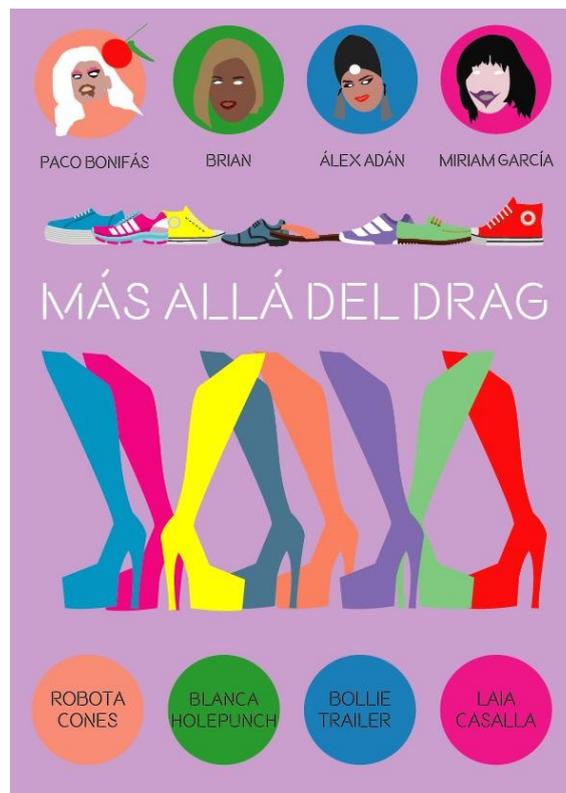


# Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Creación y Producción Transmedia



**Modalidad 3:** Realización de un producto comunicativo

**Fecha de presentación:** 5 de septiembre

**Autor:** Arnau Pastor Muñoz

**Tutor:** Guillermo Sanahuja

# Resumen

*Más Allá del Drag* es un proyecto documental transmedia que se centra en la vida de las *drag queens*, en este caso de cuatro, residentes en Castelló. La sociedad ha estigmatizado al colectivo *drag* desde hace años, relacionándolo (o más bien posicionándolo) con el mundo de la prostitución, además de marcarlas como personas irrespetuosas y obscenas. Igualmente, hoy en día se siguen promoviendo percepciones sesgadas, y no solo sobre las personas que hacen *drag*, sino hacia muchos grupos vulnerables, como es el colectivo LGTBI+. También, con este proyecto, se ha querido reforzar el hecho de que cuando “se montan” (se maquillan, ponen pelucas...) adoptan unas maneras de hablar, de comportarse o de expresarse, muchas veces, muy diferentes a las que usan fuera del *drag*. Así pues, este TFM profundiza en sus esencias viendo lo que se esconde detrás, más allá de todas ellas. Igualmente, acaba teniendo ligeros toques cómicos para ser una propuesta dinámica y original, aunque su objetivo principal es darle voz a personas que no han tenido oportunidad de ser escuchadas de verdad.

Para ello, se han realizado cuatro entrevistas conformadas por diez preguntas a cada una de las participantes en el pub LGTBI+ Oz, Esto no es Kansas. Sin embargo, lo interesante de esta producción es que la “dragona” (concepto informal que usan mucho para referirse a personas que hacen *drag*) comparta escenario con ella misma, físicamente hablando gracias a la edición de vídeo, e incluso que comparta sus opiniones y experiencias.

Actualmente, hay shows donde hemos visto a personas que se dedican a este movimiento (por ejemplo *Drag Race*, mundialmente conocido) o películas relacionadas con el tema (*Priscilla*, *Hedwig and the Angry Inch...*). No obstante, se tiene poca oportunidad de ver cómo ellas se sienten por dentro, hasta que punto son el personaje y hasta cual no.

Palabras clave: documental, *drag queen*, LGTB+, entrevista, experiencias, saber escuchar

# Abstract

*Más Allá del Drag* (Beyond Drag as for its translation to English) is a transmedia documentary that focuses specifically on the life of four drag queens from Castelló and aims to show viewers an undeniable reality that has often been labeled as obscene or associated with the world of prostitution. Unfortunately, absurd and irrational perceptions are still being promoted as of today not only affecting people who do drag, but also many vulnerable groups, such as the LGBTQ community. Also, through this project, we wanted to reinforce the fact that when they put on makeup and wigs, they result in adopting ways of speaking, behaving and expressing themselves often very different from those they use outside of drag. Thus, this Master's Thesis delves into their essence, seeing what is hidden behind, exploring beyond their drag. It ends up having comic moments, being a dynamic and original proposal, although its main purpose is giving voice to people who have not had the opportunity to be really heard.

To this end, four interviews were conducted with ten questions to each of the participants in the LGBTQ pub Oz, Esto no es Kansas. However, the interesting matter about this production is that the drag performer shares the stage with herself, physically speaking thanks to video editing, even sharing her opinions and experiences.

Currently, there are shows where we have seen people who are dedicated to this movement (for example the worldwide known *Drag Race*) or movies related to the subject (*Priscilla, Hedwig and the Angry Inch...*). However, they offer little opportunity to see how they feel inside, to what extent they are the character and to what extent they are not.

Keywords: documental, drag queen, LGBTQ+, interview, experiences, listen.

# Índice

<b>BLOQUE I</b>	<b>6</b>
1. Introducción	6
1.1. Justificación e interés del tema	6
1.2. Objetivos del Trabajo Final de Máster	7
1.3. Estructura del Trabajo Final del Máster	7
1.4. Marco teórico	8
1.4.1. Orígenes y evolución del drag	8
1.4.2 Aclaración terminológica	9
1.4.2.1 Drag queen	9
1.4.2.2 Hyperqueen/Bioqueen	9
1.4.2.3 Comunidad/Colectivo LGTBI+	10
1.4.2.4 Cisgénero	10
1.4.2.5 Transgénero	10
1.4.2.6 No binario	11
1.4.2.7 Uso del neutro genérico	11
1.5. Formato audiovisual escogido: el documental	12
1.5.1. El documental como formato	12
1.5.2.. Los documentales LGTBI+ que han marcado un antes y después en la historia	15
1.6 Y, ¿por qué se ha usado el formato transmedia?	18
<b>1. Introduction</b>	<b>20</b>
1.1. Justification and interest of the topic	20
1.2. Objectives of the Master's Final Project	21
1.3. Structure of the Master's Final Project	21
1.4. Theoretical framework	21
1.4.1 Drag's world: the beginnings to the present	21
1.4.2 Terminology clarification	23
1.4.2.1 Drag queen	23
1.4.2.2 Hyperqueen/Bioqueen.	23
1.4.2.3. LGTBI+ community/collective	24
1.4.2.4 Cisgender	24
1.4.2.5 Transgender	24
1.4.2.6. Non-binary	24
1.4.2.7. Use of the generic neuter	25
1.5. Audiovisual format chosen	25
1.5.1. The documentary as a format	25
1.5.2. LGTBI+ documentaries that have marked a before and after in history	29
1.6. And why has the transmedia format been used?	32
<b>BLOQUE II</b>	<b>34</b>
1. IDEA NARRATIVA	34
2. STORYLINE	34
3. SINOPSIS	34

4. GUIÓN LITERARIO	34
5. GUIÓN TÉCNICO	47
6. Desglose por secuencias	50
7. Desglose por necesidades	54
7.1 Desglose material grabación	54
7.2 Desglose atrezzo	54
7.3 Desglose vestuario	55
7.4 Desglose mobiliario	55
8. MEMORIA DE PRODUCCIÓN	56
9. INFORME DE LOCALIZACIÓN	59
10. PLAN DE RODAJE	60
<b>BLOQUE III</b>	<b>61</b>
1. Plan de explotación del producto	61
2. Objetivo y análisis del mercado al que va dirigido	62
3. Plan de comunicación y marketing	63
4. Las fuentes de sonido en Más Allá Del Drag	64
5. CARTELERÍA Y LOGOTIPO	65
6. DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN	67
8. Conclusiones	73
9. Referencias y fuentes de información	75
<b>BLOQUE IV</b>	<b>78</b>
1. Anexos	78
1.1 Casting	78
1.2 Currículum VITAE	81
1.3 Making of	82
1.4 Entrevistas radio	84
1.4.1 ENTREVISTA FITA	84
1.4.2 ENTREVISTA TINTO	85
1.4.3 ENTREVISTA EL CALITA	87
1.4.4 ENTREVISTA ALEX	88
1.4.5 ENTREVISTA PAU AOVENDITAS	89

# BLOQUE I

## 1. Introducción

El documental *Más Allá del Drag* es un producto audiovisual creado por Arnau Pastor en el ámbito de la Universidad Jaime I (Castellón de la Plana). Concretamente, se trata de una producción audiovisual realizada como proyecto de Trabajo Final de Máster y, especificando, se encuentra dentro de la modalidad C: realización de un producto comunicativo.

### 1.1. Justificación e interés del tema

Principalmente, la elección de este tema se debe a la concienciación respecto al colectivo LGTBI+, dada la cercanía, implicación y afectación de este. Por ello, no es una cuestión que se trate por primera vez en esta producción, sino que se ha querido visibilizar en proyectos previos tanto personales como académicos presentando una amplia gama de formatos: entrevistas a personas independientemente de su pertenencia al colectivo, experimentos sociales para demostrar que aún queda mucho por hacer y por lo que luchar, documentales que marcan una diferenciación de los personajes representados en series o películas (ficción) y la realidad de personas que lo viven en carne y hueso e incluso un programa de radio que sigue en activo. *UJI Pride*, acogido por VOX UJI Radio, ha entrevistado a personas muy diversas entre sí, como han sido *drag kings* u hombres trans embarazados. Igualmente, la ya mencionada implicación directa con miembros del colectivo por medio de grupos como UJI Pride, el colectivo LGTBI+ de la UJI, ha sido fundamental para el crecimiento y comprensión respecto a estas realidades, teniendo como resultado el intentar mostrarlas de la forma más natural y transparente posible, sin tapujos, sin juicios ni censuras y resaltando las partes emocionales o emotivas para así poder llegar a cautivar al público general. De esta manera, se aporta un granito de arena para combatir la poca o mala representación de las figuras LGTBI+ en el sector audiovisual.

Además, cabe destacar que todas las *drag queens* viven y actúan en Castelló, en concreto en el pub Oz, Esto no es Kansas (donde también se ha grabado el relato *Más Allá Del Drag*). Este pub es el único que se puede encontrar en la provincia que sea visiblemente LGTB+, convirtiéndolo en un lugar seguro para mucha gente que por su expresión de género se podría sentir algo incómoda en otras discotecas.

Aparte, al ser estas *drags* locales, por desgracia, no tienen tanta visibilidad como se merecen a nivel nacional o internacional. Por ello, es necesario dar voz a tantas personas de las cuales podemos aprender y crecer mediante pequeñas producciones como esta, para así poder visibilizarlas y enriquecernos tanto de sus valores como de sus formas de vida.

Otro punto a resaltar sería el objetivo pedagógico; conseguir dar a entender a la gente que el *drag* es un concepto artístico apto para todo el mundo, independientemente de su orientación sexual o su identidad de género.

Por último, se escogió la Modalidad C del TFM por un simple hecho: el estar estudiando esta carrera motiva a superarse además de ser una aventura que genera mucha adrenalina y una constante ilusión. Estimular la imaginación y la creatividad son base en un tipo de proyecto así a la vez que supone un reto al que muchas personas que han estudiado el Grado de Comunicación Audiovisual por pasión se quieren enfrentar.

## 1.2. Objetivos del Trabajo Final de Máster

1. **Dar a conocer al espectador** realidades, experiencias y perspectivas de ver el mundo diversas.
2. **Demostrar que el concepto *drag queen*** no es solo un hombre gay con peluca.
3. **Dar oportunidades de expresarse** en un medio audiovisual a artistas **locales**
4. **Conseguir transmitir, mediante la historia, emociones al espectador**, de alegría o incluso conmovedoras.

## 1.3. Estructura del Trabajo Final del Máster

La estructura del proyecto audiovisual se basa en su totalidad en puntos sacados de las instrucciones de los Trabajos de Final de Máster. Así pues, se va a proceder con más detalle a indagar en cada uno de ellos:

En primer lugar, se encuentra la introducción, donde se explica más detenidamente los puntos esenciales del trabajo y el porqué de haber realizado este tipo de formato, tanto audiovisualmente como más personalmente, además de los objetivos más importantes que lo envuelven y que en la conclusión se vuelven a destacar para ver si se han cumplido con creces o no.

En segundo lugar, se muestra la parte más práctica del proyecto, la cual consta de la sinopsis, el storyline, los guiones, los desgloses, las memorias y el plan de producción. Estas son la base de la producción audiovisual y las guías para realizar un buen trabajo, sobre todo a nivel de la preproducción.

Seguidamente, se ha realizado el plan de explotación de *Más Allá Del Drag*, el cual está formado por análisis del mercado y el plan de marketing y comunicación.

Finalmente, se mostrarán conclusiones, las que marcan un resumen de todo lo que se ha matizado previamente y el cumplimiento o no de los objetivos previamente propuestos, la bibliografía con sus referencias y citas y los anexos, marcados por puntos claves como la selección del casting y la presentación de las artistas *drags* de forma más directa, el currículum del creador y director del documental y fotos realizadas en el mismo momento del relato audiovisual que han servido como *making of*.

## 1.4. Marco teórico

### 1.4.1. Orígenes y evolución del drag

Hay diversas teorías respecto al origen del *drag* como forma de presentación escénica, pero como tal su nacimiento yace claramente en el teatro. Roger Baker (1994) reseña las dos facetas que esta forma de expresión tenía dado su origen performativo: la sagrada y la secular. No obstante, es la segunda la que nos es más familiar por cómo se ha desarrollado hasta la actualidad y por los espacios que el *drag* ocupa. La teoría más aceptada y verosímil habla de los comienzos del movimiento *drag* y de las *drag queens* en el teatro victoriano de Gran Bretaña, marcado por el uso de estereotipos para lograr una presentación cómica de los aspectos de la sociedad, un teatro burlesco. Es de hecho en este momento cuando se comienza a emplear el término *drag* para hablar de lo que también se conocía como *cross-dressing* o transformismo, que nombraba la práctica que se había estado llevando a cabo desde hacía siglos, pues las mujeres no podían participar en el teatro y eran los hombres los que interpretaban los roles femeninos usando el atuendo designado a estas (Baker & Burton, 1994 & Toquero, 2018). No obstante, las *drag queens* no eran bien recibidas tampoco en esa época ni en los siglos anteriores, pues igualmente criticaban las estructuras sociales de división de roles y los valores heterosexuales:

The drag queen is not deriding the ordinary lives of real women, or individual women as such, sut society in general. An, it must be remembered, men so not estace the acid probe. This is as true today as it was in the 1700s. (Baker & Burton, 1994)

Es importante detallar que el término *drag* ya tenía connotaciones marginales asociadas al colectivo LGTBI+, mientras que "*cross-dressing*" seguía asociado a la cultura heteronormativa (McCormack & Wignall, 2021: 4). Se termina de asociar completamente con la comunidad una vez se añade el segundo término: "*queen*", pues explicita que se va a crear una figura femenina completamente performativa que va a encarnar un hombre, por lo general, gay (McCormack & Wignall, 2021 & Toquero, 2018).

