



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

**LA NARRATIVA CROSSMEDIA
COMO POTENCIADORA DEL
GÉNERO DE HORROR
EN CONTENIDOS AUDIOVISUALES.
ANÁLISIS DE CONTENIDO.**

TESINA

Que para obtener el título de

**Licenciado en Ciencias de la
Comunicación**

(opción: producción audiovisual)

PRESENTA

Edgar Isaías Meléndez Orozco

ASESOR

Eddie Eynar Ruiz Trejo



Ciudad Universitaria,
Cd. Mx., 2021.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Índice

Introducción	1
Capítulo 1 – La ficción y los contenidos audiovisuales de horror.	2
1.1.- Ficción y no ficción	6
1.1.1.- Relatos de ficción	7
1.1.2.- Casos reales hacia la ficción	9
1.2.- El género de horror	10
1.2.1.- Subgéneros del horror	13
1.3.- Contenidos de horror	15
1.3.1.- Antecedentes del horror (medios literarios)	16
1.3.2.- Medios audiovisuales (cine y televisión)	21
Capítulo 2 – Hipertextualidad	28
2.1.- Internet, redes sociales y lo viral	33
2.1.1.- Historia del internet	35
2.1.2.- Navegando hacia el horror	37
2.1.3.- ¿Qué son las redes sociales y para qué sirven?	40
2.1.3.1 ¿Cómo se han usado para contar historias de horror?	42
2.1.4.- Explicación de lo viral	45
2.1.5.- Características particulares del contenido viral y su aplicación en medios audiovisuales	46
2.2.- Roland Barthes y el discurso hacia los medios audiovisuales	52
2.2.1.- Román Gubern y la hipernarrativa	59
2.3.- Transmedia y crossmedia	61
2.3.1.- Henry Jenkins y el transmedia	63
2.3.1.1.- Ejemplos	65
2.3.2.- De Haas y el crossmedia	66
2.3.2.1.- Ejemplos	68

Capítulo 3 - El horror y el crossmedia	71
3.1.- Aplicación de la narrativa crossmedia	73
3.1.1.- En busca del guion crossmediático	75
3.2.- La tecnología: una aliada del horror	79
3.2.1.- Casos web	81
3.2.1.1.- Caso Dear David (2017)	84
3.2.1.1.1.- Estructura y características del relato	85
3.2.1.1.2.- Agentes virales	87
3.2.1.1.3.- Elementos crossmedia	88
3.2.1.2.- Take this lollipop (2011)	89
3.2.1.2.1.- Estructura y características del relato	90
3.2.1.2.2.- Agentes virales	92
3.2.1.2.3.- Elementos crossmedia	93
3.2.2.- Casos en cine y televisión	94
3.2.2.1.- IT (2019)	96
3.2.2.1.1.- Estructura y características del relato	97
3.2.2.1.2.- Éxito en taquilla	98
3.2.2.1.3.- Elementos crossmedia	99
3.2.2.2.- The Haunting of Hill House (2018)	102
3.2.2.2.1.- Elementos crossmedia	103
3.2.2.2.2.- Estructura y características del relato	104
3.3.- Ventajas de la narrativa crossmedia	106
Conclusiones	107
Bibliografía	110
Filmografía	115

Introducción

Este trabajo representa un paseo por la historia de uno de los géneros narrativos más populares: *el horror*. La travesía comprende su evolución a partir de medios orales, escritos, audiovisuales e interactivos; los cuales, siempre han compartido la misma finalidad: provocar en los consumidores emociones profundas que despierten efectos escalofriantes y repulsivos.

La intención es dilucidar los componentes en los que radica su efectividad y los recursos que diferentes realizadores han utilizado a lo largo de los años para atemorizar a las audiencias. Todo esto, mediante una óptima clasificación de términos como el *terror*, *horror* y *suspense*.

Una vez delimitada la concepción del horror, se profundiza en él para dar a conocer cada una de sus diferentes facetas provocadas por la ramificación de sus subgéneros y estilos narrativos. Cabe mencionar que dichos estilos, a través de las distintas épocas, también han presentado variaciones a favor de una constante mejora para este tipo de relatos tétricos.

Por lo que ahora, al estar situados en una era de interconexiones y de convergencia digital, resulta favorable señalar las maneras que tiene el creador audiovisual para disponer de las herramientas informáticas con el propósito de generar sofisticados relatos que asusten al público actual.

Acción alcanzada gracias al apoyo de bases teóricas que involucran a las nuevas narrativas, tales como: *multiplataforma*, *transmedia* y *crossmedia*. Categorías que serán definidas, delimitadas y ejemplificadas con títulos de proyectos lanzados en los años recientes.

Posteriormente, a través del análisis de contenidos, se evidenciarán las razones por las que la narrativa *crossmedia* puede ser de gran utilidad a la hora de concebir un relato de horror cuyos medios dependan del lenguaje audiovisual; con fines de generar un fuerte susto, una mayor inmersión y un mayor alcance, tras la explicación de los *fenómenos virales*.

CAPÍTULO 1

La ficción y los contenidos audiovisuales de horror

A lo largo de la historia, las narrativas se han clasificado de acuerdo a su estructura, extensión, temas centrales y su medio de difusión o soporte. En primera instancia tenemos a los géneros narrativos, los cuales permiten abordar las historias a través de diferentes perspectivas.

En el caso del cine de ficción, el teórico mexicano Lauro Zavala rescata cinco géneros: el fantástico, la ciencia ficción, terror, musical y la comedia romántica.¹ Cada uno de ellos se sostiene por la temática del argumento central y los recursos audiovisuales que éstos se han apropiado con el paso del tiempo.

También se debe tomar en cuenta que cada contenido, proyecto o realización que conlleve una narrativa puede clasificarse de acuerdo a la época en la que ha surgido, puesto que cada periodo ha otorgado estilos y técnicas distintas para contar una historia.

Según Lauro Zavala, los tres paradigmas que permiten el estudio y el análisis de cada etapa son: el *clásico*, *moderno* y *posmoderno*.² Sin embargo, a nivel relato, al género de horror lo podemos identificar como uno de los primeros en ser divulgados por nuestra civilización a partir del surgimiento de los mitos y leyendas.

Para la escritora mexicana Norma Lazo, el relato de horror nace con los hombres y mujeres del pasado, quienes se vieron en la necesidad de crear monstruos para explicar los desastres naturales o las situaciones hostiles con las que se enfrentaban.³ Aspecto que puede ligarse con la definición de horror del filósofo Noël Carroll: «El horror es una emoción que siente el espectador ante monstruos sobrenaturales que desafían su concepción científica del mundo».⁴

Más adelante, se manifiesta que el horror no sólo se limita a los monstruos, dado que etimológicamente el concepto deriva del latín *horrere*, referente a «la sensación física del vello erizado»; pero es fundamental mencionarlos ya que son

¹ Lauro Zavala, *Sobre la evolución de los géneros cinematográficos*, La Colmena, n°80, 2013, p.131.

² *Ibidem*.

³ Norma Lazo, *El horror en el cine y en la literatura*. México. Paidós, 2004, p.18.

⁴ Noël Carroll, *The Philosophy of horror: Or Paradoxes of the heart*. London: Routledge, 1990, p.122.

la personificación de nuestros mayores miedos, característica que ayudará a comprender un poco más las sensaciones humanas; mismas que, los autores de dicho género, buscan alterar con sus obras o relatos.

Por esta razón, el horror intenta exponer los temores pertenecientes a un inconsciente colectivo y se apoya en elementos de la realidad para que el relato pueda oscilar entre lo verdadero y lo falso, para así generar situaciones que aturdan, desorienten, perturben e, irónicamente, gusten al espectador.

En el ámbito cinematográfico dicho género no ha dejado de interesar al público, pues se ha posicionado como uno de los géneros que, por extrañas razones, tiene más fanáticos. Eso se debe a que sus relatos generan un fuerte interés en las personas al querer ver, voluntariamente, escenas de miedo.⁵

Adolfo Pérez⁶ relaciona esta conducta de las personas por el gusto a las cintas del género de horror con las montañas rusas de los parques de atracciones, en donde «la popularidad aumentará en la misma medida en quienes causen mayor pánico a los usuarios. A más pánico, más éxito».⁷

Fue en el 2016 cuando un análisis para el *American Film Market*⁸ titulado *The Relative Popularity of Genres Around the World* arrojó que México es el país donde más popularidad tienen las películas de horror a escala global, seguido por Corea del sur, Rusia, Estados Unidos y Canadá. Todo esto tras la recopilación de los ingresos brutos de taquilla de 3.368 películas de dicho género.

Aspecto que se respalda con las cifras de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (CANACINE) donde se puede apreciar que, al menos una película de horror producida en México, se ha logrado posicionar dentro del *top 10 de las películas mexicanas más taquilleras* desde el 2011 hasta el 2018, con excepción del 2017. Del mismo modo, producciones estadounidenses tales como *El conjuro 2* (2016), *IT* (2017) y *La monja* (2018) se situaron en el *top 10 de películas más taquilleras en México* en sus años correspondientes.

⁵ Adolfo Pérez, *Cine de terror: un siglo asustando a los espectadores*. España. Ediciones Masters, 2005, p.8.

⁶ Especialista en el género de terror.

⁷ *Ibid.*, p.8.

⁸ Stephen Follows, Bruce Nash (2016) *The Relative Popularity of Genres Around the World*. American Film Market. Recuperado el 29 de Octubre de 2019 <https://americanfilmmarket.com/relative-popularity-genres-around-world/>

No obstante, el cine de horror adecuía las mejores características de otras narrativas, se las apropia y les da un giro en el cual podemos localizar la clave del éxito, gusto y fidelidad hacia el género por parte de los consumidores. En palabras de Adolfo Pérez:

La pasión por el cine de terror se debe a ese deseo de aplaudir la otra cara de la moneda, al diablo en lugar de a Dios, al dictador que acaba de eliminar al presidente democrático, o al cazador que ha conseguido segar certeramente la vida de un pobre animal.⁹

Como puede notarse, lo opuesto a lo cotidiano es el ingrediente para una atmósfera fresca en los argumentos, donde no sólo el bien es el que debe triunfar o no sólo el héroe resulta victorioso frente elementos reconocibles o situaciones comunes; ahora, el individuo debe enfrentarse a sucesos anormales que retan toda lógica, para despertar sentimientos de alerta y de angustia.

Carlos Losilla¹⁰ resume toda esta idea en una sola categoría que él conoce como *lo desconocido*, «la cual constituye la fuente inagotable de la que se han nutrido las distintas artes en su intento de reflejar lo irreflejabable: fantasmas, vampiros, hombres-lobo, psicópatas, zombis, etc».¹¹

De ahí que «lo desconocido» o bien, «lo anormal», sea el término más acertado para hablar del horror, pues es precisamente lo antinatural aquello que el ser humano relaciona directamente con una identidad negativa. Para la autora del texto *Espacios que asustan* esto sucede debido a «la propia incapacidad por comprender, clasificar, o explicar la existencia de seres o hechos ambiguos».¹²

Así, este género de ficción ha trabajado de manera coordinada a través del tiempo para crear contenidos con el mismo fin: provocar sensaciones de miedo en los espectadores mediante imágenes, figuras, sonidos, diálogos, personajes y atmósferas.

⁹ Adolfo Pérez, *op. cit.*, p.8.

¹⁰ Profesor de Teorías del Cine y Géneros en la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona.

¹¹ Carlos Losilla, *El cine de terror: una introducción*. España. Paidós, 1993, p.17.

¹² Itzel Reyes. *Espacios que asustan*. UC Irvine. 2015, p.34.

Dichos elementos han ido evolucionando junto con las amenazas que afectan a los protagonistas de las historias al momento de ser representados en pantalla y han manifestado un cambio en cada uno de los paradigmas antes mencionados.

- **Terror clásico:** la amenaza física proviene del exterior.
- **Terror moderno:** la amenaza física proviene del interior del protagonista.
- **Terror posmoderno:** la amenaza proviene del inconsciente del protagonista y, por lo tanto, es incontrolable.¹³

Es decir, en el «terror clásico» es posible situar todo lo relacionado con los monstruos o situaciones de peligro ajenas al ser humano, en el «moderno» el mal comienza a apoderarse del individuo dando como resultado la creación de los relatos sobre rituales y posesiones satánicas. Y por último, en el terror «posmoderno», se desprenden actos atroces involuntarios; las consecuencias adquieren otro nivel y pueden dar como resultado la «hiperviolencia».

A su vez, Lauro Zavala señala que también existe un cambio a nivel espacio/temporal con cada paradigma:

- **La narrativa clásica:** secuencial, y organizada.
- **La narrativa moderna:** organizada en función de la experiencia humana.
- **La narrativa posmoderna:** existencia simultánea de diversas formas.¹⁴

Por último, aparecen las diferencias en la forma de conducir los argumentos, «por más cabeza creativa que el director sea de su film, el cine posmoderno es el producto de un trabajo colectivo y no es un arte para idolatrar a su autor, sino un arte al servicio de la sociedad».¹⁵ De esta manera, ahora es válido incorporar e involucrar al espectador en la fórmula para la creación de los contenidos audiovisuales.

¹³ Lauro Zavala, *op. cit.*, p.136.

¹⁴ Lauro Zavala. *Teoría y práctica del análisis cinematográfico: La seducción luminosa*. México: Trillas, 2010, p.59.

¹⁵ Martha Gutiérrez, *El cine de autor. Del cine moderno al cine posmoderno*, Razón y Palabra, (87), 2014, p.22.

1.1.- Ficción y no ficción

Para examinar al género de horror se debe tener presente que éste hace uso de términos opuestos como lo conocido y lo desconocido, lo bello y lo siniestro, lo consciente y lo inconsciente, lo apolíneo y lo dionisiaco¹⁶; de ahí que se señale la clasificación de dos categorías fundamentales como primer paso: «la ficción» y la «no ficción».

Losilla sugiere que la zona intermedia entre ambos paradigmas está repleta de productos tales como: películas de vampiros, zombies, extraterrestres, hombres lobo y aquellos filmes que necesitan acudir a regiones conceptuales y figurativas relativamente alejadas de la realidad cotidiana.¹⁷

Empero, demasiadas personas podrían ubicar los productos anteriores directamente en la «ficción», por ello es necesario manifestar que los realizadores de este tipo de contenidos también se valen de elementos de «no ficción» para brindarnos esas historias de un modo más convincente, que podamos aceptar dentro de nuestra lógica, ideología o concepción de «realidad».



El diablo en el convento (1899)
Dir. Georges Méliès

Si bien los primeros materiales de la historia del cine pueden catalogarse como parte del género realista, por su apariencia documental y de registro histórico, la ficción no tardó en aparecer como una novedosa manera de entretenimiento de la mano del ilusionista Georges Méliès.¹⁸

A partir de ese suceso, uno de los retos que presentan los cineastas de géneros de «ficción» es exponer historias que aparenten ser tan reales como la cotidianeidad. En relación a esto, no parece tan descabellada la idea de que, poco a poco, las fronteras entre el mundo real y los mundos ficticios sean más estrechas al apoyarse en la tecnología para aportar sensaciones más inmersivas.

¹⁶ Carlos Losilla, *op. cit.*, p.12.

¹⁷ *Ibid.*, p.37.

¹⁸ Daniel Tubau, *El guion del Siglo XXI*. España. Alba Editorial, 2011, p.187.

1.1.1.- Relatos de ficción

La ficción en la producción de contenidos audiovisuales es predominante, tan sólo basta con apreciar que la gran cantidad de manuales para la realización de guiones únicamente se inclinan hacia la «ficción», y la «no ficción» se queda estancada en el género documental.

Por ello, Daniel Tubau afirma que, en definitiva, se le dedica tan poca atención a la «no ficción», que a menudo da la impresión de que los guionistas sólo hacen series o películas y que ser guionista consiste en escribir ficción.¹⁹

Hoy en día, al menos en la narrativa que no es de fantasía o de ciencia ficción, el espectador está en una constante búsqueda de realismo y más verosimilitud, un fenómeno potenciado por medios audiovisuales como el cine, la televisión, los videojuegos, la realidad virtual y desde luego el Internet.²⁰

Otro punto que años atrás pudo pensarse, es que el recurso que no puede igualarle la ficción a la realidad es la «instantaneidad», puesto que la realidad es «en directo» y la ficción, de alguna manera, se planea y se produce. No obstante, en la actualidad es posible presentar con mayor facilidad algo ficticio en vivo, todo depende de una certera elección de herramientas y soportes, una debida planeación, un guion y actuaciones convincentes.

En el pasado, el *streaming*²¹ hubiera tenido serios problemas si se tenían demasiados usuarios; pero en la actualidad, gracias a mayores anchos de banda²² no existe limitación técnica que impida una transmisión en vivo vía *Facebook*, *instagram* o *TikTok* rompiendo una vez más la frontera «ficción y realidad».

Ya sea gracias al apoyo de la tecnología o de una buena estructura del relato, el objetivo de las nuevas narrativas será envolver a la audiencia en una experiencia que los haga sentirse vulnerables; después de todo, está comprobado que en ocasiones estas mezclas entre «la ficción y no ficción» bien ejecutadas

¹⁹ Daniel Tubau, *op. cit.*, p.182.

²⁰ *Ibid.*, p.185.

²¹ Distribución o descarga de datos desde un proveedor o servidor en internet.

²² Cantidad de información o de datos que se puede enviar a través de una conexión de red.

provocan que las audiencias no estén seguras de si están viendo un material de carácter documental o una película.

Incluso, Lauro Zavala indica que actualmente el propio documental al verse envuelto por el posmodernismo tiende a ser híbrido y a problematizar las fronteras con el cine de ficción. Este es el caso de *Holocausto Caníbal* (1980) y *El instituto Atticus* (2015). Mientras que en el periodo moderno, se encontraba una línea de carácter reflexivo con construcciones metafóricas, alejados de documentales clásicos ortodoxos narrados con voces capaces de editorializar.²³

En otras palabras, incluso el género documental que muchas personas relacionan directamente con la «no ficción», ha evolucionado para darle un nuevo tratamiento a la manera de presentar los temas, capaces de generar polémicas; en ocasiones son más crudos o simplemente reflejan el mundo con una mayor neutralidad.

Como se mencionó anteriormente, la realidad misma es una ficción dentro del ámbito posmoderno. Como respaldo, la escritora colombiana Martha Gutiérrez expone que no existe una realidad o verdad objetiva, más bien nos encontramos con una verdad subjetiva y moldeada por el lenguaje que la adopte.²⁴

Cuando el lenguaje cinematográfico la adopta, será una versión estética, misma que ha sido arrastrada desde el clasicismo hollywoodense, donde a juicio de Losilla las constantes estilísticas acaban demostrando exactamente las dualidades del género de horror como personajes «normales» y monstruos, entre el individuo y sus fantasmas, territorios comunes y de desviación.²⁵

Eso sin mencionar las características más recurrentes del género y que se han encargado de darle un estilo visual y en ocasiones unas cargas simbólicas a algunas escenas o secuencias de horror. Losilla las explica igualmente por parejas: el blanco y el negro, el plano fijo (quietud) y el travelling (inquietud), la raíz expresionista (decorados) y el ímpetu clasicista (narratividad), etc.

²³ Lauro Zavala, *Sobre la evolución de los géneros cinematográficos*, op. cit., p.134.

²⁴ Martha Gutiérrez, op. cit., p.5.

²⁵ Carlos Losilla, op. cit., p.72.

1.1.2.- Casos reales hacia la ficción

Los acontecimientos que escuchamos, vemos, presenciamos o que sabemos que ocurrieron en la vida real, en ocasiones suelen ser más violentos, feroces o catastróficos que los presentados en un texto literario, serie, película o incluso videojuegos, de ahí la frase relacionada con que *la realidad supera a la ficción*.

Actos que pueden fungir como analgésicos para que el espectador ya no se asuste como lo hacía antes con las películas de horror: pues lamentablemente en el mundo real la sociedad se encuentra sobreexpuesta a la sangre, a lo grotesco o a los tipos decrépitos. Misma razón por la que los realizadores suelen voltear a la cotidianidad para inspirarse y/o trasladar los relatos más atroces al ámbito televisivo y cinematográfico.

También, los creadores de contenido se apoyan en la posmodernidad pues dentro de ella «deja de importar el contenido del mensaje, es más importante la forma en que es transmitido y el impacto que pueda generar en el receptor».²⁶ Martha Gutiérrez menciona que el receptor se caracteriza por creer en los mensajes sin verificar su veracidad, donde importa más el show mediático que la realidad de los hechos.

Como consecuencia de los puntos anteriores, resulta atractivo adaptar los hechos del mundo real y palpable, a la ficción. Incluso en algunas circunstancias, como partir de algo preestablecido, pueden encontrarse ventajas de carácter económico y creativo, donde se pueden conseguir bastantes datos, imágenes, audios entre otras cosas que puedan trasladarse a mundos ficticios.

Varios son los casos que, a partir de un hecho real, sirvieron de inspiración para su desarrollo en soportes como el cine o la televisión; entre algunos ejemplos se encuentran: *Terror en Amityville* (1979), *El exorcismo de Emily Rose* (2005), *El Sacramento* (2013), *El Conjuro I y II* (2013-2016), *Ted Bundy: Durmiendo con el asesino* (2019). De igual manera, en México esta actividad se puede ejemplificar con las cintas: *El castillo de la pureza* (1972), *Las Poquianchis* (1976), *Kilómetro 31* (2007), entre otras.

²⁶ Martha Gutiérrez, *op. cit.*, p.5.

1.2.- El género de horror

Entre temores, malas sensaciones, miedos o espantos se encuentra una división que ha estado presente desde que las historias fueran clasificadas: *el terror* y *el horror*. Ambas categorías han sido abordadas por diversos autores; algunos cuyas conclusiones no arrojan diferencia alguna y otros que se han encargado de encontrar hasta los más mínimos detalles que permitan distinguirlas.

De acuerdo con Norma Lazo²⁷, los procesos físicos y mentales en cada categoría son los responsables de diferenciarlas, pues el *horror* va ligado a un sentimiento de miedo provocado por nuestras propias reflexiones (aspecto psicológico) y el *terror* se relaciona con el sobresalto provocado por hechos particulares (aspecto fisiológico).

Tras esta clasificación es posible delimitar al terror a las escenas o actos que, por sus características grotescas o impactantes, generan una sensación de inquietud o repulsión en el espectador. También dicha idea se apoya en la definición de Lauro Zavala quien define al terror como «la experiencia de angustia que produce una amenaza a la identidad, la integridad o la vida misma».²⁸

En contraste, el horror engloba estas situaciones terroríficas y les ayuda a darles forma a través de escenarios, atmósferas o personajes, que al ser asimilados por la psique del espectador, éste les deposita sus deseos oscuros o sus peores pensamientos desencadenando el *miedo*.

Losilla expone que en ocasiones este proceso reflexivo requiere de una representación antropomórfica²⁹ que facilite la identificación del mal en la pantalla, motivo por el que la figura de los monstruos o fantasmas aparecen, de forma recurrente, dentro del género de horror.

No obstante, es necesario resaltar la importancia de otra categoría indispensable que ha ayudado en la consolidación de las anteriores: *el suspenso*. Sin él, toda narración carecería de intriga y no provocaría en el espectador la sensación de querer saber qué sucederá después.

²⁷ Norma Lazo, *op. cit.*, p.37.

²⁸ Lauro Zavala, *op. cit.*, p.136.

²⁹ Carlos Losilla, *op. cit.*, p.18.

«El suspenso es un recurso dramático con alto contenido de misterio y tensión emocional cuya solución casi siempre es sorpresiva».³⁰ En consecuencia, es el que mejor se adapta para mantener un hilo conductor dentro de las narraciones del género de horror, pues abre paso a la duda, la curiosidad y la incertidumbre misma que busca desembocar en una sensación escalofriante.

Lo importante es generar momentos de tensión que anticipen al espectador y lo hagan partícipe en una trama encaminada a un resultado atroz o espeluznante, de ahí que el suspenso (aunque también sea considerado como un género por sí mismo) sea un ingrediente más en la fórmula para crear contenidos, en especial cuando estén relacionados con el horror.

Provocar emociones y sensaciones con un discurso representa una de las tareas más arduas para los realizadores, sobre todo cuando éstas deben incomodar y al mismo tiempo emocionar, es por ello que, el género de horror también deba apoyarse en otros elementos, por ejemplo, los relacionados con una psicología colectiva, aquella que permite tener un panorama general sobre los miedos comunes del público o la sociedad.

Para los guionistas, conocer sobre las fobias habituales, deseos inconscientes, pesadillas y todo tipo de pensamiento que produzca malestar en los seres humanos, les sirve para nutrir el relato de horror y así conseguir una mayor efectividad al reforzarlos y exhibirlos en pantalla.

Por esta razón, los monstruos suelen funcionar dentro de los contenidos audiovisuales porque son la personificación de un miedo colectivo; el lector-espectador deposita sus temores en la criatura y, en la mayoría de los casos, esperará a toda costa su derrota o desaparición.³¹

Ahora, gracias al posmodernismo, también podemos encontrar estas situaciones o personajes hostiles, dignos de un contenido de horror, inmersos en contenidos que por el resto de sus elementos simulan pertenecer a otro género narrativo; peculiaridades que abren paso a la hibridación entre géneros.

³⁰ Socorro Mendez Díaz. *La composición dramática aplicada al suspenso en el cine* (Licenciatura). UNAM, 1997, p. 49.

³¹ Carlos Losilla, *op. cit.*, p.22.

Dentro del libro *El cine de terror: Una Introducción*, Losilla pone de ejemplo el filme *Alien* (1979) mismo que puede presentarse como una película de ciencia ficción por las naves, la tecnología y los viajes espaciales, pero que por sus estructuras arquetípicas que despiertan pánico en el espectador, también recae en el género de horror.

Lo que sucede es un choque entre forma y fondo al disponer de escenarios con características propias de un género narrativo pero que incorpora una criatura asesina dispuesta a corromper la tranquilidad de una tripulación y, al mismo tiempo, de los espectadores.

Como es posible notar, el género de horror ha buscado hacerse presente en una mayor cantidad de ámbitos y entornos, para demostrar que ningún sitio o circunstancia está exenta de cosas malignas que atenten contra la integridad de los protagonistas.

Otras películas caracterizadas por aparentar ser de otro género narrativo cuando en realidad sus componentes activos recaen en elementos propios del horror son: *Gremlins* (1984), *La Mosca* (1986), *Beetlejuice* (1988), *Jurassic Park* (1993), *Overlord* (2018).

Con estos títulos la finalidad es señalar que el horror es universal. Carlos Losilla expresa que desde un inicio, los monstruos clásicos y las posesiones se pueden aludir a un pasado sin ciencia, donde imperaban ideas primitivas e ideas religiosas mientras que incorporar el horror en la ciencia ficción, en los temas actuales o simplemente generar híbridos, demuestra un absoluto dominio de la naturaleza.³²

Recordemos que una fuente primordial de la que se sustenta el horror es en los miedos colectivos, mismos que son representados en los contenidos audiovisuales por sus respectivos autores. Tantas son las fórmulas y maneras en que el mal puede encarnar que existen subgéneros de horror de acuerdo a las representaciones o temáticas siniestras, desde las brujas hasta los asesinos seriales.

³² *Ibid.*, p.52.

1.2.1.- Subgéneros del horror

Los géneros híbridos llegaron con la posmodernidad porque ésta «intenta rescatar lo rescatable de este mundo global, del uso de los medios o la ciencia (...) donde el saber contemporáneo sea propio de la multiculturalidad actual sin remitirse a un sólo centro de historia». ³³ Pero la cantidad de temáticas dentro del horror son tan vastas que incluso desde tiempo atrás existe una subdivisión propia del género.

Los subgéneros del horror corresponden a una evolución natural en la historia del mismo, pues dicha evolución se ha desarrollado a la par de los temores de las sociedades de acuerdo sus épocas y contextos, pero por otro lado, los subgéneros tienen la función de darle un orden a los contenidos y una clasificación más precisa dentro del universo mediático.

En palabras del teórico de cine Carlos Losilla:

La rigidez taxonómica que gobierna la creación de géneros no es más que una convención, el resultado de un acuerdo entre estudiosos y teóricos que necesitan nombrar, enumerar, clasificar. Pero también es, por ahora, la única manera de poder analizar ciertos grupos de filmes en un sentido a la vez mítico, social y estético. ³⁴

Esto sugiere que cada segmento o subgénero debe contener ciertos elementos o códigos dentro de su estructura narrativa que lo vuelvan reconocible. Losilla hace hincapié en que cada uno debe poseer su frontera bien definida, aquella que permita al espectador captar dónde termina uno y dónde comienza otro diferente.

A través de la historia, algunos de estos subgéneros suelen tener más impacto que otros, lo importante es contar con la mayor variedad de historias posibles que recorran cualquier esquina posible e impregnen de terror a los diferentes públicos, los cuales, también se caracterizan por tener diversidad de gustos y miedos.

³³ Roxana Rodríguez. *Modernidad y posmodernidad*. (30 de agosto de 2009). Roxana Rodriguez Blog. Recuperado 22 Octubre 2019. <https://roxanarodriguezortiz.com/2009/08/30/modernidad-y-posmodernidad/>

³⁴ Carlos Losilla, *op. cit.*, p.35.

