenes Hist. de guerra | |  |
| 0:04:12 | Ángel Beltrán | Primer testimonio: Avistamiento Stukas; 3 bombas | Benassal |  |
| 0:04:56 | | Imágenes Hist. Stuka | |  |
| 0:05:05 | | Vista aérea: "Benassal, 9 bombes, 13 morts identificats" | |  |
| 0:05:13 | Óscar Vives | "En maig de 1938..." | |  |
| 0:05:38 | Óscar Vives | Imágenes Hist. Plaza de la Iglesia | |  |
| 0:05:41 | Óscar Vives | Entrevista Óscar Vives | |  |
| 0:05:55 | | Imágenes Plaza | |  |
| 0:05:57 | Leovigildo Molés | Segundo testimonio: "Home, tindria uns 14 o 15 anys" | |  |
| 0:05:59 | | Imágenes Hist. Plaza Destrucción | |  |
| 0:06:05 | | "Tres avions grossos, grossos" | |  |
| 0:06:55 | | Maqueta | |  |
| 0:07:05 | José Luis Ferrando | Tercer testimonio: "Nosaltres érem sagals..." | |  |
| 0:07:14 | | Imágenes Hist. | |  |
| 0:07:22 | | "Va caure escales avall." | |  |
| 0:07:40 | Óscar Vives | Mapa | |  |
| 0:08:11 | | Imágenes Hist. | |  |
| 0:08:25 | | Entrevista Óscar Vives | |  |
| 0:08:32 | Ángel Beltrán | Imágenes actuales | |  |
| 0:08:54 | | Ángel Beltrán: "Qui ho podia pensar?" | |  |
| 0:09:18 | | Imágenes actuales | |  |
| 0:09:38 | Leovigildo Molés | Imágenes Hist. Iglesia Destrucción | |  |
| 0:09:48 | | Imágenes oficinas Grup de recuperació de la memòria | |  |
| 0:10:21 | Pilar Vidal | Entrevista Pilar Vidal | |  |
| 0:10:28 | | Oficinas Grup de recuperació de la memòria | |  |
| 0:11:09 | Rosa Soligó | Imágenes actuales | |  |
| 0:11:31 | | Cuarto testimonio: "Uns crits..." | |  |
| 0:12:27 | | Maqueta | |  |
| 0:12:43 | Óscar Vives | Óscar Vives: Teoría Supersimetría | |  |
| 0:13:58 | Pilar Vidal | Pilar Vidal explica formación como físico de Óscar Vives | |  |
| 0:14:18 | Óscar Vives | Óscar Vives con documento gráfico | |  |
| 0:15:18 | Óscar Vives | Ávila Arxiu General Militar | Ávila |  |
| 0:16:12 | | Vista aérea: "Area del Maestrat, 9 bombes, 16 morts identificats" | Area del Maestrat |  |
| 0:16:30 | Obdulia Mir | Quinto testimonio: "Jo no sabia el significat de la guerra" | |  |
| 0:17:05 | | Obdulia Mir | |  |
| 0:17:10 | | Imágenes actuales | |  |
| 0:17:24 | Óscar Vives | Imágenes Hist. Destrucción | |  |
| 0:17:56 | Vitalia Prats | Sexto testimonio: "...sac de blat" | |  |
| 0:18:08 | Carmen Bono | Séptimo testimonio: "això no se t'oblida" | |  |
| 0:18:24 | Vitalia Prats | "Del fill d'Emilia sí que me'n recorde" | |  |
| 0:18:40 | Vitalia Prats | Imágenes Hist. Destrucción | |  |
| 0:18:56 | Óscar Vives | Mapa Area del Maestrat, Benassal, Vilar de Canes, Albocàsser | |  |
| 0:19:22 | | Vista aérea: "Albocàsser, 12 bombes, 6 morts identificats" | Albocàsser |  |
| 0:19:24 | Dolores Pitarch | Octavo testimonio: "Quan aneu a casa no la coneixereu" | |  |
| 0:19:50 | Óscar Vives | Vista aérea Hist., Imágenes Hist. Destrucción | Varios? |  |
| 0:20:26 | Carmen Fabregat | Noveno testimonio: "Van encertar a ma casa", Imágenes Hist. Destrucción | |  |
| 0:21:22 | Óscar Vives | Fotografía nazi objetivos | |  |
| 0:21:53 | Óscar Vives | Imágenes actuales | Vilar de Canes |  |
| 0:22:10 | | Imágenes Hist. Destrucción | |  |
| 0:22:22 | Voz en off | Vista aérea: "Vilar de Canes, 6 bombes, 3 morts identificats" | |  |
| 0:22:38 | María Pitarch | Décimo testimonio: "uelo Rabassot" | |  |