Entrar en detalles de lo que supuso esta figura para el teatro y su evolución a lo largo del tiempo no es lo que ocupa a este trabajo, por lo que es pertinente ahora hablar de lo que supone el *drag* en la actualidad. A finales del pasado siglo esta figura se encontraba presente en los locales marginales LGTBI+, al igual que también en los siglos anteriores se las encontraba en las Molly Houses o "casas de maricas". La función del *drag* en este contexto era la de unir a una comunidad que tenía que resistir diversas formas de violencia y opresión como la política o la policial. Este existe en un espectro completamente dependiente de su contexto

concreto, de la persona que lo lleva a cabo e incluso del barrio en el que tiene lugar, por lo que no es un concepto estático sino maleable y, por lo tanto, no podemos hablar solamente de *drag queens*, sino que el concepto se extiende a *drag kings*, *hyper queens*, y un largo etcétera (McCormack & Wignall, 2021).

Caitlin Greaf, por ejemplo, concluye que el *drag* es una forma de performatividad que demuestra que el género es un constructo social y, como señala Judith Butler (2007), performativo, pues las *drag queens* usan lo que de forma normativa se asocia a la mujer para actuar como tal. En última instancia, lo que el *drag* y todas las figuras que lo componen suponen es un juego con el esquema binario, e incluso no binario, del género.

## 1.4.2 Aclaración terminológica

### 1.4.2.1 Drag queen

El término *drag* ha existido a finales del siglo XIV, traducido como el verbo arrastrar además de ser el acrónimo de “ser vestida como mujer” en personas con rasgos andróginos. Es evidente que a las personas, comunmente hombres cis gay, que se “dragueaban” en esa época no se les llamaban así, sino de una manera coloquial: transformistas. A partir del XIX se empieza a usar como *performer* de prendas o como construcción de persona de género opuesto. Aún así “hay algo muy importante que debe mencionarse: en esta época no solo había hombres practicantes del arte, también había mujeres” (Luís García, 2019).

Son algo más que travestis, buscan una personificación propia, de acuerdo con un contexto histórico y social que se remonta a finales del siglo XIX en Europa y que, en la actualidad, se fusiona con los modelos sociales modernos que vivimos [...] Las Drag Queens ahora son una forma de expresión identitaria para las nuevas generaciones y crean una nueva cultura de masas que se ha extendido a lo largo de los últimos años, incluso obteniendo un reality show en Estados Unidos. (Mariana Montserrat Toquero, 2018)

### 1.4.2.2 Hyperqueen/Bioqueen

Así pues, ya hemos visto que las mujeres también se travestian. Esta práctica siempre ha estado abierta a performers de “todas las identidades de género y trascendiendo cuestiones como la orientación sexual, la clase social o la raza”. (Kucharski, 2018) Por este motivo hay que remarcar que en el arte de draguearse no hay reglas establecidas en lo referente al género y las mujeres también han tenido un espacio en este, aunque sí es verdad que más invisibilizado si entramos en comparaciones. Es una realidad marcada por diferentes interpretaciones y

constantes nuevos significados, tanto para los propios artistas como para la audiencia.

Kobra D, la *hyper queen* más famosa de México declaró en una entrevista:

Me llamaron mucho la atención los colores, los portes de las prendas, la grandeza de las personas, la seguridad y su fortaleza, estas son actitudes de las cuales yo estaba en búsqueda. Fue ahí donde descubrí que las emociones no tienen género. (Gaona, 2022)

Así pues, ¿cuál es la diferencia entre *bioqueen* y *hyper queen*? Mientras que *bioqueen* es mujer “biológica”, el concepto *hyper queen* abraza todo tipo de identidades, ya sea trans, cis o no binaria.

#### 1.4.2.3 Comunidad/Colectivo LGTBI+

Las siglas que lo forman son la L de lesbiana, persona que siente atracción sexual hacia las personas de su mismo género; G de gay, hombre que siente atracción hacia personas de su mismo género; T de trans, persona que no se siente identificada con el género que se le fue impuesto al nacer; B de bisexual, persona que siente atracción sexual tanto por hombres como por mujeres como por personas no binarias e I de intersexual. Hay que recalcar que existen más letras, como la Q de *queer*, ya que el colectivo es muy amplio y abarca muchas identidades, expresiones y orientaciones diversas entre sí, aunque este término está más establecido en el mundo angloparlante que en el hispanoparlante.

#### 1.4.2.4 Cisgénero

Cis es lo contrario a trans, es decir, las personas que se identifican como cisgénero son aquellas a las que al nacer se les impuso un género y al crecer se han seguido identificando con este. Hay que remarcar, entonces, que esto se trata del ser y actuar dentro de la sociedad y no del amar o de la atracción sexual, ya que se puede ser una mujer cisgénero y, a la vez, ser bisexual. Por tanto, es necesario separar la identidad de género de la orientación sexual.

#### 1.4.2.5 Transgénero

Como se ha aclarado arriba, el término trans se refiere a una persona a la que se le asignó un género según sus genitales al nacer y, al crecer, ha manifestado que no se siente identificado con este. Hay que remarcar, entonces, que esto se trata del ser y actuar dentro de la sociedad y no del amar o de la atracción sexual, ya que se puede ser un hombre trans y, a la vez, ser homosexual.

#### 1.4.2.6 No binario

Antes de responder qué es el no binarismo, vamos a adentrarnos en lo que es el binarismo: "el modelo binario o binarismo de género es la categorización clásica de los individuos como masculino y femenino" (David Rubio, 2022). Sin embargo, existen diversas variantes de identidades totalmente igual de válidas que las binarias ya mencionadas, como puede ser *genderfluid*, personas que fluyen entre uno, dos o muchos más géneros a la vez, o *ágenero*, quiénes no se identifican o no se asocian con ningún género.

#### 1.4.2.7 Uso del neutro genérico

Mientras que la Real Academia Española (RAE) no tiene en cuenta en su política el uso de los pronombres neutros, tanto los activistas como los colectivos siguen luchando por la visibilidad social usando la "e" para dirigirse a las personas no binarias y apostando por la diversidad sexual. Así pues, es importante saber de su existencia y las diversas realidades que muchas de las personas del colectivo siguen viviendo en, por ejemplo, los problemas legales que comporta el cambio de género en el DNI o los problemas sociales en su entorno más cercano.

## 1.5. Formato audiovisual escogido: el documental

El formato fue un tema bastante difícil de escoger ya que, en primera instancia, se quiso apostar por un formato más documental estándar. Desde el comienzo de la carrera, se ha querido mostrar esa realidad, muchas veces maquillada o censurada de un colectivo muy interesante y, es evidente que, el mejor formato es sin duda el documental, por ser el menos “ficticio” y más transparente posible. Esa opción se centraba en ir a las casas de las personas drags y ver su día a día, siendo una forma más informal y personalizada de entrar en la vida de ellas. Aún así, al ver que ya había mucha variedad de proyectos similares y al visualizar el proyecto de *Mi Personaje Y Yo* de Netflix en Youtube, la visualización del relato audiovisual fue inmediata y, por ello, se puso en práctica esa nueva forma más dinámica y original de realizarlo.

Este mecanismo audiovisual se ha centrado en que tanto la *drag queen* como la persona que la ha creado estén en el mismo espacio-tiempo y en el mismo entorno, compartiendo sus experiencias, con diálogos que pueden ser cómicos y surrealistas. Así pues, se situaba a las personas mirando a la derecha, reaccionando de manera improvisada. Después en edición se rescataban las que más coherencia tuviesen acorde a lo que pasará en la acción o se respondiera a las preguntas.

Es evidente que este formato es diferente y muy practicado en plataformas como *Tik Tok* o *YouTube*, pues consigue ser llamativo y muy visual, algo que engancha completamente al espectador desde el primer momento. Además, es fresco y logra tener pinceladas de toques cómicos o emocionales, siendo así muy atractivo a los ojos del espectador.

### 1.5.1. El documental como formato

Para entender la evolución del documental desde un género considerado como el más apto para representar fielmente la realidad hasta un modo cinematográfico híbrido que traspasa las fronteras de la ficción y del cine experimental y que es entendido como “una negociación con la realidad” (Bruzzi; 2000), hay que conocer primero cómo se ha definido y categorizado este a lo largo de su historia.

Entendemos al documental como una forma de observación del mundo en su totalidad: ya sea de sus dificultades, de sus fenómenos o de sus creencias de él. Así también lo afirma Bill Nichols (1997):

Los documentales nos muestran situaciones y sucesos que son una parte reconocible de una esfera de experiencia compartida: el mundo histórico tal y como lo conocemos, tal y como nos lo encontramos o como creemos que otros se lo encuentran.

Las primeras películas rodadas, que eran metrajes que duraban un minuto cada uno, se centraron en un constante representar la realidad, como podemos ver en *La salida de los trabajadores de la fábrica* (1895). Así pues, no existe un guion preestablecido y los Lumiere ponían la cámara como si de un ojo humano se tratase. Pero esta estructura lineal cambia a principios del siglo XX, ya que empieza la dicotomía entre lo que es ficción y lo que no.

¿Y qué ocurre en la actualidad respecto a la representación de los documentales? Tanto los formatos como los géneros de los documentales han ido avanzando, de ser considerados solamente lineales, gracias a la proliferación de la tecnología digital, a nuevas variedades, como son el documental interactivo o el documental transmedia. Nos encontramos en una reinención de la forma documental. Arnau Gifreu - Castells (2019:128) afirma que:

La revolución digital en los 90 permiten un desarrollo de la evolución del documental interactivo: perspectivas y retos para su consolidación óptima para la narrativa interactiva. Esta permite modificar el discurso narrativo y la participación de la audiencia, a diferencia del modelo anterior.

Así pues, en el documental interactivo no hablamos de un solo discurso, sino de la posibilidad de vivir diferentes historias posibles y, como espectador, poder elegir tu propia aventura mediante varias opciones que propone el autor. Está claro que el usuario es el protagonista. Un ejemplo reciente es la película de *Black Mirror: Bandersnatch* (2018), primer documental interactivo de Netflix con un hilo continuo y que tuvo mucho éxito en la plataforma *streaming*.

Para que un formato se consolide necesita de un cierto tiempo para la asimilación tanto digital como de los propios profesionales relacionados con el entorno audiovisual. Mediante este ímpetu y ganas de reinventarse a principios del siglo XXI el documental interactivo experimentó el comienzo de su consolidación. Pero no fue hasta el 2009 cuando se asentó totalmente, ya que se celebraron eventos y congresos con comunidades de teóricos relacionados con el formato audiovisual. (Gifreu - Castells, 2019)

El nacimiento del concepto documental transmedia o *webdoc* marcó un antes y un después en todos los sentidos. Es verdad que este formato audiovisual empieza a resonar, en principio, en el campo de la televisión y del periodismo y aunque empezó por estas vías comunicativas se ha desarrollado de una manera muy eficaz. Según Roberto Arnau Roselló (2010: 19):

La libertad que otorga un espacio, o un medio por explorar es tan intensa que las ideas valen por sí mismas, sin necesidad de escuelas o experiencia (a pesar de que este trabajo destila experiencia acumulada en los campos respectivos del periodismo y la fotografía

cuya presencia se advierte en el resultado final) y lo que es más importante, el trabajo de un equipo de personas cuyas ideas determinan la orientación y aspecto final del proyecto.

Así pues, podemos catalogarlo como un espacio híbrido que surge de la confluencia del formato documental con el de los videojuegos o la red virtual. Así lo destaca Roselló (2010: 2): “Si actualmente hay un producto en el que convergen la mayoría de las cuestiones esenciales de la representación audiovisual digital, éste es, sin duda, el webdocumental”.

También es considerado ya por muchos profesionales como el formato predominante y es una realidad innegable, la cual está cada vez más presente en los relatos audiovisuales de no ficción. Esta innovadora forma de contar historias es muy atractiva para el espectador, quien navega por la narración de forma activa y atenta, creciendo su interés por seguir descubriendo más allá del mundo en el que se encuentre. Lo podemos comparar como una dinámica como el juego, el espectador se convierte en un personaje quién desea completarlo con exactitud.

Por otra parte, permite la participación mucho más activa del usuario creando así el concepto de *prosumer*, ya que ahora es más fiel por la forma de consumo de los productos audiovisuales, ya que se centra en un formato mucho más individualista. Por ello, este formato es un nexo de contenidos a plataformas o medios y siempre lleva a buscar una complicidad entre los usuarios a partir de blogs, foros o las propias redes sociales como Twitter o Instagram.

*Prison Valley* (2009) ha supuesto una de las primeras veces que vemos un documental transmedia. Se trata de un viaje hipertextual en el que el usuario tiene la autonomía para explorar la aventura. Por esto, hay una serie de elementos que gamifican la experiencia. *Solos* (2011) también es un buen ejemplo de los inicios del género transmedia pero en España. El usuario observa la vida de una madre y un hijo que son separados por el tráfico de drogas de ella. Así pues, según las preferencias del espectador puede seguir la historia o de la madre o del hijo, indistintamente.

Por tanto, una de las cuestiones primordiales al hablar de este formato tan singular es la objetividad en él. ¿Realmente rodar documentales es algo realista? Hay que tener en cuenta tres factores básicos que influyen directamente en ello, como son la visión subjetiva o intereses propios de la persona de grabar una cosa u otra, la presencia de una tercera persona y los diferentes posicionamientos de los espectadores a la hora de ver esto, viéndose la subjetividad entreabierta.

Imanol Zumalde Arregi y Santos Zunzunegui Díez (2014:90) aclaran su visión de esto, reforzando el término del *efecto verdad*:

El documental no lo es porque su contenido (argumento o asunto) sea un reflejo de hechos acontecidos en la realidad, sino porque el texto se remite a ellos como si realmente hubieran ocurrido o estuvieran acaeciendo. Esto se dirime entre las cuatro paredes del texto y poco tiene que ver con el referente o con la realidad.

#### 1.5.2.. Los documentales LGTBI+ que han marcado un antes y después en la historia

Como se ha relatado antes, el formato de documental ha ido cambiando y experimentando a lo largo del tiempo. Los subgéneros en los que se divide o características que los forman y diferencian entre ellos van marcados por los asuntos o los contenidos que tratan. Se puede hablar de temáticas como la histórica, la jurídica o las relacionadas con las problemáticas sociales, entre otras.

Hay que remarcar que la visibilidad de relatos audiovisuales LGTBI+ ha supuesto un antes y un después en la forma de poder sentirse representado para la gente que forma parte de este y de contemplar las vivencias, la lucha y las dificultades de la gente que no pertenece a este. Es un vehículo para hacer visible lo invisible de millones de personas que tienen una identidad de género, una orientación sexual o una expresión de género no normativa.

Seguidamente, deteniéndose más en el documental *Más Allá Del Drag*, se podría catalogar este dentro del formato de la última categoría mencionada, enmarcándolo en el contexto del movimiento. Y es que muchos documentales pasados han servido de inspiración para poder plasmarlo de la mejor manera, como estos:

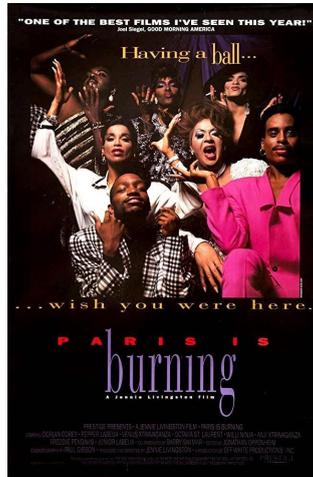
En primer lugar, *The Queen* (1968).