Al tener sus propios códigos, los subgéneros contarán con sus situaciones o amenazas particulares que ayudarán a identificarlos, todo radica en detectar el verdadero mal o peligro dentro de las tramas y argumentos de cada contenido. A continuación se exponen determinados subgéneros de horror acompañados de sus principales características, así como algunos ejemplos representativos:

Subgénero de horror	Descripción	Ejemplos
Paranormal	Historias donde los espíritus o entes malignos rondan un lugar atormentando a los vivos.	<i>Babadook</i> (2014) <i>Somnia</i> (2016) <i>Poltergeist</i> (1982)
Brujas	Mujeres con habilidades especiales capaces de relacionarse con demonios y de conjurar hechizos con fines negativos.	<i>Alucarda</i> (1976) <i>Suspiria</i> (1977) <i>The VVitch</i> (2015)
Posesiones	Se implica normalmente la sobreimposición de dos individuos categorialmente distintos, el poseído y el poseedor, siendo este último habitualmente un demonio.	<i>El Exorcista</i> (1973) <i>Possession</i> (1981) <i>El Conjuro 2</i> (2016)
Monstruos	Criaturas que por sus características físicas y habilidades sobrenaturales representan una amenaza para las personas o comunidades enteras.	<i>Nosferatu</i> (1922) <i>The Thing</i> (1982) <i>IT</i> (2017)
Gore	Su finalidad es provocar repulsión mediante imágenes de violencia explícita, mutilaciones o grandes cantidades sangre.	<i>Blood Feast</i> (1963) <i>Headless</i> (2015) <i>Terrifier</i> (2016)
Folk Horror	Las historias se desarrollan en zonas rurales, rodeadas de leyendas, misterio y peligros.	<i>Midsommar</i> (2019) <i>Sacrament</i> (2013) <i>The wickerman</i> (1973)

Slasher	El antagonista es un asesino que va eliminando a sus víctimas de maneras atroces.	<i>Halloween</i> (1978) <i>Deliria</i> (1987) <i>Maniac</i> (1980)
Fuentes: Noel Carroll. <i>Filosofía del terror o las paradojas del corazón</i> . Madrid. A. Machado Libros. 2005. Pág. 83. Cecilia Lontrato (5 de Febrero 2018) <i>Folk horror o terror rural</i> . En Medium. Recuperado Octubre de 2019. https://medium.com/hablemos-del-miedo/folk-horror-o-terror-rural-d679ab6bccd7		

Tabla 1. Subgéneros del horror.

1.3.- Contenidos de horror

En el caso del cine, los espectadores deciden ver una película en función de sus gustos, ideología y temperamento.³⁵ Además es posible tomar en cuenta elementos como las creencias y los valores que cada persona ejerce en sus actividades ya que éstas también se ven reflejadas en sus prácticas culturales.

Hasta este punto sería fácil reconocer qué tan grande es el interés por ver cierto contenido; sin embargo, los análisis en soportes como el internet pueden llegar a variar a niveles internos y externos. Desde hace algunos años, las herramientas digitales cambiaron la forma de propagar contenidos y la manera en que son recibidos.

Ahora, la inversión monetaria para transmitir un mensaje o código es más baja comparado con décadas anteriores, o incluso, nula. Las redes sociales han aportado un gran avance al permitir que la información se propague y se transmita de manera menos compleja y con mayor rapidez.

En adición, el fenómeno puede llegar a ser más acelerado si la información se difunde hacia públicos más numerosos pero a la vez más selectos. Para ello, más adelante resulta necesario ahondar en términos relacionados con lo viral, donde «la presencia de comunidades tiene un papel favorable en la propagación de los mensajes y la información».³⁶

Referente a la propagación de contenidos audiovisuales de horror tales como cineminutos, *instastories*³⁷, cortometrajes o contenido en vivo; el enganche recae en la popularidad del género o en el morbo del espectador; pues, como se

³⁵ Lauro Zavala. *Teoría y práctica del análisis cinematográfico: La seducción luminosa*, p.10.

³⁶ Mario Flores; Yessica Hernández. *Tecnología de redes sociales aplicada a publicidad*. (Licenciatura). UNAM, 2010, p.45.

³⁷ Clip para la red social *Instagram* de máximo 15 segundos de duración.

mencionó anteriormente, este género es el que se exporta internacionalmente con mayor facilidad.

Su éxito en la variedad de soportes depende de jugar con un sentimiento tan primario como lo es el miedo. Sustos que los autores canalizan a través de palabras, imágenes y sonidos; para un fin, irónicamente, atractivo o placentero. Una explicación por el gusto hacia el género de horror, que comparte el filósofo Carroll Noel es:

El enfrentamiento con seres horribos que desafían las categorías de lo normal, produce placer ya que la divulgación de tales seres desconocidos requiere de procesos de comprobación, descubrimiento y confirmación; procesos que son cognitivamente placenteros dada nuestra naturaleza de seres curiosos.³⁸

En consecuencia, a lo largo de los siguientes apartados se buscará exponer el extenso recorrido y las múltiples caras que ha tomado el horror a través de diferentes épocas y, desde luego, diferentes medios o soportes. Un desarrollo natural caracterizado por perseguir la misma meta: llevar al espectador por un camino repleto de historias fantásticas, sobrenaturales y, ante todo, siniestras.

1.3.1.- Antecedentes del horror (medios literarios)

El horror, de manera primitiva, hace presencia en los medios literarios a través de las *leyendas*. Norma Lazos destaca que éstas son cercanas al sentir de las comunidades rurales; por ende, se mantienen a través de sus tradiciones y algunas todavía se conforman según sus propias leyes.³⁹

Sin embargo, Lazos no busca dar a entender que las personas urbanizadas están alejadas de la capacidad de imaginar, pues ellas también poseen sus propios relatos: las *leyendas urbanas*. La escritora expone que de igual manera pueden estar basadas en algún hecho real y haberse deformado con la fantasía y la imaginación de sus transmisores.⁴⁰

³⁸ Noël Carroll, *op. cit.*, p. 127.

³⁹ Norma Lazo, *op. cit.*, p.25.

⁴⁰ *Ibid.*, p.25.

Un claro ejemplo de este proceso sucede en México, donde el horror se ha personificado de forma catártica en una gran variedad de leyendas que hacen alusión a «lo desconocido» y «lo anormal»; sucesos fantásticos que involucran a la vida después de la muerte, fantasmas, lugares embrujados, rituales, asesinatos, monstruos, etc.

Como ejemplos de leyendas mexicanas que es posible clasificar en el género abordado son: *La llorona* y *La nahuala*. La primera trata sobre el espectro de una mujer que recorre las calles de la ciudad mientras a modo de quejido grita

«¡Ay mis hijos!» mismos que, según la historia, fueron asesinados por ella tras un impulso de locura.

En cambio, la segunda leyenda aborda los espeluznantes actos que puede realizar una bruja con tal de apoderarse de las almas de las personas, especialmente de niños y niñas mediante transformaciones y artes oscuras.

Inclusive, las leyendas se pueden remontar a civilizaciones prehispánicas, específicamente la maya, que posee un amplio catálogo de fascinantes historias mágicas y sobrenaturales donde se pueden encontrar títulos como:

Uay Chivo: historia que gira en torno a un brujo capaz de convertirse en animal para cumplir un plan maléfico; *El hombre que vendió su alma*: leyenda que incluye al demonio *Kisín* o el relato conocido como *Enano Uxmal*: un ente malévolo que fue castigado por los dioses.



Demonio Kisín (el Hediondo)

La escritora mexicana Norma Lazos teoriza que el ser humano crea relatos o distorsiona los hechos porque están predispuestos a darle explicación a todo. Por lo que si la lógica no logra cubrir del todo algún evento, se buscarán respuestas en la subjetividad, en la imaginación o en narraciones informales.⁴¹

⁴¹ *Ibid.*, p.26.

Una vez más, los miedos colectivos vuelven a estar presentes y los pensamientos o las ideas de las personas llenan los espacios vacíos que la lógica no puede abarcar. Aspectos que también han influenciado a tendencias artísticas como el *realismo mágico*, que a pesar de apagarse más a «lo real» también se aparta de ella mediante ilusiones de irrealidad.⁴²

O bien en los ritos mágico-religiosos del que se desprende el *Día de Muertos*, celebración tradicional que precisamente se apoya en las cosmogonías prehispánicas para honrar a los difuntos. Festividad generacional que se ha visto compartida y reflejada en medios orales, escritos, hasta llegar al cine con películas animadas tales como *COCO* (2017) y *Día de muertos* (2019).

Asimismo, el *mito* brinda características un poco más generales a los de la leyenda, con temáticas que van desde el origen del universo, la creación del mundo y los fenómenos naturales del planeta, cuestiones aparentemente externas, pero que al contrario interioriza al ser humano. Norma declara que son producto de los temores y su irrefrenable imaginación.⁴³

A todo esto, la persona que fue capaz de crear todo un universo mítico propio fue el escritor estadounidense H. P. Lovecraft, quien es considerado el padre del horror cósmico en el medio literario. Norma Lazos lo reconoce por:

Introducir nuevos conceptos que no son comunes en los relatos del horror ordinario, y sus personajes, o algunos de ellos, son parte de dimensiones desconocidas. Lo que postula el horror cósmico es el miedo al vacío, a la inmensidad desconocida. Sus historias pueden estar entidades ignotas y malévolas.⁴⁴

Puede decirse que con Lovecraft y sus relatos de inicios del siglo XX, existe un rompimiento con los mitos de horror de la antigüedad pues en esas épocas «la gente no relataba historias sólo por mórbido placer: creaba sus monstruosas cavilaciones y creía en ellas. Era una tradición oral respetable».⁴⁵

⁴² Carmen Gonzalo. *Iniciación a la literatura hispanoamericana del SXX*. Madrid, Akal, 1999, p.73.

⁴³ Norma Lazo, *op. cit.*, p.27.

⁴⁴ *Ibid.*, p.32.

⁴⁵ *Ibidem*.

Existe un quiebre en la manera de abordar los mitos y en general a las historias, pues ahora se desprenden objetivos como: generar expectativa, despertar intriga y provocar dudas, mismas que suelen resolverse en las últimas páginas de un cuento o de una novela.

Como resultado, se llega al suspenso, el cual puede ser catalogado como un *indicio*, un paso previo al terror o un género que puede desembocar en horror. Para el semiólogo francés Roland Barthes, dicho recurso no es más que una forma privilegiada de la distorsión: por una parte, al mantener una secuencia abierta (mediante procedimientos enfáticos de retardamiento y de reactivación), refuerza el contacto con el lector (el oyente) y, por otra parte, le ofrece la amenaza de una secuencia incumplida, de un paradigma abierto.⁴⁶

Esto nos dice que el suspenso busca apoyarse totalmente en su estructura narrativa para provocar una sensación de angustia en el lector o espectador que no culminará precipitadamente, sino que deja con la duda y genera más intriga; de ahí que Barthes recalque que el «suspenso» atrapa por el «ingenio» y no por la «emoción».⁴⁷

El autor de *La cultura del horror en las sociedades avanzadas* Eduardo Alastuey, explica en su artículo que el suspenso resulta ser un ingrediente de vital importancia dentro de las historias de horror ya que «el suspenso da cabida a la incertidumbre y a lo inesperado».⁴⁸

Otro ejemplo de horror clásico en los medios literarios es el *horror gótico*. Según Norma Lazos, dentro de esta categoría casi siempre hay una historia de amor y una lucha entre el bien y el mal, y las historias se desarrollan en castillos lúgubres.⁴⁹ En otras palabras, las características arquitectónicas ayudaron a dotar de estilo al gótico.

⁴⁶ Roland Barthes. *Introducción al análisis estructural de los relatos*. Buenos Aires. Editor de América Latina, 1966, p.49.

⁴⁷ *Ibidem*.

⁴⁸ Alastuey, Eduardo. *La cultura del horror en las sociedades avanzadas: de la sociedad centrípeta a la sociedad centrífuga*. Reis, n° 110, 2005, p.45.

⁴⁹ Norma Lazo, *op. cit.*, p.36.



Nosferatu (1922)
Dir F.W. Murnau

Entre otros recursos estilísticos se encuentran los bosques tenebrosos, escenografías medievales, calabozos, sótanos y criptas, monstruos y hermosas doncellas en apuros.⁵⁰ Elementos que más tarde adoptaría el movimiento conocido como *expresionismo alemán*.

De hecho, el director de cine expresionista F.W. Murnau quiso transportar Drácula, uno de los títulos insignia del gótico, a la pantalla grande; sin embargo, tras problemas legales por derechos de autor, Murnau y su equipo se las ingenieron para poder realizarle modificaciones al texto originalmente escrito por Bram Stoker en 1897 dando paso a la mítica cinta *Nosferatu* (1922).

Como cualquier medio en evolución, «con el pasar de los años, la novela gótica se modificó dejando atrás los ambientes sombríos para ahora enfocarse en pasadizos mentales y en la oscuridad de las almas».⁵¹ El horror dentro del mundo literario buscaba una nueva carátula y la encontró en lo sobrenatural que el *romanticismo* podía aportar luego de ser bien recibido en más territorios, países y continentes.

Fue a inicios del siglo XIX cuando en Inglaterra surgen las bases del manifiesto romántico en la literatura. Norma Lazo menciona que a partir de ese momento «se empezó a dar importancia al sentimiento y a la imaginación febril y hubo un alejamiento de las formas literarias convencionales. Ahora eran más importantes las emociones que el raciocinio y la lógica».⁵²

Una vez más, la imaginación logró salir victoriosa por encima de la razón y de la ciencia, lo que provocó la proliferación de historias de fantasmas y demonios con títulos como *El sudario de hierro* (1830), *La puerta abierta* (1882), *Otra vuelta de tuerca* (1898) así como las obras literarias de Edgar Allan Poe.

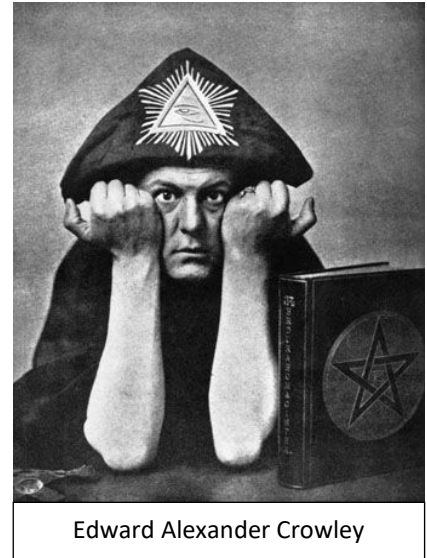
⁵⁰ *Ibid.*, p.54.

⁵¹ Norma Lazo, *op. cit.*, p.55.

⁵² *Ibid.*, p.61.

Años más tarde, el género de horror en la literatura encontró su lugar en el *ocultismo* dentro de un periodo que Norma Lazo ubica por estar plagado de símbolos, sociedades secretas, misterios intelectuales y hombres inquietos.⁵³

Precisamente uno de esos hombres inquietos fue el inglés Aleister Crowley fundador de la orden esotérica Astrum Argentum o A.'.A en 1907 con el propósito de formar magos y profetas. Su devoción hacia la magia y el ocultismo era tal que siempre señaló que quería entrar en comunión personal con el demonio.⁵⁴



Edward Alexander Crowley

Incluso su figura influyó a otros ocultistas como Kenneth Grant y al satanista Anton Szandor LaVey, reconocido por fundar la organización religiosa titulada *La iglesia de Satán* en 1966. Hasta este punto, el horror había entrado a una etapa madura, y los miedos colectivos, que estaban en constante transformación junto con las personas, también se adecuaron a los soportes audiovisuales.

1.3.2.- Medios audiovisuales (cine y televisión)

Actualmente tanto el cine como la televisión comparten una calidad técnica similar. Los procesos para hacer series televisivas con múltiples capítulos se han ido perfeccionando al grado de hacer sentir al espectador que está frente pequeñas películas en la comodidad de su propia casa.

Hasta este punto, el acto de ver contenido audiovisual se convierte en algo más privado, o en ocasiones, íntimo; como resultado de una selección más precisa gracias a la recomendación generada por los algoritmos de los *servicios de streaming*.⁵⁵

⁵³ *Ibid*, p.63.

⁵⁴ Alan Robles Márquez. *El pacto con el diablo*. (Licenciatura) UNAM, 2009, p.101.

⁵⁵ Netflix, Amazon Prime, Clarovideo, HBO, Disney +.

Lauro Zavala describe al acto de ir al cine o ver contenido digital como «una de las actividades más características de la vida cotidiana urbana, precisamente por su naturaleza casual».⁵⁶

Una naturaleza que él considera espontánea, espectacular y ritual. Características que no serían otorgadas de no ser por la tecnología actual responsable de una mejor calidad de imagen, sonido, contenido instantáneo, rutinario y con tendencias a ser inmersivo.

Dentro del medio televisivo, una de las series que vale la pena mencionar fue aquella transmitida durante el año 2005 hasta el 2007. Llevó por nombre *Maestros del horror* y constó de 2 temporadas divididas en 13 capítulos cada una.

Lo que la vuelve interesante es que cada episodio fue realizado por directores cuya experiencia en el horror, para aquel momento, era amplia; dando como resultado un producto con buenas narrativas y excelente ejecución. De entre los responsables podemos rescatar nombres como:

Darío Argento, John Landis, Takashi Miike y, el experto en horror, el cineasta John Carpenter.



No obstante, el horror encuentra sus mejores componentes en una sala de cine. Para Zavala, a pesar de que la narrativa se encuentre muy «ritualizada» en los demás medios de comunicación, difícilmente logran ese estado hipnótico en el que nos sumerge la pantalla de cine.⁵⁷

Es precisamente, dentro de la pantalla, donde ocurre la magia que ocasionará temor a quien observe lo proyectado. A nivel técnico el horror es un género que forjó su propio lenguaje cinematográfico basado en las ideas que obtenían los directores al consultar los medios escritos logrando así que la cámara buscara respuestas en «lo abismal».

⁵⁶ Lauro Zavala, *op. cit.*, p.3.

⁵⁷ *Ibid*, p.9.

Una buena historia, una excelente cinematografía y una sala de cine dan como resultado aquel efecto cautivador, Butler lo explica de la siguiente manera:

Un filme se contempla en la oscuridad y consiste en formas que se mueven sobre un fondo que refleja la luz, un efecto que resulta aún más intenso cuando se contempla desde una posición ligeramente inferior a la de la pantalla, es decir, desde las butacas de un cine.⁵⁸

En contraparte, a nivel de detalles del género abordado, el historiador cinematográfico Joaquim Romaguera explica en su libro *El lenguaje cinematográfico* las peculiaridades que éste posee, entre las cuales se encuentran:

- Un fuerte componente visual.
- Iconografía específica dada por la ambientación, vestuario y maquillaje.
- Una cierta espectacularidad dada por los efectos especiales o por escenarios capaces de trasladar a momentos lejanos, históricos o intemporales.⁵⁹

Si tuviéramos que situar el origen del horror en el medio cinematográfico podríamos, en primera instancia, ocupar el ejemplo que menciona Carlos Losilla donde da a conocer que el terror está relacionado con el cine prácticamente desde su origen. Pues para él, *La llegada del tren* de 1895 de los hermanos Lumière, «causó en sus primeros espectadores parisinos un miedo seguramente más intenso que el que luego experimentaron con los primeros filmes mudos de terror».⁶⁰

Dicho ejemplo puede considerarse como el primer material fílmico que provocó una respuesta de alerta o temor hacia un público, a pesar de que su intención no fuera esa; por ello la inserción del género de horror se le suele atribuir más a la época cuando el expresionismo alemán surgió a principios del siglo XX.

⁵⁸ Iván Butler, *The Horror Film*, 1967, p. 9-10.

⁵⁹ Joaquim Romaguera. *El lenguaje cinematográfico: gramática, géneros, estilos y materiales*. Madrid. Ediciones de la Torre, 1991, p.58.

⁶⁰ Losilla., *op. cit.*, p.25.

Zavala destaca a dicha vanguardia por ser la más influyente en la historia del cine de ficción⁶¹, pues para él, «sus rasgos están presentes en el *film noir* y en géneros como terror, fantástico, ciencia ficción, melodrama, maravilloso, social, bélico, locura, distopías y catástrofe (...)»⁶²

Enfocados en el horror, el expresionismo alemán dotó al género de un estilo decorativo y fotográfico a través de las luces y las sombras, estilización escenográfica e incluso cierta exageración en el maquillaje.⁶³

Como se vio en el apartado anterior, el cine expresionista se inspiró de elementos góticos, pero los miedos y temores se vieron potenciados principalmente por un «alma Alemana torturada, donde las evocaciones fúnebres de horrores y atmósferas de pesadillas parecían un reflejo de una grotesca imagen de postguerra».⁶⁴



El gabinete del doctor Caligari
(1920) Dir. Robert Wiene.

Así, los códigos de una vanguardia reflexiva, fueron apropiados por el género de horror desde esos tiempos con filmes como: *El gabinete del Dr Caligari* (1919), *Del alba a medianoche* (1920), *Fausto* (1926), hasta llegar a nuestros días convirtiendo al expresionismo como un «punto de referencia ineludible para todo el cine de terror posterior, desde los filmes de la Universal de los años treinta hasta ciertas rarezas de Hitchcock».⁶⁵

Se debe recordar que el suspenso puede ser un recurso que da paso a una situación emocional de angustia, por ello, con relación al ámbito cinematográfico, fue gracias a Alfred Hitchcock que se consolidó la incorporación de ese ingrediente faltante al horror mediante películas como *Psicosis* (1960) o *Los pájaros* (1963).

⁶¹ Lauro Zavala, *Sobre la evolución de los géneros cinematográficos*, op. cit. p.134.

⁶² *Ibidem*.

⁶³ Carlos Losilla., op. cit., p.60.

⁶⁴ Lotte Eisner. *La pantalla demoniaca*. España. Ediciones Cátedra.1988, p.22.

⁶⁵ Carlos Losilla. op cit., p. 61

Norma Lazo define al suspenso en el cine como un elemento que está concebido para crear tensión en el espectador y se caracteriza por no ser explícito⁶⁶, dicho recurso parece ser vital en los contenidos actuales pues, al mismo tiempo, despierta interés y causa sensaciones incómodas.

Tras la adopción del suspenso y la evolución de los horrores, los monstruos siguieron presentes en la pantalla grande, pero momentos después, fueron reemplazados por «un nuevo horror psicológico que invadió las pantallas mundiales».⁶⁷

Adolfo Pérez hace hincapié en la contracultura, misma que para él «nos llevó a explorar territorios como el religioso, mostrando a los incrédulos que la maldad y la capacidad de aterrar existen en cualquier actividad del ser humano».⁶⁸ Situados en la década de los sesentas, tanto guionistas como directores le dieron un aire fresco al género al hacerlo oscilar entre temáticas poco habituales y al incorporarlo, lentamente, a premiaciones cinematográficas reconocidas. Por ejemplo, a finales de dicha década llegó la cinta *El bebé de Rosemary* (1968), del director francés Roman Polanski quien logró rescatar las virtudes del suspenso para compartir una historia empapada de suicidios, asesinatos y ritos satánicos.

En los setentas, como estandarte, se tiene a la cinta *El Exorcista* (1973), película basada en el libro de William Peter Blatty, caracterizada por tener un lenguaje visual arriesgado debido a su gran cantidad de imágenes grotescas, mismas que a 47 años de su estreno siguen causando repulsión y pavor en las audiencias.

La película se centra en una niña que es poseída por un demonio de nombre *Pazuzu*, lo que provoca cambios radicales en su conducta y apariencia física. Aspectos que orillan a los protagonistas a buscar ayuda médica y sacerdotal. Película donde la religión juega un papel predominante en la trama pues refleja los peligros de husmear en terrenos desconocidos fuera de la religión judeocristiana.



Pazuzu en *El exorcista* (1973)

⁶⁶ Norma Lazo, *op. cit.*, p.36.

⁶⁷ Adolfo Pérez, *op. cit.*, p.8.

⁶⁸ *Ibidem.*

Ambas películas son el ejemplo perfecto de una necesidad por presentar historias que parezcan convincentes para el ser humano, que al menos palpen un fragmento de su lógica y sobre todo, logren nutrir de temor el inconsciente. Sin embargo, el reto es la innovación, por lo que años más tarde «los anhelos vanguardistas de un principio chocaron con niveles estéticos (...) hasta llegar a una presunta renovación radical del género».⁶⁹

En otras palabras, con el intento por parte de los realizadores de conservar fresco al género, éste pasó por ciertas alteraciones e hibridaciones con tal de mantenerse vigente, lo que provocó una oleada masiva de nuevos títulos como lo son: *La masacre en Texas* (1974), *Black Christmas* (1974), *Satánico Pandemonium* (1975), *La profecía* (1976), *Suspiria* (1977) e incluso *Alien* (1979).

Fue en 1976 cuando *Carrie* vio la luz en manos del director Brian de Palma, quien retomó la historia de la novela del reconocido escritor estadounidense Stephen King. Cinta que, tras haber sido un éxito en taquilla, desencadenó más adaptaciones de sus novelas y cuentos hacia el cine y a la televisión.

Lo anterior es el claro ejemplo de que tanto los medios escritos como los medios audiovisuales no están peleados si hablamos del género de horror, ya que ambos pueden complementarse y brindar sensaciones distintas al público. Cada una haciendo uso de sus mejores recursos.

Dos años más tarde, las exigencias de la industria hicieron que el realizador volteara a ver al espectador, una nueva era para el horror había llegado y fue turno de que el público también se viera involucrado en las tramas. La posmodernidad se abrió paso dentro del género y se personificó con la película *Halloween* (1978) del aclamado director John Carpenter.

De acuerdo con Losilla, el filme representó una especie de *shock*, ya que por primera vez, «una película de terror se atrevía a proponer algo nuevo con un valor de mostrar un sendero distinto, un enlace con la tradición clásica a partir de su total remodelación».⁷⁰

⁶⁹ Carlos Losilla., *op. cit.*, p.140.

⁷⁰ *Ibid.*, p.161.

El director integra al espectador haciendo uso de una cámara subjetiva durante la primera secuencia de la película; de esta manera, el público se contempla como el pequeño Michael Myers cometiendo el asesinato. Para Losilla, en ese instante «el propio espectador se ha convertido en el monstruo del filme, ha asumido su papel de voyeur y de sádico».⁷¹

El plano subjetivo se incorpora a un fresco lenguaje cinematográfico y ya no se limita a un simple truco de cámara, pues dio paso a una «teoría sobre la relación del espectador con lo filmado que acaba caracterizando a este último, ya no como simple observador o cómplice, sino como protagonista activo».⁷²

Con la aparición de *Halloween*, la escena de horror se renovó, inclinándose al subgénero *Slasher* donde el miedo radica en lo corporal y visceral, pues la figura representativa del mal puede situarse dentro de cada individuo y ahora «el espectador es el eje del cual giran todos los demás mecanismos de ficción».⁷³

Los creadores posmodernos tienen como hilo conductor la amoralidad de las acciones humanas y la visión descomprometida con la realidad.⁷⁴ Por ello, se obtiene una desintegración total de los propios valores sociales y morales, que se irán desarrollando a través de los personajes y las situaciones.⁷⁵

Una vez más, el discurso moral está en juego, es decir «ya no existe el dilema entre lo bueno y lo malo como en el cine moderno, pues para el cine posmoderno todo es relativamente bueno o malo según las circunstancias».⁷⁶ Un villano puede triunfar al final o hay omisión de castigos.

El posmodernismo concedió la unión de géneros y de estilos, pero lo más importante es que dicho paradigma recurrió a la *intertextualidad*, incrementando su popularidad al tomarla en cuenta para innovadores proyectos que, como se expondrá en los siguientes capítulos, abrieron paso al desarrollo de otras formas de contar historias en múltiples soportes, dando como resultado las nuevas narrativas.

⁷¹ *Ibid.*

⁷² *Ibid.*

⁷³ *Ibid.*, p.162.

⁷⁴ Martha Gutiérrez, *op.cit.*, p. 22.

⁷⁵ Carlos Losilla, *op. cit.*, p.165.

⁷⁶ Martha Gutiérrez, *op. cit.*, p.14.

CAPÍTULO 2

Hipertextualidad

El desafío del actual productor audiovisual consiste en desarrollar contenidos acordes a una época donde gran parte de la población ha migrado al mundo *online*; por ende, si las audiencias están cambiando de plataformas, sus contenidos y narrativas también tienen que hacerlo.

Tarea nada fácil si se toma en cuenta que, dentro del internet, las plataformas tienen sus propias reglas y poseen funciones específicas. Para ello, se debe planear una comunicación óptima e instantánea, donde cada plataforma deba ser explorada con la finalidad de que haya un mejor entendimiento sobre los recursos que pueden ser utilizados en el desarrollo de una narrativa, tales como: fotografías, videos, *gifs*, publicaciones escritas, contenido 360°, entre otros.

Los contenidos buscan adaptarse a las nuevas tendencias, y si bien la idea de un usuario-espectador para el desarrollo de una historia se extendió desde la incorporación del posmodernismo, ahora, es necesario que se manifieste en el género de horror para crear un choque entre la «ficción» y la «no ficción».

Dicho proceso puede alcanzarse gracias al uso de las llamadas «nuevas narrativas», las cuales, para el Dr. Raúl Rodríguez «rompen aparentemente con la linealidad del texto escrito o audiovisual para incorporar la experiencia del receptor».⁷⁷

Para la autora Martha Gutiérrez⁷⁸: otras características que el posmodernismo ofreció en relación con los contenidos audiovisuales son:

- Esteticismo
- Fragmentación de la narración (estructural y temporal)
- Montaje rápido
- Metaficcionalidad
- Autoreferencialidad
- Presencia simultánea de elementos contradictorios⁷⁹

⁷⁷ Costa Sánchez, C. y Piñeiro Otero, T. *Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de Águila Roja*. Icono14, vol. 10, (2), 2012, p. 105.

⁷⁸ Martha Gutiérrez. *El cine de autor del cine moderno al cine posmoderno*. Razón y Palabra. no 87, 2014 p.15.