Portada de *The Queen* (1968)

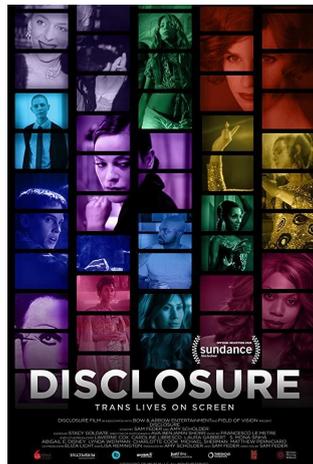
Una representación del movimiento homosexual y de la existencia de concursos para gente transformista, ya que nos adentramos en Nueva York en la competición del concurso regional por ver quien es la transformista más bella de toda USA. “Entre ensayos y presentaciones, los concursantes discuten temas del momento,

como tablas de reclutamiento, identidad sexual y operaciones de cambio de sexo, y que es ser una drag queen.” (Libros Envenenados, 2018)



Portada de *Paris is Burning* (1990)

*Paris is Burning* (1990) es sin duda un documental de referencia, aunque muy poco conocido dentro de la comunidad LGTBI+ y fuera de ella. Narra así la vida de un grupo de *drags*, formado sobre todo por homosexuales afroamericanos y latinos en los 80. Estos colectivos luchaban por sus sueños, como ser famosos y salir en la televisión, aun viviendo en la pobreza máxima.

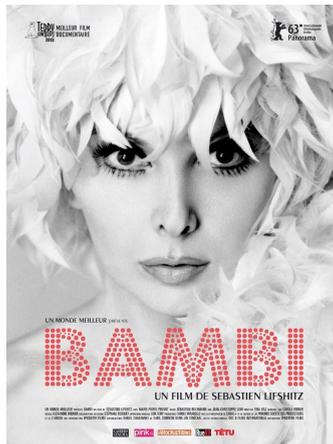


Portada de *Disclosure: ser trans más allá de la pantalla* (2020)

*Disclosure: ser trans más allá de la pantalla* (2020). Este documental marcó un antes y un después en la plataforma streaming Netflix. En él, actores y actrices trans hablan de sus diversas experiencias en la industria audiovisual a lo largo de más de cien años tanto en la televisión como en el cine. Es por ello que se analiza de una

manera profunda estos roles y se marcan las dificultades que ha tenido que pasar este colectivo para poder ser representados de forma correcta.

Seguidamente, *Bambi* (2013) fue rodada en Francia. La protagonista de este documental es una mujer trans pero sus comienzos la relacionan directamente como transformista en cabarets parisinos. Este se centra en la vida de ella, tanto en sus problemas como en sus avances y fortalezas como mujer drag cisgénero.



Portada de *Bambi* (2013)

*Eso no se pregunta* (2022) es un documental reciente que nació con el objetivo de que personas que forman parte de colectivos marginados contesten a preguntas ante la cámara con actitud desenfadada para así poder combatir la discriminación y prejuicios que el resto de gente pueda crear de ellos.



Fotograma de *Eso no se pregunta* (2022)

## 1.6 Y, ¿por qué se ha usado el formato transmedia?

La narrativa transmedia no es más que una “nueva vanguardia comunicativa” que consiste en transmitir información de un mismo contenido a través de múltiples plataformas. El objetivo es aumentar el valor de este contenido, creando un amplio universo narrativo a la vez que estás generando otras fuentes de ingresos. Este tipo de estrategia multiplataforma está presente en publicidad, ficción, periodismo, educación, política...” (Brusau Films, 2018). Así pues, el transmedia se basa en expandir una historia, sumarle piezas diversas, pero a la vez con una misma esencia crear un puzle comunicativo para que todo tenga relación con el eje principal.

Estas estrategias se basan en contar historias pero para ello amplificando sus contenidos audiovisuales, como si de una manera “extra” se tratase (siendo ramificaciones independientes unas de otras pero con el mismo flujo) y darle así más importancia al interior de la historia que al exterior. Tanto los programas como las series son un claro ejemplo de que estas técnicas innovadoras se están usando como herramientas potenciadoras en el ecosistema mediático. Por ejemplo, Felipe Jiménez, responsable de la serie transmedia *Skam Español*, afirma en entrevista que: "Cuando una serie es semanal, siete días es mucho tiempo entre un capítulo y otro, y el espectador se aburre. Con la narrativa transmedia, la gente permanece conectada a la serie y genera una conversación constante" (María Muñoz, 2020). Es por eso que ha habido un gran crecimiento en las campañas diseñadas para series que han tenido mucha repercusión transmediática y, por ende, mucho éxito en la pantalla como son las grandes producciones transmedia, encontrado *El ministerio del tiempo* como pionera en España.

Hay que destacar que el espectador ya no es simplemente un receptor pasivo de contenido; tiene voz, y puede opinar sobre este, siendo indirectamente partícipe de ello, es decir, ahora hablamos de un usuario *prosumidor* (Scolari, 2008). Claro, no hay que olvidar entonces que este *engagement* lleva implícito otro concepto, el *crowdsourcing*; los usuarios participan como propios empleados en el proceso estratégico y su desarrollo. “Dejó de existir una sola forma de narrar historias para pasar a trabajar una estrategia que haga que el usuario viva una experiencia donde tenga su rol para poder integrarse en ella.” (The Core, 2021) Por ejemplo, *Black Mirror Bandersnatch* (2018), película interactiva donde el espectador se sumerge de lleno en la piel del personaje principal siendo él mismo quién decide lo que ocurre a lo largo de la historia audiovisual.

Ya explicado el concepto de transmedia, se procede a detallar por qué se escogió este formato. En principio, este iba a ser solamente el documental, pero, a raíz de realizar el Máster se quiso aplicar los conocimientos y se creó una página web mediante la página Wix como eje conductor del documental al *target*. Esta página es el nexo de unión de todo el proyecto y, así, de forma interactiva surgen sus

ramificaciones, que tratan de secciones basadas en el tema principal, las cuales son un podcast con cinco programas diferentes que hablan de las situaciones que tienen que vivir las *drags* en su día a día, un blog, el cual se centra en hablar temas como qué son las casas *drag* o la historia que esconde el mundo *drag* y ya, el documental, el cual también está dentro de esta. Además, une las redes sociales Instagram, Twitter y YouTube para encajar todas las partes como si de un puzzle se tratase. Se ha usado esta manera de crear el contenido y de mostrarlo al público para poder conseguir unirlo y para que tenga una coherencia correcta y más dinámica.

# 1. Introduction

The documentary *Más Allá del Drag* is an audiovisual product created by Arnau Pastor at the Jaime I University (Castellón de la Plana). Specifically, it is an audiovisual production made as a Master's Thesis and, specifying, it is within the modality C: realization of a communicative product.

## 1.1. Justification and interest of the topic

Mainly, the reason for choosing this topic is because Arnau is a person who is very aware of the LGTB+ collective, since it is an issue that affects him directly. Therefore, whenever is always possible, he has wanted to make it visible in many of his audiovisual projects, making in his own and academic way, whatever the audiovisual format: interviews to people who are part of the collective or not, social experiments to show that there is still much to do and the reason why people have to fight for, documentaries that make a difference of the characters portrayed in series or films (fiction) and the reality of people who live it in real life and even a radio program that is currently active in VOX UJI Radio, called UJI Pride, in which interviews are made to people very different from each other, such as drag kings or pregnant trans men. In addition, being part of the UJI Pride group, the LGTB+ collective of the UJI, has made him grow and understand much better the misrepresentation of LGTB+ in the audiovisual sector. For this reason, he would like to be able to show these visions or ways of living in the most natural and transparent way possible, without any cover-ups, without judgments and highlighting the emotional parts in order to captivate people.

In addition, all the drag queens live and perform in Castelló, specifically in the Oz pub, *Esto no es Kansas* (where the story *Más Allá Del Drag* has also been performed). This joint is the only one that can be found in the province that is visibly LGTB+, making it a safe place for many people who, because of their gender expression, might feel uncomfortable in other clubs.

Besides, all drags that have participated in *Más Allá Del Drag* are local, and unfortunately, they don't have as much visibility as they deserve at a national or international level. Therefore, it is necessary to give a voice to whom we can learn and grow, and people may understand their values and their ways of life.

Another point to highlight would be the pedagogical objective, to make people understand that drag is an artistic concept suitable for everyone, regardless of their sexual orientation or gender identity.

Finally, Mode C of the TFM was chosen for a simple reason: studying this career motivates you to improve yourself as well as being an adventure professional who generates a lot of adrenaline and a constant illusion. Stimulating imagination and creativity are the basis of this type of project. Therefore, this modality is perfect, as a person who has completed the Audiovisual Communication Degree, being a total challenge that Arnau wants to face alone.

## 1.2. Objectives of the Master's Final Project

1. To show the viewer different realities, experiences and perspectives of seeing the world.
2. To demonstrate that the drag queen concept is not just a gay man with a wig.
3. To give local artists the opportunity to express themselves in an audiovisual medium.
4. To convey, through the story, emotions to the viewer, could be laughter, joy or even emotion.

## 1.3. Structure of the Master's Final Project

The structure of the audiovisual project is based entirely on points taken from the instructions of the Master's Final Project. Therefore, we will proceed in more detail to investigate each one of them:

First, there is the introduction, where the essential points of the work and the reason for having done this type of format, both audiovisually and more personally, are explained in more detail, in addition to the most important objectives that involve it and that in the conclusion are highlighted again to see if they have been more than fulfilled or not.

Secondly, the most practical part of the project is shown, which consists of the synopsis, the storyline, the scripts, the breakdowns, the memories and the production plan. These are the basis of audiovisual production and the guidelines to do a good job, especially at the pre-production level.

Next, the exploitation plan of *Más Allá Del Drag* has been made, which is formed by the market analysis and the marketing and communication plan.

Finally, conclusions will be shown, which mark a summary of everything that has been previously nuanced and the fulfillment or not of the previously proposed objectives, the bibliography with its references and quotes and the annexes, marked by key points such as the selection of the casting and the presentation of the drag artists in a more direct way, the curriculum of the creator and director of the documentary and photos taken at the same time of the audiovisual story that have served as a making of.

## 1.4. Theoretical framework

### 1.4.1 Drag's world: the beginnings to the present

There are various theories regarding the origin of drag as a form of scenic presentation, but as such its birth clearly lies in the theater. Roger Baker (1994) outlines the two facets that this form of expression had given its performative origin: the sacred and the secular. However, it is the latter that is more familiar to us because of how it has developed up to the present day and because of the spaces

that drag occupies. The most accepted and plausible theory speaks of the beginnings of the drag movement and drag queens in the Victorian theater of Great Britain, marked by the use of stereotypes to achieve a comic presentation of aspects of society, a burlesque theater. It is in fact at this time when the term drag begins to be used to talk about what was also known as cross-dressing or transformism, which named the practice that had been going on for centuries, since women could not participate in the theater and it was the men who played the female roles using the attire designated to these (Baker, 1994 & Toquero, 2018).

However, drag queens were not well received either at that time or in previous centuries, as they equally criticized the social structures of role division and heterosexual values:

The drag queen is not deriding the ordinary lives of real women, or individual women as such, but society in general. An, it must be remembered, men so do not stage the acid probe. This is as true today as it was in the 1700s. (Baker, 1994)

It is important to note that the term drag already had marginal connotations associated with the LGTBI+ collective, while "cross-dressing" was still associated with heteronormative culture (McCormack & Wignall, 2022: 4). It ends up being completely associated with the community once the second term is added: "queen", as it makes explicit that a completely performative female figure is going to be created that will embody a man, usually gay (McCormack & Wignall, 2022 & Toquero, 2018).

Going into details of what this figure meant for the theater and its evolution over time is not what occupies this work, so it is pertinent now to talk about what drag means today. At the end of the last century this figure was present in the LGTBI+ marginal locals, just as in previous centuries they were also found in the Molly Houses or "queer houses". The function of drag in this context was to unite a community that had to resist various forms of violence and oppression such as political or police violence. This exists on a spectrum completely dependent on its specific context, the person who performs it and even the neighborhood in which it takes place, so it is not a static but a malleable concept and, therefore, we cannot speak only of drag queens, but the concept extends to drag kings, hyper queens, and a long etcetera (McCormack & Wignall, 2022).

Caitlin Greaf, for example, concludes that drag is a form of performativity that demonstrates that gender is a social construct and, as Judith Butler (2015) points out, performative, as drag queens use what is normatively associated with women to perform as women. Ultimately, what drag and all the figures that comprise it entail is a play with the binary, and even non-binary, schema of gender.

## 1.4.2 Terminology clarification

### 1.4.2.1 Drag queen

The term drag has been in existence since the late 14th century, translated as the verb to drag as well as being the acronym for "to be dressed as a woman" in people with androgynous features. It is evident that the people, commonly cis gay men, who were "dragging" at that time "drag" at that time were not so called, but in a colloquial way: transformers. From the 19th century onwards, it began to be used as a garment performer or as a construction of a person of the opposite gender as a construction of a person of the opposite gender. Even so, "there is something very important to mention: at this time there were not only male practitioners of art, there were also women practitioners of art, there were also women" (Luís Garcia, 2019).

They are more than transvestites, they seek a personification of their own, in accordance with a historical and social context that dates back to the end of the 19th century in Europe and that, nowadays Europe and that, at present, merges with the modern social models we live in [...] Drag Queens are now a form of identity expression of identity for the new generations and create a new mass culture that has spread over the last few years, even gaining a reality show in the United States getting a reality show in the United States (Mariana Montserrat Toquero, 2018)

### 1.4.2.2 Hyperqueen/Bioqueen.

Thus, we have already seen that women also transvestite. This practice has always been open to performers of "all gender identities and transcending issues such as sexual orientation transcending issues such as sexual orientation, social class, or race." (Kucharski, 2018) For this reason it must be remarked that in the art of drag there are no established rules regarding gender, and women have also had a space in this, although it is true that it is more invisible if we enter into comparisons. It is a reality marked by different interpretations and constant new meanings, both for the artists themselves and for the audience.

Kobra D, Mexico's most famous hyper queen stated in an interview:

I was very attracted by the colors, the size of the garments, the greatness of the people, the security and their strength, these are attitudes that I was looking for. I was looking for. It was there that I discovered that emotions have no gender. (2022)

So what is the difference between bioqueen and hyper queen? While bioqueen is "biological" woman, the hyper queen concept embraces all kinds of identities, whether trans identities, whether trans, cis or non-binary.

#### 1.4.2.3. LGTBI+ community/collective

The acronyms that form it are L for lesbian, a person who feels sexual attraction to people of the same gender; G for gay, a man who is attracted to people of the same gender; T for trans, a person who does not feel identified with the gender he/she gender that was imposed on him/her at birth; B for bisexual, a person who is sexually attracted to both men and women as well as to non-binary people; and binary people and I for intersex. It should be noted that there are more letters, such as Q for queer, since the collective is very broad and encompasses many identities, expressions and orientations although this term is more established in the English-speaking world than in the Spanish-speaking world.

#### 1.4.2.4 Cisgender

Cis is the opposite of trans, i.e., people who identify as cisgender are those who, at birth have continued to identify with it as they have grown up. It should be noted, then, that this is about being and acting in society, not about love or sexual attraction, since it is possible to be a cisgender woman and, at the same time, be bisexual. Therefore, it is necessary to separate gender identity from sexual orientation.

#### 1.4.2.5 Transgender

As clarified above, the term trans refers to a person who has been assigned a gender according to his or her genitalia at birth and, as he or she has grown up, has expressed that he or she does not identify with it. It should be noted, then, that this is about being and acting within society and not about love or sexual attraction, since it is possible to be a trans man and, at the same time, be homosexual.

#### 1.4.2.6. Non-binary

Before answering what non-binarism is, let's go into what is it: "the binary model or gender binarism is the classic categorization of individuals as male and female" (David Rubio, 2022). However, there are several variants of identities that are just as valid as the aforementioned binary identities, such as genderfluid, people who flow between one, two or many more genders at the same time, or agender, who do not identify or do not associate with any gender.

#### 1.4.2.7. Use of the generic neuter

While the Royal Spanish Academy (RAE) does not take into account in its policy the use of the neuter, activists and collectives alike continue to fight for social visibility by using "e" to address non-binary people, and by supporting diversity and betting on sexual diversity. It is therefore important to be aware of their existence and the diverse realities that many of the people of the collective continue to live in, for example, the legal problems involved in changing one's gender on the ID card or the social problems in their closest environment.

### 1.5. Audiovisual format chosen

The format was a rather difficult issue to choose since, in the first instance, we wanted to go for a more standard documentary format. Since the beginning of the career, Arnau has wanted to show the reality, often made up or censored, of a very interesting group, and it is clear that the best format is undoubtedly the documentary, as it is the least "fictitious" and most transparent possible. That option was focused on going to the homes of the drags and seeing their daily life, being a more informal and personalized way to enter into their lives. Even so, seeing that there was already a great variety of similar projects and visualizing the Netflix project *Mi Personaje Y Yo* on Youtube, the visualization of the audiovisual story was immediate and, therefore, this new, more dynamic and original way of doing it was put into practice.

This audiovisual mechanism has focused on both: the drag queen and her persona being in the same space and same time sharing their experiences in the same environment and dialogues that can be comical and surreal. Thus, people were placed looking to the right, reacting in an improvised way and in the editing process the most coherent ones were rescued according to what will happen in the action.

It is clear that this format is different and very practiced on platforms such as *Tik Tok* or *Youtube*, and manages to be striking and very visual, something that completely engages the viewer from the first moment. In addition, it is fresh and manages to have touches of both comic and emotional touches, thus being very attractive to the eyes of the viewer.

#### 1.5.1. The documentary as a format

In order to understand the evolution of the documentary from a genre considered the most apt to faithfully represent reality to a hybrid cinematographic mode that crosses the frontiers of fiction and experimental cinema and is understood as "a negotiation with reality" (Bruzzi; 2000), we must first know how it has been defined and categorized throughout its history.

We understand documentary as a form of observation of the world in its totality: whether of its difficulties, its phenomena or its beliefs about it. This is also stated by Bill Nichols (1997):

Documentaries show us situations and events that are a recognizable part of a shared sphere of experience: the historical world as we know it, as we encounter it, or as we believe others encounter it.

The first films shot, which were footage that lasted one minute each, focused on a constant depiction of reality, as we can see in *La workers leaving the factory* (1895). Thus, there is no pre-established script, and the Lumiere put the camera as if it were a human eye. But this linear structure changes at the beginning of the 20th century, as the dichotomy between fiction and non-fiction begins.

And what is happening today with regard to the representation of documentaries? Both the formats and genres of documentaries have been advancing, from being considered only linear, thanks to the proliferation of digital technology, to new varieties, such as the interactive documentary or the transmedia documentary. We find ourselves in a reinvention of the documentary form. Arnau Gifreu - Castells (2019) states that:

The digital revolution in the 90s allow a development of the evolution of the interactive documentary: perspectives and challenges for its optimal consolidation for interactive narrative. This allows the modification of the narrative discourse and audience participation, unlike the previous model. (p. 128).

Thus, in the interactive documentary we are not talking about a single discourse, but about the possibility of living different possible stories and, as a viewer, being able to choose your own adventure through various options proposed by the author. It is clear that the user is the protagonist. A recent example is the film of *Black Mirror: Bandersnatch* (2018), Netflix's first interactive documentary with a continuous thread and which was very successful on the streaming platform.

For a format to consolidate, it needs a certain amount of time for assimilation both digitally and by the professionals themselves related to the audiovisual environment. With this impetus and desire to reinvent itself at the beginning of the 21st century, the interactive documentary experienced the beginning of its consolidation. But it was not until 2009 when it was fully settled, as events and congresses were held with communities of theoreticians related to the audiovisual format (Gifreu - Castells, 2019).

The birth of the transmedia documentary or webdoc concept marked a before and after in every sense. It is true that this audiovisual format begins to resonate, at first,

in the field of television and journalism and although it started by these communicative ways it has developed in a very effective way. According to Roberto Arnau Roselló (2010):

The freedom granted by a space, or a medium to explore is so intense that the ideas are worth by themselves, without the need for schools or experience (although this work distills accumulated experience in the respective fields of journalism and photography whose presence is noticeable in the final result) and what is more important, the work of a team of people whose ideas determine the orientation and final aspect of the project. (p. 19).

Thus, we can classify it as a hybrid space that arises from the confluence of the documentary format with that of video games or the virtual network. As Roselló (2010: 2) points out: "If there is currently a product in which most of the essential issues of digital audiovisual representation converge, this is undoubtedly the webdocumentary".

It is also already considered by many professionals as the predominant format and it is an undeniable reality, which is increasingly present in non-fiction audiovisual stories. This innovative form of storytelling is very attractive to the viewer, who navigates through the narrative in an active and attentive way, growing their interest to continue discovering beyond the world in which they find themselves. We can compare it as a dynamic like a game, the viewer becomes a character who wants to complete it accurately.

On the other hand, it allows a much more active participation of the user, thus creating the concept of prosumer, as it is now more faithful to the way of consumption of audiovisual products, since it focuses on a much more individualistic format. Therefore, this format is a nexus of content to platforms or media and always leads to seek complicity between users from blogs, forums or social networks such as Twitter or Instagram.

*Prison Valley* (2009) was one of the first times we saw a transmedia documentary. It is a hypertextual journey in which the user has the autonomy to explore the adventure. For this reason, there are a series of elements that gamify the experience. Solos (2011) is also a good example of the beginnings of the transmedia genre but in Spain. The user observes the life of a mother and son who are separated by her drug trafficking. Thus, depending on the viewer's preferences, he/she can follow the story of either the mother or the son, indistinctly.

Therefore, one of the main issues when talking about this unique format is objectivity. Is documentary filming really realistic? There are three basic factors that have a direct influence on it, such as the subjective vision or interests of the person

to record one thing or another, the presence of a third person and the different positions of the viewers when it comes to see this, seeing the subjectivity ajar.

Imanol Zumalde Arregi and Santos Zunzunegui Díez (2014) clarify their vision of this, reinforcing the term truth effect:

The documentary is not so because its content (plot or subject) is a reflection of events that happened in reality, but because the text refers to them as if they had really happened or were happening. This is settled within the four walls of the text and has little to do with the referent or with reality. (p. 90).

### 1.5.2. LGBTBI+ documentaries that have marked a before and after in history

As mentioned above, the documentary format has been changing and experimenting over time. The subgenres into which it is divided or characteristics that form and differentiate them are marked by the issues or content they deal with. We can talk about topics such as historical, legal or those related to social problems, among others.

It should be noted that the visibility of LGBTBI+ audiovisual stories has meant a before and after in the way of feeling represented for people who are part of this group and of contemplating the experiences, the struggle and the difficulties of people who do not belong to this group. It is a vehicle to make visible the invisible of millions of people who have a non-normative gender identity, sexual orientation or gender expression.

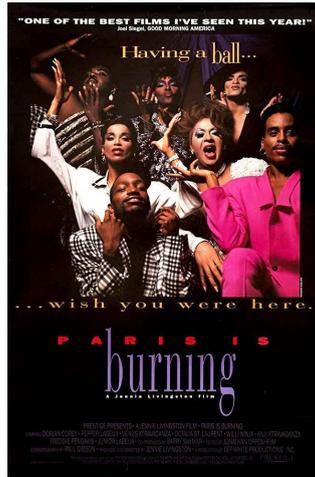
Next, looking more closely at the documentary *Beyond Drag*, it could be categorized within the format of the last category mentioned, framing it in the context of the movement. And the fact is that many past documentaries have served as inspiration to be able to capture it in the best way, such as these:

First, *The Queen* (1968).



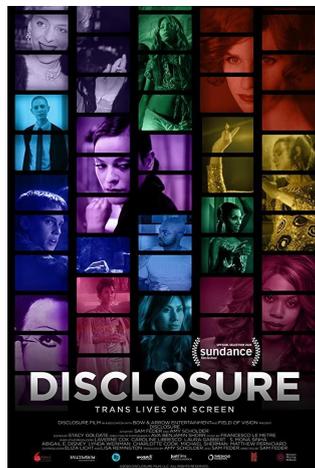
Cover of *The Queen* (1968)

A depiction of the homosexual movement and the existence of pageants for drag queens, as we enter the New York City regional pageant competition to see who is the most beautiful drag queen in the USA. "Between rehearsals and performances, the contestants discuss topics of the moment, such as draft boards, sexual identity and sex-change operations, and what it's like to be a drag queen." (Poisoned Books, 2018)



Cover of *Paris is Burning* (1990).

*Paris is Burning* (1990) is undoubtedly a landmark documentary, although very little known within the LGTBI+ community and beyond. It narrates the life of a group of drag performers, formed mainly by African-American and Latino homosexuals in the 80s. These groups fought for their dreams, such as being famous and appearing on television, even though they lived in abject poverty.

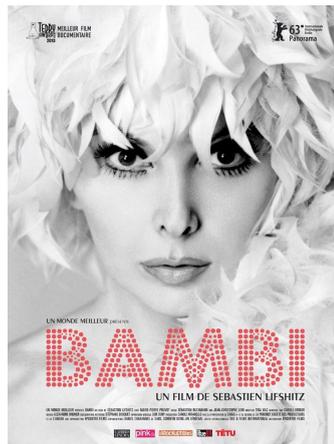


Cover of *Disclosure: Trans lives on screen* (2020)

*Disclosure: Trans lives on screen* (2020). This documentary marked a before and after on the Netflix streaming platform. In it, trans actors and actresses talk about their diverse experiences in the audiovisual industry over more than a hundred years in both television and film. That is why these roles are analyzed in depth and the

difficulties that this collective has had to go through in order to be represented correctly are marked.

Next, *Bambi* (2013) was filmed in France. The protagonist of this documentary is a trans woman but her beginnings are directly related to her as a transvestite in Parisian cabarets. It focuses on her life, both her problems and her progress and strengths as a cisgender drag woman.



Cover of *Bambi* (2013)

*Eso no se pregunta* (2022) is a recent documentary that was born with the aim of having people who are part of marginalized groups answer questions on camera with a lighthearted attitude in order to combat discrimination and prejudices that other people may create about them.



*Eso no se pregunta* (2022)

## 1.6. And why has the transmedia format been used?

Transmedia storytelling is nothing more than a "new communicative avant-garde" that consists of transmitting information about the same content through multiple platforms. The goal is to increase the value of this content, creating a broad narrative universe while generating other sources of revenue. This type of multiplatform strategy is present in advertising, fiction, journalism, education, politics..." (Brusau Films, 2018). Thus, transmedia is based on expanding a story, adding diverse pieces to it, but at the same time with the same essence creating a communicative puzzle so that everything is related to the main axis.

These strategies are based on telling stories but amplifying their audiovisual content, as if it were an "extra" way (being independent ramifications of each other but with the same flow) and thus giving more importance to the inside of the story than the outside. Both programs and series are a clear example of how these innovative techniques are being used as empowering tools in the media ecosystem. For example, Felipe Jiménez, head of the transmedia series *Skam Español*, states in an interview that: "When a series is weekly, seven days is a long time between one episode and another, and the viewer gets bored. With the transmedia narrative, people stay connected to the series and generate a constant conversation" (Maria Muñoz, 2020). That is why there has been a great growth in campaigns designed for series that have had a lot of transmedia repercussion and, therefore, a lot of success on the screen such as the big transmedia productions, found *El ministerio del tiempo* as a pioneer in Spain.

It should be noted that the viewer is no longer simply a passive recipient of content; he/she has a voice, and can give his/her opinion about it, being indirectly a participant in it, that is, we now speak of a prosumer user (Scolari, 2008). Of course, we must not forget that this engagement implies another concept, crowdsourcing; users participate as employees in the strategic process and its development. "There is no longer just one way of storytelling to work on a strategy that makes the user live an experience where he has a role to play in order to be integrated into it." (The Core, 2021) For example, Felipe Jiménez, responsible for the transmedia series *Skam Español*, states in an interview that: "When a series is weekly, seven days is a long time between one episode and another, and the viewer gets bored. With the transmedia narrative, people stay connected to the series and generate a constant conversation" (Maria Muñoz, 2020). That is why there has been a great growth in campaigns designed for series that have had a lot of transmedia repercussion and, therefore, a lot of success on the screen such as large transmedia productions, found *El ministerio del tiempo* as a pioneer in Spain.

It should be noted that the viewer is no longer simply a passive recipient of content; he/she has a voice, and can give his/her opinion about it, being indirectly a

participant in it, that is, we now speak of a prosumer user (Scolari, 2008). Of course, we must not forget that this engagement implies another concept, crowdsourcing; users participate as employees in the strategic process and its development. "There is no longer just one way of storytelling to work on a strategy that makes the user live an experience where he has a role to play in order to be integrated into it." (The Core, 2021) For example, *Black Mirror Bandersnatch* (2018), an interactive movie where the viewer is fully immersed in the skin of the main character being himself who decides what happens throughout the audiovisual story.

Then, having explained the concept of transmedia, from this a website was created through the Wix page as the backbone of the documentary to the target. Besides, this contains more sections based on the main theme, which are a podcast with five different programs that talk about the situations that the drags have to live in their day to day and a blog, which focuses on topics such as what are the drag houses or the history that hides the drag world as a whole. In addition, it joins the social networks Instagram, Twitter and YouTube to fit all the parts together as if it were a puzzle. This way of creating has been used to be able to unite quality content that is similar to each other and that has a correct coherence.

## BLOQUE II

### 1. IDEA NARRATIVA

Mostrar la parte más personal y desconocida de *drag queens* locales.

### 2. STORYLINE

La parte profunda de las personas que hacen *drag* no suele ser vista por la mayoría de personas, quienes se quedan solo con la superficie. Es por ello que Álex (Bollie), Brian (Blanca), Paco (Robota) y Miriam (Laia) se desnudan emocionalmente en *Más Allá Del Drag* y nos cuentan una parte de su ser.

### 3. SINOPSIS

*“En medio de la exclusión impuesta por un régimen centrado en el dispositivo heterosexual, son muchas y muchos los que luchan por crearse a sí mismos y a sí mismas venciendo resistencias y derribando con arte y paciencia todo tipo de obstáculos”.* (Jorgue Peñuela, 2011). Miriam, mujer cisgénero, Alex y Paco, personas no binaries y Brian, mujer trans nos muestran sus alters egos en una conversación dinámica y cómica, la cual no deja indiferente a nadie.

### 4. GUION LITERARIO

#### SEC.1 - INT. TARDE. PUB OZ ESTO NO ES KANSAS

BOLLIE TRAILER aparece mirando a la cámara sin *drag*. De repente, se convierte en su personaje *drag*, que mira a la cámara más desafiante y risueña. ROBOTTA CONES aparece mirando a la cámara sin *drag*. Se convierte en su personaje *drag*, que mira a la cámara desafiante y bailando divierte. LAIA CASALLA aparece mirando a la cámara sin *drag*. Se convierte en el personaje *drag* y mira a la cámara con su propia expresión de personaje. BLANCA HOLEPUNCH aparece mirando a la cámara sin *drag*. Se convierte en su personaje *drag*, mirando a la cámara desafiante. Tapa la cámara riendo.