⁷⁹ Zavala, *op. cit.*, p.13.

El posmodernismo ha abierto amplias posibilidades que han sido aprovechadas por diversos medios. En el caso del audiovisual, el género de horror adoptó dos fenómenos que ha replicado con incidencia, para el profesor Abel Cervantes⁸⁰ son los siguientes:

- 1) Los fantasmas y espíritus pueden ser vistos a través de aparatos tecnológicos como las cámaras de video o de fotografía.
- 2) La mayoría de los relatos dicen estar basados en historias reales o, en su defecto, se presentan como si fueran documentales o parte de una grabación real que fue encontrada por casualidad.

Dichos componentes fueron añadidos en gran parte por el auge del *SOV-horror*⁸¹ durante la década de los ochenta y noventa; ofreciéndonos contenidos como el intrigante cortometraje sobre canibalismo titulado *Possibly in Michigan* (1983) realizado por Cecelia Condit o el mítico registro de una abducción alienígena en la polémica *The McPherson Tape* (1989).

Por otro lado, una de las culturas que supo implementar de manera eficiente este tipo de formatos y tendencias apoyadas en recursos tecnológicos fue la cultura asiática, misma que dio un paso más allá y dotó de maldad a los propios artefactos mecánicos y digitales.

El *J-horror* de finales del siglo XX e inicios del XXI adaptó el *body horror* a las máquinas con *Tetsuo: The Iron Man* (1989), convirtió a los dispositivos en portales del más allá en cintas como la emblemática *Ringu* (1998) o *Pulse* (2001), integró la violencia en *Visitor Q* (2001) y *Chakushin Ari* (2003) del cineasta Takashi Miike y exploró terrenos del cine gore con la controversial franquicia de *Guinea Pig*.

Se corrobora que el horror constantemente está en búsqueda de impregnar más a sus consumidores a través de medios que puedan ser más directos y que la experiencia no provenga únicamente de la pantalla, pues retomando a Abel Cervantes, este género «está buscando medios ajenos a la disciplina no sólo para obtener beneficios económicos, sino también para que el público interesado experimente sensaciones inusitadas».⁸²

⁸⁰ Abel Cervantes. (4 de junio 2015). *Charlie Charlie...y el nuevo cine de terror*. [online] Revista Icónica. Recuperado octubre 2019. <http://revistaiconica.com/charlie-charlie-y-el-nuevo-cine-de-terror/>

⁸¹ Material capturado en video digital (Shot on video).

⁸² Abel Cervantes. *Op. cit.*

Para ello, los soportes *online* le brindan un aire de innovación y, además, no están peleados con el ritual de asistir a una sala de cine para disfrutar del contenido; sino que, con una buena ejecución y uso de las «nuevas narrativas», lo potencializa, despertando la curiosidad y generando un mayor interés en las audiencias para asistir a una sala o engancharse con algún contenido.

Precisamente, las nuevas narrativas surgen en lo que Carolina Sánchez contempla como la *era de la convergencia*⁸³ periodo caracterizado por la hibridación entre historias y soportes recientes cuyo objetivo es darle un énfasis especial a la actividad del espectador/usuario.

Estas formas de producir, contar y seguir una historia; recaen en términos como la *multiplataforma*, *crossmedia* y *transmedia*, mismos que serán abordados más adelante y serán expuestos como un proceso que incluso ya ha estado presente desde tiempos anteriores y que, incluso en pleno 2021, las personas ya consumen y disfrutan.

En el libro *El Guion del sXXI*, el autor Daniel Tubau explica que el público, ya sea debido al aprendizaje televisivo o a la dispersión de la atención provocada por el Internet, se ha vuelto más receptivo a este tipo de historias.⁸⁴ Es decir, el lenguaje audiovisual se adapta a los soportes y esto repercute en una formación del espectador.

Recursos como montajes paralelos, historias ramificadas o las elipsis cada vez más pronunciadas son ejemplos de una enseñanza que las nuevas narrativas le han heredado al público actual. Tubau manifiesta que otro paso en este aprendizaje y asimilación de complejidades narrativas es la comprensión total de la *intertextualidad* y la *hipertextualidad*.

La *intertextualidad* radica en que «el texto se construye como un mosaico de citas, siendo éste absorción y transformación de otro texto». Definición dada por la creadora del término, Marinkovich Kristeva en 1967. Idea sustentada en lo que Barthes consideraba como «la apertura del texto a otros textos, otros códigos, otros signos».⁸⁵

⁸³ Costa Sánchez, C. y Piñeiro Otero, T, *op. cit.*, p.103.

⁸⁴ Daniel Tubau. *El guion del siglo XXI*. España: Alba Editorial, 2011, p.35.

⁸⁵ Caro Salcedo, Laura Camila, & Arbeláez Echeverri, Nora Cristina. *Hipertextualidad, literacidad y discurso académico: conceptos para la gestión del conocimiento en la red*. Revista Virtual Universidad Católica del Norte, (28), 2009, p.6.

Incluso, esta concepción ya se dejaba entrever en otros escritos del siglo XX como algunos del filólogo ruso Mijaíl Bakhtin quien usaba el término *dialogismo*, para señalar precisamente la relación necesaria de cualquier expresión con otras expresiones, de tal manera que «todos los textos son estructuras de fórmulas anónimas insertadas en el lenguaje». ⁸⁶

Para ello debemos comprender que antes de crear un texto, el emisor ha estado expuesto a una gran cantidad de textos que directa o indirectamente influyen en la producción. «Las posibilidades son infinitas y siempre abiertas, generadas por todas las practicas discursivas de una cultura». ⁸⁷

Bajo estas premisas, si el espectador aprende a identificar dentro de un contenido los vínculos que éste tiene respecto a otros, habrá entendido la *intertextualidad*, aspecto clave que va a influir por un lado en la producción y por otro, en la comprensión global de los discursos.

Además, la *intertextualidad* puede servir para motivar a las audiencias a ampliar sus conocimientos mediante búsquedas voluntarias apegadas a sus intereses. El internet facilita esta acción y le abre el acceso a las nuevas narrativas pues «quien navega en la red es quien decide hasta dónde quiere llegar y cómo hacer su recorrido». ⁸⁸

Por otro lado, la *hipertextualidad* nació en 1945 por una idea del canadiense Vanner Bush cuyo propósito era la creación de una máquina que pudiera almacenar vastas cantidades de información pero que dependiera de la recuperación del usuario mediante la habilidad de crear enlaces que llevaran de un punto a otro. Justo a esa posibilidad, veinte años después uno de los pioneros de la tecnología de la información, el filósofo Ted Nelson lo denominó «*hipertexto*». ⁸⁹

En terrenos de contenido, la *hipertextualidad* tiene como objetivo vincular de manera explícita los discursos mediante la creación de canales comunicativos evidentes con la finalidad de que una producción fragmentada pueda ser abordada de forma libre por los diferentes públicos que en este estado adquieren un nivel de

⁸⁶ Robert Stam, et. al., *Nuevos conceptos de la teoría del cine: estructuralismo, semiótica, narratología, psicoanálisis, intertextualidad*. Barcelona: Paidós, 1999, p.232.

⁸⁷ *Ibid.*

⁸⁸ Caro Salcedo, Laura Camila, & Arbeláez Echeverri, Nora Cristina (2009)., *op. cit.*, p. 18.

⁸⁹ Díaz Noci, Javier y Salaverría, Ramón. (2003) Manual de Redacción Ciberperiodística. En Caro Salcedo, Laura Camila, & Arbeláez Echeverri, Nora Cristina, 2009., *op. cit.*, p. 8.

consumidores activos, puesto que formarán parte del proceso narrativo al ir descifrando las claves que les permitan avanzar en este tipo de relatos.⁹⁰

Por ello, trabajar y abordar la *hipertextualidad* debe implicar el reconocimiento de ciertas normas básicas tales como sentido, coherencia y claridad, razón por la cual, Gérard Genette sugiere esta modalidad para el análisis filmico pues está de acuerdo que la *hipertextualidad* es la relación entre un texto, al que Genette nombra *hipertexto*, que será el encargado de transformar, nutrir, modificar o ampliar a un texto previo conocido como *hipotexto*.⁹¹

En tanto, Tur Viñes señala que «las series de ficción son un género atractivo para estos fenómenos, ya que la estructura seriada permite diseñar estrategias que difunden el contenido por otros medios y otros tiempos».⁹²

Después de todo, la fragmentación de contenido y su posibilidad de multiplataforma estimula el fenómeno *fan*, y aún más con el internet, red informática que personifica de manera colosal a la *intertextualidad* (texto en otros textos) y a la *hipertextualidad* (vínculos) gracias a su telaraña mundial.

Aunque ambos términos son parte de los ejes de esta investigación rumbo al conocimiento de las narrativas actuales, es importante resaltar que existen, por lo menos, otros tres conceptos que el teórico literario Gérard Genette señala como parte de la bifurcación *transtextual*⁹³.

Entre ellas se encuentran la *paratextualidad*, término que hace alusión al resto de elementos añadidos que acompañan y rodean a un texto principal (escenas eliminadas, entrevistas, pósters, spots, etc.). La *metatextualidad* que es el vínculo crítico entre un texto y otro, mencionado de forma silenciosa o explícita. (Apariciones especiales⁹⁴, referencias, crossovers, etc.).

Y la *architextualidad*, relacionada con la disposición o rechazo que tienen los textos por formar parte de un grupo establecido (vanguardias, géneros⁹⁵, subgéneros, etc.)

⁹⁰ Costa Sánchez, C. y Piñeiro Otero, T, *op. cit.*, p.105.

⁹¹ Robert Stam, *op.cit.*, 239.

⁹² Tur-Viñes, V. y Rodríguez Ferrándiz, R. *Transmedialidad: series de ficción y redes sociales. El caso de Pulseras Rojas en el grupo oficial de Facebook*. Cuadernos.info, vol. 34, 2014, p. 116.

⁹³ Todo lo que pone a un texto en relación con otros. Véase Robert Stam, *op. cit.*, p. 235-239.

⁹⁴ Como ejemplo, la evidente aparición del monstruo Belial de la cinta *Basket Case* (1982) en una escena de *Brain Damage* (1988), ambas dirigidas por Frank Henenlotter.

⁹⁵ Como ejemplo, la cinta *POSSESSION* (1981) a pesar de ser de horror, el propio director Andrzej Zulawski la considera una película de amor.

2.1.- Internet, redes sociales y lo viral

Hoy en día el ser humano ha sabido aprovechar los avances tecnológicos como herramientas capaces de almacenar, procesar y exponer grandes cantidades de datos en pocos segundos. Propiedad que ha modificado la manera de difundir información y también la manera en que es consumida.

La instantaneidad fue un elemento vital para que el internet, en tan sólo cuatro años de su aparición, alcanzara los 50 millones de usuarios, cifra que le costó a la televisión 13 años y a la radio 38.

Esta digitalización que consistió en convertir escritos, *cassettes*, *CDs*, libros, música y películas a *bits*, resultó ser más atractiva; la velocidad de transmisión aumentó, la sociedad la adoptó y desde entonces el mundo presencié un gran cambio.

Los vínculos antes mencionados, y que son elementos clave de la *hipertextualidad*, en un principio fueron concebidos como *nodos*, uniones entre dispositivos como sistemas de trabajo y computadoras personales. Ahora esta concepción sigue creciendo día con día al integrar dispositivos móviles, asistentes personales e incluso medios de transporte.

Sin embargo, más que considerar al internet como una tecnología que busca facilitarnos tareas o realizar labores, es un producto social. La profesora latinoamericana Delia Crovi, respalda este pensamiento al expresar que «dentro de la red se experimentan determinados procesos, que al mismo tiempo, condicionan las innovaciones futuras».⁹⁶ Es decir, las constantes aportaciones que hacen los usuarios nutren a la red misma, y su evolución dentro de ella va ligada a la manera en que la sociedad utiliza los soportes.

Delia agrega que en el consumo de tecnologías hay dos caminos que se pueden tomar, el primero es optar por la comunicación dialógica, horizontal y participativa; o vertical, unilateral, donde el individuo se toma por mero receptor.⁹⁷

Pero situados en esta posmodernidad, el ciudadano digital ya no sólo es el receptor del mensaje, sino que además es el creador, transmisor y generador de

⁹⁶ Crovi Druetta, Delia. *Sociedad de la Información y el conocimiento: Entre lo falaz y lo posible*, Buenos Aires: La Crujía, 2004. p. 21.

⁹⁷ *Ibid.*, p.21.

información en forma de historias, imágenes, memes⁹⁸, animaciones y videos que circulan en la web, algunos con potencial de hacerse «virales».

Diversos autores se han referido a esta etapa como la *era de la cibercultura* o la *era de las redes digitales*. Un periodo donde en un soporte virtual, los seres humanos conectamos ideas, conocimientos; creamos espacios comunes y deseos compartidos.

Si encasillamos al internet como un medio audiovisual más, de él se pueden obtener propiedades interactivas y selectivas, aspecto que repercute en la planeación y diseño de productos, así como el descubrimiento de las audiencias más susceptibles a consumir ciertos tipos de materiales.

Para el desarrollo de contenidos audiovisuales, el internet posee una serie de ventajas en relación con los medios tradicionales:

- Es un medio económico, rápido y de respuesta inmediata.
- Es un gran instrumento para investigación. Con su capacidad para medir con exactitud cuántas personas vieron, compartieron o siguieron un producto.
- Posee la capacidad de editar algún contenido velozmente.

En estos años, el género de horror está aprendiendo a sacar provecho de cada plataforma de internet y sobre todo, tiene la intención de comprender la naturaleza de cada red social. Aquellos sitios donde las personas convergen, se expresan, opinan y lo más importante: comparten. De ahí depende el éxito del folklore denominado «*creepy*»⁹⁹ mismo que será abordado más adelante.

Con la diversidad de estas redes sociales, se alcanza una organización colectiva más horizontal y participativa porque el internet es un sistema donde las barreras temporales y espaciales parecieran ser invisibles, por eso es necesario conocer su origen y las intenciones que propiciaron su creación.

⁹⁸ Elemento que se difunde por internet y que a menudo se modifica con fines humorísticos.

⁹⁹ Palabra en inglés que se usa para referirse a un objeto, lugar o persona que despierta una sensación desagradable de repudio o temor.

2.1.1.- Historia del internet

En 1969 se desarrolló la primera red de computadoras en cuatro centros de investigación ubicados en Estados Unidos, estos fueron: el Instituto de investigación de Stanford, la Universidad de California, Los Ángeles, la Universidad de California en Santa Bárbara y la Universidad de Utah. A esta red se le denominó ARPANET.¹⁰⁰

Su principal función fue tener un mecanismo que permitiera una comunicación directa entre las instituciones académicas y además protegiera al sistema científico-militar frente a amenazas de ataques o sabotajes extranjeros, pues la nueva red de ordenadores permitía que no existieran núcleos importantes y la información se encontrara dispersa en diversos caminos.

Poco a poco se encontraron más utilidades significativas. El correo digital se había instaurado y la colaboración a distancia para el desarrollo de proyectos e investigaciones fue cada vez más sencilla y cómoda, lo que orilló a que varias aplicaciones de esta red se extendieran hacia diversos campos del conocimiento.

En consecuencia, dos años después la red ARPANET ya se conformaba de 23 *hosts*¹⁰¹ al haber incorporado a más universidades y centros gubernamentales. Cada vez fueron más los interesados por esta modalidad a tal grado que para el año 1983 dicha red sufrió una primera división. ARPANET se destinó únicamente a objetivos científicos y la segunda de nombre MILNET se orientó al ámbito militar.¹⁰²

Durante ese periodo, no menos de 500 nodos estaban conectados entre sí. Diversas compañías se dieron cuenta del potencial de esta herramienta y comenzaron a aparecer diversas opciones de computadoras personales. Como resultado, para 1989 ARPANET le da paso al internet comercial ligado al surgimiento del conocido: World Wide Web (www).

¹⁰⁰ Son las siglas de Advanced Research Projects Agency Network, es decir, la Red de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada.

¹⁰¹ Las computadoras u otros dispositivos conectados a una red que proveen y utilizan sus servicios.

¹⁰² Melani Virgilia Saldaña. (2017). *Youtubers mexicanos como marcas de consumo*. (Licenciatura). UNAM. p.7.

Una vez que la red llegó a manos de las empresas privadas y organismos gubernamentales lanzaron regulaciones para apropiarse de la infraestructura necesaria para el acceso al internet. En consecuencia las empresas de comunicación comenzaron a brindar servicios de internet y a capitalizarlo.¹⁰³

Un aspecto a señalar es que durante inicios de los años noventa, el investigador del Consejo europeo para la investigación nuclear Tim Berners-Lee desarrolló un sistema con *hipertexto* facilitando la navegación entre documentos mediante uso de *hipervínculos*. Cada una de las mejoras que el internet llegó a conseguir le brindó un 341,634% de crecimiento durante esa década.



La mayoría de valiosas aportaciones que ha tenido el internet han sido gracias a los mismos usuarios quienes han creado nuevas formas y plataformas de comunicación digital. Conductas que están relacionadas con el término «*web 2.0*» mismo que fue popularizado en 2004 por el informático Tim O. Reilly.

Justo esta clasificación de la web se distingue por las nuevas utilidades, herramientas y servicios disponibles que brindan la posibilidad de ser modificados en su contenido y estructura. Tales como: los *blogs*, las *wikis* y, desde luego, las redes sociales.¹⁰⁴

Por esta razón, es preciso lo que José Pérez menciona: «la web 2.0 es un claro ejemplo de cómo los usuarios utilizan su creatividad e intelecto al momento de compartir información en esta plataforma».¹⁰⁵

¹⁰³ Melani Saldaña, *op. cit.*, p. 8.

¹⁰⁴ Prato Laura y Lilita Villoria. *Aplicaciones web 2.0 – Redes sociales*. México, Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Básicas y Aplicadas, 2010, p. 13.

¹⁰⁵ José Gustavo Pérez. (2015). *El uso de las redes sociales como herramienta de la mercadotecnia: El fenómeno Youtube*. (Licenciatura), UNAM, p. 17.

2.1.2.- Navegando hacia el horror

Como se ha manifestado, internet es un medio de interacción donde los consumidores se convierten en creadores, editores y usuarios activos en búsqueda de información de acuerdo a sus necesidades o gustos. La sencillez y la instantaneidad al momento de navegar ofrecen una sensación de libre acceso a un vasto universo donde convergen las vidas, los ocios, las ideas y por supuesto, los relatos.

Para Roland Barthes todo relato puede ser soportado por el lenguaje articulado. En el caso del mundo online, los primeros y más populares contenidos referentes al género de horror se han adaptado a cada formato alcanzando una gran popularidad hasta convertirse en un gran fenómeno que recibe el nombre de: *creepypasta*.



Este término se deriva de un juego de palabras que se da entre la denominación en inglés de «*creepy*» (escalofriante) y «*copy and paste*» que hace referencia a la



acción de «*copiar y pegar*» un contenido por la vía digital. Cabe mencionar que dicho contenido puede tratarse de cualquier escrito, imagen o videoclip.

Su fecha de origen resulta incierta pero la Dra. Sandra Sánchez en su artículo relacionado con el *Folklore Digital* menciona que probablemente se remonte a mediados de los años noventa y que proliferaron gracias a los foros y sitios de mayor interacción de internet tales como *4chan.org* y *Reddit*.

A su vez, la autora hace hincapié en que la popularidad de este fenómeno da como resultado que este tipo de relatos ya estén lo suficientemente anclados a la nueva cultura web, dado que su ámbito natural de circulación siempre ha sido este medio. Por ende, un relato de horror no puede considerarse un *creepypasta* si no ha nacido o se ha replicado en internet.¹⁰⁶

Esto se relaciona con las ideas del escritor inglés Will Wiles, pues él expone que la brevedad, al ser casi siempre una virtud del *creepypasta*, facilita que éste

¹⁰⁶ Sandra Sánchez, (2018) *Folklore digital: la vigencia de las leyendas urbanas en los creepypastas*. Heterotopías. Vol 1, (1). p. 1-13.

sea consumido, copiado y compartido.¹⁰⁷ Justamente a lo que hace alusión el nombre, pues mientras el lector aborde el relato, lo copie y lo difunda, los *creepypastas* habrán cumplido su objetivo.

Igualmente, Wiles detalla que el fenómeno *creepypasta* aspira a ser leyenda urbana personificándose en memes sociales oscuros con la familiaridad suficiente para dar un escalofrío de terrible y posible realidad. Este peculiar efecto se alcanza gracias a la estrecha línea entre «ficción» y «no ficción».

Sandra Sánchez explica que la mayoría de estos relatos presentan problemas de coherencia y cohesión en su estructura narrativa que, en la mayoría de los casos, son el resultado de huellas de oralidad en la escritura y la falta de competencias lingüísticas de sus autores; sin embargo, curiosamente esto produce un efecto de realidad que termina convirtiendo dichos relatos ficticios en algo creíble.¹⁰⁸

Los *creepypastas* explotan las características interactivas del internet y, tal como sucede con las leyendas orales, permite que cientos de lectores/espectadores intervengan el relato, lo editen, lo corrijan o lo recreen conforme éste se encuentre en circulación.

Estas narraciones transitan sitios, foros, portales o redes sociales a la par que se adaptan a los soportes que el internet ofrece y se limitan hasta donde la imaginación colectiva alcance. Por eso algunos elementos se pueden distribuir en texto, actividades, fotografías, música, videos e incluso videojuegos, todos con la constante de tener algún elemento espeluznante o perturbador.



¹⁰⁷ Will Wiles. (20 de diciembre 2013). *Creepypasta: como una avalancha de memes oscuros e historias de terror virales*. [online] Psyche Magazine. Recuperado diciembre 2019. <https://aeon.co/essays/creepypasta-is-how-the-internet-learns-our-fears>

¹⁰⁸ Sandra Sánchez. *Op cit.*, p. 1-13.

A continuación se presentan una serie de títulos de *creepypastas* de acuerdo a su soporte principal.

Texto	<i>Expressionless</i> <i>No solo los perros lamen</i> <i>La historia de Hello Kitty</i>
Actividades	<i>Bloody Mary</i> <i>Bebé Azul</i> <i>Backrooms</i> <i>Charlie...Charlie</i>
Fotografías	<i>El experimento ruso del sueño</i> <i>MoMo</i> <i>Siren Head</i>
Música	<i>Melodía del Pueblo Lavanda de Pokémon.</i>
Videojuegos	<i>Sad Satan</i> <i>Mario 64 versión poseída</i> <i>Ben y Ed.</i>
Videos	<i>Jeff the killer</i> <i>Shaye Saint John</i>

Tabla 2. Creepypastas.

No obstante, relatos como *Candle Cove* (historia relacionada con un programa de televisión maldito) o *Slenderman* (personaje surgido en una serie de fotografías con supuestas entidades sobrenaturales) son *creepypastas* que dentro de la cibercultura han escalado más que el resto, pues su impacto en el mundo real fue tal que en su momento ocasionaron fuertes paranoias en algunas poblaciones o, como en el caso de *Slenderman*, se comenta que influenció el intento de asesinatos de jóvenes estadounidenses en el 2014.¹⁰⁹



Slenderman

¹⁰⁹ Allie Yang (23 Octubre 2019) Investigadores en el caso de 'Slender Man' discuten escalofriantes entrevistas con intentos de asesinato [online] ABCNews. Recuperado Junio 2020 <https://abcnews.go.com/US/investigators-slender-man-case-discuss-chilling-interviews-12/story?id=66320806>

2.1.3.- ¿Qué son las redes sociales y para qué sirven?

Hasta este punto es necesario comprender que el internet y sus implicaciones no se ven limitados al ámbito tecnológico pues también es un mediador cultural que permite a las personas relacionarse con el mundo, comunicarse con otros y utilizar todo tipo de lenguajes.¹¹⁰

Inmersos en la *Web 2.0*, las herramientas más populares que ofrecen estos escenarios de interacción son las redes sociales, las cuales son un medio virtual donde las personas pueden compartir información, opinar, expresar sus gustos, mostrar sus habilidades y criticar lo que no les gusta. Conforme estas acciones se llevan a cabo, propician la creación de vínculos interpersonales.

Para los autores del libro *Conectados*, las redes sociales no son un concepto nuevo pues desde su punto de vista sociológico «una red social se puede considerar como una red de lazos que relaciona a personas que se identifican los unos con los otros».¹¹¹ Incluso, al ser un aspecto de origen colectivo, este tipo de vínculos pueden generar un contagio de emociones.

En el universo digital, su origen se remonta a 1995, cuando Randy Conrads crea el sitio *Web Classmates*. Con esta red social se pretendía que la gente pudiera recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, instituto, universidad, etc.

Poco a poco las redes sociales adquirieron una mayor fuerza al convertirse en una poderosa herramienta de comunicación que conecta a sus usuarios de una manera sencilla y concreta. Usuarios que se convirtieron en protagonistas de mensajes y además en entes activos capaces de elegir qué ver, dónde verlo y cuándo. Esto al saber aprovechar los actuales ecosistemas *wi-fi*.

Entre las redes sociales más populares hoy en día se destacan:

YouTube: Es la plataforma de alojamiento de videos online en la que los usuarios pueden ver y compartir contenidos. Actualmente posee dos mil millones de usuarios en todo el mundo. Fue fundada en febrero del 2005 por tres ex

¹¹⁰ Tinajero, F. E. *Internet y computadoras en educación: una visión sociocultural*, Apertura, (4), 2006, 90-106.

¹¹¹ Christakis, Nicholas A. & Fowler, James H. *Conectados*. México: Santillana Ediciones Generales, S.A. de C. V., 2010, p. 49.

empleados de *Pay Pal*: Steve Chen, Chad Hurley y Jared Karim pero en octubre de 2006, *Google* compró la plataforma por 1.6 millones de dólares.

Permitió cambiar la escritura como medio de socialización por un lenguaje audiovisual y más cercano al público.¹¹² En 2006 fue llamado «el invento del año» por la revista *Time* y en 2007 se instauró el programa *partners*, permitiendo a los usuarios obtener ganancias monetarias de publicidad. En el 2015, *YouTube* lanzó *YouTube Red*, cambiando su nombre en 2018 al de *Youtube Premium*, servicio de pago donde se puede tener acceso a series originales, todo tipo de videos sin anuncios, sin conexión a internet y en segundo plano.

Facebook: Plataforma con mayor crecimiento a nivel mundial lanzada el 4 de febrero de 2004 por Mark Zuckerberg. Permite conectar e interactuar con amigos, familia y conocer otras personas. Actualmente en el 2020 mantiene el liderato, alcanzando los 2.449 millones de usuarios mismos que conviven con las marcas.

Estas últimas hacen uso del servicio *Facebook Ads* el cual cuenta con una segmentación propia, en función de factores demográficos como la ubicación, edad, sexo, educación, historia laboral y los intereses de la gente ha optado por compartir, esto les permite llegar fácilmente a los clientes actuales o potenciales.¹¹³

Instagram: Aplicación estadounidense, propiedad de *Facebook*, cuya función principal es poder compartir fotografías y vídeo, además de contar con las denominadas *stories*: función para compartir contenido que desaparece a las 24 horas de ser compartido. Creada por Kevin Systrom y Mike Krieger y lanzada en octubre de 2010. Actualmente posee 1.000 millones de usuarios activos.¹¹⁴

Twitter: Aplicación que ofrece un servicio de *microblogueo*. Fue creado por el desarrollador informático Jack Dorsey en marzo de 2006 con sede en San

¹¹² Marina, García Peña; Gabriela Kendall López, & Cristina Lima Florida. *YouTube como red social*. En Industrias audiovisuales: producción y consumo en el siglo XXI, de José Patricio Rufí, 114-134. Málaga: Universidad de Málaga, 2013. p. 123.

¹¹³ Susana Gealeano (3 febrero 2020). *Cuáles son las redes sociales con más usuarios del mundo* [online] Marketing4ecommerce. Recuperado 7 marzo 2020 <https://cutt.ly/dfaYwGw>

¹¹⁴ S/A. (28 febrero 2020). *Resumen de instagram 2020* . [online] Yiminshum. Recuperado marzo 2020 <https://yiminshum.com/instagram-2020-digital/>

Francisco, California. Este soporte permite enviar mensajes de texto (tuits) de corta longitud, con un máximo de 280 caracteres (originalmente 140). En consecuencia, se ha convertido en un portal de noticias y también de tendencias con 340 millones de usuarios.

Al igual que *Facebook*, su servicio de anuncios cuenta con una segmentación propia basada en intereses, ubicación geográfica, género y usuarios similares a los seguidores existentes. Su mayor impacto es en dispositivos móviles pues desde sus inicios fue proyectada para estos. Además es pionera en usar las palabras clave o etiquetas (*tags*) característica que facilitó que la atención de los usuarios coincida en un solo tema, se vuelva tendencia o «*trending topic*».¹¹⁵

TikTok: Plataforma líder en Asia que permite a sus usuarios crear, editar y compartir vídeos cortos de entre 3 a 60 segundos. Es propiedad de la empresa *ByteDance* y fue lanzada en China en septiembre de 2016. Un año después logró introducirse en el mercado extranjero y para el 2018 la aplicación ganó tal popularidad que se convirtió en la aplicación más descargada en los Estados Unidos.

Actualmente ha superado los 1.000 millones de usuarios activos y gran parte de su éxito se debe a que las herramientas de las que dispone su plataforma impulsan y motivan a los usuarios para exponer su lado más creativo en un sitio donde convergen contenidos informativos, humorísticos, tecnológicos y artísticos.

2.1.3.1.- ¿Cómo se han usado para contar historias de horror?