**SEC.2 - INT. TARDE. PUB OZ ESTO NO ES KANSAS**

BOLLIE entra a la misma vez que a ALEX. Se sientan enfrente de la cámara y se presentan entre ellas.

**ENTREVISTADOR**

3 adjetivos que te describan

**ALEX**

Soñador, alegre y cariñoso.

**BOLLIE**

Loca, guerrera y fuerte.

**ENTREVISTADOR**

¿Tacones o zapatos planos?

**ALEX**

Zapatos para estar por casa.

**BOLLIE**

¿Qué dices tía?

**ENTREVISTADOR**

Personaje que te inspire

**ALEX**

Mi madre.

**BOLLIE**

Yo misma.

**ENTREVISTADOR**

Un consejo para ser exitoso en la vida

**ALEX**

Constancia y mucho trabajo.

**BOLLIE**

Humildad con todo el mundo.

**ENTREVISTADOR**

¿Ligas mucho?

**ALEX**

Más de lo que creo.

**BOLLIE**

No mucho la verdad.

**ENTREVISTADOR**

¿Qué tiene que tener una persona para  
enamorarte?

**ALEX**

Ganas de enamorarse.

**BOLLIE**

Dinero.

**ENTREVISTADOR**

¿Alguna vez has sentido rechazo por algo en tu vida?

**ALEX**

Sí, porque aunque muchas personas puedan decir que es fácil llevar una vida así, muchas veces sientes la presión y el rechazo interno de cada una.

**BOLLIE**

No porque todos aman a Bollie Trailer así que.

**ENTREVISTADOR**

¿Cuál es tu sueño?

**ALEX**

Llegar lejos en mi trabajo.

**BOLLIE**

Ser famosa.

**SEC.3 - INT. TARDE. PUB OZ ESTO NO ES KANSAS**

LAIA entra a la misma vez que MIRIAM. Se sientan enfrente de la cámara y se presentan entre ellas.

**ENTREVISTADOR**

3 adjetivos que te describan

**MIRIAM**

Dulce, carismática y loca.

**LAIA**

Luchadora, amable y risueña.

**ENTREVISTADOR**

¿Tacones o zapatos planos?

**MIRIAM**

Deportivas.

**LAIA**

Plataformas.

**ENTREVISTADOR**

Personaje que te inspire

**MIRIAM**

Mi tía Manuela.

**LAIA**

**Lady Gaga.**

**ENTREVISTADOR**

Un consejo para ser exitoso

**MIRIAM**

Saber lo que se quiere conseguir e ir a por  
ello.

**LAIA**

Ser famosa.

**ENTREVISTADOR**

¿Ligas mucho?

**MIRIAM**

Bastante.

**LAIA**

No porque los entornos que me suelo mover solo  
se mueven hombres homosexuales.

**ENTREVISTADOR**

¿Qué tiene que tener una persona para  
enamorate?

**MIRIAM**

Paciencia.

**LAIA**

Carisma y ganas de hacer cosas todo el tiempo.

**ENTREVISTADOR**

¿Alguna vez has sentido rechazo por algo en tu vida?

**MIRIAM**

Si, por desgracia.

**LAIA**

Me gustaría decir que no pero mentiría.

**ENTREVISTADOR**

¿Cuál es tu sueño?

**MIRIAM**

Poder trabajar de lo que me gusta.

**LAIA**

**Ser conocida.**

**ENTREVISTADOR**

¿Quién está más orgulloso de ti?

**MIRIAM**

Mi madre.

**LAIA**

Yo misma.

**SEC.4 - INT. TARDE. PUB OZ ESTO NO ES KANSAS**

PACO entra a la misma vez que ROBOTA CONES. Se sientan enfrente de la cámara y se presentan entre ellas.

**ENTREVISTADOR**

3 adjetivos que te describan

**PACO**

Loco, friki y generoso.

**ROBOTA CONES**

Barbie, interesante y diferente.

**ENTREVISTADOR**

¿Tacones o zapatos planos?

**PACO**

Planos.

**ROBOTA CONES**

Tacones.

**ENTREVISTADOR**

Personaje que te inspire

**PACO**

Mi madre.

**ROBOTA CONES**

**Jennifer López.**

**ENTREVISTADOR**

Un consejo para ser exitosa

**PACO**

No parar de trabajar.

**ROBOTA CONES**

Luchar por tus sueños.

**ENTREVISTADOR**

¿Ligas mucho?

**PACO**

No.

**ROBOTA CONES**

**Sí.**

**ENTREVISTADOR**

¿Qué tiene que tener una persona para  
enamorarte?

**PACO**

Ser sincero.

**ROBOTA CONES**

Buenos dientes.

**ENTREVISTADOR**

¿Alguna vez has sentido rechazo por algo en tu vida?

**PACO**

No.

**ROBOTA CONES**

Sí.

**ENTREVISTADOR**

¿Cuál es tu sueño?

**PACO**

Ser feliz.

**ROBOTA CONES**

Llegar lejos.

**ENTREVISTADOR**

¿Quién está más orgulloso de ti?

**PACO**

Mi madre.

**ROBOTA CONES**

Mi madre *drag*.

**SEC.5 - INT. TARDE. PUB OZ ESTO NO ES KANSAS**

BRIAN entra a la misma vez que BLANCA. Se sientan enfrente de la cámara y se presentan entre ellas.

**ENTREVISTADOR**

3 adjetivos que te describan

**BRIAN**

Bailarín, divertido y elegante.

**BLANCA**

Luchadora, fuerte y brillante.

**ENTREVISTADOR**

¿Tacones o zapatos planos?

**BRIAN**

Planos.

**BLANCA**

Tacones.

**ENTREVISTADOR**

Personaje que te inspire

**BRIAN**

Mi madre.

**BLANCA**

Katy Perry.

**ENTREVISTADOR**

Un consejo para ser exitoso

**BRIAN**

Luchar por lo que quieres.

**BLANCA**

Trabajar mucho.

**ENTREVISTADOR**

¿Ligas mucho?

**BRIAN**

No.

**BLANCA**

Sí.

**ENTREVISTADOR**

¿Qué tiene que tener una persona para  
enamorarte?

**BRIAN**

Ganas de enamorarse.

**BLANCA**

Carisma.

**ENTREVISTADOR**

¿Alguna vez has sentido rechazo por algo en tu vida?

**BRIAN**

Sí.

**BLANCA**

No.

**ENTREVISTADOR**

¿Cuál es tu sueño?

**BRIAN**

Ser feliz.

**BLANCA**

Ser famose.

## SEC.6 - INT. TARDE. PUB OZ ESTO NO ES KANSAS

LAIA, BOLLIE, ROBOTA Y BLANCA mirando a cámara sonriendo o riéndose de cosas que están pasando, como un making of.

### 5. GUIÓN TÉCNICO

Sec	Pl	Características del plano	Duración	Técnica	Imagen
1	1	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	8 S	P Corto Estático	ALEX mirando a la cámara. Tapa el objetivo de la cámara.
	2	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	5 sg	P Corto Estático	La cámara es abierta por BOLLIE TRAILER. Aparece haciendo movimientos con los brazos.
	3	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	8 sg	P.M. Estático	MIRIAM aparece por el lado derecho de la cámara.
	4	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	6 sg	PM. Estático.	LAIA CASALLA aparece por el lado izquierdo de la cámara.
	5	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	8 sg	PM. Estático.	BRIAN entra en el plano

	6	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	5 sg	PG Estático	BLANCA aparece de repente bailando
	7	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	7 sg	PG Estático.	LAURA entra en el plano
	12	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	5 sg	PM. Estático.	ROBOTA de repente entra después sonriendo

2	13	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	40 sg	PG Estático	BOLLIE y ALEX contestan las preguntas e interactúan entre ellos.
	14	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	40 sg	PG. Estático.	LAIA y MIRIAM contestan las preguntas e interactúan entre ellos.
	15	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	40 sg	PG. Estático.	BRIAN y BLANCA contestan las preguntas e interactúan entre ellos.
	16	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	40 sg	PG. Estático.	ROBOTA y PACO contestan las preguntas e interactúan entre ellos.
	17	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	40 sg	PG. Estático.	LAIA y MIRIAM contestan las preguntas e interactúan entre ellos.
	18	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	40 sg	PG. Estático.	BOLLIE y ALEX contestan las preguntas e interactúan entre ellos.
	19	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	40 sg	PG. Estático.	BRIAN y BLANCA contestan las preguntas e interactúan entre ellos.
	20	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	40 sg	PG. Estático.	BOLLIE y ALEX contestan las preguntas e interactúan entre ellos.
	21	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	40 sg	PG. Estático.	ROBOTA y PACO contestan las preguntas e interactúan entre ellos.
	22	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	40 sg	PG. Estático.	BRIAN y BLANCA contestan las preguntas e interactúan entre ellos.
	23	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	30 sg	PG. Estático.	ALEX le dice a BOLLIE lo que significa para él
	24	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	30 sg	PG. Estático.	MIRIAM le dice a LAIA lo que significa para él
	25	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	30 sg	PG. Estático.	PACO le dice a ROBOTA lo que significa para él
	26	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	30 sg	PG. Estático.	BRIAN le dice a BLANCA lo que significa para él
3	27	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	10 sg	PG. Estático.	BRIAN sale sonriendo

28	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	10 sg	PG. Estático.	MIRIAM sale sonriendo
29	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	10 sg	PG. Estático.	ALEX sale sonriendo
30	INTERIOR. TARDE. PUB ESTO NO ES KANSAS.	10 sg	PG. Estático.	ROBOTA sale sonriendo

## 6. Desglose por secuencias

Título del proyecto: <i>Más allá del drag</i>					Núm. secuencia: 1
Localización: Oz, esto no es Kansas					Núm. de planos: 8
Exterior	Interior	Día	Tarde	Noche	Pág. guion: 1
	X		X		
<b>DESCRIPCIÓN DE LA(S) SECUENCIAS</b>					
Presentación de Alex como Bollie, de Brian como Blanca, de Paco como Robota, de Miriam como Laia. Ellas van apareciendo a medida que va transcurriendo la escena.					
<b>ACTORES</b>					
<b>Protagonista</b>	<b>Núm.</b>	<b>Secundarios</b>	<b>Núm.</b>	<b>Extras</b>	<b>Núm.</b>
Alex Brian Sofia Miriam	4	---	---	---	---
<b>NECESIDADES TÉCNICAS</b>					
<b>Iluminación</b>			<b>Cámara</b>		
Foco LED 600 + cable eléctrico Foco LED 1000 + cable eléctrico Panel LED Reflector Pie de focos x3 Baterías LED x3			Cámara foto Canon 250 Trípode vídeo DSLR		
<b>Sonido</b>			<b>Otros</b>		
---			3 Baterías 250 Tarjeta SD 64gb		
<b>NECESIDADES ARTÍSTICAS</b>					
<b>Atrezzo / Vehículos</b>			<b>Vestuario</b>		
			Trajes <i>Drags</i>		
<b>Maquillaje</b>			<b>Efectos especiales</b>		
Maquillaje <i>Drag</i>			---		
<b>OTRAS NECESIDADES Y CONDICIONANTES</b>					
<b>Permisos</b>			<b>Otros (condiciones de meteorología, localización, transporte, etc.)</b>		

---	Transporte hasta el lugar.
-----	----------------------------

<b>Título del proyecto:</b> <i>Más allá del drag</i>					<b>Núm. secuencia:</b> 2
<b>Localización:</b> Oz, esto no es Kansas					<b>Núm. de planos:</b> 10
<b>Exterior</b>	<b>Interior</b>	<b>Día</b>	<b>Tarde</b>	<b>Noche</b>	<b>Pág. guion:</b> 2
	X		X		
<b>DESCRIPCIÓN DE LA(S) SECUENCIAS</b>					
Alex como Bollie, de Brian como Blanca, de Paco como Robota y de Miriam como Laia van contestando simultáneamente las preguntas mirando a la cámara. De vez en cuando van teniendo algún diálogo entre ellas.					
<b>ACTORES</b>					
<b>Protagonista</b>	<b>Núm.</b>	<b>Secundarios</b>	<b>Núm.</b>	<b>Extras</b>	<b>Núm.</b>
Alex Brian Sofia Miriam	4	---	---	---	---
<b>NECESIDADES TÉCNICAS</b>					
<b>Iluminación</b>			<b>Cámara</b>		
Foco LED 600 + cable eléctrico Foco LED 1000 + cable eléctrico Panel LED Reflector Pie de focos x3 Baterías LED x3			Cámara foto Canon 250 Trípode vídeo DSLR		
<b>Sonido</b>			<b>Otros</b>		
---			3 Baterías 250 Tarjeta SD 64gb		
<b>NECESIDADES ARTÍSTICAS</b>					

<b>Atrezzo / Vehículos</b>	<b>Vestuario</b>
	Trajes <i>Drags</i>
<b>Maquillaje</b>	<b>Efectos especiales</b>
Maquillaje <i>Drag</i>	---
<b>OTRAS NECESIDADES Y CONDICIONANTES</b>	
<b>Permisos</b>	<b>Otros (condiciones de meteorología, localización, transporte, etc.)</b>
---	Transporte hasta el lugar.

<b>Título del proyecto:</b> <i>Más allá del drag</i>					<b>Núm. secuencia:</b> 3
<b>Localización:</b> Oz, esto no es Kansas					<b>Núm. de planos:</b> 4
<b>Exterior</b>	<b>Interior</b>	<b>Día</b>	<b>Tarde</b>	<b>Noche</b>	<b>Pág. guion:</b> 6
	X		X		
<b>DESCRIPCIÓN DE LA(S) SECUENCIAS</b>					
Alex como Bollie, de Brian como Blanca, de Paco como Robota y de Miriam como Laia sonríen a la cámara.					
<b>ACTORES</b>					
<b>Protagonista</b>	<b>Núm.</b>	<b>Secundarios</b>	<b>Núm.</b>	<b>Extras</b>	<b>Núm.</b>
Alex Brian Sofia Miriam	4	---	---	---	---
<b>NECESIDADES TÉCNICAS</b>					
<b>Iluminación</b>			<b>Cámara</b>		
Foco LED 600 + cable eléctrico Foco LED 1000 + cable eléctrico Panel LED Reflector Pie de focos x3 Baterías LED x3			Cámara foto Canon 250 Trípode vídeo DSLR		
<b>Sonido</b>			<b>Otros</b>		
---			Tarjeta SD 64gb		
<b>NECESIDADES ARTÍSTICAS</b>					

<b>Atrezzo / Vehículos</b>	<b>Vestuario</b>
	Trajes <i>Drags</i>
<b>Maquillaje</b>	<b>Efectos especiales</b>
Maquillaje <i>Drag</i>	---
<b>OTRAS NECESIDADES Y CONDICIONANTES</b>	
<b>Permisos</b>	<b>Otros (condiciones meteorológicas, localización, transporte, etc.)</b>
---	Transporte hasta el lugar.

## 7. Desglose por necesidades

### 7.1 Desglose material grabación

<b>CANTIDAD</b>	<b>MATERIAL GRABACIÓN</b>
1	Cámara foto Canon 250
2	Batería Canon 250
1	Cargador Canon 250
1	Alimentador Canon 5D Mark IV
1	Trípode vídeo DSLR
1	Panel LED
2	Foco LED 1000 + cable eléctrico
2	Foco LED 600 + cable eléctrico
3	Batería LED
3	Pie de foco
1	Reflector - Difusor
1	Maleta acolchada
3	Tarjeta SD

### 7.2 Desglose atrezzo

<b>CANTIDAD</b>	<b>ATREZZO</b>
1	Fondo blanco

### 7.3 Desglose vestuario

CANTIDAD	VESTUARIO
4	Vestidos
4	Zapatos de vestir
4	Camiseta negra
4	Camiseta blanca
1	Chaqueta roja hombreras
4	Tacones

### 7.4 Desglose mobiliario

CANTIDAD	MOBILIARIO
1	Taburete

## 8. MEMORIA DE PRODUCCIÓN

En la preproducción de *Más Allá Del Drag* se contó con la ayuda de cinco personas, dos de ellas actualmente estudiando segundo de Comunicación Audiovisual en la UJI. Es por ello que se hizo un reparto de los cargos que se necesitan para poder realizar el rodaje del documental.

<b>CARGO</b>	<b>RESPONSABLE</b>
<b>Director</b>	Arnau Pastor
<b>Ayudante de dirección</b>	Sofía Janeiro Lorena González Adrián Armenteros Laia Morralla Ana Ferreres
<b>Productor</b>	Arnau Pastor
<b>Ayudante de producción</b>	Lorena González Adrián Armenteros Ana Ferreres
<b>Guionista</b>	Arnau Pastor
<b>Script</b>	Arnau Pastor
<b>Director de fotografía</b>	Arnau Pastor
<b>Operador de cámara</b>	Arnau Pastor
<b>Iluminación</b>	Adrián Armenteros Lorena González Ana Ferreres
<b>Making of</b>	Arnau Pastor Sofía Janeiro
<b>Diseñador de escenarios (atrezzo y escenografía)</b>	Arnau Pastor
<b>Caracterización (maquillaje y peluquería)</b>	Miriam García Álex Adán Brian Paco Bonifás
<b>Montador (editor)</b>	Arnau Pastor
<b>Rotulador y cartelista</b>	Mael Sifre

Para escoger la temática del documental, se pensaron varias propuestas, muchas de ellas relacionadas con el colectivo LGTBI+, como un experimento social en la UJI sobre las reacciones de estudiantes universitarios en situaciones de homofobia o transfobia, o un documental sobre personas trans. No obstante, al final se decantó por una temática que hablara sobre las *drag queens* en su totalidad pero de una forma más dinámica y emocional. Es decir, no enfocarlo como el típico documental, sino escogiendo un formato original a raíz de ver el vídeo de *Mi Personaje y Yo*, que usa el mismo.

Tras idear y bosquejar cómo se enfocaría lo audiovisual, con el guion literario o el guion técnico en mente, se empezó a realizar la parte escrita para materializar en el papel las ideas principales y el desarrollo de la historia de forma más clara.

El siguiente paso fue contactar con las protagonistas de la historia, concretamente con las *drag queens*. Fue un proceso sencillo, puesto que el autor de la obra conocía previamente a algunas de ellas, así que se puso en contacto mediante apps como Instagram o WhatsApp para concretar fechas y coincidir en el pub a la hora acordada. Hubo varios problemas respecto a esto, ya que en principio el plan de producción iban a ser dos *drags* por tarde, dado que las grabaciones iban a oscilar entre una hora u hora y media, pero por unas causas u otras al final se adaptó a cuatro días muy intensos y duros. Un punto positivo fue el hecho de conocer también a los dueños del establecimiento, quienes no han tenido ningún problema para rodar en él. Ha sido un proceso largo y han habido dificultades, como que alguna de ellas no pudiera grabar en la hora indicada por problemas personales o que en el último momento no se pudiese grabar en el local por cualquier contratiempo. Aún así, en general, se han ido solventando todos estos inconvenientes de la mejor manera posible y siendo conscientes de que todo podía pasar.

Así pues, también se ha trabajado en más detalles como el cartel de *Más Allá De/ Drag*, realizado por un chico que conoce el mundo del diseño. Con la previa idea de que fuera una imagen centrada en el sombreado de una de las *drag queens* y partiendo de dicha base, él realizó varios bocetos. Finalmente decidimos trabajar sobre el más óptimo, hasta conseguir el resultado final.

En lo que se refiere a la edición, fue uno de los pasos más complicados, exhaustivos y definatorios del proyecto, ya que al apostar por un formato tan diferente inevitablemente se arriesgaba a que esta parte no fuera sencilla y que se tuviese que sacar más partido en esa fase. Hubieron muchos inconvenientes y dificultades cómo ajustar bien las imágenes entre ellas (la de la *drag* y la de la persona) para que así no se notase demasiado el corte, escoger los mejores momentos y reacciones de ellas mismas, puesto que al improvisar todas las respuestas para que así fuese lo más natural y transparente posible se tuvo que ingeniar reacciones diversas que podían quedar bien o ser irrelevantes, cuadrar bien los audios para que tuvieran la mejor calidad, sin cortes ni ruidos molestos, encontrar las mejores transiciones para que quedase todo el relato lo más coherente posible o buscar unas canciones que encajasen perfectamente en la historia, en

este caso en la página web libre de derechos que es *Envato elements*. Así pues, fueron tareas muy complicadas y duras que tuvieron un trabajo previamente meditado, pero aun así se lograron con satisfacción y, por ello, se dió la máxima motivación e interés para que el producto final tuviera brillo por sí solo.

## 9. INFORME DE LOCALIZACIÓN

<b>Nº1</b>	<b>LOCALIZACIÓN GUIÓN</b> Pub Oz esto no es Kansas	<b>LOCALIZACIÓN REAL</b> Pub Oz esto no es Kansas
<b>ACCESIBILIDAD</b> Con coche.		<b>TRÁFICO/PARKING</b> No/Si
<b>ILUMINACIÓN</b> Artificial		<b>RUIDO AMBIENTE</b> Aire acondicionado
<b>INTERRUPTORES</b> Sí		<b>PLANO DE PLANTA</b> ---
<b>NECESIDADES DE DECORADO</b> Fondo plano		
<b>ATREZZO</b> Silla		
<b>SECUENCIA</b> Todas, las 3		<b>ACTORES</b> Álex Miriam Paco Brian
<b>FOTOGRAFÍA</b>		
		

## 10. PLAN DE RODAJE

SESIÓN	LOCALIZACIÓN	SEC./ PLANOS	ACTOR PRINCIPAL	ACTOR SEC.	FIGURANTE
Día 1 15 de junio	Pub Oz esto no es Kansas (Castelló)  16:15	<b>Sec. 1/2/3</b> (10 planos)	Alex (Bollie)	-	-
Día 2 16 de junio	Pub Oz esto no es Kansas (Castelló)  16:30	<b>Sec. 1/2/3</b> (10 planos)	Miriam (Laia)	-	-
Día 3 22 de junio	Pub Oz esto no es Kansas (Castelló)  16:30	<b>Sec. 1/2/3</b> (10 planos)	Brian (Blanca)	-	-
Día 4 28 de junio	Pub Oz esto no es Kansas (Castelló)  16:30	<b>Sec. 1/2/3</b> (10 planos)	Paco (Robota)	-	-

## BLOQUE III

### 1. Plan de explotación del producto

En este bloque se va a destacar el mercado y el público objetivo al que va dirigido concretamente este producto transmedia audiovisual. Además, se contempla el plan de comunicación y marketing de *Más Allá del Drag*, el cual es primordial para profundizar en cómo se pretende explotar de una manera más expansiva este relato, para extraer una mayor interacción.

*Más Allá Del Drag* se presenta a través de tres plataformas: *Instagram*, *Youtube* y *Twitter*. Cada una de ellas ofrece contenido diverso, por ejemplo, *Instagram* promueve de una forma más concisa el documental mediante reels, videos cortos de preguntas a las drags o poniendo carátulas de las secciones que contiene la página web. Diariamente se sube contenido en un horario fijado: por la mañana encontramos un reel y una promoción con una portada de uno de los podcasts, mientras que por la tarde se presenta a una drag del documental y se promociona, mediante otra portada, el blog del proyecto. Además, se está teniendo en cuenta el cuidado del *feed* para así conseguir una imagen estética y agradable a la vista del usuario.

*Twitter* va a ser una red más independiente, siendo una plataforma que aporta mucha información, pudiendo compartirla a través de texto, vídeo e imágenes, incitando más a la lectura que por ejemplo, *Instagram* (suele ser más visual). *Twitter* también ofrece la interacción con enlaces, siendo una comodidad para el usuario, quién no tiene que salir de la app específicamente para buscar la información.

Se están planificando hilos (serie de tweets conectados por una misma persona, en los cuales no hay límite a la hora de enlazar dichos tweets). En ellos, se ofrecerá documentación importante, por ejemplo sobre documentales drags que hayan sido importantes para la visibilización, libros que sitúan el contexto del movimiento en su época, drags importantes, tanto nacionales como internacionales. En conclusión, se busca ofrecer información relevante que pueda acercar a personas que no tengan conocimiento del tema a una forma de vida diferente, pero a la vez muy intensa. Además, se compartirá contenido relacionado con la comunidad LGTBI+.

Por otra parte, *Youtube* se usará como herramienta para la visualización del documental y el tráiler. Se fijarán fechas acordes al previo estreno, mostrando inicialmente el tráiler y después de su promoción por redes (durante una semana) se publicaría el documental.

El relato audiovisual va a ser proyectado y presentado en el local *Oz esto no es Kansas* (aún no se ha concretado la fecha de estreno, pero sería a finales de septiembre si las circunstancias son propicias). Se ha escogido este lugar por varios motivos:

1. *Oz esto no es Kansas* ha prestado sus instalaciones para el rodaje.
2. Las *drags* que forman parte del documental han actuado en dicho establecimiento.
3. Es un lugar seguro para personas LGBTI+.

Después de dicha presentación, será publicado en Youtube.

Se ha pensado en su posible presentación a festivales, siempre que las bases sean adecuadas para (duración, tema a tratar, etc.) para su visualización.

## 2. Objetivo y análisis del mercado al que va dirigido

En cuanto a los públicos de interés del documental se ha escogido un abanico de espectadores, comprendido por gente joven que forma parte del colectivo LGBTI+, los cuales tendrán especial interés en ver el proyecto audiovisual. No obstante, este relato fue realizado para que cualquier persona, independientemente de su género o edad, lo pueda analizar y sentir como suyo propio, viendo así la gran diversidad y formas de vidas diferentes a las suyas.

Cabe destacar que *Más Allá Del Drag* es un formato audiovisual original y diferente, capaz de mostrar a la sociedad gran cantidad de situaciones, anécdotas y métodos en los cuales muchas *drags* se sumergen hasta niveles extremos. Así mismo contó Álex (Bollie Trailer) cuando comenta el hecho de que sus alters egos pueden llegar a absorber su personalidad. Así pues, se piensa en espectadores que tengan curiosidad por el tema, interés en analizar e interpretar el significado de las palabras de cada personaje y ponerse en su piel.

Así pues, en definitiva, el target el cual se quiere persuadir es a jóvenes/adultos de 16 a 30 años que sientan una inocente curiosidad por conocer el mundo del *drag*, más allá de las películas, series o realities, y así puedan entender de una manera más clara la realidad que esconden los vestidos, el maquillaje y los tacones del colectivo *drag*.

En conclusión, poniendo el foco en el público objetivo, se centrará en trabajar una estrategia con acciones enfocadas en llegar a los objetivos previamente planteados.

### 3. Plan de comunicación y marketing

El plan de comunicación y marketing se ha realizado para alcanzar el máximo número de espectadores de *Más Allá del Drag*. Es así que Arnau, como community manager ha gestionado las redes sociales de una manera eficiente, intentando llegar a un gran número de seguidores. Para poder lograr su meta se han diseñado unos objetivos como referencia para poder:

1. **Persuadir al target a través de una buena gestión en las redes:** es verdad que *Instagram* al lado de *Whatsapp* y *Twitter* son las apps más usadas por los jóvenes hoy en día. Por ello, el tener una cuenta activa en la cual se vayan realizando tanto publicaciones, instastories o avisos serán clave para una difusión más exitosa.
2. **Centrarse en la creatividad como herramienta de diferenciación:** meditando en qué fechas empezar a publicar posts o teasers del documental, qué publicaciones son las más llamativas y cuáles dan más juego...
3. **Seguir a personas y entidades relacionadas con el colectivo LGTBI+:** *Lambda*, *Uji Pride*, *Castelló LGTBI*. Así, mediante sus seguidores fieles se podrá llegar a mucha más gente que esté directamente interesada en el tema. También gracias a esta red, se puede contactar directamente con usuarios importantes para hablar de posibles proyectos que se puedan añadir a *Más Allá Del Drag*. Aún así, hay que recordar que no se quiere solamente centrarse en estas personas, sino ir mucho más allá e informar y persuadir a gente que puede que no entienda o no comprenda del todo bien estos asuntos.
4. **Presentar el proyecto a localizaciones externas:** como puede ser el pub *Oz*, *Esto no es Kansas* o *Varietats*, un nuevo espacio creado en Valencia que realiza shows de *drag* semanalmente.

Además de todas estas estrategias mencionadas, se ha creado la página web oficial de *Más Allá del Drag* (<https://pastarnau14.wixsite.com/m-sall-deldrag>), la cual contiene varias secciones audiovisuales que consiguen fidelizar más aún a los clientes, como son los podcasts (diferentes entre sí) o el blog, con entradas diversas. Es por ello que el plan de comunicación también contiene:

1. **Convencer al target con más productos relacionados con el mundo audiovisual, como el podcast:** se crea así otra manera de cautivar a los espectadores con más contenido de calidad.
2. **Mostrar la gran diversidad de temas que contienen los programas,** ya que se habla desde el nacimiento de casas drags, de los drag kings o del estilo dentro del mundo drag.
3. **Crear una página web que una todos los contenidos de Más Allá Del Drag** para así facilitar la accesibilidad de estos.

4. **Subir diferentes entradas al blog** para añadir más información del contexto en el que se mueve el proyecto transmedia.

#### 4. Las fuentes de sonido en *Más Allá Del Drag*

*Más Allá Del Drag* no sería lo mismo sin una banda sonora que lo acompañara. Es por ello que se seleccionaron varias canciones acordes a las situaciones que iban transcurriendo en la acción. Todas ellas se consiguieron a través de Envato, plataforma web que trabaja con variedad de pistas de audio y video (sean efectos, transiciones, música..) sin derechos de autor. Así pues, ya comprada la licencia de esta se procedió a encontrar la BSO más adecuada posible para el documental.



Logo Oficial de Plataforma *Envato*

La primera canción se trata de *The Energy* y se utilizó para conseguir crear una introducción potente y, como el mismo título menciona, enérgica. Además, esta canción suena como sintonía del podcast Seguidamente entra *Mellow Background* como canción que acompaña sin destacar en ningún momento a la acción principal. A continuación la acción cambia de forma repentina y se escucha, como método para emocionar, *Inspiring Innovation* ya que todo el ambiente se ha transformado en una situación más conmovedora y personal. Por último se escucha *Climb Higher* para la parte final, la cual trata de un mini making of cómico y dinámico que no deja indiferente a nadie.

Además, otro dato a destacar aparte de la música es el uso del silencio. Este mecanismo se utiliza para resaltar algún momento muy cómico o surrealista y dotarlo de más fuerza en momentos puntuales.

Como recurso, también se han utilizado varios efectos de sonido para enfatizar momentos y palabras clave. Dichos sonidos se han extraído de la página *Youtube*.