Cada una de las plataformas mencionadas, ofrecen en mayor o menor medida, modernas oportunidades de conexión y producción para usuarios ávidos de difundir sus ideas, pensamientos y propuestas. Por ello, se convierten en espacios donde imperan las historias.

Los relatos siempre han estado presentes y han acompañado a la humanidad, del mismo modo, el mundo digital no es la excepción, pues en palabras de Costa Sánchez los relatos constituyen nuestra forma de evasión por

¹¹⁵ S/A. (1 marzo 2020). *Resumen de twitter 2020*. [online] Yiminshum. Recuperado marzo 2020. <https://yiminshum.com/twitter-digital-2020/>

medio de las vivencias de otros personajes (ya sea en una película, en una serie, en un libro, en una canción).¹¹⁶

Es decir, las narraciones están sujetas a nuestra cultura y nuestro porvenir, de ahí que el usuario de la red esté expectante para consumir relatos. Ahora bien, al involucrar aquellos que estén clasificados en el género de horror, éstos pueden compararse con la actividad recreativa y oral de narrar historias frente a una fogata.

El escritor Will Wiles, aterriza la idea al señalar que dicha fogata, actualmente ha sido reemplazada por la luz parpadeante de nuestras pantallas y el hambre del lector/espectador/usuario por historias espeluznantes es tal, que la reserva de leyendas urbanas «auténticas» se ha agotado; por lo que ahora deben ser fabricadas.¹¹⁷

Día con día es posible encontrarse con estas creaciones rondando la web, mediante estructuras fuertemente ligadas a sus plataformas de origen. En otras palabras, el lenguaje empleado se ve moldeado por las herramientas disponibles en la plataforma en la que originalmente fue compartido.

Así sea una anécdota, un cuento o un *creepypasta*, puede ser difundido mediante un audiovisual de larga duración en la plataforma *youtube*, o incluso mediante videos cortos fragmentados en distintas partes para ser compartido en *instagram*. O bien, desglosar la historia con texto, imágenes y clips para adaptarlo a los, actualmente populares, *hilos de twitter*.¹¹⁸

Algunas creaciones terminan con un mayor impacto que otras y caen en el ámbito de la «viralización». Este concepto, José Pérez lo describe como un suceso dado por la gran popularidad que puede llegar a alcanzar un contenido entre los espectadores mediante un crecimiento orgánico y exponencial sin la necesidad de invertir en publicidad y todo mediante la constante interacción reflejada en los comentarios, *likes y shares*.¹¹⁹

¹¹⁶ Costa Sánchez, C. y Piñeiro Otero, T. *Op. cit.*, p.104.

¹¹⁷ Will Wiles. (20 de diciembre 2013). *Creepypasta: como una avalancha de memes oscuros e historias de terror virales*. [online] Psyche Magazine. Recuperado diciembre 2019. <https://aeon.co/essays/creepypasta-is-how-the-internet-learns-our-fears>

¹¹⁸ Sucesión de varios tuits, publicados unos tras otros por el mismo usuario.

¹¹⁹ José Gustavo Pérez. *Op. cit.*, p.28.



Adam Ellis. Ilustrador.

Como ejemplo tenemos el caso conocido como *Dear David*.¹²⁰ Historia que en cuestión de instantes atrapó a la audiencia. Su creador, es el ilustrador estadounidense Adam Ellis, la desarrolló mediante una serie de tuits publicados el 7 de agosto del 2017. En cada escrito Adam Ellis pretendió sumergir a los espectadores en una supuesta vivencia personal donde un niño, con el cual había soñado de forma recurrente, traspasó al mundo real al aparecer en el nuevo departamento donde el ilustrador se había mudado.

Su narración abarcó, de manera precisa, todas las herramientas que la plataforma *twitter* podía ofrecer. Intrigaba por medio de texto, hizo uso de su habilidad como ilustrador para presentar bocetos, fotografías y hasta capturas del espectro en formato de video. El interés fue tal que un año después tomó un sentido comercial y cinematográfico, pues dicho relato paranormal atrapó las miradas de *Buzzdeed Studios* y del productor Dan Lin con la intención de adaptarlo a una película.¹²¹ El proyecto sigue vigente, sin embargo, aún no cuenta con fecha de estreno.

Como podemos notar, lograr que un contenido se vuelva viral no depende únicamente de un golpe de suerte, ya que puede alcanzarse a través de una planificación, creación de estrategias creativas, conocer lo que demandan los usuarios y sobre todo, entender las herramientas que brindan las nuevas tecnologías, como las redes sociales, para obtener de éstas todo el provecho posible.

¹²⁰ Adam Ellis (7 agosto 2017) *DearDavid*. [online] Twitter. Recuperado enero 2021. <https://twitter.com/adamtotscomix/status/894582846907482113>

¹²¹ Jaun Arcones (7 junio 2018). *Dear David tendrá película*. [online] Fotogramas. Recuperado marzo 2020 <https://www.fotogramas.es/noticias-cine/a19468487/dear-david-pelicula-twitter/>

2.1.4.- Explicación de lo viral

La conectividad mundial ha permitido que los contenidos de internet escalen a diversos medios con mayor rapidez. Esta velocidad puede ligarse a una publicidad *viral*.¹²² Yessica Hernández y Mario Flores detallan que esta publicidad nace del concepto de la «publicidad de boca en boca», donde al oír un comentario positivo sobre algún servicio, producto o marca es más efectivo que muchos comerciales; y más aún si el comentario proviene de alguien cercano o de confianza.¹²³

Para Teixeira, el término *viral* está ligado automáticamente a la proyección de la atención de parte de los públicos, mismos que, para las autoras de *Nuevas narrativas audiovisuales*, deben ser considerados como *prosumers* o *prosumidores*: «híbrido entre quien consume información pero a la vez está en disposición de retroalimentar a sus fuentes y generar nuevas informaciones».¹²⁴

Incluso, si un contenido logra esta atracción, los medios tradicionales como la televisión, la radio o incluso el cine buscarán replicar tal hazaña. De nuevo se puede ejemplificar con el caso *Dear David* al estar presente la finalidad de trasladarse a una película.

El éxito de alguna publicación en redes sociales tiende a ser masivo, por ende, planificar una conducta de *contagio* «debe tomarse con importancia, con una designación rigurosa y un criterio especializado en la identificación de sus procesos y la comprensión de los objetos a los que afecta».¹²⁵

Cabe señalar que los primeros mensajes *virales* no tuvieron ese propósito. Su despegue fue orgánico porque a la gente le gustó, lo compartió y el ruido fue enorme. Bajo esa lógica, la acción puede replicarse artificialmente. Para hacerlo, José Cárdenas manifiesta en su tesis que es necesario que los consumidores sean quienes deban compartir y *viralizar* el mensaje para que los *viralizados* no

¹²² Flores, Mario & Hernández, Yessica. *Tecnología de redes sociales aplicada a publicidad* (Licenciatura). UNAM, p.16.

¹²³ *Ibid.*, p.24.

¹²⁴ Caro Salcedo, Laura Camila, & Arbeláez Echeverri, Nora Cristina. *Op. cit.*, p.20.

¹²⁵ Picazo Sánchez, Laura. *Op. cit.* p 116.

tengan la sensación de que se les está vendiendo algo o que están siendo utilizados.¹²⁶ Además comparte estas tácticas:

- **Incentivado:** Puede ofrecerse una recompensa por reenviar mensajes, premios, ofertas, etc.
- **Buzz o Pásalo:** Táctica donde el mayor peso debe ser la calidad del contenido, mismo que garantice su circulación, por lo que debe ser de interés, cómico o que provoque algún sentimiento en el público que provoque el deseo de compartirlo.
- **Rumor:** La información se libera poco a poco para generar una cierta expectativa.

En adición, José Cárdenas hace énfasis en que las acciones deben estar bien planificadas, incluso desde el momento de elegir a los encargados de comenzar esta *viralización*.¹²⁷ Inclusive propone que recurrir a los llamados *influencers*¹²⁸ puede ser válido. Pues, al tomar en cuenta que sus publicaciones o actualizaciones suelen tener gran impacto en sus audiencias, la infección podría ser aún mayor.¹²⁹

2.1.5.- Características particulares del contenido viral y su aplicación en medios audiovisuales

Los relatos con intención de ser *virales*, es decir, que procuran llegar al mayor número de personas posibles, deben tener una historia, un tema, o ángulo el cual pueda generar rumores positivos frente al contenido creado. Por eso, otro elemento a tomar en cuenta desde el inicio es limitar los soportes que serán utilizados.

En el caso de los soportes audiovisuales, su ventaja es que el uso de este formato resulta más familiar a muchos usuarios y, sobre todo, es el que llama más la atención de los jóvenes, que son quienes utilizan mayoritariamente el Internet según los datos de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI).

¹²⁶ José Cardenas. *Op. cit.*, p.51.

¹²⁷ *Ibid.*, p.52.

¹²⁸ Personajes que destacan en las redes sociales debido a su elevado número de seguidores.

¹²⁹ En relación con el contenido de horror, en los medios digitales existen múltiples creadores enfocados en la divulgación y exposición de estos temas, entre los más populares de la comunidad hispanohablante se encuentra el *youtuber* Ángel Revilla conocido como *Dross Rotzank*, el canal *Doc Tops* y el usuario *The Killer Slash*.

Dentro del texto *Tecnología de redes sociales aplicada a publicidad*, se detallan elementos y características precisas que permiten a los elementos audiovisuales ser fácilmente difundidos en Internet.¹³⁰

- Un contenido audiovisual suficientemente pequeño facilita su transmisión entre usuarios, vía correo electrónico, *whatsapp*, etc y, en consecuencia, también permite ser descargado en múltiples plataformas.
- Una exportación sencilla o en la clásica *.mp4*, garantiza ser ejecutado fácilmente en diversos programas existentes sin riesgos en la incompatibilidad.

Por otro lado, el artículo titulado *Narrativas del vídeo viral. 99 claves para un contenido contagioso*, brinda las herramientas para conocer y entender más a detalle las características que posee un contenido audiovisual *viralizado* en función de ciertas categorías que serán abordadas en el recuadro siguiente.

Este conocimiento fue gracias a un análisis exhaustivo de 1000 videos escogidos a partir de vínculos textuales con el término *viral* en distintas plataformas.¹³¹ La organización se realizó tomando en cuenta los aspectos más atractivos de los contenidos. Dichos aspectos son el resultado de *claves dramáticas* que su autora Laura Picazo sintetiza con el término: *gancho*¹³².

Estos «ganchos» son los que provocan, en mayor medida, la contribución de forma efectiva a su aceptación y propagación entre los cibernautas. Como menciona su autora Laura Picazo, conocerlos resulta de gran importancia para la investigación de los gustos de las audiencias pero también para el estudio del personaje, la narrativa y el contenido audiovisual en los medios contemporáneos.¹³³

El siguiente recuadro está compuesto de una recopilación de los recursos de mayor utilidad de los que puede depender o valerse un creador digital a la hora de desarrollar un contenido audiovisual aterrizado al género de horror.

¹³⁰ Flores, Mario & Hernández, Yessica. *Op. cit.*, p.35.

¹³¹ Picazo Sánchez, Laura. *Narrativas del vídeo viral. 99 claves para un contenido contagioso*, Mediaciones Sociales, Vol 15,2016, p. 117.

¹³² *Ibid.*, p. 131.

¹³³ *Ibid.*

Claves del contenido viral	
En función del riesgo	1) Acción heroica: Actividad voluntaria cuya ejecución representa un peligro.
En función de la oportunidad para realizar la acción	1) Acción in fraganti: Acción descubierta por otro agente mediante una realización oculta, misteriosa o clandestina. 2) Acción irrepetible: Oportunidad de captar el momento preciso de un hecho inédito. Su valor reside en la naturalidad de la acción.
En función de la realidad	1) Acción captada de la realidad: Grabación en vivo de un hecho genuino carente de edición. 2)Accidente: Hecho de alto impacto que representa un núcleo dramático de atracción.
En función de la intención	1) Acción intencionada: Acción con un propósito explícito u objetivo.
En función de la dualidad acción/reacción	1) Susto: Acción ejecutada hacia un agente con la intención de generarle una impresión negativa.
En función del carácter extraordinario de la acción representada.	1) Habilidad: Capacidad poco frecuente o insólita registrada en el desarrollo de la grabación. 2) Testimonio narrado de forma excéntrica: La forma en la que, de acuerdo a las cualidades o conductas del personaje, el relato es contado. 3) Revelación pública: Difusión de un mensaje polémico o impropio que es compartido por uno o varios personajes.
En función de temáticas de aprendizaje	1) Experimento en vivo: Experiencia que entraña algún riesgo. El gancho reside en el desconocimiento del desenlace o resultado. 2)Descubrimiento extraordinario: Experiencia genuina de un conocimiento único que el espectador descubre a la par que su protagonista.
En función de los límites de la legalidad y el morbo	1)Polémica: Relato atractivo por el carácter de enfrentamiento, controversia o cruce de protocolos. 2)Sufrimiento físico: Captación de imágenes que relaten el daño físico o psicológico a cualquier ser vivo.
En función de la circunstancia	1)Situación de peligro mientras se graba: Actividad que por su contexto representa un acto negativo inminente.

<p>En función del gancho temático</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Private: Escena proveniente de la vida íntima de uno o varios personajes. 2) Jackass: Actividad realizada voluntariamente que acarrea una consecuencia de dolor físico. 3) Top Secret: Relato extraordinario sobre una circunstancia importante que alude a temas legales. 4) Elemento impropio a la vida real: Donde uno de los aspectos compositivos de la narración difiere de la realidad, generando una situación de intriga. 5) Recreación de escena inverosímil: Generación de un acto en la que coexisten elementos impropios entre sí conseguidos mediante el montaje o edición de la imagen o sonido. Conformando un conjunto surrealista.
<p>En función de las características del personaje</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Personaje indefenso: Captura de un niño o animal que se encuentran en una situación vulnerable. 2) Personaje cruel: La atrocidad o mala reputación como un atributo del personaje. 3) Llamativo: Característica no común e identificativa de un personaje.
<p>Por definición de la escena</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Desagradable: La escena está compuesta por elementos irritantes, incómodos y horrorosos. 2) La acción sobreviene a la grabación (captación en vivo): Circunstancia capturada al azar. Se imprime realismo y se acentúan caracteres dramáticos. 3) Escena de peligro real: El realismo construye un gancho por sí mismo, pero aquí el espectador también comprueba la sensación de riesgo. 4) Temática actual: Incluir elementos populares acordes al tiempo en el que se exhibe el relato. 5) Denuncia Social: Registro de una realidad polémica con carácter de acusación. 6) Drama real/Suicidio: El respaldo realista le confiere matiz de gancho, pero se potencializa con el morbo y drama.

Ganchos auxiliares de contenido	<p>1) Título: El nombre constituye un elemento considerable de injerencia en los patrones de comportamiento viral. Una acertada elección puede significar un gancho extra.</p> <p>2) Ante expectación: Que la acción conlleve curiosidad o interés previo hacia el relato.</p>
---------------------------------	--

Tabla 3. Claves del contenido viral.

Tras conocer estos elementos que son constantes en los videos de mayor éxito, es posible reconocer y abordar los contenidos audiovisuales del género de horror que consciente o inconscientemente han utilizado estas herramientas para configurar sus estructuras para una finalidad meramente narrativa o incluso con objetivos comerciales.

Un gran subgénero que emergió en el posmodernismo y que ha sabido aprovechar estos utensilios es *mockumentary* o falso documental, en el que se presenta un argumento de ficción con la estructura de un documental con la finalidad de parecer real. Este juego entre *ficción* y *realidad* dotó al subgénero de posibilidades interesantes para atrapar al público en sus relatos.

El ejemplo más célebre es *El proyecto de la bruja de Blair* (1999). Cinta cuyo éxito se basó en una estrategia llevada a cabo en internet. Donde a manera de rumores y leyendas se difundió la historia de que en el bosque de Blair existía una bruja a la que se le atribuyó el asesinato de varias personas cuyas muertes quedaron registradas en una cinta. El resultado fue la película más taquillera de la historia del cine en relación con su presupuesto.¹³⁴

Esta narración se apoyó de sitios web¹³⁵ y del medio cinematográfico, haciendo uso de los ganchos en *función del riesgo* dada su naturaleza arriesgada, en *función de la realidad* por la intención de pasar esa grabación como un acto real, del *carácter extraordinario de la acción* dado la conductas sobreexageradas de los personajes y por su *definición de la escena* que va ligada a todas las atmósferas y características desagradables de la película.

¹³⁴ Daniel Tubau. *Las paradojas del guionista*. España: Titivilus, 2006, p. 64.

¹³⁵ Página oficial del proyecto *La Bruja de Blair*: <https://www.blairwitch.com/project/aftermath.html>

Posteriormente, el fenómeno intentó replicarse en 2015 como parte de la promoción para la película de Warner Bros titulada *La Horca*.¹³⁶ El recurso utilizado en este caso fue hacer público un video el 27 de mayo del 2015 donde unos jóvenes realizan un ritual para contactar con un ser del más allá conocido como *Charlie*¹³⁷ todo a través de objetos cotidianos tales como una hoja de papel y dos lápices.

Los lápices al colocarse en forma de cruz uno sobre otro, tienen la finalidad de que el lápiz elevado gire para indicar en la hoja de papel alguna respuesta, ya sea afirmativa o negativa, correspondientes a las preguntas que se le plantean al supuesto espectro.



La *viralización* de este extracto fue tal, que la recomendación boca en boca rápidamente se hizo presente. Surgieron notas informativas y reportajes a nivel mundial, lo que resultó en el interés de usuarios de distintos países por replicar el ritual al mismo tiempo que grababan y compartían el acontecimiento y sus reacciones, con la etiqueta *#charliecharliechallenge* mediante el uso de sus dispositivos móviles.

La *intertextualidad* se hizo presente una vez estrenada la película, casi dos meses después, donde los espectadores pudieron presenciar quién era Charlie, los motivos de su muerte y cómo se ligaba al popular ritual que circulaba en redes sociales. Sin embargo, el éxito del video principal que fue liberado en plataformas

¹³⁶ S/A (1 mayo 2015). *Charlie Charlie no era un demonio*. [online] Excélsior. Recuperado: abril 2020 <https://www.excelsior.com.mx/global/2015/06/01/1027130>

¹³⁷ Warner Bros Pictures (27 mayo 2015). *LA HORCA - Charlie, Charlie* [Archivo de video] Recuperado: abril 2020 <https://www.youtube.com/watch?v=5FlkKpqUx1U>

web se apoya en que su relato estuvo construido a partir de las siguientes funciones particulares del contenido viral:

La *función del riesgo* ya que fue presentada como una actividad voluntaria que representaba peligro. En *función de temáticas de aprendizaje* pues un descubrimiento extraordinario se lleva a cabo en menos de nueve segundos, y en *función de la dualidad acción/reacción* pues la acción ejecutada tiene la intención de provocar un sobresalto en el espectador.

El gancho frecuente en ambos ejemplos audiovisuales fue el de generar expectación, pues los dos se valieron de esta herramienta para desarrollar un contenido que en su momento les ayudó a expandir su historia y, a la vez, involucrar al usuario en el relato.

2.2.- Roland Barthes y el discurso hacia los medios audiovisuales.

Actualmente en 2020, un discurso cuya finalidad sea atrapar en mayor medida al espectador no tiene porqué tornarse monótono ni lineal pues esto puede traer como consecuencia la pérdida de atención en el usuario y que éste opte por cambiar de contenido fácilmente. Por ello, en el relato con soporte audiovisual debe existir una coherencia que evite una ruptura en su línea narrativa.

Para el semiólogo francés, Roland Barthes la vida en sí misma está llena de relatos; por ende, en el desarrollo de una puesta en escena o un metraje, es más que evidente la construcción de la historia que fue previamente diseñada y planificada, donde están involucrados múltiples personajes, acciones y elementos como el tiempo, el espacio o el contexto donde todo converge.

El relato siempre estará presente, pero en ocasiones, es la situación la causante que su estructura se vea modificada, por ejemplo en la grabación de un evento transmitido en vivo, las reglas suelen cambiar y adaptarse a los recursos de improvisación, que de ser certeros, pueden dotar al relato un grado interesante de originalidad.

Incluso, tal y como detalla Daniel Tubau, en los últimos años se advierte un cambio en la manera de escribir guiones, pues existe una búsqueda para

abandonar fórmulas empleadas durante años dando como resultado la creación de nuevas estructuras, nuevos intereses narrativos y nuevas maneras de contar las cosas.¹³⁸

Es posible notarlo con las series que últimamente han logrado un gran éxito y alcance gracias a las plataformas de *streaming*¹³⁹. Pues en ellas, a diferencia de una película, los personajes principales pueden tener un objetivo difuso que uno como espectador descifrára junto con él durante muchos episodios y tendremos oportunidad de conocer más cosas. Y no sólo eso, las series también han sabido aprovechar las posibilidades de los nuevos medios audiovisuales y tecnológicos para contar historias paralelas.¹⁴⁰

Roland Barthes sostiene que todo relato puede ser soportado por el lenguaje articulado, oral, escrito o por la combinación de todos.¹⁴¹ Por ello, aunque las estructuras cambien o se busquen nuevos recursos tecnológicos, los relatos siguen existiendo y son éstos los que pueden someterse a análisis.

En el caso de los relatos provenientes de contenidos audiovisuales del género de horror, se pueden abordar de acuerdo a los tres niveles de descripción recomendados por Barthes: *funciones*, *acciones* y *narración*. Mismos que, al saberlos identificar y comprenderlos, pueden servir para el desarrollo de un buen discurso.

En el horror, cada uno de estos niveles sobresale claramente en sus argumentos, pues es un género que, como se expuso en el capítulo anterior, utiliza una gran cantidad de simbolismos para construir mitos capaces de despertar una sensación de vulnerabilidad en el espectador. Por lo que todo debe tener un por qué y una finalidad bien trazada desde su producción.

Para Roland Barthes es necesario determinar primero los segmentos mínimos dentro de la narración. Estas unidades las divide en dos clases: ***funciones e indicios***. Expresiones que, incluso, ya permiten una clasificación de los relatos. Por ello contempla a algunos cuentos populares como «relatos funcionales» y a las novelas psicológicas como «relatos indiciales» dadas sus

¹³⁸ Daniel Tubau. *El guion del siglo XXI*. España: Alba Editorial, 2011, p. 17.

¹³⁹ Tecnología para ver y oír contenidos transmitidos desde internet sin la necesidad de descargarlos anteriormente.

¹⁴⁰ Daniel Tubau. *Op cit.*, p.64.

¹⁴¹ Barthes Roland, *Análisis estructural del relato*, México, Ediciones Coyoacán, 2006, p. 2.

características especulativas e intuitivas.¹⁴²

Barthes denomina *funciones* a las unidades que constituyen el eje de la narración, es decir, son elementos que pueden afectar el desarrollo narrativo con verdaderos «nudos» o pueden servir como mera transición. Como se puede notar, unas llegan a ser más importantes que otras; por eso, el semiólogo francés las divide en dos: *funciones cardinales* y *funciones de catálisis*.¹⁴³

Para que una función sea *cardinal* basta con que dentro del relato una acción se abra, se mantenga o se cierre. En películas o series de horror podemos relacionar esto con las escenas donde acecha un peligro inminente. El monstruo, vampiro, zombie o asesino se deja ver por el espectador y se infiere que algo negativo está próximo a acontecer. La tensión e incertidumbre crecen en tal medida como la función *cardinal* se mantenga y el sobresalto llega cuando la función *cardinal* finaliza.

En cambio, las llamadas *catálisis*, pueden ejemplificarse con los sucesos que se realizan entre cada nudo. En los contenidos audiovisuales, estas funciones pueden verse reflejadas en los viajes, búsquedas, escenarios transitorios o extensos diálogos de los protagonistas con la finalidad de encontrar una solución al problema que se les ha presentado.

En este nivel también encontramos a los *indicios*, signos que brindan al espectador una información extra al ser bien percibidos. Barthes señala que ellos implican una actividad de desciframiento¹⁴⁴, por tal motivo, una máscara o un arma, podrían ser recursos que el cine de horror ha sabido apropiarse para ayudar al espectador a deducir violencia, fuerza, brutalidad, entre otras.

En adición, Barthes comenta que es posible distinguir *indicios* que remiten a un sentimiento o a una atmósfera¹⁴⁵. Por lo que al aterrizarlo en el lenguaje audiovisual y específicamente al género abordado, dentro de este proyecto se le considerará a la música como un área donde proliferan estas unidades narrativas.

De esta manera, el ámbito sonoro ha permitido, con el paso de los años y a través de ciertas composiciones musicales, introducir a las audiencias en atmósferas hostiles y macabras, al mismo tiempo que indican una posible

¹⁴² *Ibid.*, p.20.

¹⁴³ *Ibidem*.

¹⁴⁴ *Ibid.*, p.21.

¹⁴⁵ *Ibidem*.

amenaza. Bajo esta concepción, algunos ejemplos referentes al uso de la música como *indicio* se encuentran en Tiburón (1975) de Steven Spielberg, Maniac (1980), Halloween (1978), Deliria (1987) o Terror en la Ópera (1987).

Tanto *funciones* e *indicios* son unidades capaces de transmitir una idea; no obstante, para restar ambigüedad y dar claridad al mensaje se deben contemplar las **acciones**. Mismas que, a través del contexto, dotan de sentido a los elementos del nivel anterior y desatan una serie de eventualidades que repercuten bastante en el discurso.

Es este nivel donde Barthes ya toma en cuenta por completo a los personajes, pues de acuerdo a la manera en como éstos se desenvuelvan, las *acciones* comenzarán a diversificarse y a caer en jerarquías relacionadas con la importancia que tienen para la trama.

Obviamente cada película de horror contiene elementos y personajes distintos, empero, sus *acciones* siempre derivan de un acontecimiento negativo, por lo que éstas pueden verse limitadas por las capacidades fisiológicas o incluso sus atributos psicológicos tales como la valentía, rudeza o coraje que cada personaje posea.

Recordemos que el género de horror es un género transgresor, sin embargo, sus relatos han ofrecido grandes personajes que, gracias a sus destacadas *acciones*, la audiencia ha aprendido a identificar como un ejemplo o símbolo de heroísmo o fortaleza.

Entre algunos de los personajes femeninos tenemos a Laurie Strode en la saga de *Halloween*, Sidney Prescott en la saga de *Scream*, Ellen Ripley en *Alien*, Alice Abernathy en *Resident Evil*, Eleanor Crain en *The haunting of hill house* y a Eleven en la popular serie de *Netflix: Stranger Things*.

Por otro lado, personajes masculinos caracterizados porque sus acciones repercuten en la narrativa y causan mucho eco dentro del relato son: Rick Grimes y Daryl Dixon en la serie *The Walking Dead*, Ash Williams en la saga de *Evil Dead*, Lionel en *Braindead* (1992) y Derek en *Bad Taste* (1987).

La creación de un relato debe contemplar cada elemento del nivel anterior para obtener un hilo narrativo sólido, de preferencia no horizontal para dar paso a que el espectador moderno se atreva a completar la experiencia de un mundo que contiene emociones, drama, palabras, sonido e imágenes; mismas que son construidas a través del discurso audiovisual con el objetivo de impresionar.

En este punto es necesario hacer énfasis en la **narración**. Tercer nivel de descripción que visualiza al relato como un todo, pues abarca los niveles anteriores, la estructura lógica y el esquema narrativo. Inclusive es el propio Barthes quien incluye la importancia del lector en esta etapa, pues define a la comunicación narrativa como una gran función de intercambio, repartida entre un dador y un beneficiario.¹⁴⁶

Abordar la narración implica reconocer las reglas que le fueron dadas a un relato, la lógica con la que éste opera y todo el conjunto de signos que se manifiestan a lo largo de él. Al dirigir este nivel hacia contenidos de carácter audiovisual los signos se multiplican al tener un gran listado de elementos en juego. Tan sólo para el análisis de cine de horror es posible extraer una serie de elementos característicos que componen este tipo de género:

- **Personajes:** inquietantes, llamativos o espeluznantes.
- **Iluminación:** frecuencia de clarooscuro, altos contrastes y tonos de penumbra.
- **Decorados y locaciones:** espacios o escenarios como ruinas, laboratorios, castillos, casas deshabitadas, hospitales abandonados, etc.
- **Utilería:** símbolos religiosos, armas, máscaras.
- **Banda Sonora:** efectos sonoros, silencios y música.
- **Temáticas generales:** Lo desconocido, brujería, crueldad, lo sobrenatural, locura, etc.
- **Aspectos técnicos:** Planos cerrados, planos holandeses, cámara subjetiva, ópticas de profundidad de campo limitadas.

¹⁴⁶ *Ibid.* p.38.

A nivel de guion, Daniel Tubau expresa que el autor es libre de crear sus propias reglas, empero una vez creadas, éste debe someterse a ellas y respetarlas; ya que de no ser así, el espectador no tendría un trato justo.¹⁴⁷

En el medio audiovisual, una vez cimentadas las reglas, la estructura toma forma gracias al montaje; el cual, en la mayoría de los casos estará compuesto por los famosos tres actos: planteamiento, nudo y desenlace. No obstante, aunque en la actualidad existan novedosas y arriesgadas estructuras, en el libro *El guion del sXXI* se remarca que, al final, el sentido común del espectador sí percibirá la historia con los tres actos básicos.¹⁴⁸

Pero no todo está perdido, ya que algunas de las formas para romper la estructura convencional resultan bastante atractivas. Para Tubau, las técnicas de reordenación narrativa pueden ser: los saltos temporales y uso de paradojas como en *Insidious 2* (2013), el uso de *flashbacks* como *Sleepaway Camp* (1983) y *flashforwards* como los que tiene el personaje de Lorraine Warren en *El Conjuro 2* (2015).

Lo anterior se sustenta con la idea de la *ilusión cronológica*. Categoría que Barthes plantea para dar a conocer que la temporalidad en un relato no es más que una clase estructural, es decir, el tiempo únicamente existe en forma de sistema: desde el punto de vista del relato.¹⁴⁹

Experimentar con el orden del tiempo del relato provoca que existan metrajés que suelen iniciar con alguna escena correspondiente a la mitad o al final del propio relato. Lauro Zavala señala que esta fórmula precisamente fue utilizada en filmes clásicos de suspenso, pues este esquema permite convertir al espectador en un testigo de algún acontecimiento que los personajes ignoran.¹⁵⁰

El creador de suspenso y de horror del año 2021 en adelante, debe tener en la mira más juegos con la estructura, mismos que el consumidor activo tratará de visualizar, cuestionar y ¿por qué no? exigir en un relato. Sin embargo, es necesario estar conscientes de todo el proceso de este acto comunicativo para evitar a toda costa, vacíos, confusiones o dudas en la mente del espectador.

¹⁴⁷ Daniel Tubau., *op. cit.*, p.19.

¹⁴⁸ *Ibid.*, p.32.

¹⁴⁹ Barthes., *op. cit.*, p. 25.

¹⁵⁰ Lauro Zavala. *Teoría y práctica del análisis cinematográfico: La seducción luminosa*. México. Trillas, 2010. p.15.

Un ejemplo de exploración por nuevas técnicas narrativas se dio en el 2007 con la cinta *Actividad Paranormal* de Oren Peli. Relato de horror creado en la casa del director, una cámara de video casera, un trípode y sin el rigor de un guion literario. El pequeño equipo se dejó guiar por las diferentes situaciones planteadas por su creador y la improvisación de los actores.



Tanto el relato, creado a la par de su realización, como una campaña viral en universidades, consiguieron que la película con presupuesto de 15.000 dólares, recaudara 142 millones una vez estrenada en salas comerciales.¹⁵¹ Daniel Tubau enfatiza que este acontecimiento es una de las principales razones por la que los manuales dogmáticos se están quedando obsoletos. Ahora los guionistas quieren y necesitan probar nuevas fórmulas.¹⁵²

Por esta razón, en los apartados siguientes se expondrá en qué consisten las nuevas narrativas y cómo pueden hacer uso del mundo digital para el desarrollo de relatos interactivos basados en la *hipertextualidad* para la creación de *hipernarrativas*¹⁵³, caracterizadas por no verse limitadas a esquemas horizontales, pues apuestan a un contenido de carácter inmersivo. Mismo que, el autor de *El guion del sXXI*, compara con el funcionamiento del cerebro humano al saltar continuamente de un dato a otro, explorando las vías paralelas o perpendiculares.

¹⁵¹ Daniel Tubau., *op. cit.*, p.71.

¹⁵² *Ibid.*, p. 72.

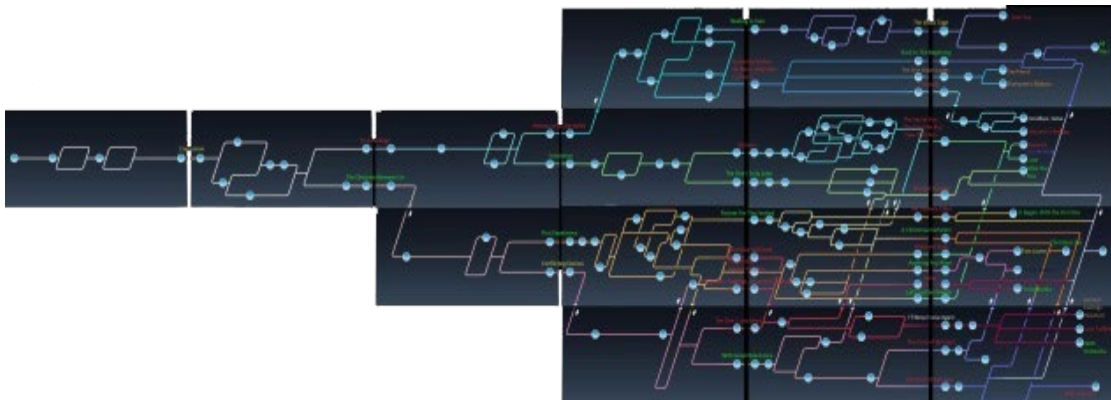
¹⁵³ Relato fragmentado en múltiples medios, soportes, formatos o plataformas.

2.2.1.- Román Gubern y la hipernarrativa

El famoso escritor e historiador de medios de comunicación, Román Gubern, hace alusión que la tecnología actual facilita un mejor escenario para las nuevas narrativas. Por ejemplo, a nivel de estructura, él menciona que en el cine las elipsis suelen ser muy bruscas, mientras que en el ciberespacio se puede aprovechar todo acontecimiento que le ocurra a un personaje gracias a las realidades virtuales inmersivas.¹⁵⁴

La red mundial, los ordenadores y sobre todo el *hiperenlace*, son los ingredientes básicos para que la *hipernarrativa* escale aún más. El medio que ha sabido aprovecharla exitosamente son los videojuegos, al implementar múltiples alternativas, conectividad y la oportunidad de que el jugador dirija la aventura.¹⁵⁵

Tubau argumenta que si bien múltiples usuarios no están conscientes de la *hipertextualidad* en sus videojuegos, ella está presente en el momento en que se enfrentan al «árbol de decisiones».¹⁵⁶ Desde acciones sencillas como elegir una dirección hacia la izquierda o la derecha, forman parte de una ramificación previamente establecida por los creadores donde cada elección de los usuarios son enlazados por un *hiperenlace*.



Ejemplo de un árbol de decisiones y finales del videojuego *School days*.

¹⁵⁴ S/A (18 noviembre 2010) Roman Gubern. *Con la imagen digital podemos mentir ocultando la mentira*. [online]. Clarín. Recuperado abril 2020. https://www.clarin.com/tecnologia-y-comunicacion/roman-gubern_0_SyHO45TwQe.html

¹⁵⁵ Daniel Tubau., *op. cit.*, p. 121.

¹⁵⁶ *Ibid.*

Sin embargo, en el mundo del cine, Gubern atribuye a la película *Parque Jurásico* (1993) como un primer punto de inflexión para dotar de posibilidades casi infinitas a este arte. Con ella, declara, nació la «hiperimagen», misma que define como un *collage* compuesto a partir de imágenes analógicas y digitales.



Parque Jurásico (1993)
Dir. Steven Spielberg

Más adelante, los estudios cinematográficos aprovecharon las nuevas plataformas para adaptar los contenidos que habían tenido demasiado éxito en el pasado, hecho que desencadenó la aparición de blogs, videojuegos, cómics, *webseries* y *spinoffs*. Responsables directos del crecimiento de los relatos.

Para Gubern, el reto está en convertir toda la espectacularidad en un verdadero cambio que transforme la naturaleza del cine tradicional.¹⁵⁷ Un cine que a primera vista parece limitado por sus condiciones técnicas de reproducción tales como una sala y una pantalla¹⁵⁸, pero que, gracias a las *hipernarrativas*, las acciones de los personajes involucrados y las de los espectadores se verán motivadas por explorar un mundo enriquecido de información y, poder así, potenciar su experiencia audiovisual.

Por último, el investigador indica que dentro de las *hipernarrativas*, la libertad *hipertextual* dará paso a que el «espectador-operador-actor» genere experiencias diferenciadas.¹⁵⁹ Característica que los nuevos creadores de contenido ya empezaron a tomar en cuenta por lo que han decidido darle más peso a las emociones que provocarán en cada fragmento narrativo, que a la estructura narrativa en sí.

¹⁵⁷ S/A (18 noviembre 2010) Roman Gubern. *Op. cit.*

¹⁵⁸ Gubern, R., Prats, J. *Las raíces del miedo: antropología del cine de terror*. Barcelona: Tusquets, 1973. p.5.

¹⁵⁹ S/A (18 noviembre 2010) Roman Gubern. *Con la imagen digital podemos mentir ocultando la mentira*. [online]. Clarín. Recuperado abril 2020. https://www.clarin.com/tecnologia-y-comunicacion/roman-gubern_0_SyHO45TwQe.html

2.3.- Transmedia y crossmedia

Como se señaló en el apartado anterior, en los últimos años la industria audiovisual ha encontrado un beneficio económico tras la adopción de nuevas formas de contar historias, en particular de aquellas que se valen de diferentes soportes y lenguajes, ya que hacer esto les ha permitido expandir los relatos más populares mediante la creación de más personajes y de situaciones alternas o paralelas.

Por eso, términos como *multiplataforma*, *crossmedia* o *transmedia* están vigentes para referirnos a distintas formas de clasificar las narrativas en relación a la manera en que sus contenidos son expuestos y abordados, concibiendo a estos como un conjunto de acontecimientos, los cuales para Montero y Duarte se pueden intensificar dada la posibilidad de «hibridismos narrativos».¹⁶⁰

Isidro Moreno, profesor de la Universidad Complutense expresa que:

Desde la perspectiva audiovisual, el relato interactivo sería un tipo de discurso que narra una historia a través de fragmentos audiovisuales, abierta a la intervención del espectador. Dicha intervención puede llevarse a cabo desde fuera del relato, como lectoautor o desde dentro del mismo como un personaje (avatar o inmersión).¹⁶¹

Esta definición, incluso aplica a la forma más básica del discurso multimedia, la narrativa *multiplataforma*, pues aunque ésta se limite únicamente a la adaptación que tiene un contenido al ser traducido de un soporte a otro, también permite cierta interacción con los usuarios al momento de trasladarse a un medio digital. Los ejemplos más claros son las historias literarias llevadas al cine. Es por eso que, debido a su naturaleza estilística y su reducido aporte narrativo, en este proyecto no será profundizada.

¹⁶⁰ Montero do Nascimento, D. y Duarte Gómes da Silva, E. *Universos fílmicos dinámicos: estrategias narrativas para nuevos medios de televisión digital interactiva*. Revista Géminis [online]. 2011, Recuperado mayo 2020:

<http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/90/pdf>

¹⁶¹ Moreno, I. *Musas y nuevas tecnologías: El relato hipermedia*. Barcelona: Paidós. 2002, p. 78.

En cambio, cuando los fragmentos narrativos, las aportaciones y, por ende, los soportes abarcan cada vez más y más espacios, tiende a crearse el contenido denominado *transmedia* concepto atribuido al académico Henry Jenkins desde el 2003 con su artículo titulado *Transmedia Storytelling*, aunque fue la profesora estadounidense Marsha Kinder quien en 1991 introdujo el término en los estudios sobre comunicación, como reconoció el propio Jenkins en el 2011.

Por otro lado, en el texto de Carmen Sánchez, se expone que hablar de narración *transmediática* es hacerlo sobre ramas de historias donde el *spin-off* es permanente, llegando a estructuras rizomáticas en distintos medios, formatos y discursos, con todo lo que supone una ruptura de las nociones de linealidad espacio-temporal.

Por ello, es válido considerar al *transmedia* como el gigante narrativo por excelencia, pues se caracteriza por acaparar; con la ayuda de sus propios consumidores, todos los medios y soportes posibles, mientras que la narrativa *crossmedia* viene a ser un camino previo, con reglas bien definidas a pesar de que algunos autores los contemplan como sinónimos.¹⁶²

La narración *crossmedia* depende de un relato o historia contada a través de diversos medios, soportes o plataformas donde cada fragmento presenta un aporte distinto. Justo la equivocación de considerar ambos términos como iguales se deriva de su propósito: «hacer una narración integrada, capaz de desarrollarse a través de diversos medios, con diversos autores y estilos, que los receptores deberán consumir para poder experimentar el relato completo».¹⁶³

Como buen señalamiento, la diferencia entre estas *hipernarrativas* radica en su escala. Pues el *crossmedia* también pretende ser una red tejida por una serie de elementos que la audiencia descubrirá poco a poco motivados por la necesidad de movimiento entre canales o medios. Pero el *transmedia* crea su macrouniverso narrativo a partir de un relato auxiliado por comunidades y el fenómeno «fan».¹⁶⁴

¹⁶² Costa Sánchez, C. y Piñeiro Otero, T. *Op. cit.*, p. 113.

¹⁶³ Davidson, D. (2010). *Cross-media communications: and introduction to the art of creating integrated media experiences*. [online]. ETC Press. Recuperado abril de 2020, en: <http://repository.cmu.edu/etcpres/6>

¹⁶⁴ Tur-Viñes, V. y Rodríguez Ferrándiz, R. *Op. cit.*, p. 119.

Con estas características, la web ha permitido a la narrativa *transmedia* tener la habilidad de que sus contenidos se multipliquen, pues las grandes corporaciones ya no son las únicas en controlar sus propias creaciones pues ahora los usuarios han tomado un papel activo en ámbitos como la distribución y la creación.¹⁶⁸

Jenkins sostiene que cada relato aspiraba a correcciones o reelaboraciones diseñadas de arriba hacia abajo, es decir, de un lado corporativo hacia uno público, pero ahora con el «espectador-operador-actor» (aquel que se refería Gubern), las decisiones también provienen de abajo hacia arriba por decisiones que pueden haber nacido en dormitorios de adolescentes.¹⁶⁹

Como resultado, las narrativas *transmediáticas* adquieren mayores niveles de profundidad y complejidad. La fragmentación del relato logra quebrantar a las tradicionales narrativas lineales y es posible vincularlo con el concepto de franquicia¹⁷⁰, donde al consumir cada extracto será revelado un relato global donde la *intertextualidad e hipertextualidad* se hacen presentes dependiendo las herramientas que cada lenguaje y soporte le puedan ofrecer.

Hasta este punto es necesario tener en cuenta que cada fragmento es construido con una estructura narrativa propia, donde cada contenido refleje una autonomía suficiente para ser comprendido satisfactoriamente y consumido de forma independiente.¹⁷¹ Esto, además de propiciar la fragmentación del relato, da paso a la fragmentación de audiencias.

Algunas personas les gusta más la lectura por lo que acuden a libros o cómics, mientras que otras prefieren el lenguaje audiovisual y optan por películas, series o videos, e incluso, el gran compromiso de algunos (que son denominados fans) hacia el relato global, tiene por consecuencia el consumo de todos los fragmentos, en todos sus lenguajes y plataformas, aprovechando así la experiencia *transmedia*.

¹⁶⁸ Ferran Adell. *Op. cit.*

¹⁶⁹ Jenkins, H. Transmedia storytelling and entertainment. En *Transmedialidad, Series de Ficción y Redes Sociales* de Victoria, T., & Raúl, R. F. Cuadernos.Info, (34), 2014, p. 117.

¹⁷⁰ Costa Sánchez, C. y Piñeiro Otero, T. *Op. cit.*, p. 114.

¹⁷¹ Tur-Viñes, V. y Rodríguez Ferrándiz, R. *Op. cit.*, p. 116.

2.3.1.1.- Ejemplos

En el ámbito cinematográfico, llegó en 1977 un relato que revolucionó el concepto de fanáticos, pues el impacto y el interés que generó en las masas desencadenó la expansión de la historia hacia nuevos soportes y horizontes. E incluso, a más de 40 años de su proyección, las narrativas que se desprenden de este proyecto no han cesado.

Se trata de la creación del escritor y cineasta George Lucas titulada: *Star Wars*. Dicha obra representa el claro ejemplo de la narrativa *transmedia*, pues a lo largo de los años ha sabido aprovechar cada plataforma para impregnar a sus seguidores con nuevas historias.

Sus bifurcaciones partieron de las salas de cine y han migrado a los cómics, novelas, figuras coleccionables, documentales, *wikis*, precuelas, secuelas, *spinoffs*, caricaturas, universos expandidos creados por fans y, en 2019, se han incorporado a plataformas de *streaming* con la exitosa serie *The Mandalorian*.

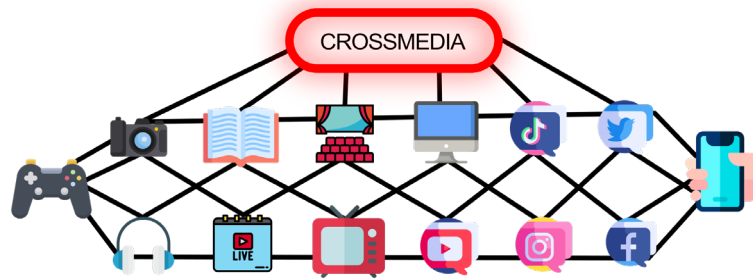
En contraparte y lejos de las óperas espaciales, ciertos contenidos del género de horror también han conseguido la construcción de una sólida red *transmediática*, un claro ejemplo es la franquicia *Resident Evil* cuyo lanzamiento fue durante 1996 en formato de videojuego. Posteriormente, el relato escaló a más títulos para distintas consolas, se crearon novelas, figuras y animaciones, hasta llegar al terreno cinematográfico con la producción de seis largometrajes estrenados desde el 2002 al 2017.

Otro ejemplo *transmedia* de horror, pero cuyo origen parte de una obra escrita, es *El Exorcista*. Comenzó con la novela de William Peter Blatty publicada en 1971 y el relato se catapultó al llegar al cine con la cinta dirigida por William Friedkin, más adelante, al relato global creció valiéndose de secuelas, obras teatrales, playeras, series y el interesante videojuego de realidad virtual: *El Exorcista Legion*. Incluso, en el año 2020, el relato no parece descansar pues se encuentra en preproducción un *reboot*¹⁷² de la icónica cinta de los setentas.¹⁷³

¹⁷² Una versión propia de una película, o saga, que anteriormente ya se estrenó

¹⁷³ Toño Guzmán. (19 Agosto 2020). *Reboot de El exorcista se proyectaría para 2021*. [online]. Cinepremiere. Recuperado agosto 2020: <https://www.cinepremiere.com.mx/reboot-exorcista-proyectaria-para-2021.html>

2.3.2.- De Haas y el crossmedia



Monique De Haas es una investigadora holandesa pionera en el desarrollo de servicios y modelos *crossmediáticos* a través de su empresa *Dondersteen Media*. Desde inicios del 2000 ella ha tenido el objetivo de crear y presentar historias cautivadoras mediante el uso de formatos cruzados. Este «cruce» hace referencia a la actividad de presentar un relato cuya estructura narrativa está diseñada con el objetivo de que el consumidor haga un salto entre medios, canales o plataformas.

Es decir, la narrativa *crossmedia* tiene la misión de conectar diferentes realidades a través de una narración que depende de medios y estilos distintos. La clara diferencia con la *multiplataforma*, es que no es la adaptación del mismo relato a distintos lenguajes, sino que, al igual que el *transmedia*, el relato se verá fragmentado.

Pero en un relato *crossmedia* los fragmentos carecen de sentido al ser abordados de forma independiente, por eso resulta necesario abordar la experiencia en su totalidad para entenderlos y comprender así el significado de cada uno.¹⁷⁴ De Haas alude que por este motivo, los creadores de un producto *crossmedia* tienen dos principales misiones:

«Conseguir que los receptores efectúen el itinerario a lo largo de los diferentes canales y fomentar la idea de que cada producto es un fragmento de una experiencia más amplia que deben completar en su mente».¹⁷⁵

¹⁷⁴ Costa Sánchez, C. y Piñeiro Otero, T. *Op.cit.*, p. 114.

¹⁷⁵ De Haas, M. *Rules of interactive storytelling in cross media communication*. Europe Media. 2002. p. 77.

No obstante, otros autores como Davidson argumentan que sería un error considerar el *crossmedia* como un fenómeno novedoso, ya que «la publicidad desde siempre ha intentado lograr un mensaje unificado a través de múltiples medios». ¹⁷⁶

De Haas decide ir un paso más allá y afirma que la comunicación *crossmedia* debe considerarse como una evolución lógica de la forma en que usamos los medios, ¹⁷⁷ después de todo, vale la pena reconocerla como una auténtica forma narrativa que, al identificarla, estudiarla y aplicarla correctamente, puede abrir múltiples caminos más allá de lo comercial.

La experiencia para los usuarios al momento de abordar un relato de esta índole puede llegar a ser más gratificante y sobre todo más inmersiva, debido a que esta estructura narrativa puede ramificarse en todos los medios y soportes conocidos, al mismo tiempo que el hilo de la historia se ensambla poco a poco en la mente del espectador.

Con lo expuesto anteriormente, queda implícito que cada soporte o canal seleccionado para este tipo de narrativa, representa un punto de acceso al relato para las audiencias, de tal manera que los desarrolladores *crossmediáticos* deben tomar en cuenta que cada fragmento cumpla con una visión panorámica capaz de orientar al espectador hacia el camino correcto.

Una herramienta utilizada para conseguir un cruce o salto eficiente de un canal a otro son los *hiperenlaces*. Hay que recordar que éstos facilitan la interactividad debido a su naturaleza *hipertextual* misma que hace referencia a los enlaces encargados de vincular explícitamente los discursos. En el caso de la web 2.0 estos pueden ser links, *urls* ¹⁷⁸ o etiquetas, mecanismos que con un simple *click* redireccionan a otra página o sitio de internet.

La constante aparición de historias apoyadas en la narrativa *crossmedia* dará como resultado un mejor entendimiento por parte de los usuarios, al grado

¹⁷⁶ Davidson, D. (2010). *Cross-media communications: and introduction to the art of creating integrated media experiencias*. [online]. ETC Press. Recuperado febrero 2020: https://kilthub.cmu.edu/articles/Cross-Media_Communications_an_Introduction_to_the_Art_of_Creating_Integrated_Media_Experiences/6686735

¹⁷⁷ Monique De haas. (2010). *Protagonista Crossmedia*. [online]. Mediamatic. Recuperado abril 2020: <https://www.mediamatic.net/en/page/41447/monique-de-haas>

¹⁷⁸ *Localizador de Recursos Uniforme* mecanismo usado por los navegadores para obtener cualquier recurso publicado en la web.

de que puedan alcanzar, lo que la catedrática Janet Murray describe como: «una visión caleidoscópica».¹⁷⁹

Y el reto por parte de los creadores, será proporcionar intensidad, emociones y significado a cada fragmento; después de todo, cada elemento de una estructura narrativa debe tener un porqué, tal y como se explicó en el apartado de Roland Barthes. De modo que una buena planificación debe garantizar la satisfacción de los consumidores aunque éstos se incorporen al relato desde distintas rutas.

2.3.2.1.- Ejemplos

La narrativa *crossmedia* también contrasta con la *transmedia* al no ocupar una enorme cantidad de plataformas y soportes. Al limitarse a un menor número de canales garantiza que el relato fraccionado pueda ser seguido sin tanta dificultad por el usuario. Además, esto justifica por qué varios autores consideran a esta narrativa como un paso previo del fenómeno *transmediático*.

Esto se manifestó con la popular serie de televisión *The Walking Dead* pues una vez lanzada la primera temporada en 2010 por la cadena AMC, ciertos elementos, escenarios y personajes que hicieron su aparición en algunos capítulos, fueron retomados para profundizarlos mediante una interesante



estrategia basada en la creación de *webisodios*, es decir, episodios que fueron únicamente lanzados en la página web oficial del canal televisivo.

En este caso, para comprender mejor el universo y complementar la experiencia audiovisual, fue necesario hacer el salto: televisión-internet o viceversa. No obstante, cada acertada decisión que tuvo el equipo detrás de esta serie influyó para consolidar un fuerte vínculo con los espectadores dando paso a una creciente popularidad y a la ruptura de narrativas con tendencia a convertirse en *transmedia*.

¹⁷⁹ Daniel Tubau. *Op. cit.*, p. 245.

Por otra parte, un ejemplo de horror puramente *crossmediático* se completó en 2016 tras la realización del proyecto *Channel Zero*, serie televisiva de cuatro temporadas encargada de darle vida a *creepypastas*, entre ellos el más popular titulado *Candle Cove*. Relato cuya forma original fue presentada intencionalmente como una charla dentro de un foro de internet en el 2009 y que atrajo la mirada de muchas personas.

Aquí, la experiencia *crossmedia* se hace presente al abordar la espeluznante historia creada por el artista web Kris Straub y ver la primera temporada de la serie *Channel Zero*, misma que en cada capítulo ofrece una innovadora aportación audiovisual a la tétrica historia de internet. Ambos medios se complementan entre sí y despiertan un mayor interés en el público.



Personaje del supuesto programa *Candle Cove* presentado en la serie *Channel Zero*.

Precisamente la expectación que puede lograrse con un relato fragmentado que es revelado en diferentes etapas, es la característica donde la narrativa *crossmedia* pudiera relacionarse con el ámbito publicitario. Pues desde la etapa de promoción de una película o serie, los creadores ya están desarrollando una narrativa *crossmedia*, incluso, sin notarlo.

Para ejemplificar, se tiene a la compañía Warner Bros, misma que ha sabido implementar de manera efectiva las herramientas que las plataformas o las redes sociales ofrecen. Para ello, en sus campañas relacionadas con el estreno de las películas *La Monja* (2018) o *Anabelle* (2019), se han valido de publicar fotografías panorámicas, *tráilers* interactivos o hasta videos en 360°. Donde cada recurso aporta pistas e información diferente con la intención de que la experiencia global se complete tras acudir a ver la película.

Por último, se debe tener presente que en la narrativa *crossmedia* también es válido enriquecerse con reportajes, entrevistas o incluso noticias. Éstas, al ser integradas en plataformas online tienden a *viralizarse* y sembrar curiosidad en las

audiencias. Bajo esta lógica operó *El proyecto de la bruja de Blair* e incluso *Actividad Paranormal*, casos que fueron expuestos con anterioridad.

Como complemento, recientemente surgió la cinta *Antrum* (2018), caracterizada porque sus creadores se dieron la tarea de elaborar toda una leyenda alrededor de la cinta para manifestar y enfatizar que se trata de una obra maldita que quien la observe probablemente sufra alguna desgracia.

En este ejemplo, el recurso *crossmediático* dependió de presentar un falso documental armado con supuestos testimonios, de personas que corroboran haber vivido experiencias paranormales después de ver el largometraje, y de un pequeño reportaje sobre el incendio de un cine donde la cinta fue proyectada previamente.

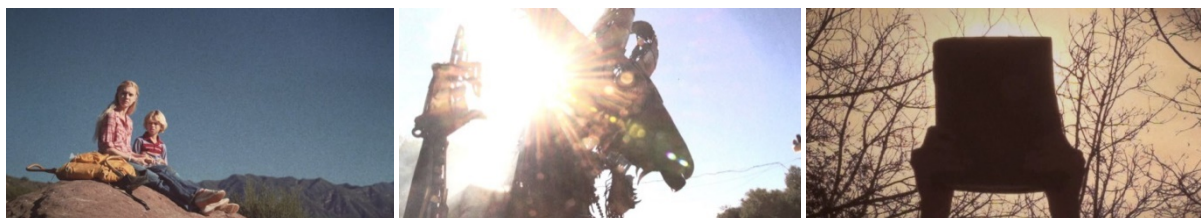
Así pues, este relato que contempla desde su reproducción un cruce narrativo entre distintos esquemas como el documental y la película, representa un interesante estilo para envolver y sumergir al nuevo consumidor de horror en una experiencia más siniestra.



ANTRUM (2018)
Dir. David Amito



Fotogramas extraídos del falso documental donde se reúnen testimonios de la supuesta maldición del metraje *ANTRUM*.



Fotogramas extraídos de la película *ANTRUM*.

CAPÍTULO 3

El horror y el crossmedia

Los momentos más emblemáticos dentro de los contenidos audiovisuales del género de horror como la escena del ataque de *Nosferatu* a la joven Nina, la escena de la bañera en *Psicosis*, la transformación del perro en *The Thing* o el paso de la araña en *El exorcista*, tienen un fuerte impacto en el espectador debido a que están impulsados por una buena dosis de tensión y pavor generada por su montaje, e incluso, por su diseño sonoro.

Como se menciona en el primer capítulo, el horror se caracteriza por ser un género transgresor, es decir, busca a toda costa provocar el miedo en el espectador en un nivel mental, a través de una extensa cantidad de recursos que permitan sentir vulnerable a quien lo consume. En otras palabras, «horrorizar» al espectador depende de un *storytelling* sólido que no debe verse limitado únicamente en generar sobresaltos.

Estos sobresaltos son considerados por el escritor de ficción Michel Lincoln como «emociones baratas»¹⁸⁰ pues se logran con sencillas y desgastadas técnicas conocidas como *jump scares* o *screamers*¹⁸¹. Algunos títulos que incorporan (y abusan) de estas técnicas son *Madhouse* (2004), *See No Evil* (2006), *Ouija* (2014) y *The curse of La Llorona* (2019).

Cabe señalar que un buen *storytelling* de horror también puede valerse de estos elementos; no obstante, el creador o guionista deberá aprender a usarlos como un recurso y no como un ingrediente principal del relato. Consejo clave en el instante de contemplar una plataforma como internet para desarrollar una narrativa.

De hecho, en la mayoría de videos *creepys* que abundan en la red, el susto o sorpresa recae solamente en la brevedad del *screamer*, dando como resultado que la conmoción del espectador sea, al igual que la experiencia, efímera. Aspecto que no debe suceder en una narrativa *crossmedia*, donde el objetivo es captar el

¹⁸⁰ Lincoln, Michel. (14 octubre 2014). *Vocabulary of Fear* [online] MastersReview. Recuperado junio 2020 <https://mastersreview.com/lincoln-michel-on-the-vocabulary-of-fear/>

¹⁸¹ Táctica audiovisual conformada por la edición de imágenes perturbadoras y/o sonidos altos de carácter repentino con la finalidad de asustar.

mayor interés posible de la audiencia para que ésta haga los saltos necesarios entre medios o plataformas y así, su experiencia se vea enriquecida.