## 5. CARTELERÍA Y LOGOTIPO

El cartel de *Más Allá del Drag* ha sido creado por Mael Sifre Vidal, un joven alziereño que ha estudiado Comunicación Audiovisual en la UJI. Así pues, realizó este cartel con Adobe Illustrator. En él, se representa un zapato de tacón como la figura ficticia de la *drag*, con un zapato estándar se simula así la parte de la realidad que también puede ser maquillada.

La obra ha nacido a partir de las ideas e imaginación de él mismo. Se inspiró gracias a las imágenes que se les hicieron a las artistas *drag*, realizando un boceto interesante que supo cautivar la esencia de la producción audiovisual. A partir del visto bueno del director empezó a jugar con imágenes creativas y tonificadas para conseguir un resultado final potente y cautivador.

Además, es muy interesante el uso de los colores llamativos (recurso muy utilizado en el mundo *drag*) para resaltar aún más los elementos importantes del cartel, como los tacones. En este encontramos los rostros dibujados de las cuatro drag queens que salen en el proyecto, junto sus nombres y sus nombres artísticos. Estas caricaturas de ellas también han sido utilizadas para los créditos del proyecto audiovisual.

Aquí se puede apreciar el proyecto final de cartel de *Más Allá del Drag*:



Cartel oficial Más Allá Del Drag

La tipografía del título se sacó de la página dafont.es y la escogida fue *BEON*. Es una letra que evoca la magia del movimiento *drag* gracias al tono rosado y ese tipo de letra tan neón y fosforescente. También fue usada para la presentación tanto de las personas como de las drag queens y en el cartel de *Más Allá Del Drag*, para dotar así de coherencia al flujo de la obra.

Además, se decidió utilizar rótulos para formular las preguntas para que dieran más juego en el relato audiovisual. Estos fueron creados mediante Adobe Photoshop.

## 6. DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN

### DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN

En Vila-real, a 1 de setiembre de 2022.

Don / doña. Miriam García Carrasco mayor de edad, titular del DNI. : 54280894C por este documento autorizo expresamente al equipo de **MÁS ALLÁ DEL DRAG** el uso, la difusión y la explotación sobre las imágenes y declaraciones grabadas en el día de la fecha, o parte de las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizaciones o aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma.  Fdo. _____	Firma de producción.  Fdo. _____
---	--

**DOCUMENTO DE CESIÓN DE  
DERECHOS DE IMAGEN**

En Vall d'Uixó, a 1 de septiembre de 2022.

Don / doña. Francisco Bonifás Rubio mayor de edad, titular del DNI. : 20929433P por este documento autorizo expresamente al equipo de **MÁS ALLÁ DEL DRAG** el uso, la difusión y la explotación sobre las imágenes y declaraciones grabadas en el día de la fecha, o parte de las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizaciones o aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma  Edad	Firma de  <i>arnau</i>  Edad
--	--

## DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN

En CASTELLÓ, a 23 de AGOSTO de 2022

Don / doña. ÁLEX ADÁN MARTÍNEZ mayor de edad, titular del DNI. :  
20984231T por este documento autorizo expresamente al equipo de *MÁS ALLÁ DEL DRAG* el uso, la difusión y la explotación sobre las imágenes y declaraciones grabadas en el día de la fecha, o parte de las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizaciones o aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Alex Adán Martínez', written in a cursive style.

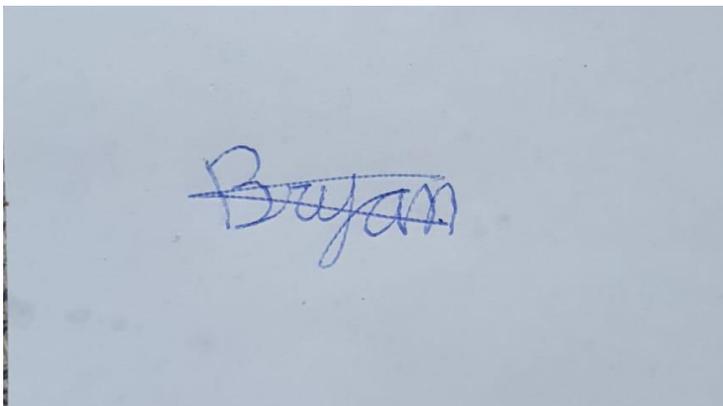
## DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN

En CASTELLÓN DE LA PLANA, a 21 de agosto de 2022

Don / doña BRIAN LÓPEZ BLASCO mayor de edad, titular del DNI. 54021518S por este documento autorizo expresamente al equipo de **MÁS ALLÁ DEL DRAG** el uso, la difusión y la explotación sobre las imágenes y declaraciones grabadas en el día de la fecha, o parte de las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizaciones o aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

A rectangular area containing a handwritten signature in blue ink. The signature appears to be 'Brian' with a horizontal line drawn through it. The background is a light blue-grey color.

## 7. Conclusiones

Para terminar, hay que recordar la serie de objetivos que se establecieron mucho antes de la producción del proyecto audiovisual y que se fijaron para cumplir. Así pues, seguidamente se van a mencionar y desarrollar para poder comprobar si se han seguido y su resultado final.

En primer lugar se planteó el objetivo de **dar a conocer al espectador realidades, experiencias y perspectivas** de ver el mundo diversas a las normativas. Esta meta se ha conseguido, ya que la selección de actrices y el guion han sabido plasmar modos de vida diferentes a lo establecido.

En segundo lugar, demostrar que **el concepto de drag no se asocia únicamente a hombre gay y peluca** también se ha cumplido, gracias a la aparición de Miriam (Laia Cassalla) porque es la representación clara de que las mujeres cisgénero también son igual de válidas para realizar este tipo de shows o formas de expresarse al mundo.

A continuación, el objetivo de **dar oportunidades de expresarse y conocer a artistas locales de la provincia** se ha cumplido. Ellas son todas de Castelló y no soy muy conocidas nacionalmente, así que es una gran oportunidad para empezar a ser escuchadas y vistas en otros terrenos y de otras formas (más personalmente). Por ello, el documental se difundirá en espacios como el pub Oz, esto no es Kansas, o simplemente por Instagram o WhatsApp, las redes sociales más consumidas entre los jóvenes de hoy en día.

Seguidamente, **emocionar o hacer reír al espectador** ha sido un reto importante, ya que al solo ser una persona la que ha redactado el guion ha creado un poco de presión interna para conseguirlo de manera óptima. Es verdad que ha habido gente que ha podido ver el guion y opinar, y siempre ha venido bien algún consejo que otro. Este objetivo se ha cumplido, ya que gente muy cercana a Arnau ha visto el documental y se ha sorprendido gratamente.

También cabe destacar que han habido muchos imprevistos y complicaciones, como en cualquier rodaje audiovisual. Aun así, todas estas dificultades se han intentado llevar de la mejor manera posible, reforzando aún más las motivaciones iniciales, adaptándose a las circunstancias que han ido sucediendo.

Otro punto importante a resaltar es el haberse tenido que enfrentar “solo” a un proyecto de tan gran calibre. Es verdad que eso supone mucha presión y miedo a no poder llegar a mostrar todo lo que se quiere mediante el rodaje. Aún así, no ha faltado compañía durante esta fase, ya sea con dos miembros o tres de equipo en un día, los cuales han ayudado en todo lo que han podido, ya fuera tema de iluminación, montaje de materiales técnicos o sugiriendo ideas.

Además, apostar por un formato muy diferente a lo antes visto, que muchas veces puede recordar a videos como los de Tik tok y querer arriesgar con un proyecto original y diverso ha motivado al autor a dar lo mejor de él, en todas las fases del proceso comunicativo.

Por todo ello, los objetivos se han cumplido y el resultado final es merecedor de orgullo, ya que, aunque hayan habido contratiempos e inconvenientes, se han solventado de la mejor manera: con mucha ilusión y motivación para poder mostrar *Más Allá del Drag* a toda la gente que sienta que quiera vivir una experiencia única.

El motivo para hacer el Máster de Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación fue la continuación del aprendizaje y la profundización respecto a lo audiovisual, ya que es una herramienta muy potente y de amplio interés. Efectivamente, este motivo se ha visto satisfecho a lo largo del curso y la culminación de ese proceso de aprendizaje ha sido la realización de este documental y toda la estrategia de promoción y de creación de contenido. Gracias a las materias estudiadas en este curso, la capacidad de identificar todo lo que compone a día de hoy un producto audiovisual ha aumentado, al igual que la capacidad de análisis del contenido que aparece continuamente y que se publicita mediante redes sociales y nuevas estrategias de mercado. Igualmente, y yendo a lo más concreto, la asignatura Creación de Proyectos de Ficción supuso un reto muy estimulante y una experiencia muy enriquecedora.

## 8. Conclusions

To conclude, it is necessary to remember the objectives that were established long before the production of the audiovisual project and that were set to be fulfilled. Therefore, they will be mentioned and developed in order to check if they have been accomplished.

In the first place, the objective was to show the viewer the realities, experiences and perspectives of seeing the world different from the normative ones. This goal has been achieved, since the selection of actresses and the script have been able to capture ways of life different from the established.

Secondly, to show that the concept of drag is not only associated with gay men and wigs has also been fulfilled, thanks to the appearance of Miriam (Laia Cassalla), since she is the clear representation that cisgender women are also equally valid to perform this type of shows or ways of expressing themselves to the world.

Next, the aim of giving opportunities to express themselves and meet local artists of the province has been fulfilled. They are all from Castelló and are not well known nationally, so it is a great opportunity to begin to be heard and seen in other lands and in other ways (more personally). Therefore, the documentary will be spread throughout spaces like the pub Oz, esto no es Kansas, or simply by Instagram or Whatsapp, the most consumed social networks among young people.

Next, to move the viewer or make them laugh has been the major challenge, since being one only person writing the script has brought out a certain internal pressure or craving to achieve it optimally. It is true, though, that there have been people able to see the script and give their opinion, and some advice has been useful. This objective has been achieved, as people very close to the author have seen the documentary and have been pleasantly surprised.

It should also be noted that there have been many unforeseen events and complications, as in any audiovisual shooting. Even so, all these difficulties have been handled in the best possible way, reinforcing even more the initial motivations and helping to develop the resoluteness by adapting to the circumstances that have been happening.

Another important point is having had to face "alone" a project of such a great caliber. It is true that this implies a lot of pressure and fear of not being able to show everything you want to show through the shooting. Even so, company has been received in this phase, either with two or three members of the team in one day, who have helped in everything they could, whether it was lighting, assembly of technical materials or suggesting ideas.

In addition, betting on a format very different from what has been seen before, which can often remind us of videos like those of Tik tok and wanting to take risks with an original and diverse project has motivated the author to give the best of himself, in all phases of the communicative process.

Therefore, the objectives have been met and the final result is worth being proud of, because although there have been setbacks and inconveniences, they have been solved in the best way with great enthusiasm and motivation to show Beyond Drag to all the people who feel they want to live a unique experience.

The reason for taking the Master in New Trends and Innovation Processes in Communication was the continuation of learning and deepening with respect to the audiovisual, as it is a very powerful tool and of wide interest. Indeed, this motive has been satisfied throughout the course and the culmination of this learning process has been the realization of this documentary and the whole strategy of promotion and content creation. Thanks to the subjects studied in this course, the ability to identify everything that today makes up an audiovisual product has increased, as well as the ability to analyze the content that appears continuously and that is advertised through social networks and new market strategies. Likewise, and more specifically, the course Creation of Fiction Projects was a very stimulating challenge and a very enriching experience.

## 9. Referencias y fuentes de información

Arnau Roselló, Roberto (2014): *Mutaciones digitales del cine documental. Espacio narrativo e interacción en el webdocumental contemporáneo: Prison Valley*. Fotocinema. Revista científica de cine y fotografía, 9, pp.7-34.

Baker, Roger & Burton, Peter (1994): *Drag: a history of female impersonation in the performing arts*. Washington Square, N.Y: New York University Press

Brusau Films (2019): *¿Cómo crear una estrategia transmedia?* Disponible en: <https://www.brusaufilms.com/blog-audiovisual-espana-2021/como-crear-una-estrategia-transmedia/>

Bruzzi, Stella (2000): *Contemporary Documentary: A Critical Introduction*. London: Routledge. Universidad de Sevilla, ISBN 9780415385244

Butler, Judith (2007): *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós

Gaona, Pável (2022): *La revancha de las hyper queens: las mujeres que hacen drag reclaman el escenario y la T de LGBTQ+*. Disponible en: <https://www.infobae.com/lgbt/2022/04/15/la-revancha-de-las-hyper-queens-las-mujeres-que-hacen-drag-reclaman-el-escenario-y-la-t-de-lgbt/>

García, Luis (2019): *Un poco de historia: ¿cuál es el origen del drag?* En: *Homosensual*. Disponible en: <https://www.homosensual.com/cultura/historia/un-poco-de-historia-cual-es-el-origen-del-drag/>

Gifreu-Castells, Arnau; López-García, Xosé & Vázquez-Herrero, Jorge (2019): *Evolución del documental interactivo: perspectivas y retos para su consolidación*. En: *Estudios en comunicación* núm 29. Universidad de Santiago de Compostela.

Kucharski, Kyle (2018): *The Gentrification of Drag*. En: *CUNY Academy Works*.  
Disponible en: [https://academicworks.cuny.edu/gj\\_etds/294](https://academicworks.cuny.edu/gj_etds/294).

Libros envenenados (2018): *The Queen*. Disponible en:  
<http://librosenvenenados.blogspot.com/2018/07/the-queen-1968.html>

McCormack, Mark & Wignall, Liam (2022): *Drag Performers' Perspectives on the Mainstreaming of British Drag: Towards a Sociology of Contemporary Drag*.  
En: *Sociology*, Vol. 56, nº 1, 3-20.  
<https://doi.org/10.1177/00380385211008387>

Montserrat Toquero, Mariana (2018): *El surgimiento de las drag queen, una forma de expresión que se populariza entre la comunidad lgbt*. En: *Epikieia*, Volumen 2, 35. León: Editorial, p: 12.

Muñoz, María (2020): *Transmedia, una nueva forma de contar historias*. En: *El Diario Vasco*. Disponible en:  
<https://www.diariovasco.com/culturas/series/transmedia-nueva-forma-20200923092248-nt.html>

Netflix España. *Yo vs Mi personaje con Georgina Amorós*. En: *Youtube* [en línea].  
Disponibile en:  
[https://www.youtube.com/watch?v=1Hlxd02vSxY&ab\\_channel=NetflixEspa%C3%B1a](https://www.youtube.com/watch?v=1Hlxd02vSxY&ab_channel=NetflixEspa%C3%B1a)

Newton, Esther (1972): *Mother Camp: Female impersonators in America*. University of Chicago Press. ISBN: 0-226-57760-0

Nichols, Bill (1997): *La representación de la realidad*. España: Paidós

Rodríguez, Félix (2008): *Diccionario gay-lésbico*. Madrid: Gredos.

Rubio, David (2022): *¿Qué es el género no binario?*. En: *Psicología y mente*.  
Disponibile en:  
<https://www.publico.es/psicologia-y-mente/que-es-el-genero-no-binario/>

Scolari, Carlos Alberto (2008): *Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo*. En: *Diálogos de la comunicación*, 77, 1-9. Disponible en:

<http://www.dialogosfelafacs.net/77/articulos/pdf/77CarlosScolari.pdf> [Consulta: 15 julio 2022]

Telemadrid. *Eso no se pregunta*. En: *Youtube* [en línea]. Disponible en: [https://www.youtube.com/watch?v=6TIXsyEIOA4&t=1729s&ab\\_channel=Telemadrid](https://www.youtube.com/watch?v=6TIXsyEIOA4&t=1729s&ab_channel=Telemadrid)

The Core (2021): *¿Qué es una estrategia transmedia?* Disponible en: <https://www.thecoreschool.com/noticias/que-es-una-estrategia-transmedia>

Zumalde Arregi Imanol & Díez Santos Zunzunegui (2014): *Guía para escépticos: avatares de la doble lectura modélica del discurso documental*. Universidad del País Vasco.