Por este motivo, a lo largo del presente capítulo se dan a conocer las estrategias y herramientas necesarias para realizar un relato *crossmediático* eficiente, donde converjan la narrativa y las emociones en un buen balance. Incluso, un punto a favor es lidiar con uno de los géneros preferidos por el público, el cual, «durante años se ve enfrentado (..) a contemplar ciertos objetos, ciertos mundos, ciertas situaciones, que jamás hubiera deseado ver».¹⁸²

Hoy en día, las plataformas de *streaming* como *Netflix*, *Amazon Prime Video* o *HBO GO* han facilitado que el género de horror emigre de las salas de cine a la salas de cualquier hogar con conexión a internet y además han provocado un incremento de seguidores de dicho género, gracias a las atractivas hibridaciones que han surgido en sus contenidos.

De la misma manera en que se ramificaron los subgéneros cinematográficos; la televisión adoptó esta tendencia integrándola en los relatos de las series. De ahí que el horror pueda ser vinculado con el misterio, el drama, el documental o la ciencia ficción en proyectos como *Hannibal* (2013), *The expanse* (2015), *Stranger Things* (2016), *West World* (2016), *LORE* (2017), *El mundo oculto de Sabrina* (2018), *Ares* (2020), *Upload* (2020).

Esta acción abrió paso a que el horror impregne a una audiencia más amplia, pues le permitió moldearse al estilo narrativo preferido de ciertas personas de acuerdo a su gusto, edad o sexo. Sin embargo, a pesar de que exista una lealtad predeterminada hacia el género, el creador no debe descuidar en ningún momento la estructura de su historia.

En el caso de la narrativa *crossmedia* aplicada a los medios audiovisuales, «el creador primero debe conocer y abordar las propias reglas del lenguaje y posteriormente trabajar con las herramientas derivadas de la naturaleza del medio elegido».¹⁸³

¹⁸² Carlos Losilla, *El cine de terror: una introducción*. España. Paidós, 1993, p.29.

¹⁸³ Guillem Bou Bauzá. *El guion multimedia*. Barcelona: Anaya Multimedia, 1997, p.112.

Es por ello que esta singular manera de narrar no implica una compleja estructura que deba desconcertar a los creadores de contenido, más bien, es un sofisticado proceso apoyado en las bases del lenguaje audiovisual y el conocimiento de los soportes modernos.

Hablar del desarrollo de una narrativa *crossmedia* debe ser interpretado como la acción de planificar la puesta en marcha de un mensaje, mismo que será fragmentado y distribuido por diversos canales. Donde, al igual que una estrategia, debe considerarse en gran parte a la audiencia, dominar los soportes e inferir el grado de participación que puede haber en cada uno de ellos.

Carlos Scolari complementa esta idea al mencionar que la expansión *crossmedia* no significa que todos los medios y plataformas se deban activar inmediatamente ya que, la expansión puede ser progresiva, en función del *feedback* generado por la historia o de los recursos a disposición.¹⁸⁴

Empero, al no trabajar con una narración lineal, se da cabida a que cada soporte y cada fragmento pueda utilizarse como un punto de entrada diferente para cualquier individuo con intenciones de abordar el *storytelling* provocando que su experiencia global cambie en mayor o menor medida.

De ahí la importancia de conocer el lado teórico de la narrativa *crossmedia* basado en los medios interactivos, para tomar en cuenta las herramientas y los diversos factores a los que puede enfrentarse tanto el creador del contenido como el espectador.

3.1.- Aplicación de la narrativa crossmedia

Scolari argumenta que «los productores actuales deben dejar de pensar en términos monomediáticos y comenzar a desarrollar estrategias *crossmedia* desde las primeras fases de desarrollo de un nuevo personaje o mundo narrativo».¹⁸⁵

Pues tales son los atributos positivos de esta forma de narrar, que a simple vista representa una manera óptima que tienen los guionistas para amplificar sus contenidos y canales de interacción a partir de un solo producto o idea principal,

¹⁸⁴ Carlos Scolari, *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto, 2013, p.37.

¹⁸⁵ *Ibid.*

aspecto que puede verse reflejado incluso en una explotación comercial de estos multiversos ficticios.

Las producciones que han aprovechado de manera exitosa y satisfactoria las utilidades que ofrecen las *hipernarrativas* son las de ciencia ficción: *Star trek*, *Star Wars* e incluso *Battlestar Galactica*. Fenómenos que en su momento llegaron a rozar el *crossmedia*, pero gracias a su impacto y el cariño de las audiencias hacia esos relatos, los catapultaron hasta llegar al gigante narrativo: el *transmedia*.

Por estas razones, en la actualidad sí es clara una tendencia relacionada con que más guionistas, o escritores correspondientes a más géneros, se han visto motivados por extender sus creaciones y sus personajes hacia nuevos horizontes, donde cada producto simboliza «una ventana a la gran historia que esconde su conjunto».¹⁸⁶

Un ejemplo proveniente de un contenido que abarca los géneros de thriller policíaco, acción y drama es la exitosa serie española *La Casa de Papel* misma que se empezó a emitir el 2 de mayo de 2017, en la cadena española Antena 3. Pero dio su primer salto a finales de ese mismo año tras haber sido comprada y reeditada por la plataforma *Netflix*.

Sitio donde la serie recibió el impulso necesario para alcanzar fama internacional y así expandir cada vez más su universo narrativo al liberar contenido extra en internet o intervenir las pantallas y las bandas de equipaje en un aeropuerto en Frankfurt¹⁸⁷ para fines publicitarios.

Como es posible notar, en la mayoría de los casos la escala *hipernarrativa* suele ser proporcional al interés que los consumidores tienen respecto a cierto producto, por lo que optar por una narrativa de este estilo desde el origen de un proyecto no garantiza el éxito.

¹⁸⁶ Hernández Pérez, Manuel y Grandío Pérez, María Del Mar (28 marzo 2011). *Narrativa crossmedia en el discurso televisivo de Ciencia Ficción. Estudio de Battlestar Galactica (2003-2010)* [online] RevistasUCM.

Recuperado junio 2020 <https://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/ARAB1111130004A/4031>
¹⁸⁷S/A. *Unas maletas rebosantes de billetes* [online] MD. Recuperado junio 2020 <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/maletas-esta-campana-casa-papel-estan-forradas-billetes-literalmente>

Scolari lo enfatiza a través de tres puntos que se deben tener presentes¹⁸⁸:

- Producir *crossmedia/transmedia* no es una obligación.
- Hay y seguirá habiendo excelentes proyectos y experiencias de comunicación monomediáticas.
- Nunca debemos olvidar que la primacía es siempre de la narrativa.

El último punto es fundamental ya que refuerza la idea de que trabajar en una buena estructura narrativa puede ser el detonante para que cada soporte o formato sea bien aprovechado y despierte el interés deseado en el lector, para que éste unifique el mensaje del producto *crossmediático*.

Como se expone en el apartado de Roland Barthes, cada elemento del relato debe tener una finalidad apegada a las normas de la diégesis previamente diseñada, por lo que es necesario concebir y explicar una estructura formal que puede ser de gran ayuda al momento de plantear un *crossmedia storytelling*.

3.1.1.- En busca del guion crossmediático

Scolari señala que de no planificar un proyecto *crossmedia* puede acontecer una dispersión en la narrativa y esto provoque serios tropiezos en la coherencia del mundo de ficción que se intenta realizar, de ahí radica la importancia de crear un guion, mismo que sentará las bases para una buena ejecución del relato.

En el caso del arte cinematográfico, el guion es la herramienta primordial de cualquier filme, pues gracias a este proceso, es posible traducir las ideas a un lenguaje textual o visual; y una vez plasmadas, permite a los creadores agregar descripciones, corregir elementos o hasta eliminar aspectos intrascendentes, todo con la finalidad de que la obra se vea beneficiada.

El escritor e informático Guillem Bou Bauzá declara que pensar en un guion interactivo no implica un cambio radical o totalmente diferente a la forma de

¹⁸⁸ Scolari, *Op. cit.*, p. 309

creación respecto al de una película¹⁸⁹, pues para él, en ambos tipos de proyecto se requieren tres puntos básicos:

- a) Coherencia argumental
- b) Dramatización
- c) Incorporación de recursos técnicos

El primer punto es de vital importancia para cualquier tipo de historia; por lo tanto, en un mundo multimedia o en una narración *crossmediática*, no es la excepción. Incluso podría decirse que es obligatorio tener bien definidas la cantidad de partes en las que el relato será dividido, donde cada uno cumpla con una estructura lógica con el objetivo de que el espectador sea capaz de integrarlos por completo.

Por otra parte, la dramatización también es necesaria en un proyecto *crossmedia* al ser ella el punto clave que tiene el escritor para poder integrar todos los elementos que servirán de «ganchos narrativos» y, que de ser posible, den cabida a una óptima *viralización*.

Además, así como el cine depende de guiones técnicos donde se especifican claramente los recursos físicos o materiales de los que dependerá el equipo de producción para poder realizar las escenas o secuencias, un proyecto *crossmedia* no debe pasar por alto todas las herramientas que deberán ser utilizadas para darle vida al relato.

Para Guillem Bou, en un proyecto que involucre una variedad de plataformas o soportes es primordial que el desarrollador conozca cada medio, pues sólo de esta manera cada formato será aprovechado al máximo una vez que las decisiones artísticas tales como la elección de planos correctos, la música, los efectos, etcétera, se hayan asignado.

«Si la selección de recursos es acertada el impacto del mensaje se reforzará. Y logrará, entonces, que la aplicación transmita al público las sensaciones que fueron previstas en el diseño inicial de la historia».¹⁹⁰

¹⁸⁹ Bou Bauzá, *op. cit.*, p. 43.

¹⁹⁰ *Ibid.*, p. 44.

En resumen una estructura *crossmediática* surge a partir de las bases ya establecidas por los medios tradicionales, por ende, al tener en mente plataformas cuyo lenguaje es el audiovisual, Guillem Bou propone concebir estos fragmentos tal como son los guiones cinematográficos o que compartan las mismas características.¹⁹¹

A pesar de ello, para no estar limitados a la rigidez de los guiones clásicos o habituales y tomar en cuenta más aspectos que rodean una verdadera experiencia *crossmedia storytelling*, es importante señalar la siguiente serie de principios de narración interactiva de Guillem Bou, mismos que se relacionan con las reglas planteadas por la experta en *crossmedia* Monique De Haas.

Primordialmente no se debe olvidar que tanto en las narrativas *crossmedia* como en las *transmedia*, el receptor también es parte crucial del relato, por lo que el guionista debe contar con la capacidad de pronosticar el comportamiento de quien decida abordar el relato de acuerdo al tipo de recursos que se les haya brindado: videos, textos, hipertextos, etc.

Incluso, para este nivel, el creador ya debería tener identificados los puntos clave que serán los encargados de motivar al espectador de dar un salto de un soporte a otro. Una excelente planeación y estrategia del desarrollador deberá otorgar al espectador una elevada curiosidad dando como resultado una implicación total en el *storytelling*.

Esta acción puede orillar al «lector/espectador/usuario» a que sea partícipe en el proceso de creación, por eso no debe olvidarse que también es válido considerarlo como pieza importante para la expansión del contenido. Por ende, los siguientes principios¹⁹² y reglas¹⁹³ están apegados a procedimientos que ayudan a una óptima comunicación para el uso de este tipo de narrativa.

¹⁹¹ *Ibid.* p 46.

¹⁹² Bou Bauzá, *op. cit.*, p. 19 - 27

¹⁹³ De Haas, (13 de octubre 2004). *Reglas de la narración interactiva en la comunicación crossmedia* [online] Europemedia. Recuperado junio 2020
<http://crossmediacommunication.blogspot.com/2004/10/republishing-articles-1-rules-of.html>

Principio de economía

Este principio hace referencia a la síntesis que requiere la historia para que no caiga en redundancias. Es posible a través del ahorro de ciertas secuencias o recortes de elementos que benefician al relato haciéndolo más fluido y menos tedioso para un receptor impaciente.

Al mismo tiempo, las ingeniosas divisiones que sufre el relato por parte del guionista pueden ser utilizadas como puente para enviar a los usuarios de un medio al siguiente (y viceversa).

Principio de la múltiple entrada

El guionista debe saber elegir los recursos de su relato para ser utilizados de acuerdo a un determinado tipo de usuarios. La tarea consiste en indagar sobre las características y preferencias de su público meta para quedarse con los elementos más acertados, pues las personas tienen diferente facilidad de percepción para los diferentes canales.

Principio de la libertad

Para que se cumpla este principio es necesario que el guionista, como ser omnipresente, haya estructurado a fondo cada uno de los fragmentos de su relato y rellenado cada uno de los posibles huecos en su historia, esto con la finalidad de que el usuario experimente una sensación de libertad, aunque no sea así, pues en realidad estará inmerso bajo un esquema predeterminado, mismo que un buen guionista se habrá encargado de ocultar.

Principio de la interactividad

Para De Haas este principio funciona únicamente al tener una dirección y estructura de la historia firmes, pues aquí se pone en juego la aparente libertad del usuario descrita en el punto anterior. El relato sólo dependerá del espectador en situaciones específicas, por lo que se debe considerar a la interactividad como un recurso cuya finalidad será reforzar el mensaje y no como una herramienta sobrepuesta o superficial que se utilice injustificadamente.

Al trabajar con la interactividad, un punto a tener en consideración son los periodos de tiempo que habrá entre un contenido y otro. Es necesario no descuidar al espectador porque se puede perder su atención y que el hilo narrativo se rompa.

Además, el guionista no debe limitar la interacción vista de usuario-máquina, debe considerarla en un sentido más amplio que a futuro puede reflejarse en el aumento de audiencias y aceptación.

Por último, se debe contemplar a la interactividad como un recurso que otorga la oportunidad de obtener retroalimentación y datos para una constante mejora del relato.

Tabla 4. Principios para la estructura de relatos hipermediáticos

Como es posible notar, la narrativa *crossmedia* se alimenta de las estructuras universales en correspondencia con el tipo de contenido que se integre en la historia y además recibe el apoyo de ciertos lineamientos para que obtener el mensaje sea atractivo para el espectador. Para finalizar este apartado es interesante conocer que, de acuerdo con Jeffery- Poulter¹⁹⁴, también es factible organizar este tipo de narrativa en sencillas etapas de producción:

- 1.- Diseño creativo: Las maneras de llevarlo a cabo y la elección de plataformas.
- 2.- Desarrollo de los guiones: Usar las estructuras apegadas al formato deseado.
- 3.- Elaboración de los *storyboard*: Plasmar los objetivos en papel para tener referencias visuales.
- 4.- Producción: El desarrollo del proyecto de parte de un equipo interdisciplinario conocedor de cada plataforma.
- 5.- Creación del contenido hipermedia: Estructurar la navegación entre los fragmentos según las características de cada plataforma o soporte.

3.2.- La tecnología: una aliada del horror

Hoy en día, el proceso de interactividad está más presente en la vida de los cibernautas. Los avances tecnológicos han propiciado el desarrollo de ecosistemas digitales que se ven reflejados en el *internet de las cosas*¹⁹⁵ por lo que la inmersión hacia cualquier tipo de contenido puede llegar a ser auténtica e intensa.

¹⁹⁴ Jeffery-Poulter. *Creating and producing digital content across multiple platforms*. En *Producción crossmedia: El caso de Televisión de Catalunya*, Isabel Villa Montoya. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona, 2011, p. 75.

¹⁹⁵ Término basado en la interconexión de dispositivos u objetos digitales.

Como resultado, es natural que las personas busquen maneras de contar relatos adaptándose a los instrumentos que forman parte de la vida cotidiana del individuo ciudadano. Por ello, cada vez es más frecuente encontrar historias que se dirigen y expanden hacia las redes sociales, las cuales constituyen los canales adecuados para alcanzar una comunicación más directa con los usuarios.

La gran proliferación de los dispositivos portátiles como *smartphones*, *ipads*, *tablets* y *laptops* son los responsables de que cada espectador aborde sus relatos favoritos, en el momento y lugar deseado. Entonces, dependerá únicamente de la historia provocar el interés suficiente para tener al público pendiente de cada actualización y su inmersión sea más efectiva.

Haber incorporado *gadgets*¹⁹⁶ o herramientas tecnológicas en nuestra rutina también significó una evolución en los argumentos de los relatos. En el caso del género de horror, las historias de casas antiguas, muñecos poseídos o animales salvajes, han dado un giro para adaptarse mejor a tiempos y temáticas actuales.

Ahora, una casa embrujada puede ser sustituida por cualquier departamento o casa moderna como en *The Invisible Man* (2020), un muñeco puede asesinar debido al uso de una inteligencia artificial como en *Cult of Chucky* (2017) y un dinosaurio modificado genéticamente en un laboratorio puede presentar características que lo hagan más peligroso como en *Jurassic World* (2015).



Como adición, en pleno año 2020 y en medio de una pandemia, surgió a cargo de la plataforma de *streaming*: *Shudder*, un relato de horror que supo incorporar de manera precisa las herramientas de comunicación que los avances actuales ofrecen. Se titula *HOST* y es el ejemplo perfecto de que la tecnología puede ser una aliada perfecta para inspirar, crear y esparcir el miedo.

¹⁹⁶ Aparatos tecnológicos de tamaño reducido.

Este relato se diferencia del resto ya que sus creadores aprovecharon la popular plataforma de videoconferencias llamada *Zoom* como medio para capturar, de acuerdo al guion, una serie de acontecimientos paranormales.

Cabe señalar que *Zoom* fue fundada en 2011 pero con la propagación del COVID-19 a principios de 2020, el uso de esta plataforma se incrementó en 67%, convirtiéndose en una poderosa herramienta de comunicación durante este periodo.¹⁹⁷

Tras lo anterior, queda evidenciado que la película *HOST* supo adaptarse velozmente a los cambios de la rutina, además de situarse en contextos de distanciamiento social y temores colectivos. Aspectos que le sirvieron al director Rob Savage para colocar ingeniosamente su trama de horror en un relato basado en la reunión de unas amigas con intenciones de realizar una sesión espiritista mediante una videollamada.

Una vez más, la estrecha separación entre ficción y realidad se hizo presente en una película de horror de corta duración que supo sacar ventaja de la famosa plataforma de videoconferencias y, con el conocimiento de la misma, utilizar sus herramientas a favor de la producción y sobre todo del relato.

Lo importante es hacer hincapié en que cualquier tipo de soporte o tecnología actual debe considerarse como una oportunidad para innovar en la forma de narrar y de sumergir al público en interesantes y, en este caso, escalofriantes historias.

3.2.1.- Casos web

Tal como se abordó en el capítulo anterior, la capacidad del internet es colosal, al grado que los medios tradicionales convergen en él y, en ocasiones, se pueden ver alterados bajo nuevas normas o reglas según el canal utilizado, un ejemplo de este fenómeno son los *podcast*.

¹⁹⁷ Cahun, Antonio (27 Marzo 2020) ¿Qué es y cómo funciona Zoom?: la "nueva" app de videollamadas para trabajar desde casa. [online] Xataka. Recuperado junio 2020 <https://www.xataka.com.mx/aplicaciones/que-como-funciona-zoom-nueva-app-videollamadas-para-trabajar-casa>

Los *podcast* son blogs auditivos que suelen operar con la misma lógica y estructura de los programas radiofónicos a diferencia que éstos son subidos a plataformas de reproducción como *iTunes*, *Spotify* o *SoundCloud*. E incluso, al momento de realizarlo, la imagen puede ser capturada y subirse como archivo independiente de video para aprovechar otros canales de transmisión tales como *Facebook* o *Youtube*.

Además, cuando la imaginación, la creatividad y las diversas herramientas que nos ofrecen medios como el internet se unen, pueden dar como resultado interesantes proyectos como los denominados ARGs por sus siglas en inglés *Alternate Reality Games*. Término que hace referencia precisamente a las creaciones narrativas derivadas de la fusión entre elementos interactivos y el mundo real.

Dicho concepto fue propuesto por Sean Stacey en 2002, quien a partir del éxito de la campaña de marketing de *El proyecto de la bruja de Blair* (1999) y del revolucionario juego *The Beast*¹⁹⁸ (2001), decidió crear su propia historia interactiva donde la plataforma fuera la vida cotidiana. El juego de realidad alterna titulado *LockJaw* adquirió tal popularidad que orilló a Stacey a fundar dos portales web de carácter informativo¹⁹⁹ con el objetivo de reunir a la comunidad aficionada hacia este tipo de producciones.

Por consiguiente, la importancia del internet no sólo radica en su capacidad de difundir o almacenar datos, sino en las características que lo vuelven un medio que otorga una inmensa lista de instrumentos para que cualquier internauta pueda materializar sus ideas y las dé a conocer a una sociedad ávida de información instantánea.

Esta necesidad de estar constantemente actualizados con los sucesos que pasan en el día a día, incrementa el deseo por consumir contenidos en directo, por eso los relatos que tiendan a apoyarse en un medio como internet deben girar en torno a principios de «instantaneidad», para ello es favorable reconocer las aplicaciones que cuentan con funciones para transmitir videos en vivo.

¹⁹⁸ ARG desarrollado para promover la cinta *Inteligencia Artificial* (2001).

¹⁹⁹ <https://www.unfiction.com/> y <https://www.argn.com/>

Esta idea se complementa con lo que Daniel Tubau²⁰⁰ manifiesta respecto al gusto de las personas por los contenidos *en vivo*. Atracción derivada de un profundo deseo por ser testigos de algo que todavía no ha sucedido, acción que traerá consigo sorpresas inesperadas, errores o accidentes.

Recordemos además, que las transmisiones en directo son un fuerte elemento que sirve de gancho para las audiencias, por lo que otra ventaja que tiene la red es que gracias a su variedad de funciones, la característica de compartir una aparente realidad al mundo, deja de ser exclusiva de un costoso medio como la televisión.

Por eso, cuando un creador opta por el internet, trae consigo la instantaneidad para compartir su relato y las nulas o bajas cifras económicas para promocionarlo. Scolari enfatiza que, en estas épocas, es posible hacer verdaderas obras *crossmedia* sin que sea necesario ser un magnate de *Hollywood* o tener el patrocinio conjunto de *Microsoft*, *Telefónica* y *Google*.²⁰¹

A continuación, esta idea será demostrada a partir del análisis de dos ingeniosas obras cuyo canal de origen fue el internet. En ellas, el relato fue meticulosamente desarrollado (al tomar en cuenta las virtudes de cada plataforma) y se vio amplificado por las interacciones de usuarios cautivados por la experiencia narrativa.

²⁰⁰ Daniel Tubau, *op.cit.*, p.197.

²⁰¹ Scolari, *op. cit.*, p. 95.

3.2.1.1.- Caso Dear David

Tal como se alude en el capítulo anterior, el ARG conocido como *Dear David* surgió de la mente del ilustrador Adam Ellis, quien se encargó de hacer pública esta historia el día 7 de agosto del año 2017 a través de su cuenta personal de twitter ([@adamtotscomix](https://twitter.com/adamtotscomix)).

Adam nació en los Estados Unidos el 1 de octubre de 1986, estudió ilustración en el instituto de Arte de Boston y alcanzó notoriedad tras trabajar en el portal de noticias y entretenimiento *Buzzfeed Distributed*.

Del mismo modo, en 2017 abrió su portal denominado *Books of Adam* donde comparte divertidas animaciones mostrando las dificultades de pertenecer a la generación *millennial*²⁰². Sin embargo, su éxito se vio reflejado con el crecimiento exponencial de seguidores en *twitter* una vez lanzado el relato conocido como *Dear David*, pues dicha narración le permitió rebasar los 800 mil suscriptores.

Este relato de horror que Adam desarrolló, mediante el uso de las redes sociales, está escrito en primera persona. Siendo el mismo ilustrador quien protagoniza y narra la historia de acuerdo a múltiples circunstancias paranormales en las que se ve inmerso.

La historia inició luego de que una noche él observó frente a su cama, a un ente con forma de un niño cuya característica más notoria era su cráneo deforme. Adam explica que no estaba muy seguro si la experiencia que vivió se trató de algo real ya que en ese momento padeció la condición de parálisis de sueño. No obstante, a partir de este suceso, la aparición de esta figura dentro de sus sueños fue cada vez más recurrente.

En cuestión de minutos, el ilustrador continuó relatando por medio de más tuits que en otro de sus sueños, una chica desconocida le comentó que ese ente se llamaba David, y por respeto, si quería interactuar con él primero se le debía decir «querido David» (de ahí el nombre *Dear David*) e incluso se le podían hacer únicamente dos preguntas, pues de hacerle una tercera, el espectro podría molestarse y asesinar.

²⁰² Se refiere a la generación que nació entre 1983 a 1996.

Más adelante, Adam relata que rompió esa regla en un sueño donde David apareció de nuevo, ya que él, intrigado por esta horrorosa criatura, le preguntó cómo murió, a lo que David respondió que fue en un accidente dentro de una tienda; la segunda pregunta fue ¿qué sucedió en esa tienda? y David respondió que un estante fue empujado hacia su cabeza.

Interesado por la historia del fantasma, Adam realizó una tercera pregunta para saber quién empujó el estante, razón por la cual David no respondió y Adam, al percatarse de las consecuencias que esto podía traer, despertó absolutamente aterrorizado.

Por lo que el resto de la historia gira en torno al miedo que tuvo el joven ilustrador neoyorkino después de que David no sólo lo acosara en sus sueños, pues de alguna manera, también logró manifestarse en el apartamento de Adam, quien con ayuda de sus seguidores, paulatinamente encontró más pistas y señales de que el ente había logrado cruzar al mundo real.

3.2.1.1.1.- Estructura y características del relato

El ilustrador Adam Ellis abrió su cuenta de *twitter* en el 2010, tiempo suficiente para que se reconozca el conocimiento y el dominio que tenía sobre esta red social al momento de ejecutar su obra. Por lo que, en primera instancia, se debe distinguir el perfecto aprovechamiento que tuvo de la plataforma a la hora de seleccionarla como canal para transmitir este *storytelling*.

En correspondencia, el creador también supo utilizar los diversos formatos que en este caso, la red social *twitter*, pudo ofrecer. Adam comenzó este relato a través de un texto con menos de 140 caracteres en el que da a conocer que en su casa sentía la presencia de un niño muerto con intenciones de hacerle daño.



adam ellis
@moby_dickhead

So, my apartment is currently being haunted by the ghost of a dead child and he's trying to kill me. (thread)

[Traducir Tweet](#)

10:35 a. m. · 7 ago. 2017 · [Twitter Web Client](#)

51,4 mil Retweets 15,6 mil Tweets citados 78,7 mil Me gusta

En 2021 su *username* cambió a [@adamtotscomix](#)

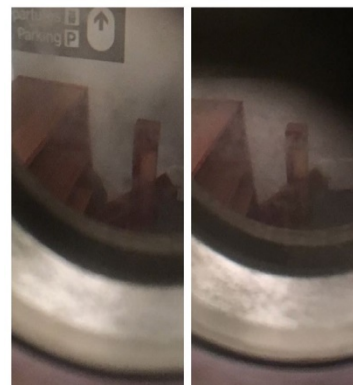
Ese mismo día, escribió alrededor de 30 tuits más, introduciendo a sus lectores en esta atemorizante experiencia que, de forma constante, oscila entre elementos de ficción y no ficción. Posteriormente la narrativa terminó por fragmentarse en casi más de 150 tuits distribuidos entre los meses de agosto del 2017 y febrero del 2018, fecha en la que el autor indicó, aparentemente, la conclusión de esta travesía.



Boceto de *Dear David*.

A lo largo de este relato, Adam Ellis demostró su habilidad por usar diferentes tipos de lenguaje, ya que nutrió su historia con fotografías analógicas, digitales, videos, e incluso explotó su habilidad como ilustrador para mostrar bocetos del espectro que lo acechaba e incluso se dio a la tarea de compartir planos para dar a sus seguidores referencias visuales de la construcción de su departamento.

Como cualquier tipo de relato, es posible resaltar las unidades del desarrollo narrativo señaladas por Barthes, por ejemplo, las *funciones cardinales* se pueden apreciar en los tuits donde Adam Ellis revela a la audiencia grandes descubrimientos de que algo lo amenaza. Como sucede en la publicación del 8 de agosto del 2017 donde muestra fotografías tomadas a través de la mirilla de su puerta para señalar que había algo extraño en el exterior.



Fotografías de la mirilla.

Mientras que los tuits donde Adam sólo daba ligeros detalles de su acontecer diario como aquellos donde expresaba que se sentía con más energía o donde enfatizaba las noches en las que había podido dormir mejor, dentro de la narración sólo cumplían la función conocidas como *catálisis*.

Además, para enganchar en mayor medida a los espectadores, la historia de Adam presenta en repetidas ocasiones lo que Barthes cataloga como *indicios*. En otras palabras, recursos con la habilidad de señalar que se aproxima un evento

importante. Los más populares son donde él da a conocer las herramientas que estaba dispuesto a utilizar con tal de recabar evidencias de que David era real.

De esta manera, el relato de horror consiguió provocar confusión sobre la veracidad de estos hechos, apoyados en parte, por el perfecto y natural desarrollo de las acciones de los personajes involucrados. Pues Adam decidió, de manera ingeniosa, incorporar en esta diégesis a los dos gatos que tiene como mascotas.

3.2.1.1.2.- Agentes virales

Las interesantes conductas de los animales registradas en cámara, al ser acompañadas por los hechos que Adam narra en cada tuit, ocasionaron una atmósfera capaz de erizar la piel de cualquier lector, punto clave para una inevitable *viralización* del contenido, lo que ayudó a que más espectadores se sumaran para seguir el discurso en su totalidad.

Dicha distribución es posible explicarla gracias a las claves del contenido viral expuestas con anterioridad, ya que Adam planteó su premisa en *función del riesgo* al momento de publicar actividades que representaban un peligro sobrenatural, de manera que también aplica la *función de carácter extraordinario*, pues por medio de sus videos registró acontecimientos insólitos.



A su vez, desde la concepción de la idea, Adam aderezó su relato con otro elemento que atrajo la atención de múltiples usuarios, este elemento se basó en la *función de las características del personaje*, al integrar como pilar un niño con propiedades no comunes para representar al monstruo de sus sueños: David, el niño del cráneo sumido.



I bought a Polaroid camera this weekend, because they're fun and dorky. I decided to take a few photos around my apartment.

[Traducir Tweet](#)



Adam Ellis da a conocer la compra de una cámara polaroid.

3.2.1.1.3.- Elementos crossmedia

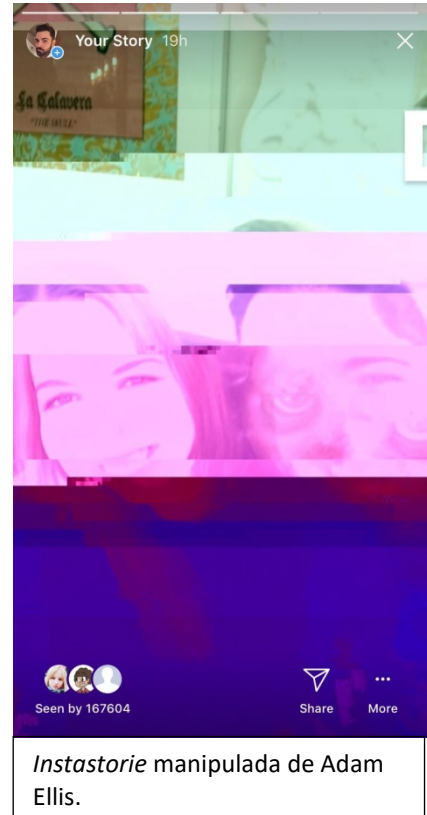
Tras el correcto uso de la plataforma *twitter*, y la utilización de una variedad de formatos, el relato de Adam Ellis parecía quedarse en el terreno de una *creepypasta* extendida, empero, el 16 de agosto del 2018 el caso *Dear David* se catapultó hacia un ámbito *crossmedia* cuando Adam decidió implicar una nueva plataforma para complementar y expandir su relato.

Adam Ellis se valió de la red social *instagram* donde, a través de la herramienta *stories*, compartió una fotografía que serviría como continuación de su hilo narrativo referente al hostigamiento del ser maligno. Esta publicación consistió en una *selfie* común donde aparentemente el archivo sufrió alteraciones al momento de publicarse.

Mientras que en la fotografía original tenía que aparecer Adam con su mejor amiga en un restaurante, el supuesto daño digital provocó un efecto *glitch*, lo que generó la distorsión total de la imagen y la aparición de lo que parece ser un ojo cadavérico. Poco a poco el ilustrador se preocupaba más por integrar elementos comunes que caracterizan los relatos de horror.

Lo importante a destacar es que conforme había actualizaciones, la historia se vio retroalimentada por los comentarios de los seguidores, mismos que en su estado activo, le compartían a Adam consejos y recomendaciones para lidiar con su problema de ultratumba. La *interactividad* se hizo presente para remarcar más la naturaleza *crossmediática*.

Esta interacción jugó un papel importante en la historia para que Adam Ellis descubriera la imagen distorsionada en su cuenta de *instagram* o cuando se vio en la necesidad de hacer caso a las recomendaciones de sus seguidores y comprar



por *amazon* un *selfiestick*²⁰³ mismo que le ayudó a abrir la escotilla de su techo, justo donde provenían fuertes golpes.

En resumen, esta fue la manera en la que el creador de *Dear David* supo construir una interesante y aterradora historia que sirvió de inspiración para el desarrollo de otros casos como Paolo Manitas²⁰⁴ o Carlos Name²⁰⁵; no obstante, Adam supo aprovechar al máximo más de un formato, más de una plataforma y la *interactividad* que cada una ofrece, con el fin de alcanzar una auténtica narración *crossmedia*.

Misma que, en un futuro, puede nutrirse aún más cuando el medio cinematográfico decida estrenar la película, o ¿por qué no? cuando el relato se fragmente en verdaderas *multinarrativas* hasta convertirse en una obra de carácter *transmediático*.

3.2.1.2.- Take This Lollipop

El proyecto conocido como *Take this Lollipop* fue escrito y dirigido por el cineasta americano Jason Zada en el año 2011 utilizando como soporte cuatro elementos principales: *Facebook*, una aplicación ligada a esta red social, *Google Maps* y un cortometraje. Esto se debe a que desde muy temprana edad Jason se interesó por la grabación de video y la programación de juegos para computadora.

Más adelante, en el año 2000 logró fundar una agencia de publicidad donde tomó notoriedad por ser la mente creativa detrás de sofisticadas campañas publicitarias para clientes de cine y televisión. Entre ellas, la más destacada fue para *OfficeMax*, cuando en la temporada navideña del 2006 se desarrolló un sitio web interactivo llamado *Elf Yourself*, en el que los cibernautas podían subir al portal sus propias fotos y automáticamente se les generaba un elfo bailarín con su rostro.

Su gran pasión por los contenidos audiovisuales y la *interactividad*, dio paso al surgimiento del cortometraje de terror interactivo *Take This Lollipop*, título que

²⁰³ Instrumento extensible en forma de palo para capturar autofotografías.

²⁰⁴ Usuario en *twitter* que presentó evidencias de que alguien desconocido estaba viviendo en su casa.

²⁰⁵ Mexicano que a través de una cuenta en *twitter* y en *instagram* desarrolló un ARG relacionado con posesiones y sectas.

hace referencia a la precaución que deben tomar los niños para evitar recibir dulces de desconocidos. Esto se debe a que el objetivo principal de este proyecto fue generar conciencia sobre la gran cantidad de información privada que las personas suelen compartir en sitios web.

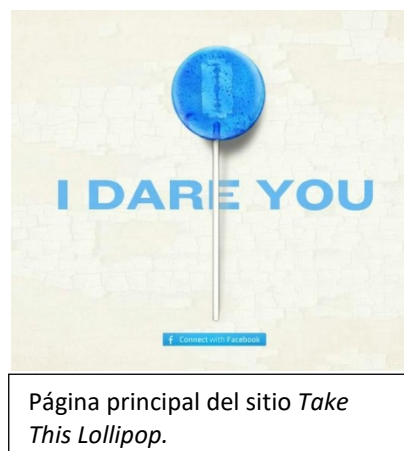
Se dice que el guion del relato, cuya duración es menos de tres minutos, fue armado por Jason en aproximadamente 30 minutos y la realización del proyecto tomó alrededor de cuatro semanas en completarse. La corta pero profunda historia nos sumerge en la vida de un maníaco sentado frente a una computadora vieja en lo que parece ser una descuidada e insegura habitación.

Conforme pasan los segundos, el sujeto con apariencia y conducta psicópata localiza el perfil de *facebook* de su futura víctima (el espectador) y analiza cada una de las publicaciones recientes, e incluso, logra obtener la ubicación real de la casa del usuario, posteriormente se dirige a su automóvil y comienza a conducir hacia esa dirección.

3.2.1.2.1.- Estructura y características del relato

De esta manera, Jason Zada logró generar altas dosis de miedo y pavor a los espectadores que vieron horrorizados la facilidad con la que alguien extraño podía obtener sus datos personales. Este *storytelling* evidenció las habilidades informáticas y audiovisuales del director, pues en el 2011 supo analizar las conductas irresponsables de los internautas y detectar una gran vulnerabilidad en la popular red social.

Todo esto fue posible gracias a la aplicación *Facebook Connect*, misma que sirve de intermediario entre algunos desarrolladores y consumidores para que ciertas páginas, aplicaciones o dispositivos puedan dar acceso a cambio de recabar la identidad del usuario directamente de su cuenta en *Facebook*. Jason Zada vio esto como una oportunidad y lo supo integrar de manera efectiva en su relato de horror.



De ahí que, para abordar esta experiencia narrativa, como primer paso era necesario contar con un perfil en *Facebook*, iniciar sesión, buscar la página *Take this lollipop*, darle *like* y mediante la *app Facebook Connect* aceptar ser redirigido al sitio oficial (takethislollipop.com) para finalmente esperar a que el cortometraje procesara la *data* de la cuenta personal con la que se accedió.

Bill Oberst Jr. es la persona que le da vida al acosador en el relato de Jason, donde el buen diseño de su personaje y sus acciones fueron suficientes para transmitir una fuerte sensación de incomodidad y pánico. Su aspecto descuidado y delgado acompañado de sus expresiones siniestras al momento de analizar el perfil de su futura víctima, le otorgaron a la historia un alto nivel de realismo.



Bill Oberst Jr. interpretando a «*The Facebook Stalker*».

Además, las *funciones cardinales* dentro de este relato son muy evidentes en los planos donde el acosador husmea cada vez más en la red social hasta el punto de dar con las fotografías, o también, el mayor ejemplo fue posible gracias al uso de la herramienta *google maps*, pues, a nivel narrativo, representa un fuerte impacto que el espectador observe que sus datos privados fueron vulnerados y su ubicación real fue descubierta por el psicópata.

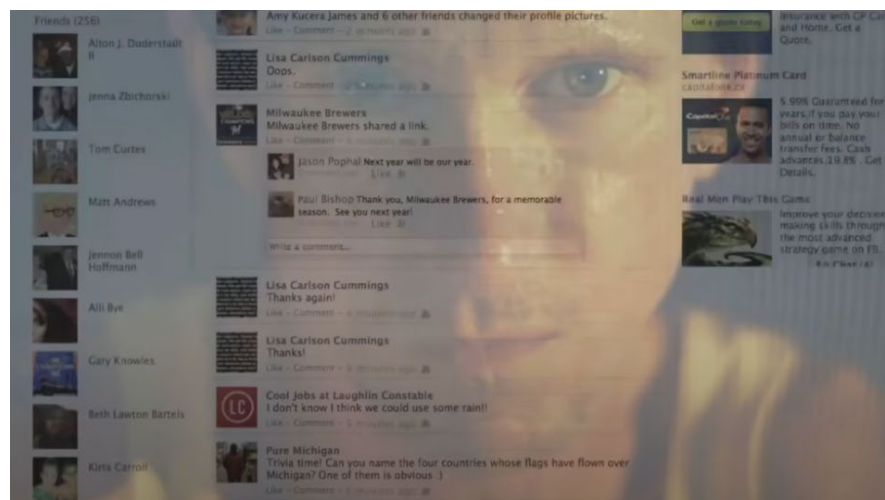
Mientras que las *catálisis* pueden verse reflejadas en el uso de encuadres abiertos al inicio del relato que tienen la intención de dar a conocer el contexto que rodea al personaje en relación con las precarias condiciones en las que vive. En contraste, los signos dentro de este relato que fungen como *indicios* pueden señalarse en la secuencia donde el psicópata conduce su auto, pues durante el trayecto, él presenta múltiples actitudes agresivas amplificadas por un inquietante diseño sonoro.

3.2.1.2.2.- Agentes virales

Sorprendentemente, esta peculiar advertencia sobre la privacidad en línea, provocó que millones de usuarios vieran y compartieran este relato, en una entrevista que tuvo su creador con el sitio *indiewire*, declaró que en tan solo 24 horas de haberlo lanzado, recibieron en *Facebook* más de 30.000 *likes* y alrededor de 400.000 reproducciones, lo que ocasionó la falla momentánea de sus servidores.

Se puede manifestar que este fenómeno viral fue provocado por el interesante y sofisticado gancho temático relacionado con los peligros del internet, reforzado por un título atractivo y aparentemente inofensivo al hacer alusión a los caramelos. Posteriormente, la *función de la dualidad acción/reacción* hizo efecto en los consumidores porque se vieron motivados a acceder con sus perfiles a cambio de recibir un susto.

Otra causa de su *viralización* partió de la *definición de la escena*, pues desde los primeros segundos del material audiovisual, éste se encarga de envolver al espectador en una atmósfera sombría y maligna, compuesta de elementos lúgubres y tétricos. Todo esto intensificado por la incorporación de datos privados que son reconocidos por el espectador, tales como sus propias fotografías o posteos.



Realidad y ficción conviviendo en un mismo fotograma de la obra de Jason Zada.

3.2.1.2.3.- Elementos crossmedia

En resumen, *Take this lollipop* es un poderoso relato de horror interactivo que apela a la narrativa *crossmedia* al verse comprometidas distintas herramientas y soportes de internet para poder ser disfrutado. *Facebook*, *Facebook Connect*, *Google maps* y un sitio web fueron el respaldo de Jason Zada para la creación de esta corta pero eficaz pesadilla audiovisual.

En este caso, cabe mencionar que los saltos entre canales que permiten seguir el hilo narrativo, fueron seleccionados previamente por el mismo creador, pues de esta forma, él y su equipo le dieron al espectador la facilidad de descubrir el relato entero mediante pocos *clicks* gracias al uso de *hipervínculos*.

Además, la *interactividad* adaptada en esta obra consiguió elevar la experiencia emocional del usuario casi al nivel de lo que un videojuego puede llegar. Tubau²⁰⁶ indica que esta experiencia sensorial suele aparecer en los juegos de video porque precisamente el espectador puede percibir que las acciones que él elige tienen consecuencias.

Así pues, el relato de Jason no dista mucho de esta observación por lo que es válido tomarla en cuenta como otro factor de su popularidad, misma que se mantuvo hasta el 2018. Fecha en la que el sitio oficial tuvo que cerrar debido a las actualizaciones que la empresa *Facebook* hizo con intenciones de mejorar la privacidad de los datos recopilados por su plataforma.

No obstante, para el cineasta Jason Zada lo anterior no parece ser un problema, ya que el 15 de septiembre del 2020, confirmó a través de sus redes sociales un nuevo relato con fecha de estreno para octubre del mismo año, el cual tiene la finalidad de mantener la misma línea narrativa pero con dosis mayores de horror.



²⁰⁶ Daniel Tubau. *Op. cit.*, p. 147.

3.2.2.- Casos en cine y televisión

A pesar de que el internet predomine en la cantidad de contenidos que se consumen, los medios tradicionales como la televisión y el cine se conservan porque poseen cualidades propias que generan estímulos únicos y diferentes en el espectador. El riesgo parece situarse únicamente en la pérdida de los soportes físicos, tales como *CDs*, *DVDs* o *Blurays*, así como en las tiendas físicas en donde las personas adquieren estos productos.

Esto se debe a la proliferación de plataformas digitales donde la compra y venta de películas es vía *online*, lo que da como resultado una gratificación superior para muchas personas que ahora pueden evitarse la fatiga de asistir a tiendas físicas lejanas y con precios elevados.

No obstante, el ritual de asistir al cine pareciera seguir intacto porque, de acuerdo con Lauro Zavala, «ir a ver una película significa poner en marcha simultáneamente diversos procesos simbólicos e imaginarios, a la vez íntimos y colectivos».²⁰⁷ Esto hace referencia a los distintos estímulos que genera el cine en comparación con el internet, pues el acudir a una sala conlleva una interacción social física, en ocasiones con razones extracinéfilas como salidas con amigos o citas en pareja.

En cambio, los estímulos que ofrece la televisión aún recaen en un contexto familiar; sin embargo, el ritual televisivo los últimos años sí ha presentado unas ligeras modificaciones debido a que los aparatos eléctricos (ahora conocidos como *Smart TVs*) poseen una serie de configuraciones que mejoran la experiencia televisiva.

Antes, los mensajes cuyo soporte era la televisión podían sufrir interrupciones ya sea por prestar atención a otro aspecto del hogar, o bien, únicamente verse afectados por arbitrarios *spots* publicitarios. Pero ahora, gracias a los servicios de *streaming*, el consumidor puede retomar y desplazarse en las historias desde el punto deseado.

²⁰⁷ Lauro Zavala. *Teoría y práctica del análisis cinematográfico: La seducción luminosa*. México. Trillas, 2010, p.9.

Las obras narrativas que más se han popularizado y han explotado esta mejora televisiva son las *series*, pues debido a su amplia continuidad narrativa generada por sus múltiples episodios y temporadas, facilita que el espectador se involucre en mayor medida con los personajes, las situaciones a las que éstos se enfrentan y los múltiples escenarios en los que se desarrolla la historia.

Conocer las virtudes de cada medio y los contenidos que se pueden realizar para cada uno, le brinda al creador *crossmedia* la claridad necesaria para poder hacer una buena elección de los soportes y formatos que deberá usar para cada fragmento de su relato. Por ello, es preciso ahondar más en las características favorables que el cine y la televisión poseen.

Como ventaja evidente tenemos el gran tamaño de pantalla que una sala de cine dispone, misma que logra abarcar el campo visual del espectador y que, acompañada de una oscuridad total, garantiza altos niveles de atención por parte de la audiencia, por lo que el mensaje llega casi intacto al receptor.

En contraste, a un contenido destinado a la televisión se le deben integrar explícitos impactos visuales y sonoros que, junto con la narrativa, atraigan la atención de los espectadores pues, como se ha mencionado, la audiencia es más susceptible a las distracciones en este medio.

Por último, el guionista debe tomar en cuenta la diferencia en los ritmos del *storytelling* en reciprocidad con el medio utilizado, pues en palabras del autor de *El Guion Multimedia* «el cine puede permitirse el lujo de ser más descriptivo e incluso más lento que la televisión para narrar su historia».²⁰⁸

En definitiva, cada medio involucrado en una narrativa *crossmedia* puede aportar sensaciones particulares a cada fragmento del relato, por lo que no se trata de confrontarlos o desprestigiarlos, sino más bien, entenderlos y explorarlos para obtener lo más óptimo de cada uno con el objetivo de impulsar las historias de índole *multimediativa*. Proceso aplicado en las obras siguientes.

²⁰⁸ Bou Bauzá, *op. cit.*, p. 113.

3.2.2.1.- IT

IT es una novela publicada por el famoso escritor estadounidense Stephen Edwin King en 1986. Él nació el 21 de septiembre de 1947 y desde los años setentas se mantuvo firme por su pasión literaria, pues a partir de ahí, ha logrado publicar alrededor de 60 novelas y, sobre todo, se ha caracterizado porque la mayoría de sus relatos han sido trasladados al mundo del cine y la televisión.

Entre sus títulos más representativos que han escalado al ámbito cinematográfico se destacan: *Carrie* (1976), *El Resplandor* (1980), *Cujo* (1983), *Cementerio de Mascotas* (1989) y *Misery* (1990). En el caso de su libro *IT*, el relato consiguió una primera adaptación para el soporte televisivo en formato de miniserie, misma que consistió en dos partes estrenadas en 1990.

Su llegada al cine ocurrió hasta el año 2017 a cargo de la productora *New Line Cinema*; no obstante, debido a la amplia extensión del relato creado por Stephen, dicha adaptación se vio en la necesidad de contar con una segunda parte la cual fue estrenada en el 2019.

Hasta este punto, *IT* únicamente era un fenómeno multiplataforma, donde la interactividad no existía y sólo se limitaba a la elección del usuario sobre cuál contenido abordar; si el texto cuyo soporte de origen era la literatura, la versión televisiva de los años noventa protagonizada por el actor Tim Curry, o las películas dirigidas por el director argentino Andrés Muschietti.

Sin embargo, las más recientes adaptaciones se vieron beneficiadas con estructuras *crossmediáticas* gracias a la interesante y sofisticada estrategia publicitaria presentada por la distribuidora oficial *Warner Bros*. Pues antes de que las películas llegaran a las salas de cine, se compartieron en internet una serie de contenidos que complementaron la experiencia y sirvieron para enganchar a las audiencias.

En general, la narrativa de *IT* se encarga de contar la historia de un ser que atemoriza a un pueblo conocido como *Derry* con la intención de alimentarse del miedo provocado en las personas. En el proceso, siete niños deciden enfrentarlo mientras se ven acosados por sus propios fantasmas y por la habilidad que tiene dicho ser para convertirse en cualquier monstruo o pesadilla.

Posteriormente el ente denominado «IT», vuelve a atemorizar *Derry* pero ahora los personajes en su etapa adulta logran reunirse para enfrentar por segunda y última ocasión al temible monstruo que a lo largo de su niñez les había dejado profundas heridas psicológicas e incluso sentimentales.

3.2.2.1.1.- Estructura y características del relato

Cada personaje presentado en la película, se apega de manera efectiva a los protagonistas de la novela, incluso sus personalidades no están tan alejadas de las conductas y actitudes descritas por Stephen King. De ahí que cada elemento audiovisual, también guardara una estrecha relación con el texto original.

El grupo de amigos (denominados «el club de los perdedores»), los escenarios como las cloacas, las casas o los monstruos, son los particulares ingredientes que permitieron expandir este relato a diversos formatos, sin que el hilo narrativo se viera afectado o se rompiera por completo.

Razón por la cual, el espectador puede reconocer y vincular fácilmente el contenido que se desprende del argumento global. Esta cohesión entre atmósferas, escenarios y personajes fue de gran importancia porque permitió un correcto balance y relación entre las versiones cinematográficas y sus respectivos videos interactivos que fueron publicados en *Facebook* semanas antes del estreno en cines.

Al tener como base la web y el medio fílmico, es posible identificar en el relato las unidades de Roland Barthes. Por un lado, las *funciones cardinales* pueden ligarse a cualquier secuencia donde *IT*, transformado en el payaso *Pennywise*, aparece para atormentar a los personajes y a la audiencia.

Mientras que las *catálisis* se exponen en cada escena donde la narrativa se inclina a mostrar los temores y problemas particulares de cada uno de los siete miembros del «club de los perdedores»,

Los *indicios*, en contraste, adquieren un gran peso en ambos medios (cine e internet) al ser ellos los que dirigen y orillan al espectador hacia una sensación de suspenso para posteriormente horrorizar mediante el uso de *screamers*.

Cabe señalar, que en el universo audiovisual de *IT*, entre los elementos que tomo en cuenta como *indicios*, dada su naturaleza de desciframiento, se encuentran los característicos globos rojos, la risa malévola del payaso bailarín *Pennywise*, elementos circenses y un ingenioso *leitmotiv*²⁰⁹ que por medio de cuerdas chirriantes provoca sustos auditivos.²¹⁰



IT con la forma del payaso *Pennywise*.

3.2.2.1.2.- Éxito en taquilla

Esta serie de componentes antes señalados, permitieron a la productora *New Line Cinema* y a la distribuidora *Warner Bros* relacionar y unificar ambas narrativas a pesar de estar en medios distintos. Por lo que optar por una estrategia *crossmedia* fue una correcta decisión ya que, para el momento de su realización, los creadores disponían de un relato cuyos recursos del horror estaban bien definidos y mantenían una misma estética visual y sonora.

En el momento en que los espectadores aprendieron a distinguir esta nueva adaptación del libro de Stephen King gracias a la publicidad, la creación y publicación del video 360° en la red social *Facebook* llegó con el objetivo de introducir a los usuarios en este fresco universo narrativo, que se familiarizaran con los escenarios y personajes, así como potencializar su deseo y necesidad de completar esta experiencia una vez que la película fuera estrenada en cines.

²⁰⁹Melodía o secuencia tonal corta regularmente asociada a un personaje.

²¹⁰Audio mencionado:

https://www.youtube.com/watch?v=jHKELt2JXm0&ab_channel=StephenKingAdaptations

La implicación de los consumidores fue tal, que se vio reflejada en los números de taquilla, donde al menos la primera parte estrenada en 2017 cuyo presupuesto fue de 35 millones de dólares, alcanzó una recaudación de más de 700 millones, convirtiéndola en la cinta de horror con más ganancias en la historia.²¹¹

3.2.2.1.3.- Elementos crossmedia

La narrativa *crossmedia* consistió en la fragmentación del relato en dos medios distintos, con soportes iguales pero con formatos de diferente naturaleza. Esta estrategia se aplicó para el estreno de la película liberada en México el 5 de septiembre del 2017 y para su secuela estrenada dos años después.

Es decir, cada película contó con el desarrollo de un video interactivo en formato 360° publicado en *Facebook* con alrededor de diez días de anticipación respecto a la proyección en salas. Cada uno de estos videos dio cabida a una división de narrativas, que al ser abordadas en su totalidad propiciaría el entendimiento total de la obra.

El primer video apareció en internet el 22 de agosto del 2017 y consistía en dar al espectador un paseo virtual por lugares importantes para la trama, característica que sirve de evidencia para reconocer el gran aprovechamiento y conocimiento de las herramientas que les ofreció esta red social a sus creadores.



²¹¹ Javier Parra (16 de septiembre 2019) *Las 25 películas de terror más taquilleras de todos los tiempos*. [online] eCartelera. Recuperado julio 2020 <https://www.ecartelera.com/noticias/peliculas-terror-mas-%20taquilleras-56428/10/>

La tecnología 360°, también les permitió generar *interactividad* entre el usuario y la plataforma (capaz de reproducir este formato de video), pues el espectador se sintió con la libertad de explorar cada espacio del recorrido que una cámara virtual realiza a través de un mundo construido con técnicas en 3D y 2D.

Incluso, el guion de este tipo de contenido puede detectarse mejor en los momentos en que el personaje de Pennywise interactúa con el observador en espacios emblemáticos como la alcantarilla o las cloacas, aderezados de un correcto uso de efectos de sonido y efectos visuales con la finalidad de provocar un sobresalto, pero a la vez, elevar el interés.



Por último, el siguiente video interactivo relacionado con la secuela del 2019, fue publicado en la página oficial de *Warner Bros* igualmente en *Facebook* el día 30 de agosto del año en cuestión. Este clip a diferencia del anterior, al inicio contiene extractos de la película donde se pone en contexto al espectador de que el «club de los perdedores», no ha logrado vencer a *IT*, por lo que buscarán reunirse una vez más en contra de él.

Posteriormente, comienza la verdadera experiencia interactiva que introduce a los internautas en un circo de nombre *Fun House*, mismo que cobra más relevancia dentro del argumento una vez consumida la obra cinematográfica. Alrededor de este nuevo recorrido digital constantemente se busca horrorizar al espectador con el juego de sonidos siniestros, uso de silencios y la icónica risa del payaso asesino.



Finalmente, dentro de esta estructura narrativa, en medio de una oscura habitación con espejos, un icónico globo rojo aparece y flota hacia una dirección específica. Es ahí donde podemos comprender el objetivo del guionista o desarrollador, al tomar el globo como un punto guía encargado de retomar y focalizar la atención del consumidor activo y provocarle la sensación de horror cuando de manera súbita aparezca en pantalla el siniestro personaje Pennywise interpretado por el actor sueco Bill Skarsgård.



Por eso, es de gran utilidad que cada vez más dispositivos cuenten con la herramienta mecánica que calcula y mide la orientación de nombre giroscopio, pues permite que, tanto el desarrollo y el consumo de contenidos de esta índole sean cada vez más accesibles. Saber utilizarlas correctamente y saber adaptarlas a las narrativas, garantiza o potencializa la *inmersión*.

3.2.2.2.- The Haunting of Hill House

En la televisión moderna que abarca e involucra las plataformas y servicios de *streaming*, las series creadas a partir de estos soportes, también se han apoyado en narrativas *crossmedia* principalmente con fines de promoción. En la actualidad, es raro no encontrar la extensión de un proyecto televisivo en espacios online a través de sitios oficiales del programa o *fan pages* dentro de las redes sociales.

Por lo que dependerá la cantidad de contenidos originales publicados y la manera en que estos alimentan y complementan al argumento o relato principal para poder diferenciar cuando estemos frente a un auténtico proyecto *crossmedia* y no meramente ante una obra multiplataforma.

Además, como se ha expuesto, se debe hacer énfasis en la habilidad de los creadores para aprovechar de manera correcta los instrumentos y lenguajes con los que cada plataforma suele operar. Aspecto que quedó muy claro para el director Mike Flanagan y el equipo de *Netflix* tras la promoción y desarrollo de la serie *The Haunting of Hill House* estrenada el 12 de octubre del 2018.

La serie de televisión, en primera instancia, es una adaptación de la novela corta del mismo

nombre escrita por Shirley Jackson en 1959. La novela es considerada de las mejores historias de fantasmas literarias del siglo XX, por lo que *Netflix* le encomendó la tarea de realizarla, en formato de serie televisiva, al cineasta Mike Flanagan cuya experiencia se sustenta con la realización de películas como *Oculus* (2013), *Before I Wake* (2016) y *Doctor Sueño* (2019).

Su excelente capacidad para narrar historias de horror con el lenguaje audiovisual, propició que él y su equipo lograran expandir la historia relativamente corta, a lo largo de diez episodios con una duración de 40 minutos cada uno. Donde las técnicas de *analepsis* y *prolepsis* fueron ejecutadas con maestría tanto a nivel narrativo como a nivel técnico.



Póster oficial de la serie.

Esta acción ocasionó severos cambios respecto al relato original de finales de los años cincuenta; sin embargo, la dirección creativa de Flanagan permitió darle un aire fresco y de carácter vigente a las historias de fantasmas y casas embrujadas.

La historia de la serie gira en torno a una familia que se ve acechada por los espectros que rondan en su gran casa. Esta historia, al igual que IT de Stephen King, es mostrada al espectador mediante dos principales épocas divididas en la infancia de los protagonistas y en la etapa de sus versiones adultas, donde es posible notar las secuelas negativas provocadas por las incontables situaciones traumáticas por las que atravesaron los personajes a temprana edad.