## BLOQUE IV

### 1. Anexos

#### 1.1 Casting

El proceso de casting fue medianamente sencillo, puesto que el director conoce a bastante gente que está dentro del mundo drag, además de que tiene lazos estrechos con los que llevan el pub Oz. Así pues, se puso a buscar quienes serían el perfil perfecto para el documental, lo que llevó a varios problemas de última hora, puesto que algunas de ellas, como fue el caso de Fitta o de Aura, La Niña del Antro no podrían coincidir fechas y fueron sustituidas por dos más. Además, este documental ya tenía en mente poner el testimonio de Tinto de Vino, el único drag king que se puede encontrar en la comunidad pero. un mes después de que empezaran las grabaciones se retiró del mundo *drag*.

El hecho de ser cuatro personas entrevistadas se decidió previamente, aunque se barajó mucho la idea que fueran dos o tres por tiempo de duración. Al final se decidieron cuatro para aportar más puntos de vista y diversidad en el video.

### Drag 1

FICHA DATOS PERSONALES	
	<b>Nombre:</b> Alex/ Bollie Trailer
	<b>Edad:</b> 23 años
	<b>Profesión:</b> Segurata
	<b>Experiencia en el mundo del drag:</b> 3 años
	<b>Observaciones:</b> personaje divertido que puede dar mucho juego a la cámara.

## Drag 2

FICHA DATOS PERSONALES	
	<b>Nombre:</b> Miriam/Laia Cassalla
	<b>Edad:</b> 19 años
	<b>Profesión:</b> Profesora en academia
	<b>Experiencia en el mundo del drag:</b> 1 año
	<b>Observaciones:</b> personaje cis género, mujer que puede explicar su visión desde otra manera.

## Drag 3

FICHA DATOS PERSONALES	
	<b>Nombre:</b> Paco/Robota Cones
	<b>Edad:</b> 20 años
	<b>Profesión:</b> Dependiente de ropa
	<b>Experiencia en el mundo del drag:</b> 2 años
	<b>Observaciones:</b> personaje loco que tiene una risa contagiosa y mucho perplejo.

## Drag 4

FICHA DATOS PERSONALES	
	<b>Nombre:</b> Brian López/Blanca
	<b>Edad:</b> 22 años
	<b>Profesión:</b> Bailarina
	<b>Experiencia:</b> 1 año
	<b>Observaciones:</b> personaje muy gracioso que puede hacer bromas sin parar.

## 1.2 Currículum VITAE

# ARNAU PASTOR

Persona trabajadora y emprendedora. Gran capacidad para trabajar en equipo, numerosas habilidades y valores. Con ganas de aprender y de vivir nuevas experiencias.



 [pastarnau14@gmail.com](mailto:pastarnau14@gmail.com)

 634.514.904

 [Arnau Pastor](#)

## EXPERIENCIA LABORAL

### Prácticas Castelló Televisio y Proximia (2021)

Rotulador, CCU y estadísticas en Pilota Valenciana, Liga de Deportes (ayudante también en Apunt) controlando la VMIX. Además, siendo editor de reportajes de la tele, de cartelas del Consell Valencià y de spots de la productora.

### DJ en Oz, esto no es Kansas (2020)

### Notes de Llibertat, Vox UJI Radio (2019)

Ayudante de dirección además de enfocado en el diseño sonoro y en la postproducción del programa.

### Prácticas DiputeBeca en Alzira Radio (2019)

Llevando el programa "Un mar de música" y controlando la mesa de sonido.

### Prácticas Gran Teatro Alzira (2017)

Técnico audiovisual con control en montar y desmontar atrezzo, focos y cableado.

## FORMACIÓN

### Máster en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación

2021-2022

### Grado en Comunicación Audiovisual UJI

2018-2021

### FP Superior Realización de Proyectos Audiovisuales y Espectáculos Henri Matisse

2016-2018

## IDIOMAS

Inglés B2  
Valenciano nativo (B1)  
Español nativo

## HABILIDADES

Nivel avanzado en Adobe Premiere y Adobe Audition.

Nivel alto en programas de Microsoft Office como Word, Excel o PowerPoint.

Nivel medio avanzado de Adobe Photoshop, Adobe Lightroom, Adobe InDesign.

Desde hace varios años, de la mano de la guitarra y el piano, componiendo mis propias canciones.

## PREMIOS



Menció de Qualitat d'Innovació als Premis Ràdio Associació de Barcelona per treballar al diseny sonor i postproducció de "Notes de Llibertat".

## CURSOS

Monitor de Tiempo Libre (2022)  
Primeros Auxilios (2022)  
Taller II Jornadas cine LGTBI (2021)  
Claves prácticas para cuidar el estrés (2021)  
Mediación Conflictos Adolescentes en Contexto Familiar (2020)  
Ocupació pública, mètodes d'estudi i recerca de treball a les administracions públiques (2019)  
Iniciación al teatro (2019)  
Manipulador de alimentos (2018)  
Género y Salud (2018)

## VOLUNTARIADO

Miembro de UJI Pride (2018 hasta la actualidad) y UFA(2021 hasta la actualidad) siendo guionista, editor y realizador en vídeos, locutor en el programa de radio , además de community manager en las RRSS. Actualmente, de voluntario en Cruz Roja

## INTERESES

La grabación y edición de vídeos.  
El deporte.  
La música y sus vertientes.  
Viajar y explorar nuevas culturas.  
Leer.  
Serieadicto.

### 1.3 Making of

Seguidamente se presentarán algunas de las fotografías que se realizaron cuando se terminaba cada rodaje. Son principalmente imágenes a las *drags queens* que fueron tomadas tanto por Arnau como por Sofia.





En el rodaje de Más Allá Del Drag

## 1.4 Entrevistas radio

### 1.4.1 ENTREVISTA FITA

NAIARA: El movimiento *Drag Queen* además de un espacio de crítica y deconstrucción del binarismo de género, también es un espacio de diversidad e inclusión. Sin embargo en ocasiones algunas personas dentro del movimiento son criticadas y no concebidas dentro del movimiento, como es el caso de la comunidad *drag queen* de mujeres, quienes sienten la necesidad de expresarse en su totalidad a través del personaje. Es importante recordar que la identidad de una persona debe seguir siendo secundaria al personaje y el *show*.

ARNAU: si os parece vamos a conocer un poco más sobre las vivencias de las mujeres en el movimiento *Drag Queen* y todo lo que engloba, sobre todo aquí en la ciudad de Castellón.

NAIARA: Para ello contaremos con Fitta.

ARNAU: ¿Cómo empezaste en el movimiento *Drag Queen*? Tus inicios

NAIARA: ¿Cuál es el significado de tu nombre? ¿Por qué Fitta?

ARNAU: ¿Qué piensa tu entorno sobre tu trabajo? ¿Alguna vez has sentido discriminación por ello o discriminación dentro del movimiento por ser mujer *Drag Queen*?

NAIARA: ¿Cómo ha sido la evolución del personaje a la persona que eres hoy en día? Actualmente, ¿Qué parte de tu personaje está presente en tu día a día?

ARNAU: Lo peor del vestuario y maquillaje (*look*).

NAIARA: El mejor momento que te ha regalado Fitta ha sido..

ARNAU: ¿Qué le dirías a una persona que se está empezando a plantear empezar en este mundo?

NAIARA: ¿Qué cualidad tiene tu personaje *drag* que desearías tener en tu día a día?

ARNAU: Referente drag o LGTB

ARNAU: Muchas gracias por tu participación, si queréis ver a Fita en acción **REDES SOCIALES**. Esperamos que os haya resultado interesante y podamos resolver vuestras dudas.

## 1.4 2 ENTREVISTA TINTO

NAIARA: En nuestro programa de hoy os vamos a continuar hablando sobre el movimiento *Drag*. A día de hoy este movimiento se ha convertido en una de las formas de expresión artística más populares de la comunidad LGTBI. Pero se trata de mucho más, este movimiento además quiere desmontar el sistema binario de género, el cisheteropatriarcado y la sociedad machista desde un enfoque cómico y reivindicativo, tanto dentro como fuera del escenario. El arte *Drag King* por definición es feminista, inclusivo y busca despertar tanto la conciencia colectiva como la individual. Es decir, busca cambiar la sociedad desde la *performance*.

ARNAU: pero, si os parece vamos a conocer un poco más sobre el movimiento *Drag* y todo lo que engloba, sobre todo aquí en España.

NAIARA: Para ello contaremos con Tintodevino.

ARNAU: ¿Cómo empezó Tintodevino? Inicios en el mundo *drag* hasta ahora

NAIARA: ¿Cuál es el significado del personaje? ¿Por qué el nombre de Tintodevino?

ARNAU: ¿Qué piensa tu entorno sobre Tintodevino? ¿Has tenido alguna situación de rechazo por pertenecer al movimiento *Drag King*?

NAIARA: Actualmente, ¿Qué parte de tu personaje está presente en tu día a día?

ARNAU: ¿Cuál es el mejor momento que te haya regalado el movimiento *drag*?

NAIARA: ¿Qué le dirías a una persona que está planteándose iniciarse en el mundo *drag*? ¿Y a una persona que desconozca el término *drag*?

ARNAU: Tras ver que actuaron en el salón erótico de Barcelona un *Queer That*, estuvimos investigando sobre el tema y hemos visto que existe un colectivo *DragKing* en España, ¿nos podrías hablar un poco más sobre este colectivo?

NAIARA: ¿Qué opinas sobre la invisibilización de la mujer dentro del colectivo LGTBI y dentro del movimiento *Drag*?

ARNAU: ¿Qué le dirías a la Tintodevino de hace unos años? Referente *drag* que te haya inspirado

NAIARA: Nuestra pregunta a todas las personas que pasan por el programa ¿Cuál ha sido

tu referente LGTBI?

ARNAU: Muchas gracias por vuestra participación, si queréis ver a Tintodevino en acción, podéis hacerlo en Oz. Esperamos que os haya resultado interesante y podamos resolver vuestras dudas.

### 1.4.3 ENTREVISTA EL CALITA

NAIARA: En nuestro programa de hoy os vamos a hablar sobre el estilismo dentro del movimiento *Drag*. *Looks* como los de drags conocidas por la plataforma de *Drag Race* como Aquaria, Milk, Miss Fame y Violet han destacado de manera increíble. Pero, ¿cuánto de difícil es concebirlos?

ARNAU: Si os parece vamos a resolver esta duda y muchas más con El Calita, diseñador de moda. ¡Hola!

NAIARA: ¿Cómo empezaste? Inicios en el mundo del estilismo.

ARNAU: ¿Cómo entras en la Casa del Antro? ¿Cómo empieza El Calita a diseñar looks para todas las drags de Oz?

NAIARA: ¿Qué es lo más difícil a la hora de concebir una pieza de moda?

ARNAU: ¿Cuánto tiempo llevas para realizar una pieza?

NAIARA: ¿Cuál es el mejor momento que te ha regalado tu trabajo como diseñador?

ARNAU: ¿Qué le dirías a una persona que está planteándose empezar a diseñar?

NAIARA: Referente LGTB que te haya inspirado.

ARNAU: Muchas gracias por tu participación, si queréis ver los *looks* de El Calita en acción, podéis hacerlo en el pub Oz, esto no es Kansas. Esperamos que os haya resultado interesante y podamos resolver vuestras dudas.

#### 1.4 4 ENTREVISTA ALEX

NAIARA: El movimiento *Drag Queen* es un arte que no deja indiferente a nadie. Gracias a formatos actuales como son *Rupaul's* o *Drag Race España* ha empezado a ser más mainstream que nunca y por ello, muchísimas personas se plantean el formar parte de este movimiento.

ARNAU: Si os parece vamos a conocer un poco más sobre las primeras veces y de la importancia de empezar a sentir y a vivir la vida que queremos.

NAIARA: Para ello contaremos con Alex, que viene desde Granada.

ARNAU: ¿Cómo y cuándo empiezas a darte cuenta de que querías entrar en este mundo?

NAIARA: ¿Ya tienes nombre? ¿Si es así, por qué ese y no otro?

ARNAU: ¿Qué piensa tu entorno más cercano sobre esto? ¿Alguna vez has sentido que si lo contabas ibas a sentir rechazo o ibas a sentirte apartado?

NAIARA: Para ti, ¿qué es lo más difícil de los inicios en el *drag*? ¿En qué punto te encuentras?

ARNAU: ¿Qué le dirías a una persona que se está empezando a plantear empezar en este mundo?

NAIARA: Referente *drag* o LGTB

ARNAU: Muchas gracias por tu participación, si queréis ver a Alex tendréis que esperar, porque aún no ha empezado pero seguro que cuando empiece no dejará indiferente a nadie. Esperamos que os haya resultado interesante y hayamos podido resolver vuestras dudas.

#### 1.4.5 ENTREVISTA PAU AOVENDITAS

NAIARA: En los 60 concretamente en Nueva York, nacieron los *ballrooms*, espacios de liberación y expresión para la comunidad LGBTIQ. Consistían en pasarelas de baile, modelaje, *performance* y *lip sync* en los que participaban jóvenes latinos LGBTI+ quienes fueron abandonados por sus familias biológicas por rechazo a su identidad de género y/u orientación sexual. Es por ello que estas personas se refugiaban en estos sitios y encontraban nuevas familias que les acogían con madres *drag*, quienes se encargaban de ayudarles. Generalmente, las madres eran personas mayores en la escena *ballroom* y, les hacían adaptar su apellido con el nombre de sus casas. Así pues, en cada *ball* se hacían competencias entre quienes participaban y nacieron lo que conocemos como las casas.

ARNAU: Si os parece vamos a conocer un poco más sobre las casas *drag* ya que es un término muy desconocido hoy en día pero que tiene un trasfondo y una historia que no deja indiferente a nadie.

NAIARA: Para ello contaremos con Pau, de Jaén y *Drag* e integrantes de AOVEnditas.

ARNAU: Quiero resaltar el AOVE porque es importante ja ja ja ja ja.

ARNAU: ¿Cómo empezaste en el movimiento Drag? Tus inicios

NAIARA: Hemos visto que aparte de ti, hay 5 integrantes más. ¿Cuál es el momento en el que dices, voy a hacer una casa *drag* con mis amigos?.

ARNAU: Rescantando un poco el nombre de la casa, hemos visto que tiene un significado, el AOVE, tu nueva marca de Aceite de Oliva Virgen Extra, además de tener un logo muy gracioso. ¿Puedes explicarnos cómo surgió esta idea?

NAIARA: Nos ha contado que ya habéis preparado vuestra primera batalla *Lipsync*, ¿nos puedes explicar en qué consiste? ¿Cómo reaccionó la gente y cómo viviste ese momento?

ARNAU: Aquí entre nosotras que no nos escucha nadie, ¿tenéis futuros proyectos cerca? ¿Nos puedes chivar alguna exclusiva así salseante para el programa?

NAIARA: ¿Qué le dirías a una persona que se está empezando a plantear empezar en este mundo y además quiere entrar en una casa?

ARNAU: Referente *drag* o LGTB

NAIARA: Muchas gracias por tu participación, si queréis seguir a AOVEnditas en Instagram son @aovenditas. Esperamos que os haya resultado interesante y podamos resolver vuestras dudas.