De alguna manera, los fantasmas comienzan a tener sentido en el terreno físico cuando descubrimos que no son más que manifestaciones traumáticas dentro de la misma mente de los protagonistas; no obstante, los recursos técnicos y el eficaz montaje dotaron a esta serie televisiva de una auténtica atmósfera donde convive la fantasía y el horror como consecuencia de verdaderos miedos como el sufrimiento, la pérdida, la traición y la muerte.

3.2.2.2.1.- Elementos crossmedia

Una densa y completa historia que se vio reforzada por una sutil y elegante estrategia *crossmedia* a través de la cuenta oficial [@TheHaunting](https://www.instagram.com/TheHaunting) en la red social *instagram*, donde los primeros contenidos que se compartieron respecto a esta serie, únicamente se apoyaron en el arte fotográfico.

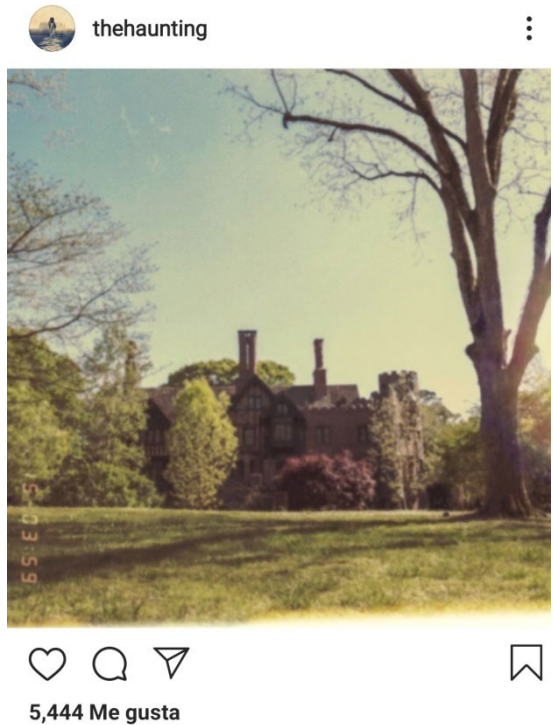
Mismo que, en su momento, fue un punto de acceso al relato, para familiarizar al espectador con la temible casa y para dar a conocer a los integrantes de esta unida familia. Aspecto que connota, un uso preciso de la función principal que la red social *instagram* posee, aquella relacionada con compartir únicamente fotografías.

Esta decisión pone al descubierto que, en ocasiones, no es necesario depender o utilizar las funciones más complejas que cada red social o plataforma posea para poder complementar de manera efectiva un relato con intenciones de ser *multimediativo*. Se debe recordar que el objetivo desde la preproducción

consiste en valorar cada instrumento y saber elegir los formatos más atractivos de acuerdo a la trama.

Mike Flanagan y *Netflix* tuvieron esto presente y al percatarse que trabajaban con una serie cuya premisa pudiera parecer anticuada o remota, se las arreglaron para aterrizar el relato en contextos actuales no sólo representándolo en la serie de televisión, sino además compartiendo las fotografías con formato analógico en una red sociodigital.

La primera fotografía fue publicada el 24 de agosto del 2018 y corresponde a un gran plano general donde es posible visualizar a lo lejos la tenebrosa casa envuelta por los frondosos árboles del bosque. Sitio de vital importancia al ser éste el espacio donde se llevan a cabo la mayoría de las acciones de los personajes.



3.2.2.2 Estructura y características del relato

Debido a toda la actividad paranormal que envuelve ese sitio, podría considerarse como un personaje principal, poniéndose a la altura de icónicos lugares encantados como el Hotel Overlook en *El Resplandor* (1980), *La mansión Winchester* (2018) o el emblemático hotel *Seven Doors* de la película italiana *El más allá* (1981) dirigida por Lucio Fulci.

Más adelante, en la misma cuenta de *instagram* se publicaron cinco fotografías más con el objetivo de dar a conocer a los miembros de la familia Crain, en épocas cuando los cinco hijos aún eran menores de edad. Lo interesante de cada fotografía es que se logra capturar la esencia y personalidad que es posible corroborar al momento de abordar la serie y sus episodios.



Incluso, las funciones del relato se hacen presentes en minúsculos detalles que componen dichas fotografías, pues a pesar de que a simple vista sólo se noten los integrantes de una familia aparentemente normal y feliz, basta con pasear la mirada lentamente alrededor de los retratos para poder identificar espectros o seres fantasmales en cada una de las fotos.

Apariciones que curiosamente consiguen ser catalogadas como claras *funciones cardinales* debido al impacto y sorpresa que pueden generar en el cibernauta cuando éste las descubra; y a la vez, son fuertes *indicios* que señalan el inminente peligro sobrenatural que le depara a la familia Crain.

La eficiencia en la construcción de este relato se ve reflejada en la gran cantidad de críticas positivas y en el interés de la audiencia por ver más contenidos realizados por el mismo director, todo esto a pesar de contar con una modesta narrativa *crossmedia* que denota ingenio sin la necesidad de ostentosos componentes.



Fotografías publicadas la red social *instagram*, digitalmente editadas para la incorporación de elementos fantasmagóricos.

3.3.- Ventajas de la narrativa *crossmedia*

Las nuevas narrativas ayudan a que los relatos con propósito de salir a la luz, no se vean limitados por su extensión, duración, infraestructuras o por aspectos económicos que, en la mayoría de los casos, suelen convertirse en una barrera que impide a los creadores manifestar y compartir sus ideas hacia la sociedad por medio de cualquier lenguaje.

Por esta razón, es preciso indicar los resultados positivos que la elección de una narrativa *crossmedia* puede ayudar a alcanzar, al considerarse a este tipo de esquema como una especie de catapulta que permite potenciar e impulsar a las historias para que puedan ser abordadas por una audiencia más numerosa.

Entre las principales ventajas de una producción *crossmedia* están:

- El incremento en la vigencia de un contenido.
- Los costos suelen ser bajos o nulos al optar por las plataformas online o redes sociales.
- Los contenidos fragmentados tienen la posibilidad de adaptarse mejor a diferentes perfiles de consumidores.
- Se amplifica la cantidad de alternativas para abordar el relato.
- Se cuenta con mayor libertad creativa al disponer de más tiempo y soportes para profundizar en el *storytelling* ciertos elementos como los personajes o sus problemas dentro del relato.
- Puede ser adoptada por estrategias publicitarias para generar mayor expectación en las audiencias.
- Existe la posibilidad de eliminar intermediarios en relación a las ganancias generadas.
- Tiende a causar en los usuarios una mayor inmersión dada su naturaleza *multimediática*.
- Se da cabida a que los espectadores aporten elementos para una mejora constante de la narrativa al usar medios que permitan la *interactividad*.
- Puede abrir paso a la *transmedialidad*.

Conclusiones

El género del horror es la puerta que conduce a un mundo que no puede estar completo sin el espectador, pues es él quien se encarga de darle vida a cada ser o lugar al depositarle sus propias experiencias o ideas negativas mediante la guía o el esquema previamente planteado por el autor.

Abordar este tipo de relatos representa poner en juego emociones tales como sorpresa, disgusto, asombro, desesperación, coraje y desde luego, miedo. Todo este abanico de sensaciones producidas hacen del horror uno de los géneros más solicitados y, gracias a sus variantes, logra permear los gustos (o disgustos) específicos de cada individuo.

Lo ideal es conocer el subgénero que más agrade o que cada persona considere que puede despertar en ella la sensación de vulnerabilidad. Para algunos, el peligro lo pueden experimentar tras ver la figura de vampiros o zombies; otros, en cambio, pueden quedar horrorizados con recursos como el *body horror*, el cual es constante en las obras del director David Cronenberg.

O en contraste, hay audiencias que sólo encuentran el impacto deseado al abordar obras grotescas como las realizadas por los cineastas independientes Fred Vogel o Lucifer Valentine, exponentes del cine de explotación de las últimas décadas, cuyas películas y videos muestran el lado más perverso de la violencia humana.

Por su parte, tomar en cuenta los estilos, formatos y soportes utilizados hoy en día para compartir relatos de horror, son una clara evidencia de que las personas muestran interés por este tipo de temáticas, incluso fuera de las novelas literarias, los cines o la televisión. De ahí el auge de los cuentos tétricos nacidos en portales, relatos de experiencias paranormales o los *videoscreamers*.

El mundo digital llegó para replantear los procesos de comunicación ligados a la manera en que los mensajes pueden ser creados, distribuidos y consumidos. La *instantaneidad*, ahora es un recurso valioso del que se pueden alimentar los relatos actuales, sobre todo los del género abordado, debido a su constante e incansable búsqueda por conjuntar la ficción y la no ficción.

Otro elemento que la web 2.0 trajo consigo es la *interactividad*. Esto, acompañado de los dispositivos móviles, ha permitido que los internautas sean quienes decidan el lugar y la hora en que ellos quieran consumir información y relatos, además de decidir el nivel de búsqueda de algún tema en proporción a su nivel de interés.

En otras palabras, el lector/espectador/usuario se ve motivado por indagar en la red más información sobre sus contenidos favoritos. Por ello, la *hipertextualidad* es un pilar del internet y, para las nuevas narrativas, es una herramienta clave para señalar los saltos necesarios entre los medios, plataformas o soportes para disfrutar la experiencia completa.

Se debe hacer hincapié en que las narrativas actuales no suplantán a los relatos que son contados con sólo un medio tradicional, éstos siguen siendo válidos e incluso necesarios para los momentos en que únicamente se quiera centrar la atención en un medio que ofrezca una historia redonda y completa, cuya estructura no presente huecos en su narrativa.

Ambas formas de contar una historia pueden coexistir sanamente en estos tiempos; no obstante, dar a conocer y exponer las ventajas de una narrativa *crossmedia* tiene la función de saber aprovechar las herramientas que las plataformas digitales ofrecen a los creadores de contenido. Particularmente en esta época donde los videojuegos cada vez adquieren una mayor fuerza en terrenos narrativos al explotar su naturaleza interactiva.

Como se expuso a lo largo de este proyecto, gracias a la tecnología, los medios audiovisuales también han empezado a disponer de recursos informáticos, por lo que la *interactividad* puede adaptarse para desarrollar un sofisticado *storytelling* que involucre en mayor medida a los usuarios y los convierta en espectadores activos.

Para los contenidos del género de horror, lograr esta inmersión en su público, significaría un aumento en las dosis de temor, por lo que optar por una narrativa *crossmediática* puede ayudar a potenciar los relatos en un sentido de efectividad (que produzca miedo) y en un sentido de reproducción (que se vuelva viral).

Todo esto depende del buen diseño que posea el esquema narrativo y del conocimiento de los creadores para dominar los lenguajes seleccionados, motivo por el cual, es fundamental remarcar la importancia de una preproducción. Etapa donde el o la guionista considere cada uno de los detalles que fueron planteados en el tercer capítulo.

En el caso del género de horror, otro detalle a consideración no sólo radica en estudiar previamente las preferencias del público meta referentes a los subgéneros, sino que además, otro punto importante es observar y tener presentes los miedos que envuelven a las sociedades de acuerdo a las épocas y sus contextos, pues el horror colectivo está en constante cambio.

Tras la realización de una obra multimedia con fines virales y de máxima exposición, el creador posmoderno debe percatarse que, en la actualidad, los seres como hombres lobo, momias o demonios difícilmente provocarán un fuerte impacto o atemorizarán a un mayor número de personas.

Es por ello, que todas esas criaturas clásicas deben pasar por una resignificación y ser adaptadas a discursos correspondientes a la época o situaciones donde las personas se sientan más identificadas o familiarizadas. Obras como *Incidente en Ghostland* (2018) de Pascal Laugier, *POSSESSOR* (2020) de Brandon Cronenberg o incluso la serie de televisión *Black Mirror* (2011) deben parte de su éxito a saber aterrizar y adaptar los relatos en temáticas vigentes.

En resumen, el desafío para poder ofrecer un buen *storytelling* de horror a una audiencia ávida por contenidos radica en saber traducir las ideas al lenguaje seleccionado, conocer cada medio, plataforma y red social, así como las funciones que se desprenden de cada una, investigar miedos particulares y colectivos, además de no perder de vista la narrativa *crossmedia*.

Pues en esta era de la convergencia, gracias al uso del internet y los dispositivos móviles, los miedos, las pesadillas y los seres extraños planteados en los relatos *crossmediáticos* ya pueden perseguir a los espectadores tras deambular por las salas de cine, los televisores de los hogares, las computadoras en la privacidad de las habitaciones o en cualquier otro lugar.

Bibliografía

- Barthes, Roland. (1966). *Introducción al análisis estructural de los relatos*. Buenos Aires: Editor de América Latina.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia: Pearson Educación.
- Bou Bauzá, G. (1997). *El guion multimedia*. Barcelona: Anaya Multimedia.
- Carroll, N. (1990). *La Filosofía del Horror o las paradojas del corazón*. London: Routledge.
- Christakis, Nicholas A. & Fowler, James H. (2010). *Conectados*. México: Santillana Ediciones Generales.
- Crovi Druetta, D. (2004). *Sociedad de la Información y el conocimiento: Entre lo falaz y lo posible*, Buenos Aires: La Crujía.
- De la Torre, Navarro, R. (1998). *Metodología de la investigación*, México: McGraw-Hill.
- Eisner, Lotte. (1988). *La pantalla demoníaca*. España. Ediciones Cátedra.
- Escudero, J. Delfín, L. y Gutiérrez, L. (2008). *El estudio de caso como estrategia de investigación en las ciencias sociales*. México: Revista de Ciencia Administrativa.
- Garza, A. (1988). *Manual de Técnicas de Investigación para Estudiantes de Ciencias Sociales*, México: Harla.
- Gonzalo, C. (1999). *Iniciación a la literatura hispanoamericana del siglo XX*. Madrid: Akal.
- Gubern, R., Prats, J. (1973). *Las raíces del miedo: antropología del cine de terror*. Barcelona: Tusquets.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture*. Barcelona: Paidós.
- Lazo, N. (2004). *El horror en el cine y en la literatura*. México: Paidós.
- Losilla, C. (1993). *El cine de terror: una introducción*. España: Paidós.
- Maquerira, Juan M.; Bruque, S. (2009). *Marketing 2.0: El nuevo marketing en la web de las redes sociales*. México: Alfaomega.
- Meerman Scott, David. (2008). *The New Rules of Marketing and PR*. Reino Unido: John Wiley & Sons.

- Moreno, I. (2002). *Musas y nuevas tecnologías: El relato hipermedia*. Barcelona: Paidós.
- Pérez, A. (2005). *Cine de terror: un siglo asustando a los espectadores*. España: Ediciones Masters.
- Prato, Laura y Villoria, L. (2010). *Aplicaciones web 2.0 – Redes sociales*. México, Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Básicas y Aplicadas.
- Reyes, I. (2015). *Espacios que asustan: Narrar el horror en el cine y el cuento español contemporáneo*. UC Irvine.
- Roig, A. (2009). *Cine en conexión. Producción industrial y social en la era cross-media*. Barcelona: UOC Press.
- Romaguera, J. (1991). *El lenguaje cinematográfico: gramática, géneros, estilos y materiales*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Stam, Robert, et. al., (1999). *Nuevos conceptos de la teoría del cine. Estructuralismo, Semiótica, Narratología, Psicoanálisis, Intertextualidad*. Barcelona: Paidós.
- Tubau, Daniel. (2011). *El guion del Siglo XXI*. España: Alba Editorial.
- Zavala, Lauro. (2010). *Teoría y práctica del análisis cinematográfico: La seducción luminosa*. México: Trillas

Revistas

- Alastuey Bericat, E. (2005). *La cultural del horror en las sociedades avanzadas: de la sociedad centrípeta a la sociedad centrífuga*. Reis 110.
- Caro Salcedo, L., & Arbeláez Echeverri, N. (2009). *Hipertextualidad, literacidad y discurso académico: conceptos para la gestión del conocimiento en la red*. Revista Virtual Universidad Católica del Norte, (28), p.6.
- Costa, Carmen; Piñeiro, T. (2012). *Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE)*. Revista ICONO14, vol. 10, núm. 2, 102-125.
- Escudero, J. Delfín, L. y Gutiérrez, L. (2008). *El estudio de caso como estrategia de investigación en las ciencias sociales*. Revista de Ciencia Administrativa, 1,7-10.

- Gutiérrez, Martha. (2014). *El cine de autor. Del cine moderno al cine posmoderno*, Razón y Palabra, (87), p. 22.
- Picazo Sánchez, L. (2016): *Narrativas del vídeo viral. 99 claves para un contenido contagioso*, Mediaciones Sociales, nº 15, 115-132.
- Rufí, J. (2013). *Industrias audiovisuales: producción y consumo en el siglo XXI*. Málaga: Universidad de Málaga, p. 123, 114-134.
- Sánchez, S, (2018). *Folklore digital: la vigencia de las leyendas urbanas en los creepypastas*. Heterotopías, vol 1, núm. 1. 1-13.
- Tinajero Fuentes, Ezequiel. (2006). *Internet y computadoras en educación: una visión sociocultural*. Apertura, vol. 6, núm. 4, 90-105.
- Victoria, T., & Raúl, R. F. (2014). *Transmedialidad, Series de Ficción y Redes Sociales: El Caso de Pulseras Rojas en el Grupo Oficial de Facebook (Antena 3. España)*. Cuadernos. Info, (34), 115.
- Zavala, Lauro. (2013). *Sobre la evolución de los géneros cinematográficos*, La Colmena, nº80, p.131.

Tesis

- Flores, Mario; Hernández, Yessica. (2010). *Tecnología de redes sociales aplicada a publicidad*. (Licenciatura).UNAM.
- Gustavo Pérez, José. (2015). *El uso de las redes sociales como herramienta de la mercadotecnia: El fenómeno Youtube*. (Licenciatura), UNAM.
- Márquez Robles, Alan (2009). *El pacto con el diablo*. (Licenciatura) UNAM.
- Méndez Díaz, Socorro. (1997). *La composición dramática aplicada al suspenso en el cine* (Licenciatura).UNAM.
- Virgilia Saldaña, Melani. (2017). *Youtubers mexicanos como marcas de consumo caso: Yuya y Werevertumorro*. (Licenciatura). UNAM.

Cibergráfica

- Cahun, Antonio (2020) *¿Qué es y cómo funciona Zoom?: la «nueva» app de videollamadas para trabajar desde casa*. [online] Xataka. Disponible en: <https://www.xataka.com/aplicaciones/que-como-funciona-zoom-nueva-app-videollamadas-para-trabajar-casa>

- Cervantes, Abel. (2015). *Charlie Charlie... y el nuevo cine de terror*. Revista Icónica. [en línea], Disponible en: <http://revistaiconica.com/charlie-charlie-y-el-nuevo-cine-de-terror>
- Davidson, D. (2010). *Cross-media communications: and introduction to the art of creating integrated media experiences*. ETC Press. Recuperado el 21 de febrero de 2018, en: <http://repository.cmu.edu/etcpres/6>
- De Haas, M. (2002). *Rules of interactive storytelling in cross media communication*. EuropeMedia. Disponible en: <http://crossmediacommunication.blogspot.com/2004/10/republishing-articles-1-rules-of.html>
- Ellis, Adam. (2017). Dear David. 16 de febrero 2018, de Twitter [en línea] Disponible en: <https://twitter.com/adamtotscomix>
- Ferran Adell. (2010). *Fundamentos y evolución de la multimedia*, [online]. Multimedia. Disponible en: <http://multimedia.uoc.edu/blogs/fem/es/henry-jenkins-convergence-culture/>
- Follows, S. & Bruce Nash (2016). *The Relative Popularity of Genres Around the World*. American Film Market. Disponible en: <https://americanfilmmarket.com/relative-popularity-genres-around-world>
- Galeano Susana (2020). *Cuáles son las redes sociales con más usuarios del mundo* [online] Marketing4ecommerce. Recuperado 7 marzo 2020 <https://cutt.ly/dfaYwGw>
- García García, F. y García Guardia, M.L. (2003). *Persistencia de modelos de diseño gráfico en las páginas web*. Disponible en: <http://www.icono14.net/revista/rn1/articulos/Persistencia.pdf>
- Hernández Pérez, M. y Grandío, M. (2011). *Narrativa crossmedia en el discurso televisivo de Ciencia Ficción. Estudio de Battlestar Galactica (2003-2010)*. Revista Área Abierta. Disponible en: https://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/ARAB1111130004A/40_31
- Jaun, Arcones (2018). *Dear David tendrá película*. [online] Fotogramas. Disponible en: <https://www.fotogramas.es/noticias-cine/a19468487/dear-david-pelicula-twitter/>

- Lontrato, Cecilia. (2018). Folk horror o terror rural. Disponible en: <https://medium.com/hablemos-del-miedo/folk-horror-o-terror-rural-d679ab6bccd7>
- Montero do Nascimento, D. y Duarte Gómes da Silva, E. (2011). *Universos filmicos dinámicos: estrategias narrativas para nuevos medios*. Revista Géminis [en línea], 2, 215-237. Disponible en: <http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/90/pdf>
- Parra, Javier. (2019). Las 25 películas de terror más taquilleras de todos los tiempos. [online] eCartelera. Disponible en: <https://www.ecartelera.com/noticias/peliculas-terror-mas-taquilleras-56428/>
- S/A. (2017). *Intertextualidad*. [online] Centro Virtual Cervantes. Disponible en: http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/intertextualidad.htm
- S/A. (2020). *Resumen de instagram 2020*. [online] Yiminshum. Disponible en: <https://yiminshum.com/instagram-2020-digital/>
- S/A (2010). *Román Gubern. Con la imagen digital podemos mentir ocultando la mentira*. [online]. Clarín. Disponible en: https://www.clarin.com/tecnologia-y-comunicacion/roman-gubern_0_SyHO45TwQe.html
- S/A. (2019). *Unas maletas rebosantes de billetes*. [online] MD. Disponible en: <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/maletas-esta-campana-casa-papel-estan-forradas-billetes-literalmente>
- Teixeira, T. (2014) *Research Shows Which TV Ads Are Likely to Make Multitaskers Buy*, [online] Harvard Business Review. Disponible en: <https://goo.gl/fxCwKY>
- Wiles, Will. (2013). *Creepypasta: como una avalancha de memes oscuros e historias de terror virales*. [online] Psyche Magazine. Disponible en: <https://aeon.co/essays/creepypasta-is-how-the-internet-learns-our-fears>
- Yang, Allie. (2019). *Investigadores en el caso de 'Slender Man' discuten escalofriantes entrevistas con intentos de asesinato* [online] ABCNews. Disponible en: <https://abcnews.go.com/US/investigators-slender-man-case-discuss-chilling-interviews-12/story?id=66320806>

Filmografía

- Méliès, Georges. (Director). (1899). *Le diable au couvent*. [Película]. Francia: Star Film Company.
- Wiene, Robert. (Director). (1920). *Das Cabinet des Dr. Caligari*. [Película]. Alemania: U.F.A.
- Murnau, F.W. (Director). (1922). *Nosferatu, eine Symphonie des Grauens*. [Película]. Alemania: Prana-Film GmbH.
- Murnau, F.W. (Director). (1926). *Faust* [Película]. Alemania: Universum Film.
- Dreyer, Carl. (Director). (1932). *Vampyr*. [Película]. Alemania/Francia: Conti Film.
- Wagner, George. (Director). (1941). *The Wolf Man*. [Película]. Estados Unidos: Universal Pictures.
- Hitchcock, Alfred. (Director). (1960). *Psycho*. [Película]. Estados Unidos: Paramount.
- Hitchcock, Alfred. (Director). (1963). *The birds*. [Película]. Estados Unidos: Universal Pictures.
- Fisher, Terence. (Director). (1968). *The Devil Rides Out*. [Película]. Reino Unido: Hammer Productions.
- Polanski, Roman. (Director). (1968). *Rosemary's Baby*. [Película]. Estados Unidos: William Castle Productions.
- Romero, George. (Director). (1968). *Night of the living dead*. [Película]. Estados Unidos: Image Ten.
- Ripstein, Arturo. (Director). (1972). *El castillo de la pureza*. [Película]. México: Estudios Churubusco.
- Friedkin, William. (Director). (1973). *The exorcist*. [Película]. Estados Unidos: Warner Bros.
- Spielberg, Steven. (Director). (1975). *JAWS*. [Película]. Estados Unidos: Universal Pictures.
- Martínez, Gilberto. (Director). (1975). *Satánico Pandemonium*. [Película]. México: Hollywood Films.
- Turrent, Tomás. (Director). (1976). *Las Poquianchis*. [Película]. México: Alpha Centauri.

- Argento, Dario. (Director). (1977). *Suspiria*. [Película]. Italia: Seda Spettacoli.
- Carpenter, John. (Director). (1978). *Halloween*. [Película]. Estados Unidos: Compass International Pictures.
- López Moctezuma, Juan. (Director). (1978). *Alucarda*. [Película]. México: Yuma Films.
- Scott, Ridley. (Director). (1979). *Alien*. [Película]. Estados Unidos: 20th Century Fox.
- Deodato, Ruggero. (Director). (1980). *Holocausto Caníbal*. [Falso metraje]. Italia: F.D. Cinematográfica.
- Fulci, Lucio. (Director). (1981). *L'aldilà*. [Película]. Italia: Fulvia Film.
- Zulawski, Andrzej. (Director). (1981). *Possession*. [Película]. Francia: Gaumont.
- Condit, Cecelia. (Creadora). (1983). *Possibly in Michigan*. [Video]. Estados Unidos.
- Ogura, Satoru. (Director). (1985). *Guinea Pig*. [Video]. Japón: Sai Enterprise.
- Jackson, Peter. (Director). (1987). *Bad Taste*. [Película]. Nueva Zelanda: Wingnut Films.
- Alioto, Dean. (Director). (1989). *The McPherson Tape*. [Falso metraje]. Estados Unidos: Indiesyndicate.
- Tsukamoto, Shin'ya. (Director). (1989). *Tetsuo: The Iron Man*. [Película]. Japón: K2 Spirit.
- Jackson, Peter. (Director). (1992). *Braindead*. [Película]. Nueva Zelanda: Wingnut Films.
- Nakata, Hideo. (1998). *RINGU*. [Película]. Japón: Basara Pictures.
- Myrick, Daniel. (Director). (1999). *The Blair Witch Project*. [Película]. Estados Unidos: Artisan Entertainment.
- Vogel, Fred. (Director). (2001). *August Underground*. [Falso metraje]. Estados Unidos: Toe Tag Pictures.
- Kurosawa, Kiyoshi. (Director). (2001). *Pulse*. [Película]. Japón: Hakuhodo
- Miike, Takashi. (Director). (2001). *Visitor Q*. [Película]. Japón: CineRocket.

- Miike, Takashi. (Director). (2003). *Chakushin Ari*. [Película]. Japón: Kadokawa-Daiei Eiga.
- Castañeda, Rigoberto. (Director). (2006). *KM 31*. [Película]. México/España: Lemon Films y Salamandra Films.
- Valentine, Lucifer. (Director). (2008). *ReGOREgitación*. [Falso Metraje]. Canadá: Kingdom of hell productions.
- Zada, Jason. (Director). (2011). *Take This Lollipop*. [Video]. Estados Unidos: Little Monster Studios.
- Wan, James, (Director). (2013). *The Conjuring*. [Película]. Estados Unidos: New Line Cinema.
- Leonetti, John, (Director). (2014). *Anabelle*. [Película]. Estados Unidos: New Line Cinema.
- Eggers, Robert, (Director). (2015). *The VVitch*. [Película]. Estados Unidos: A24.
- Shyamalan, M. (Director). (2015). *The Visit*. [Película]. Estados Unidos: Blinding Edge Pictures
- Sparling, Chris. (Director). (2015). *The Atticus Institute*. [Falso metraje]. Estados Unidos: Safran Company.
- Antosca, Nick. (Creador). (2016). *Channel Zero: Candle Cove*. [Serie]. Estados Unidos: SyFy.
- Wan, James. (Director). (2016). *The Conjuring 2*. [Película]. Estados Unidos: New Line Cinema.
- Mahnke, Aaron. (Creador). (2017). *LORE*. [Serie]. Estados Unidos: Amazon Prime.
- Muschietti, Andy. (Director). (2017). *IT*. [Película]. Estados Unidos: New Line Cinema.
- Aster, Ari. (Director). (2018). *Hereditary*. [Película]. Estados Unidos: A24.
- Flanagan, Mike. (2018). *The Haunting*. [Serie]. Estados Unidos: Netflix.
- Hardy, Corin. (Director). (2018). *The Nun*. [Película]. Estados Unidos: New Line Cinema.
- Laugier, Pascal. (Director). (2018). *Incident in Ghostland*. [Película]. Francia: Inferno Pictures.

- Aster, Ari. (Director). (2019). *Midsommar*. [Película]. Estados Unidos: A24.
- Chaves, Michael. (Director). (2019). *The course of la Llorona*. [Película]. Estados Unidos: New Line Cinema.
- Muschietti, Andy. (Director). (2019). *IT: Chapter two*. [Película]. Estados Unidos: New Line Cinema.
- Cheel, Jay. (Creador). (2020). *Cursed Films*. [Documental]. Canadá: Shudder.
- Cronenberg, Brandon. (Director). (2020). *POSSESSOR*. Canadá: Rhombus Media.
- Kuijpers, Pieter. (Creador). (2020). *ARES*. [Serie]. Holanda: Pupkin Film.
- Savage, Rob. (Director). (2020). *HOST*. [Película]. Reino Unido: Shudder.
- Kotlyarenko, Eugene. (Director). (2020). *Spree*. [Falso metraje]. Estados Unidos: Dreamcrew.